

دراسة تحليلية لأهم العوامل المؤثرة على التنافسية السياحية العالمية.
An analytical study of the most important factors affecting global tourism competitiveness.

عطا الله لحسن¹

Attallah Lahcene¹

¹ جامعة د.مولاي الطاهر، (سعيدة)، lahcene.attallah@univ-saida.dz

تاريخ الاستلام: 2020/04/15 تاريخ القبول: 2021/03/22 تاريخ النشر: 2021/03/30

ملخص:

الهدف الرئيسي لهذه الدراسة هو تحديد أهم العوامل المؤثرة على التنافسية السياحية العالمية، ومن اجل تحقيق ذلك تم تحليل بيانات 135 دولة في العالم لعام 2017، وتم استخدام بعض الادوات الإحصائية والمتمثلة في أسلوب المكونات الأساسية والإندثار المتعدد، وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة أن هناك تأثير ذو دلالة احصائية لكل من: البنية التحتية العامة والسياحية، الموارد السياحية، السياسة السياحية الحكومية، البيئة الملائمة للاستثمار السياحي، السعر التنافسي للخدمة السياحية على التنافسية السياحية العالمية.

كلمات مفتاحية: التنافسية السياحية، البنية التحتية، الموارد السياحية، بيئة الاعمال.

تصنيفات JEL: K32، L83، L93

Abstract:

The central objective of this paper is to determine the factors affecting global tourism competitiveness, using a dataset of 135 countries for the year 2017, and by using a set of the following statistical tools: Principal Components and multiple regressions. This paper finds that there is a statistically significant effect of: tourism infrastructure, tourism resources, government tourism policy, the appropriate environment for tourism investment, the competitive price of tourism service on global tourism competitiveness.

Keywords: tourism competitiveness; tourism infrastructure; tourism resources; business environment.

JEL Classification Codes: K32, L83, L93

¹ المؤلف المرسل: عطا الله لحسن ، الإيميل: attallah_54@yahoo.fr
attallah_54@yahoo.fr attallah lahcene

1-المقدمة:

يعتبر مفهوم التنافسية من المواضيع الهامة التي أخذت حيزا كبيرا من كتابات المفكرين الإقتصاديين ابتداء من ادم سميت الذي اقترح نظرية الميزة المطلقة عام 1776 من خلال كتابه¹ ثروة الأمم، ثم جاء من بعده دافيد ريكاردو الذي تدارك بعض نقائص نظرية الميزة المطلقة لأدم سميت حيث اقترح نظرية الميزة النسبية التي شرح من خلالها امكانية قيام تبادل تجاري يتضمن منفعة متبادلة بالرغم من تفوق احد الدول على الدول الأخرى، ثم اتى من بعدهم المفكرين هكشر واولين الذين شرحا اهم العوامل التي تخلق الميزة النسبية للدول بناء على انتاجية موارد الانتاج، وأخيرا دراسات مايكل بورتر التي منذ²ت مفهوم الميزة التنافسية بعدا استراتيجيا من خلال كتابه³ حول تنافسية الامم .

وتعتبر تنافسية القطاع السياحي من المواضيع التي لاقت هي الاخرى اهتمام المفكرين نظرا لمساهمتها⁴ الكبيرة في التنمية الاقتصادية حيث يلعب القطاع السياحي دورا مهما بالنسبة لاقتصاديات بعض الدول وعلى رأسها الدول النامية حيث يساهم في بعض الدول مثل تركيا،مصر،تونس والمغرب بأكثر من 40% من صادرات الخدمات لهذه الدول،وهذا حسب احصائيات المنظمة العالمية للتجارة لسنة 2018، كما يساهم قطاع السياحة بجلب العملة الصعبة لهذه الدول وبالمقابل فان لقطاع السياحة دورا مهما في ايجاد مناصب العمل المباشرة والغير المباشرة من خلال المؤسسات الفندقية وشركات الطيران والنقل البري ووكالات السياحة، ومن هذا المنطلق لابد من توفير بعض الشروط وإيجاد الظروف الملائمة من اجل ممارسة القطاع السياحي دوره بكل فعالية وتنافسية مع الدول الأخرى، وهذا ما ندرسه على القيام به⁵ من خلال هذه الدراسة لاستكشاف وتلليل اهم العوامل المؤثرة على تنافسية القطاع السياحي لدى الدول. اشكالية الدراسة:تتمثل اشكالية الدراسة فيما يلي: ما هي أهم العوامل المؤثرة على التنافسية السياحية العالمية؟

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: ينطلق هذا البحث من فرضية مفادها ان هناك مجموعة من العوامل المرتبطة بالبنية التحتية العامة والسياحية، والبيئة الملائمة للاستثمار السياحي، والموارد السياحية، السياسة السياحية الحكومية، والسعر التنافسي للخدمة السياحية، لها تأثير مهم على التنافسية

السياحية العالمية، ويمكن التقق من ذلك باستخدام طريقة المكونات الاساسية PCA وطريقة الاندالدار المتعدد.

الفرضيات الفرعية:

الفرضية الفرعية الاولى: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية للبنية التتية العامة والسياحية على التنافسية السياحية العالمية.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية للموارد السياحية على التنافسية السياحية العالمية.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية للسياسة السياحية الحكومية على التنافسية السياحية العالمية.

الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية للبيئة الملائمة للاستثمار السياحي على التنافسية السياحية العالمية.

الفرضية الفرعية الخامسة: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية للسعر التنافسي للخدمة السياحية على التنافسية السياحية العالمية.

أهمية الدراسة:

يستمد هذا البحث اهميته انطلاقا من الدور الذي اصبح يقوم به القطاع السياحي في العالم باعتباره اهم القطاعات الخدمية مساهمة في التنمية الاقتصادية لدول العالم، حيث اصبت تتسابق الدول في جلب اكبر عدد ممكن من السياح ولن تتمكن هذه الدول من تحقيق هذا الامر إلا بعد تحقيق الميزة التنافسية للقطاع السياحي وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة وبأسعار تنافسية الى جانب الاهتمام بالبنية التتية السياحية .

اهداف البحث:

- التعريف بقطاع السياحة وإبراز أهميته بالنسبة للتنمية الاقتصادية لدول العالم.
- التعريف بمصطلح التنافسية السياحية.
- الاطلاع على واقع تنافسية السياحة في الجزائر مقارنة ببعض الدول.
- دراسة اهم العوامل المؤثرة على التنافسية السياحية العالمية.

الدراسات السابقة:

دراسة (Armenski, Tanja, et al., 2011):هدفت هذه الدراسة الى تقييم مصادر الميزة التنافسية السياحية لصربيا، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن صربيا أكثر تنافسية في مجال الموارد

السياحية الطبيعية والثقافية والموارد السياحية المبتكرة الى جانب إدارة الوجهة السياحية، بينما اعتبرت الدراسة ان صربيا أقل تنافسية في مجال صورة الوجهة السياحية ودرجة الوعي بها. دراسة (Mechinda, Panisa, et al., 2010):هدفت هذه الدراسة الى التدقيق من التأثير النسبي لعوامل القدرة التنافسية وقيمة الوجهة السياحية على ولاء السائح تجاه جزيرة تشانغ وهي إحدى الوجهات السياحية الشهيرة في تايلاند. وتوصلت الدراسة الى أن الولاء السلوكي كان مدفوعاً بشكل أساسي بصورة الوجهة السياحية والوعي بها. الى جانب العوامل التالية التي تؤثر بشكل كبير على السياح المحليين وهي: موقع الوجهة السياحية، جودة الخدمة السياحية بينما تؤثر الموارد الطبيعية بشكل كبير على السياح الدوليين.

دراسة (Crouch, Geoffrey I., 2007):هدفت هذه الدراسة الى تحديد اهم الخصائص التي يجب ان تتميز بها الوجهة السياحية حتى تكتسب الميزة التنافسية السياحية، ولإجراء هذه الدراسة تم الاعتماد على النموذج المفاهيمي العام للقدرة التنافسية للوجهة السياحية الذي طوره كل من (Ritchie و Crouch 1999) وتم تدقيقه ايضا من طرف (Ritchie & Crouch 2003) كأساس لهذا البحث. واعتمدت الدراسة على تقييم آراء خبراء السياحة ورؤساء المؤسسات السياحية باستخدام بوابة إلكترونية على الإنترنت. وتم استخدام التسلسل الهرمي التحليلي (AHP) لمعالجة بيانات الدراسة. وتوصلت هذه الدراسة الى ان يوجد 36 عنصر يساهم في تدقيق الميزة التنافسية السياحية مقسمة إلى خمسة عوامل رئيسية وهي: تخطيط وتطوير الوجهة السياحية، جودة الوجهة السياحية، إدارة الوجهة السياحية، موارد الجذب السياحية الأساسية، العوامل الداعمة. وتختلف الدراسة التي تدقق بصدد تقديمها عن الدراسات السابقة في انها تتناول كافة المتغيرات المؤثرة على التنافسية السياحية العالمية، فبالإضافة الى المتغيرات التي طرحها كل من (Ritchie & Crouch 2003)، قمنا بدراسة تأثير الاسعار التنافسية للخدمة السياحية الى جانب بيئة الاعمال في تدقيق التنافسية السياحية العالمية.

1-1 تعريف السياحة:

هي التفاعلات الاقتصادية المباشرة والغير المباشرة الناجمة عن وصول زوار من خارج الدولة الى اقليم او دولة اخرى بعيدة عن موطنهم الاصلي وتوفر لهم هذه الدولة الخدمات المختلفة التي يحتاجونها خلال اقامتهم وتساهم هذه الخدمات في اشباع رغباتهم المختلفة. وحسب منظمة السياحة العالمية فإن السياحة هي مجموعة من النشاطات التي يقوم بها أشخاص مثل نشاط السفر والإقامة في اماكن بعيدة او خارج البيئة الاعتيادية التي يعيشون فيها لمدة لا تزيد عن سنة

متتالية ويكون ذلك بهدف التسلية او العمل او اي نشاطات اخرى ليست ذات علاقة بالنشاط الذي يمارسه الشخص داخل بيئته الاصلية.

كما اشارت اللجنة الاجتماعية والاقتصادية لغربي اسيا ESCWA التابعة للأمم المتحدة فان السياحة هي اي شخص يقوم برحلة بين دولتين او اكثر لمدة تزيد عن 24 ساعة و تقل عن سنة وذلك بغرض قضاء عطلة او وقت فراغ او ممارسة اعمال معينة او للتجارة او لأية اغراض اخرى (اياد، 2008، ص ص 23-24).

والسياحة هي انتقال الافراد بشكل مؤقت الى اماكن خارج ممتلكات سكنهم او اعمالهم الاعتيادية والنشاطات التي يقوم بها خلال الاقامة في تلك الاماكن والوسائل التي توفر اشباع حاجاتهم (زكي، 2006، ص 214). وهي ايضا مجموعة من العلاقات والظواهر التي تنشأ من السفر والإقامة المؤقتة طالما انها لا تؤدي الى اقامة دائمة ولا تتضمن اي نشاط للكسب المادي (احمد، 2012، ص 55).

كما تتعدد اغراض السياحة اما من اجل مشاهدة المناظر الطبيعية او لأغراض رياضية او من اجل المغامرة او لغرض العلاج او لغرض زيارة الاماكن الدينية (الطائي، 2014، ص 182).

السياحة هي حركة مؤقتة وقصيرة المدى للأفراد إلى الوجهة التي تقع خارج الأماكن التي يعيشون ويعملون فيها عادة (Tuhin & Majumder, 2011, pp 287-298). وأخيرا السياحة هي ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية تنطوي على حركة الناس إلى بلدان أو أماكن خارج نطاق بيئتها المعتادة لأغراض شخصية أو تجارية او مهنية وهي نشاط ترفيهي وتشمل صناعة السياحة على جميع الأنشطة الاجتماعية الاقتصادية التي تشارك بشكل مباشر أو غير مباشر في تقديم الخدمات للسياح. (Hasan & Jobaid, 2014, pp 40-48)

2-1 خصائص الطلب السياحي:

- الحساسية الشديدة لظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والطبيعية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة.
- قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا لأسعار الخدمات السياحية السائدة في الدول المستقبلية للسائحين.
- يميل الطلب السياحي للتوسع والزيادة سنويا ولكن ليس بمعدلات ثابتة.
- الموسمية اي ارتفاع الطلب السياحي في اوقات معينة مرتبط بالأعياد ومواسم معينة (الحديد، 2010، ص 139).

- الخدمات السياحية هي خدمات تتسم بالفناء ولا يمكن تخزينها ولا امتلاكها.
- هي خدمات غير ملموسة ويصعب وصف المنافع والتسهيلات الموجودة في المقصد السياحي او الفندق او المطعم.
- الخدمات السياحية هي متغايرة الخواص حيث يختلف تقديم وتقييم الخدمة من فرد لآخر.
- عدم امكانية نقل الخدمة السياحية الى المحل الذي يتواجد به الزبون.
- اهمية العلاقة التفاعلية بين مقدمي الخدمة والزبائن حيث يجب تواجد مقدم الخدمة والمستفيد منها في نفس الزمان والمكان (الطائي، 2014، ص 200).

3-1 اثر القطاع السياحي على التنمية الاقتصادية:

لقد عرف العالم في السنوات الاخيرة ارتفاعا كبيرا لعدد السياح, حيث انتقل عدد السياح من 25 مليون سائح الى 1.2 مليار سائح في الفترة ما بين 1950 و2016. ومع وجود 1.8 مليار سائح دولي متوقع بحلول عام 2030، فإن القطاع السياحي لديه القدرة على لعب دور رئيسي في خلق فرص عمل كثيرة والمساعدة في بناء الجسور بين الناس والثقافات. وفي عام 2017 واصلت صناعة السفر والسياحة إحداث تغيير حقيقي في حياة الملايين من الناس من خلال دفع عجلة النمو وخلق فرص العمل والحد من الفقر وتعزيز التنمية والتسامح. وقد ساهمت هذه الصناعة بمبلغ 7.6 تريليون دولار أمريكي في الاقتصاد العالمي (10.2٪ من الناتج المحلي الإجمالي العالمي) وساهمت في انشاء 292 مليون وظيفة (10% من حجم التشغيل في العالم) في عام 2016، وبلغ عدد السياح 1.2 مليار في عام 2016، أي بزيادة قدرها 46 مليون مقارنة بعام 2015 ومن المتوقع أن تستمر هذه الأرقام الواعدة في الزيادة في العقد المقبل. وقد أظهرت الأبحاث أن مقابل توجع 30 سائح جديد إلى مقصد سياحي مديد يؤدي إلى إنشاء وظيفة جديدة، وفي المقابل فإن كل فرصة عمل واحدة في صناعة السياحة الأساسية تؤدي إلى إنشاء 1.5 وظيفة إضافية غير مباشر في القطاعات المرتبطة بقطاع السياحة (World Economic Forum, 2017). كما أصبت صناعة السفر والسياحة اليوم تقريبا تستوعب حوالي ضعف عدد النساء العاملات في القطاعات الأخرى، وتمثل صناعة السياحة حوالي 30% من صادرات الخدمات العالمية، كما تمثل أكبر فئة تصديرية في البلدان النامية (منظمة العمل الدولية، دليل الحد من الفقر من خلال السياحة، 2013).

وكما هو موضح في الجدول رقم(01) فإن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني مقارنة ببعض الدول مثل تونس، المغرب، مصر، تركيا واسبانيا هي دون المستوى، حيث بلغت إيرادات تركيا من السياحة حوالي 75% من مداخل الجزائر من البترول لسنة 2017.

الجدول رقم (01): مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية لبعض دول العالم

المؤشرات	الجزائر	تونس	المغرب	تركيا
عدد السياح	1.7 مليون	5.4 مليون	10 ملايين	40 مليون
ايرادات السياحة	307 مليون \$	1.4 مليار \$	5.8 مليار \$	26.6 مليار \$
قيمة الناتج المحلي لقطاع السياحة	5.9 مليار \$	2.5 مليار \$	7.7 مليار \$	35.9 مليار \$
مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي	3.5%	5.8%	7.7%	5.0%
عدد العمال في قطاع السياحة	327306	185290	731525	599870
حجم اليد العاملة في مجال السياحة بالنسبة للعدد الاجمالي لليد العاملة	3.0%	5.3%	6.8%	2.3%

المصدر: World Economic Forum ,The Travel & Tourism Competitiveness : Report 2017 , Geneva ,2017

4-1 تعريف التنافسية السياحية:

تعرف التنافسية الدولية على أنها قدرة الدولة على الرفع من تنافسية منتجات منظمتها للوصول إلى منتجات ذات جودة عالية وأسعار أقل، تمكها من الدخول إلى الأسواق الدولية، وبالتالي إيجاد مكانة لها بين المنافسين الآخرين، الذين ينتجون نفس المنتجات، وبالتالي الرفع من تنافسية الاقتصاد الوطني الذي ينعكس على النمو الاقتصادي للبلد، لكي يحقق الرفاهية الاقتصادية للمواطنين ويحافظ على المركز التنافسي للمؤسسات (مكاوي، 2019، ص ص 521-541).

كما تم تعريف القدرة التنافسية على أنها الدرجة التي يمكن بها لبلد ما، في ظل ظروف السوق الحرة والعادلة، إنتاج سلع وخدمات تلبى حاجات الأسواق الدولية مع الحفاظ في الوقت نفسه على المداخل الحقيقية لمواطنيها. ومن هذا المنظور فإن القدرة التنافسية للأمة ليست غاية بل وسيلة، هدفها النهائي هو رفع مستوى المعيشة لدولة تحت ظروف السوق الحرة والعادلة. وترتبط القدرة التنافسية للوجهة السياحية بقدرة هذه الوجهة على تقديم السلع والخدمات التي تحقق أداءً أفضل من الوجهات الأخرى في تلك الجوانب من التجربة السياحية التي يعتبرها السياح مهمة. وحسب (Dwyer, Forsyth and Rao, 2000) فإن القدرة التنافسية للسياحة هي مفهوم

عام يشمل وجود أسعار تنافسية، ومستويات إنتاجية مرتفعة لمكونات الصناعة السياحية والعوامل الأخرى التي تؤثر على جاذبية الوجهة السياحية.

كما تم تعريف القدرة التنافسية على أنها قدرة الوجهة على الحفاظ على مكانتها في السوق وحصتها وتأمينها عبر الزمن. وفي دراسة لكل من (Go and Govers, 1999)، فإننا يمكن قياس المركز التنافسي للوجهة السياحية بالنسبة للوجهات الأخرى على أساس سبع خصائص وهي: المرافق السياحية وإمكانية الوصول إلى الوجهة السياحية وجودة الخدمة والسعر التنافسي للخدمة السياحية، وصورة الموقع والمناخ والبيئة.

كما تعرف الوجهة السياحية الأكثر تنافسية، بأنها الوجهة التي تلتحق أكبر قدر من الرفاهية لسكانها على أساس مستدام، وأن القدرة التنافسية تبقى مجرد فكرة وهمية دون تلتحق رفاهية مستدامة لسكان البلاد، ولكي تكون الوجهة تنافسية يجب أن يكون تطوير هذه الوجهة السياحية مستدامًا، ليس اقتصاديًا وإيكولوجيًا فقط، بل اجتماعيًا وثقافيًا وسياسيًا أيضًا، وركز Ritchie و Crouch على الازدهار الاقتصادي طويل المدى باعتباره المقياس الذي يمكن من خلاله تقييم الوجهات بشكل تنافسي، وبالتالي فإن الوجهة الأكثر تنافسية هي تلك التي تخلق بشكل فعال الرفاهية المستدامة لسكانها (Dwyer & Chulwon, 2003, pp 369-414).

ويعرف المجلس الأمريكي للسياسة التنافسية، التنافسية على أنها قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تنافس في الأسواق العالمية وفي نفس الوقت تلتحق تسنا مستمرا في مستويات المعيشة على المدى الطويل، كما يعرف المنتدى الاقتصادي العالمي التنافسية بأنها القدرة على توليد البيئة الملائمة لتلتحق معدلات نمو مرتفعة ومستدامة. وتعرف التنافسية على مستوى قطاع السياحة وفقا لمنهجية المعهد الدولي للتنمية والإدارة بأنها تعظيم القيمة المضافة ومستوى الانتاجية في قطاع السياحة و السفر من خلال: جذب الاستثمار في قطاع السياحة، كفاءة خدمة السفر لدى السياح، تسويق الوجهة السياحية للبلد في عدد كبير من دول العالم إلى جانب تلتويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية، وتقديم خدمات سياحية ذات مستوى عالي من التقنية والجودة تتماشى مع متطلبات العولمة (كافي، 2016، ص 312).

وتتأثر القدرة التنافسية لقطاع السياحة بالعديد من العوامل، مثل العوامل الطبيعية (الموقع الجغرافي، والمناخ، والمناظر الطبيعية)، والبيئة الاصطناعية (البنية التحتية السياحية، والنقل، وتوفير خدمات الترفيه والتسلية، ومتاجر البيع بالتجزئة، وشبكة الفنادق). ويمكن وصف قطاع السياحة بأنها تنافسي فقط عندما تكون الوجهات السياحية جذابة وتقدم منتجات

وخدمات عالية الجودة، مقارنة بمنتجات وخدمات الوجهات السياحية الأخرى، التي تستهدف نفس قطاعات السوق (Navickas & AstaMala, 2009, pp 37-44).

5-1 واقع التنافسية السياحية في الجزائر مقارنة ببعض الدول:

حسب الجدول رقم (02) يمكن تقديم الملاحظات التالية:

- احتلت الجزائر المرتبة 118 في مجال التنافسية السياحية الدولية بينما احتلت كل من المغرب وتونس ومصر المراتب التالية 65, 87, 74 ويعبر هذا الترتيب بصدق عن واقع السياحة في الجزائر، ويمكن لأي مواطن جزائري ان يقر بواقعية هذا الترتيب نظرا للنقائص التي يعاني منها القطاع السياحي في الجزائر مما يضطره للسفر الى البلدان المجاورة مثل تونس والمغرب للتمتع بجودة الخدمة السياحية وتنافسية اسعارها مقارنة مع الخدمة السياحية المقدمة بالجزائر.
- احتلت الجزائر المرتبة الاخيرة بالنسبة لبعض مؤشرات التنافسية السياحية مقارنة ببعض الدول، حيث عرف حجم الانفاق الحكومي في مجال السياحة تأخرا كبيرا وهذا نظرا لعدم ادراج الحكومة الجزائرية قطاع السياحة ضمن اولوياتها الاستثمارية، وبالرغم من ان الجزائر تمتلك لعدد كبير من المواقع الطبيعية والثقافية المصنفة ضمن التراث العالمي، إلا ان نظرا لضعف فعالية التسويق السياحي فان هذه المواقع لم تستطع جذب عدد كبير من السياح والزوار.
- تتل الجزائر مراتب متأخرة في مجال البنية التحتية المرتبطة بالمجال السياحي، حيث عرف قطاع الفنادق والمتمثل في مؤشر عدد غرف الفنادق تصنيف متأخر مقارنة بالدول الأخرى، بينما عرفت كل من اسبانيا وتونس تقدما كبيرا في هذا المجال، والجدير بالذكر ان الترتيب الجيد للدول في مجال التنافسية السياحية حسب تقرير التنافسية للسياحة والسفر هو مرتبط بشكل كبير بمدى تقدم الدول في مجال البنية التحتية المرتبطة بالقطاع السياحي مثل المطارات والموانئ وعدد ونوعية الفنادق.
- يعتبر ترتيب الجزائر في مجال القطاع الفندقي متأخر جدا مقارنة ببقية الدول وخاصة في مجال تنافسية اسعار الفنادق حيث تعرف اسعار الفنادق في الجزائر ارتفاعا كبيرا مقارنة بالدول الأخرى حيث يتم تقديم الخدمة الفندقية في تونس بأسعار متدنية، مقارنة بالمغرب ومصر وتركيا واسبانيا. كما عرفت جودة الخدمات الفندقية في الجزائر مرتبة متأخرة مقارنة ببقية الدول وفي المقابل تميزت الخدمات الفندقية في اسبانيا بأنها الاحسن.

- عرف ترتيب الجزائر في مجال توفر اليد العاملة المؤهلة للعمل في مجال السياحة مستوى احسن مقارنة بدول المغرب العربي وتركيا وهي دول ذات خبرة كبيرة في مجال السياحة وهذا راجع الى ان اغلب الموظفين في قطاع السياحة والفندقة هم من حاملي الشهادات الجامعية وهذا في ظل نقص مناصب العمل في القطاعات الاخرى حيث يضطر الشباب المتخرج من الجامعات العمل في الفنادق ريثما يجد فرصة عمل اخرى, إلا هناك نقص كبير في تدريب الموارد البشرية, نظرا لعدم شعور مديري الفنادق والناشطين في قطاع السياحة بأهمية التدريب.

الجدول رقم (02) مقارنة مؤشر التنافسية السياحية في الجزائر ببعض الدول (ترتيبية)

المؤشرات	الجزائر	تونس	المغرب	مصر	تركيا	اسبانيا
الترتيب العام للتنافسية السياحية	118	87	65	74	44	1
عدد غرف الفنادق (بالنسبة ل100 نسمة)	111	30	81	91	64	9
البنية التحتية للنقل الجوي	100	85	63	59	14	9
البنية التحتية للموانئ والمطارات	105	95	60	82	54	15
المرافق الصحية	89	75	99	68	64	24
عدد المواقع الطبيعية المصنفة ضمن التراث العالمي	78	46	86	46	46	11
عدد المواقع الثقافية المصنفة ضمن التراث العالمي	35	30	22	36	13	2
محيط الاعمال	110	66	49	78	63	75
السلامة والامن	81	102	20	130	116	18
مدى توفر العاملين المؤهلين	68	75	98	85	90	39
حجم الانفاق الحكومي على السياحة	123	19	59	22	132	23
فعالية التسويق السياحي	127	101	42	109	66	11
متطلبات الحصول على التأشيرة	132	37	56	51	34	73
مؤشر أسعار الفنادق	66	9	37	14	27	51

المصدر : World Economic Forum ,The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 , Geneva : 2017,

6-1 نماذج التنافسية السياحية العالمية:

1-6-1 نموذج Crouch and Ritchie, 2003

يعتبر Crouch and Ritchie من أهم الباحثين الذين تناولوا موضوع التنافسية السياحية، وبدأ كل من Crouch and Ritchie بدراسة طبيعة وهيكل القدرة التنافسية للوجهة السياحية منذ عام 1992 مستندين في أبحاثهم على نظريات الميزة المطلقة (ادم سميث 1776)، والميزة النسبية (لريكاردو 1817)، ونظرية الميزة التنافسية (لمايكل بورتر 1990)، وفي عام 2003 قاموا بتطوير نموذج لمصادر الميزة التنافسية للوجهة السياحية حيث توصلوا إلى أن القدرة التنافسية للوجهة السياحية تستند إلى موارد طبيعية مكتسبة وهي تعبر عن الميزة النسبية، بالإضافة إلى موارد يمكن للدول أن تساهم في إيجادها وتعتبر عن الميزة التنافسية. كما يقر هذا النموذج أيضاً بتأثير قوى البيئة الكلية العالمية على سبيل المثال: العولمة الاقتصادية، والإرهاب، والاتجاهات الثقافية والديموغرافية، وما إلى ذلك. وحسب Geoffrey I. Crouch, 2007 فإن التنافسية السياحية ترتكز على خمس عوامل وهي:

- تخطيط وتطوير الوجهة السياحية: وتتضمن أيضاً التموقع وبناء العلامة التجارية للوجهة السياحية، مراقبة المنافسين وتقييم البيئة التنافسية.
- جودة الوجهة السياحية: وتتضمن الموقع، الأمن والسلامة، صورة الوجهة السياحية ودرجة الوعي بها، القيمة / التكلفة.
- إدارة الوجهة السياحية: وتتضمن تسويق الوجهة السياحية، إدارة الموارد البشرية، جودة تجربة الخدمة السياحية.
- موارد الجذب السياحية الأساسية: وتتضمن المناظر الطبيعية والمواقع التاريخية، الفنادق والمطاعم.
- العوامل الداعمة: وتتضمن البنية التحتية العامة، حسن الضيافة، سهولة الدخول، الإرادة السياسية.

وتتفرع عن هذه المجموعات الخمس 36 عنصر وقد توصل Geoffrey I. Crouch, 2007،

أنه يوجد عشر عناصر تعتبر هي الأكثر تأثيراً على تنافسية الوجهة السياحية وتمثل فيما يلي:

- طبيعة المناخ السائد في الوجهة السياحية.
- روابط السياح بالوجهة السياحية وتمثل في: الروابط الأسرية، الاجتماعية، التجارية، الرياضية، الدينية، الثقافية.
- الموارد الثقافية والتاريخية للوجهة السياحية.

- البنية التحتية السياحية.
- توفر السلامة والأمن.
- علاقة جودة الخدمة السياحية بالتكلفة (القيمة المدركة).
- سهولة الوصول الى الوجهة السياحية.
- صورة الوجهة السياحية ودرجة الوعي بها.
- موقع الوجهة السياحية.
- البنية التحتية العامة (Ritchie & Crouch, 2003).

2-6-1 نموذج Dwyer Larry, and Chulwon Kim, 2003

تم تطوير هذا النموذج بجهد تعاوني من قبل الباحثين في كوريا وأستراليا (Dwyer, 2003) (Larry, and Chulwon Kim), ويهدف هذا النموذج الى البحث عن العوامل المحددة للميزة التنافسية للوجهة السياحية الى جانب تديد بعض المؤشرات التي تقيس القدرة التنافسية للوجهة السياحية. ويندرج تطوير هذا النموذج في اطار تنفيذ مشروع تقدمت به كل من وزارة الصناعة والعلوم والموارد والمركز الوطني للسياحة في أستراليا، ووزارة الثقافة والسياحة الكورية. وحمل التقرير عنوان: "تنافسية الوجهة: تطوير نموذج مع التطبيق على أستراليا وجمهورية كوريا". وحسب هذا النموذج فان العوامل المؤثرة على الميزة التنافسية السياحية للدول تتمثل فيما يلي:

(أ) الموارد المكتسبة: وتتضمن (المناخ، الطبيعة، الاثار، المواقع التاريخية، المحميات الطبيعية، الحدائق العامة، المتاحف، الفنون التقليدية والتراثية، المأكولات التقليدية)

(ب) الموارد المنشأة: وتتضمن البنية التحتية السياحية، جودة المطارات، جودة وسائل النقل، المنشآت الرياضية، المرافق الترفيهية، أماكن التسوق.

(ج) العوامل المساندة: وتتضمن البنية التحتية العامة، المرافق الصحية، مكاتب صرف العملات، سهولة الحصول على تأشيرة الدخول، حسن الضيافة، شركات السياحة.

(د) إدارة الوجهة السياحية: وتتضمن التخطيط والتنمية السياحية، تسويق الوجهة السياحية، دراسة الاسواق المستهدفة، اعداد البرامج التدريبية السياحية للأفراد العاملين، وجود قوانين لحماية البيئة والآثار السياحية.

(و) العوامل الظرفية: وتتضمن بيئة الأعمال التنافسية السياحية، الاستقرار السياسي، البيئة القانونية، البيئة الاجتماعية والثقافية، البيئة الاقتصادية، البيئة التكنولوجية، السياسة الحكومية السياحية، سعر الصرف، التنافسية السعرية، امن وسلامة السياح.

ه) عوامل الطلب: وتتضمن صورة الوجهة السياحية، الوعي بالوجهة السياحية، تفضيلات الوجهة السياحية (Dwyer & Chulwon, 2003).

1-6-3 نموذج المنتدى العالمي الاقتصادي:

يقوم المنتدى الاقتصادي العالمي منذ احدى عشر سنة بإصدار تقرير حول القدرة التنافسية للسفر والسياحة لدول العالم يتم من خلاله تحليل معمق لقطاع السياحة والسفر في العالم حيث يغطي 136 بلد، وهو أداة استراتيجية شاملة لقياس مجموعة العوامل والسياسات التي تمكن من التنمية المستدامة لقطاع السفر والسياحة، ويهدف الى تحقيق صناعة سياحية قوية ومستدامة، وقادرة على المساهمة بفعالية في التنمية الاقتصادية الدولية. ويتوي تقرير التنافسية للسياحة والسفر على ملفات تعريفية تفصيلية ل 136 بلد، بالإضافة إلى قسم موسع من جداول البيانات مع تصنيفات عالمية تغطي 90 مؤشراً مدرجة في مؤشر تنافسية السياحة والاسفار. ويعتمد نموذج المنتدى العالمي الاقتصادي في تحليله لتنافسية السياحة والاسفار على أربعة عوامل يقيس من خلالها القدرة التنافسية السياحية لكل بلد والتي تنقسم بدورها إلى 14 بعد وتمثل هذه العوامل فيما يلي:

أ) البيئة الملائمة: وتتضمن ما يلي: بيئة الأعمال، السلامة والأمن، الصحة والنظافة، الموارد البشرية وسوق العمل، جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ب) السياسة السياحية: وتتضمن ما يلي: أولويات السفر والسياحة بالنسبة للحكومة، الانفتاح الدولي، تنافسية الأسعار، البيئة المستدامة.

ج) البنية التحتية: وتتضمن ما يلي: البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للموانئ والموانئ، البنية التحتية المرتبطة بخدمات السياحة.

د) الموارد الطبيعية والثقافية: وتتضمن ما يلي: الموارد الطبيعية، الموارد الثقافية وسياحة الاعمال (World Economic Forum, 2017).

2- مناهج البحث وأدواته وإجراءاته:

1-2 عينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من 135 دولة تناولها تقرير التنافسية السياحية الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، وتمثل خصائص عينة الدراسة في عدد السياح الوافدين على هذه الدول، وحجم الإيرادات السياحية، وحجم مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام، وعدد العاملين في مجال القطاع السياحي.

2-2 أداة الدراسة:

تعتمد أداة الدراسة على مجموعة من المتغيرات تم استنتاجها من بيانات تقرير التنافسية السياحية لسنة 2017 وتتمثل هذه المتغيرات فيما يلي: بيئة الاعمال, الامن والسلامة, المرافق الصحية, الموارد البشرية المؤهلة, تكنولوجيا المعلومات والاتصالات, اولوية القطاع السياحي بالنسبة للحكومات, درجة الانفتاح الدولي, الأسعار التنافسية, البنية التحتية للنقل الجوي, البنية التحتية للطرق والمطارات, البنية التحتية السياحية, الموارد الطبيعية, الموارد الثقافية. ومن اجل استخلاص اهم العوامل المساهمة في تحقيق تنافسية القطاع السياحي لدول العالم, سنستخدم اسلوب التحليل العاملي.

3-2 التحليل العاملي لبيانات الدراسة: من اجل التحليل العاملي لبيانات الدراسة تم استخدام اسلوب التحليل العاملي والذي يعتمد على جمع المتغيرات وربطها بعوامل متعددة وهذا لتسهيل دراسة تأثير هذه العوامل على المتغير التابع شريطة ان يكون درجة ارتباط هذه المتغيرات بالعوامل كبير وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على درجة كبيرة من الارتباط حيث تجاوزت قيمة 0,5.

4-2 كفاية حجم العينة: من اجل التأكد من كفاية حجم العينة سنلجأ الى مقياس kaiser-meyer-olkin والذي يعرف اختصاراً باسم KMO وتراوح قيمته بين 0 و 1 ولكي تكون عينة البحث كافية لابد ان تكون قيمة مؤشر KMO اكبر من 0.5 وحسب الجدول رقم (03) فان قيمة KMO بلغت 0.880 وهي اكبر من 0.5 ومنه يمكن القول ان حجم العينة هو كافي لاستخدام اسلوب التحليل العاملي.

الجدول رقم (03) اختبار مدى ملائمة العينة للدراسة.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.880
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1506.463
	df	36
	Sig.	.000

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقاً من مخرجات برنامج spss

5-2 التأكد من ان مصفوفة الارتباط ليست مصفوفة الوحدة باستخدام اختبار bartlett's test :

الهدف من هذا الاختبار هو تحديد ما اذا كانت مصفوفة الارتباط هي مصفوفة الوحدة وهي المصفوفة التي تتكون جميع عناصرها من الصفر فيما عدا العناصر التي تقع على الخط القطري او المائل (التي تمثل ارتباط المتغيرات بنفسها) مثل الشكل التالي من المصفوفة (3*3)

1 0 0

وحسب هذا الشكل من المصفوفات فان الارتباط بين متغيرات هذه المصفوفة

0 1 0

تساوي الصفر اي لا يوجد علاقة ارتباط بين المتغيرات ولتأكيد هذا الشرط لابد من استخدام

اختبار bartlett's اي التأكد ما اذا كانت مستوى الدلالة اقل من 0.05 وحسب الجدول رقم (03)

فان قيمة sig تساوي 0.000 وهو اقل من 0.05 .

6-2 التأكد من عدم وجود الازدواج الخطي :

يتم التأكد من عدم وجود الازدواج الخطي بين المتغيرات من خلال ايجاد قيمة م²دد

مصفوفة الارتباط حيث يجب ان تكون قيمة المحدد صغيرة جدا من دون ان تكون مساويا

للصفر(يجب ان لا تقل عن 0.0001)وحسب جدول مصفوفة الارتباط فان المحدد يساوي

0.00036 وهي قيمة صغيرة ولا تساوي الصفر ومن² يمكن القول ان² لا يوجد ازدواج خطي بين

متغيرات المصفوفة. كما تبين من خلال جدول مصفوفة الارتباط ان اغلب معاملات الارتباط

تساوي او تفوق قيمة 0.3 (حيث ان معامل الارتباط بين المتغيرات يجب ان يكون م²لصورا بين 0.3

و 0.9) .

3-النتائج

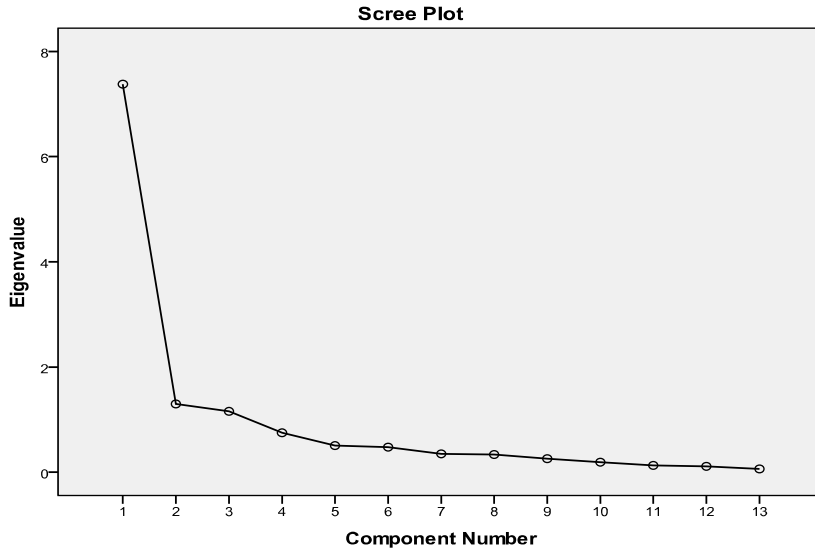
1-3 استخلاص العوامل:

انطلاقا من طريقة الاختبار الركامي فان² يتم ف²ص المخطط الركامي لإيجاد النقطة التي

يتغير فيها اتجاه شكل المن²تى ويصبح أفقيا حيث يتم الاحتفاظ بالعوامل التي تقع فوق المرفق او

الانكسار في المخطط لان هذه العوامل هي التي تساهم في تفسير التباين في مجموعة البيانات.

الشكل رقم (01) الاختبار الركامي لاستخلاص العوامل.



المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من مخرجات برنامج spss

وحسب الشكل رقم (1) فإننا سنحتفظ بخمسة عوامل على النحو التالي :

العامل الأول (البنية التحتية العامة والسياحية): ويرتبط بالمتغيرات التالية: المرافق الصحية, تكنولوجيا المعلومات والاتصالات, البنية التحتية السياحية, البنية التحتية للطرق والمطارات, البنية التحتية للنقل الجوي, وتم تسميته بهذا الاسم نظرا لارتباطه بمتغيرات أغلبها تنتمي الى مجال البنية التحتية.

العامل الثاني (البيئة الملائمة للاستثمار السياحي): ويرتبط بالمتغيرات التالية: بيئة الأعمال, الامن والسلامة, الموارد البشرية المؤهلة, وتم تسميته بهذا الاسم نظرا لارتباطه بمتغيرات تساهم في تكوين البيئة السليمة لممارسة الاعمال السياحية .

العامل الثالث (الموارد السياحية): ويرتبط بالمتغيرات التالية: الموارد الطبيعية, الموارد الثقافية, وتم تسميته بهذا الاسم نظرا لارتباطه بمتغيرات موارد الجذب السياحية الاساسية.

العامل الرابع (السياسة السياحية الحكومية): ويرتبط بالمتغيرات التالية: أولوية القطاع السياحي بالنسبة للحكومات, درجة الانفتاح على العالم, وتم تسميته بهذا الاسم نظرا لارتباطه بعناصر تعبر على طبيعة توجهات الحكومة في مجال السياسة السياحية.

دراسة تحليلية دراسة تحليلية لأهم العوامل المؤثرة على التنافسية السياحية العالمية.

العامل الخامس: السعر التنافسي للخدمة السياحية: ويرتبط بالمتغير التالي: اسعار الخدمات الفندقية ورسوم التذاكر والمطارات وتم تسميته بهذا الاسم نظرا لارتباطه بأسعار مختلف الخدمات السياحية ابتداء من عبور السائح عبر المطار الى غاية استفادته من الخدمة الفندقية.

الجدول رقم(04) تشعبات المتغيرات على العوامل المستخلصة

العامل الاول	العامل الثاني	العامل الثالث	العامل الرابع	العامل الخامس
0.907				المرافق الصحية
0.727				تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
0.638				البنية التحتية السياحية
0.587				البنية التحتية للطرق والمطارات
0.573				البنية التحتية للنقل الجوي
	0.896			بيئة الاعمال
	0.770			الامن والسلامة
	0.627			الموارد البشرية المؤهلة
		0.887		الموارد الطبيعية
		0.744		الموارد الثقافية
			0.852	اولوية القطاع السياحي بالنسبة للحكومات
			0.547	درجة الانفتاح على العالم
0.954				اسعار الخدمات الفندقية ورسوم التذاكر والمطارات

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من مخرجات برنامج spss

2-3 اختبار فرضيات الدراسة:

1-2-3 اختبار الفرضية الرئيسية:

حسب الجدول رقم (05) فان قيمة F تساوي 1031.673 ومستوى الدلالة يساوي 0.000 وهو اقل من 0.05 وهذا ما يدعم صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية، كما تبين من خلال الجدول رقم (05) ان المتغيرات التالية وهي: البنية التحتية العامة والسياحية، البيئة الملائمة للاستثمار السياحي، الموارد السياحية، السياسة السياحية الحكومية، السعر التنافسي للخدمة السياحية لها تأثير إيجابي ذو دلالة احصائية على التنافسية السياحية العالمية، وهذا نظرا لان مستوى الدلالة يساوي 0.000، وبناء على ذلك نقبل الفرضية الرئيسية التي تنص على ان يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية لكل من البنية التحتية العامة والسياحية، البيئة الملائمة للاستثمار

السياسي، الموارد السياحية، السياسة السياحية الحكومية، السعر التنافسي للخدمة السياحية على التنافسية السياحية العالمية.

وحسب الجدول رقم (05) فإن قيمة $R^2 = 0.976$ وهذا يعني ان المتغيرات التالية: البنية التحتية العامة والسياحية، البيئة الملائمة للاستثمار السياحي، الموارد السياحية، السياسة السياحية الحكومية، السعر التنافسي للخدمة السياحية وهي مجتمعة استطاعت ان تفسر التباين الحاصل في التنافسية السياحية العالمية بنسبة %97.6 وهي نسبة كبيرة جدا وتعتبر عن قدرة هذا النموذج على اعطاء تفسير مهم وكبير للميزة التنافسية السياحية العالمية.

الجدول رقم(05) نتائج اختبار فرضيات الدراسة

ملخص النموذج				
مستوى الدلالة	قيمة F	معامل التحديد	معامل الارتباط	
0.000	1031.673	0.976	0.988	
تقدير معلمات النموذج				
مستوى الدلالة	قيمة T	Beta	B	
0.000	-12.169		-25.553	الثابت
0.000	22.477	0.611	0.681	البنية التحتية العامة والسياحية
0.000	19.179	0.323	0.371	الموارد السياحية
0.000	7.241	0.154	0.173	السياسة السياحية الحكومية
0.000	3.935	0.095	0.108	البيئة الملائمة للاستثمار السياحي
0.010	2.627	0.039	0.039	السعر التنافسي للخدمة السياحية

المصدر: من اعداد الباحث انطلاقا من مخرجات برنامج spss

2-2-3 اختبار الفرضيات الفرعية: حسب الجدول رقم(05) يمكن تأكيد الفرضيات الفرعية للدراسة على النحو التالي:

- اختبار الفرضية الفرعية الاولى: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية للبنية التحتية العامة والسياحية على التنافسية السياحية العالمية، نظرا لان $(B=0.681, t=22.477, sig=0.000)$.

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية للموارد السياحية على التنافسية السياحية العالمية، نظرا لان (B=0.371,t=19.179,sig=0.000).
- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية للسياسة السياحية الحكومية على التنافسية السياحية العالمية، نظرا لان (B=0.173,t=7.241,sig=0.000).
- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية للبيئة الملائمة للاستثمار السياحي على التنافسية السياحية العالمية، نظرا لان (B=0.108,t=3.935,sig=0.000).
- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية للسعر التنافسي للخدمة السياحية على التنافسية السياحية العالمية، نظرا لان (B=0.039,t=2.627,sig=0.010).

4- المناقشة

يمكن ترتيب مساهمة متغيرات الدراسة في التنبؤ بالمتغير التابع والمتمثل في الميزة التنافسية السياحية العالمية استنادا الى قيمة معاملات الانحدار المعيارية Beta وليست المعاملات الغير المعيارية، ومعنى كلمة معيارية ان القيم الخاصة بكل متغير هي مختلفة ويتم تحويلها للمقياس نفسه بحيث تستطيع مقارنتها.

وحسب الجدول رقم (05) فان المتغير الذي حصل على أعلى قيمة ل Beta ويأتي في المرتبة الاولى هو البنية التحتية العامة والسياحية (Beta=0.206)، ثم يليها في المرتبة الثانية الموارد السياحية (Beta=0.192)، وفي المرتبة الثالثة متغير السياسة السياحية الحكومية (Beta=0.182)، وفي المرتبة الرابعة البيئة الملائمة للاستثمار السياحي (Beta=0.176)، وفي المرتبة الخامسة متغير السعر التنافسي للخدمة السياحية (Beta=0.168).

وانطلاقا من قيم B الواردة في الجدول رقم (05) يمكن التنبؤ بدرجة تأثير متغيرات الدراسة في الميزة التنافسية السياحية العالمية على النحو التالي:

- ان اهتمام الدول بالبنية التحتية العامة والسياحية ب 100% يؤدي الى زيادة الميزة التنافسية السياحية لدى الدول ب 68.1%.
- ان اهتمام الدول بتنمية وتطوير الموارد السياحية الاساسية ب 100% يؤدي الى زيادة الميزة التنافسية السياحية لدى الدول ب 37.1%.

- ان زيادة اهتمام الدول بالقطاع السياحي ب 100% يؤدي الى زيادة الميزة التنافسية السياحية لدى الدول ب 17.3% .
- ان تقيس الدول للبيئة الملائمة للاستثمار السياحي ب 100% يؤدي الى زيادة الميزة التنافسية السياحية لدى الدول ب 10.8% .
- ان تقيس الدول لأسعار الخدمات السياحية ب 100% يؤدي الى زيادة الميزة التنافسية السياحية لدى الدول ب 3.9% .

ومن هذا المنطلق يمكن القول ان البنية التحتية العامة والمتمثلة في الطرقات والمطارات ووسائل النقل المتطورة الى جانب البنية التحتية السياحية والمتمثلة في الفنادق والمطاعم هي اهم العناصر التي يمكن ان تؤثر بقوة على الميزة التنافسية السياحية للدول باعتبارها عناصر تساهم في تقيق الراحة والرفاهية لدى السياح وتساعدهم على ربح الوقت وخاصة اذا كان البرنامج السياحي لدى الضيوف قصير، الى جانب اهمية الخدمة الفندقية باعتبارها جوهر الخدمة السياحية والدور التي تساعد من خلالها في تقيق رضا السياح.

ومن خلال الجدول رقم (05) يمكن صياغة معادلة الانذار المتعدد للتنافسية السياحية العالمية على متغيرات الدراسة على النحو التالي:

التنافسية السياحية العالمية = 0.681 * البنية التحتية العامة والسياحية + 0.371 * الموارد السياحية + 0.173 * السياسة السياحية الحكومية + 0.108 * البيئة الملائمة للاستثمار السياحي + 0.039 * السعر التنافسي للخدمة السياحية.

-5- الخلاصة:

حاولنا من خلال هذا البحث دراسة اهم العوامل المؤثرة على التنافسية السياحية بين الدول، وهذا رغبة منا في توجيه المهتمين بقطاع السياحة بالجزائر الى ضرورة التركيز على العوامل المؤثرة بدرجة كبيرة على التنافسية السياحية، حيث اشارت نتائج البحث ان العامل المشترك لاكتساب الدول للميزة التنافسية السياحية هو مستوى الاهتمام بالبنية التحتية العامة مثل الطرق والمطارات والموانئ الى جانب البنية التحتية المرتبطة بالقطاع السياحي والمتمثلة في الفنادق والمطاعم والمراكز التجارية الكبيرة، كما توصلنا من خلال هذا البحث الى النتائج التالية:

- من خلال الاحصائيات الواردة في تقرير تنافسية السياحة والسفر، والصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2017، تبين ان الجزائر احتلت مراتب متأخرة في مجال البنية التحتية المرتبطة بالقطاع السياحي الى جانب المساهمة القليلة جدا للقطاع السياحي في

الناتج الداخلي الخام بالجزائر، كما لا يساهم القطاع السياحي في الجزائر حسب هذا التقرير في جلب العملة الصعبة نظرا لقلّة اقبال السياح الأجانب على الوجهة السياحية الجزائرية.

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمتغيرات التالية وهي: البنية التحتية العامة والسياحية، البيئة الملائمة للاستثمار السياحي، الموارد السياحية، السياسة السياحية الحكومية، السعر التنافسي للخدمة السياحية على التنافسية السياحية العالمية.
- استطاعت المتغيرات التالية وهي: البنية التحتية العامة والسياحية، البيئة الملائمة للاستثمار السياحي، الموارد السياحية، السياسة السياحية الحكومية، السعر التنافسي للخدمة السياحية تفسير التباين الحاصل على مستوى التنافسية السياحية العالمية بنسبة 97.6%.

التوصيات:

- يجب على الحكومة الجزائرية وضع قطاع السياحة ضمن أولوياتها الاقتصادية، وزيادة الإنفاق الاستثماري في قطاع السياحة.
- ضرورة تطوير البنية التحتية المرتبطة بالخدمات السياحية مثل الفنادق والمطارات.
- تقييد رجال الأعمال المحليين على الاستثمار في القطاع السياحي والفندقي بالجزائر من خلال تقديم تفضيلات جبائية خاصة بالنشاط السياحي.
- ضرورة تحسين بيئة الأعمال بالجزائر لجلب المزيد من المستثمرين الأجانب من أجل الاستثمار في قطاع السياحة.
- يجب على أصحاب المؤسسات الفندقية مراجعة الأسعار بما يتلائم مع مستوى دخل المواطن الجزائري، وأيضا من أجل تحسين التنافسية السعرية لمؤسساتهم السياحية مقارنة بالدول المجاورة، إلى جانب ضرورة غرس ثقافة جودة الخدمة لدى العاملين بالمؤسسات الفندقية من أجل ضمان رضا الزبائن.

6- المراجع:

- ابراهيم الحديدي. (2010). إدارة التسويق السياحي. عمان: دار الاعصار العلمي.
المساعد زكي. (2006). تسويق الخدمات و تطبيقاته. عمان: دار المناهج.

- النسور ايد. (2008). *اسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية : مدخل مفاهيمي* . عمان: ار صفاء للنشر والتوزيع.
- حميد الطائي. (2014). *التسويق السياحي : مدخل استراتيجي*. عمان: دار الوراق.
- عبد الرحيم احمد. (2012). *تسويق الخدمات السياحية*. الاسكندرية: دار الوفاء.
- محمد الامين مكاوي. (2019). اللوجستك وتحديات التنافسية الدولية "حالة الجزائر". *مجلة المالية والاسواق*، 6(1)، الصفحات 521-541.
- مصطفى يوسف كافي. (2016). *فلسفة اقتصاد السياحة والسفر*. عمان: دار حامد.
- منظمة العمل الدولية منظمة العمل الدولية. (2013). *دليل الحد من الفقر من خلال السياحة*. جنيف.
- Dwyer, L., & Chulwon, K. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current issues in tourism*, 6(5), pp. 369-414.
- Hasan, M., & Jobaid, I. (2014). Heritage Tourism Marketing: Status, Prospects and Barriers. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(5), pp. pp 40-48.
- Navickas, V., & AstaMala, k. (2009). The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism, Sector, Competitiveness Factors. *,ENGINEERING ECONOMICS*, 61(1), pp. 37-44.
- Ritchie, B., & Crouch, G. (2000). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford: CABI Publishing.
- Tuhin, K., & Majumder, T. H. (2011). An Appraisal of Tourism Industry Development in Bangladesh. *European Journal of Business and Management*, 3(3), pp. 287-298.
- World Economic Forum, W. E. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Geneva.