

تنافسية القطاع السياحي في الجزائر واقعه وتحدياته

صباح شنات - جامعة بومرداس

خضير خنصري - جامعة بومرداس

الملخص:

يعتبر التوسع القوي و المستدام الذي شهده النشاط السياحي العالمي أحد أهم الظواهر الاقتصادية التي يتسم بها هذا العصر، فقد أصبحت السياحة إحدى أهم الصناعات العالمية التي تشمل كافة النشاطات الاقتصادية ومصدرا رئيسيا من مصادر الدول من العملات الأجنبية وفرص العمل، لذلك ما فتئت السياحة تحظى باهتمام كبير في إستراتيجية التنمية لدى العديد من البلدان النامية.

بالنظر إلى ما تتمتع به الجزائر من تراث غني ومتنوع سواء طبيعيا أو جغرافيا أو تاريخيا أو ثقافيا وموارد نفطية هائلة، فهي تملك الإمكانيات الكبيرة لإرساء قطاع سياحي دولي مستدام، إلا أنه بالنظر إلى الحصة المتواضعة جدا والتي تحظى بها في سوق السياحة العالمية وضعف تنافسيتها الدولية، تفقد الجزائر فرصا كبيرة في أن تجعل من قطاعها السياحي مساهما فعالا في تنمية الاقتصاد الوطني.

وأمام هذا الوضع جاءت هذه الورقة البحثية لدراسة واقع تنافسية السياحة عالميا وموقع الجزائر في المؤشرات التنافسية الدولية للسياحة والتحديات والنقائص المسجلة في سبيل تحسين تنافسية القطاع دوليا، وحصر المتطلبات اللازمة لدعمها.

الكلمات المفتاحية: سياحة - تنافسية - السياحة الدولية - الجزائر.

المقدمة:

تلعب السياحة دورا مهما من حيث مساهمتها في التنمية الاقتصادية للدول، لما لها من دور في تأمين الموارد المالية بالعملة الصعبة والتحسين من وضع ميزان المدفوعات، المساهمة في رفع معدلات النمو والتخفيض من معدلات البطالة من خلال مناصب الشغل التي توفرها للأفراد. لذا يحظى قطاع السياحة و السفر بمكانة معتبرة في اقتصاديات دول العالم والتي تتنافس من أجل الحفاظ على حصتها السوقية في مجال خدمات السياحة من جهة والمحافظة على استدامة وجهتها من جهة أخرى.

تزرخ الجزائر بإمكانات سياحية هائلة إذ يمتد شريطها الساحلي على طول 1200 كلم، وصحراء من أجمل صحاري العالم بها أقدم الآثار والحضارات كما يوجد بالجزائر أكثر من 200 منبع معدني ... وبالرغم من هذه المقومات وغيرها لم تصل الجزائر بعد إلى تحقيق الأهداف المرجوة والوصول بهذا القطاع إلى مساهمة فعالة في تنمية الاقتصاد الوطني.

إن تطور القطاع السياحي في أي دولة، إنما يرتبط بمستوى تنافسيته مع بقية قطاعات السياحة في بقية دول العالم ومدى قدرته على استقطاب وجذب وفود السياح وتحقيق ديمومة المقصد السياحي.

انطلاقاً مما سبق جاءت هذه الورقة البحثية للإجابة عن الإشكالية التالية:
ما هو واقع تنافسية القطاع السياحي في الجزائر، وما هي متطلبات تعزيز و دعم هذه التنافسية؟
وقد قسم هذا العمل إلى ثلاثة محاور كالتالي:
المحور الأول: مفاهيم عامة عن التنافسية، أشكالها ومحدداتها.
المحور الثاني: تنافسية القطاع السياحي، تعريفها ومؤشرات قياسها.
المحور الثالث: تنافسية السياحة والسفر دولياً و في الجزائر، تحليل الواقع و التحديات.

المحور الأول: مفاهيم عامة عن التنافسية، أشكالها ومحدداتها أولاً: مفاهيم التنافسية:

يمكن تعريف التنافسية على عدة مستويات وذلك وفقاً لمنطلقات التحليل فنجد مفهوم التنافسية على مستوى المؤسسة، التنافسية على مستوى القطاع والتنافسية على مستوى الدولة.

1 مفهوم التنافسية على مستوى المؤسسة:

يشار إلى التنافسية على هذا المستوى عندما تتمكن المؤسسة من إنتاج السلع والخدمات بالتنوع الجيدة والسعر المناسب وفي الوقت المناسب، مما يعني القدرة على تلبية حاجات المستهلكين بصورة أكثر كفاءة من المؤسسات الأخرى.¹

كما تعرف أيضاً على أنها القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الربحية، النمو، الاستقرار، التوسع والابتكار والتجديد... وتتحقق التنافسية من خلال جملة من المتغيرات هي: التحكم في التكاليف، إدارة الجودة الشاملة، تجديد المنتجات وعناصر التعبئة والتغليف، وتخفيض الأسعار، إرضاء العملاء، كسب عملاء جدد، اتصالات تسويقية...².

2 مفهوم التنافسية على مستوى القطاع:

هي قدرة المؤسسات المشكلة لقطاع معين في بلد ما على الاستمرار في تحقيق التفوق في الأسواق الدولية دون اللجوء والاعتماد على دعم وحماية الدولة وتقاس تنافسية القطاع من خلال الربحية الكلية للقطاع وميزانه التجاري وحصيلة الاستثمار الأجنبي المباشر الوافد والخارج، إضافة إلى مقاييس أخرى تخص التكلفة وجودة المنتجات على مستوى القطاع.³

3 مفهوم التنافسية على مستوى الدولة:

تعرف منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي تنافسية الدول على أنها " القدرة على إنتاج السلع والخدمات التي تواجه اعتبار المنافسة الخارجية في الوقت الذي تحافظ فيه على توسع الدخل المحلي الحقيقي".⁴
ويعرف مؤشر التنافسية الدولية جدلاً من حيث تحديد مفهومه بفعل الاختلاف في المكونات والعناصر الكلية المؤلفة له والمعتمدة في تحديد مدى قدرة الدولة على المنافسة مع بقية الدول.

ثانياً: أشكال التنافسية:⁵

يمكن تقسيم التنافسية على عدة أنواع نذكر منها.

1 تنافسية السعر أو التكلفة:

وتقوم على أساس إمكانية أي دولة من تصدير سلعها في الأسواق الخارجية بصورة أفضل من غيرها، مع زيادة الإقبال على خدماتها بفعل تدني تكاليفها.

2 التنافسية غير السعرية : وهي بدورها تنقسم على قسمين:

• **التنافسية التقانية:**

تكون على أساس التنافس بين المشروعات فيها من خلال النوعية في صناعات عالية التقنية.

• **التنافسية النوعية:**

وهي قدرة المؤسسات على تصدير سلعتها حتى وإن كانت عالية السعر مقارنة بالمنافسين لأنها منتجات تتميز إضافة إلى النوعية، الملائمة وتسهيلات التوصيل، تتميز بعنصر الابتكار والجودة والتطابق مع رغبات المستهلك. **ثالثاً: محددات البيئة التنافسية:**⁶

تقسم المحددات التي تؤلف البيئة التنافسية الكلية للصناعة والتي تحكم عملية تحقيق المزايا التنافسية إلى ستة محددات حسب نموذج بورتر (نموذج الماسة)، أربعة منها رئيسية واثنان ثانويين.

1 **المحددات الرئيسية :**

- **عوامل الإنتاج:** وتتمثل في الموارد البشرية، الموارد المالية، عناصر المعرفة، رأس المال و البيئة وتشكل الاستغلال الأمثل لهذه العناصر أساس خلق منتج متميز، يساهم في نجاح الصناعة.
- **الطلب:** إن أول خطوة في تحقيق التنافسية هو تحفيز الطلب المحلي على منتجات وخدمات الصناعة المعنية لما له من أثر كخطوة قائمة نحو تحقيق القدرة على الإنتاجية للطلب العالمي ودخول المنافسة الدولية.
- **الصناعات الداعمة وذات الارتباط بالصناعة المعنية:** يؤدي نجاح صناعة معينة إلى توفير إمكانيات وفرص انتقال المعلومات وتبادل التكنولوجيا التي تساهم في رفع الإنتاجية وترفع من الطلب على منتجات وخدمات الصناعات الأخرى المكمل للصناعة المعنية وذات الصلة بها، مما يخلق تفاعل وتكامل بين فروع الصناعة الواحدة وبين القطاعات المختلفة.
- **إستراتيجية المؤسسة هيكلها ووضع المنافسة:** إن قدرة المؤسسات على تبني استراتيجيات وسياسات وأساليب إدارية متلائمة مع البيئة المحلية وقدرتها على وضع هياكل تنظيمية فعالة وتعد إحدى الخواص الأساسية لكسب ميزة تنافسية محلية تمكنها مستقبلاً من اختراق الأسواق الدولية

2 **المحددات الثانوية:**

وتتضمن عاملي، دور الدولة و عوامل الصدفة

• **دور الدولة :**

على الرغم من الجدل القائم بين دور الدولة في دفع عجلة التنافسية بين التدخل المباشر للحكومة والدعم والحماية ودور المساند غير المباشر، تميل الآراء إلى ضرورة بروز الدور غير المباشر لها في شكل إجراءات مهينة لبيئة الأعمال المحيطة بالمؤسسات، كالعامل على تقليص القيود التجارية والضريبية وتوفير البيئة التي تساهم في اكتساب المزايا التنافسية.

• **عوامل الصدفة:**

وتتمثل في الظروف التي تطرأ في شكل مفاجئ وتكون خارج نطاق الدولة والمؤسسة وتحدث تحولات هامة على مستوى الصناعة أو بيئتها الخارجية (تغيرات في الأسواق المالية العالمية، تقلبات أسعار الصرف، الحروب،...).

مثل هذه الأحداث تخلق ظروفًا استثنائية مهمة من شأنها أن تلغي مزايا تنافسية لصناعات معينة، مما يجعل فرص التنافسية تتوزع أحياناً بشكل عشوائي.

المحور الثاني: تنافسية القطاع السياحي، تعريفها ومؤشرات قياسها

أولاً : تعريف السياحة

تعرف مدرسة الفكر السياحي في سويسرا السياحة بأنها: " مجموعة من الظواهر و العلاقات التي تنشأ نتيجة لسفر أو إقامة الشخص الأجنبي، إقامة مؤقتة بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور".⁷ كما تعرف على أنها: " مجموعة الأنشطة المترابطة والمتعلقة بالسفر ووقت الفراغ وهي صناعة هدفها إشباع حاجات السائح من خلال استغلال الموارد السياحية وتحويل الموارد البشرية والمادية والمالية إلى خدمة".⁸

ثانياً: تعريف تنافسية السياحة

تعرفها المنظمة العالمية للسياحة على أنها " الارتفاع في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات المقدمة في السياحة بما يرضي المستهلكين"⁹ كما تعرف تنافسية القطاع السياحي على أنها " مقدره المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم والحماية والحكومية... ويعتبر القطاع تنافسيا لما تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة سواء المحلية أو الدولية من خلال المحافظة على حصتها السوقية و العمل على تنميتها باستمرار وتحقيق الأرباح".¹⁰

ثالثاً: مؤشرات قياس تنافسية السياحة

1 حسب مؤشرات مرصد تنافسية السياحة:* تقاس التنافسية الدولية للسياحة من خلال المؤشرات التالية:

- **مؤشر السعر:** ويعبر عن أسعار السلع الرئيسية المستهلكة من طرف السياح ويتألف من مركبين هما أسعار الفنادق ومؤشر القوة الشرائية للعملة.
- **مؤشر تطور البنية التحتية:** وتشكل كل عناصر البنية التحتية المتعلقة بالسياحة كمدى تطور شبكة السكك الحديدية، كمية ونوعية شبكة الاتصالات السلكية و اللاسلكية، المطارات، حالة الطرقات والمرافق الصحية، المياه...
• **مؤشر البيئة و المحيط:** تعد جودة البيئة من العوامل الأساسية المحددة للوجهة السياحية ويعكس هذا المؤشر نوعية المحيط المادي ومدى دعم ومشاركة الدولة في إدارة البيئة ويضم هذا المؤشر الكثافة السكانية، لبيعات ثاني أكسيد الكربون، المصادقة على المعاهدات الدولية .
- **مؤشر التطور التكنولوجي:** ويعبر عن مدى استخدام القطاع السياحي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- **مؤشر الموارد البشرية:** ويعبر عن مستوى اليد العاملة في قطاع السياحة من حيث التعليم وخبرتها وكفاءتها في مجال الإدارة الفندقية والتسيير السياحي، لما له من تأثير على تقديم خدمة ذات جودة للسائح.
- **مؤشر الانفتاح:** يعبر هذا المؤشر على درجة انفتاح الدولة على التجارة الدولية ويتضمن جملة من المؤشرات نذكر منها مؤشر الحصول على التأشيرة، مؤشر الانفتاح السياحي والتجاري ومؤشر مقدار الضرائب على التجارة الدولية.
- **مؤشر التنمية الاجتماعية:** تقاس جودة الحياة، بواسطة مؤشر التنمية الاجتماعية والذي يجمع بين مؤشر التنمية البشرية HDI والفروع الثلاث (متوسط العمر، التعليم ومستوى الدخل)، مؤشر الحواشيب الفردية، مؤشر امتلاك تلفزيون، وترتبط جودة الحياة بالجانب السياحي من خلال مساهمتها في جودة النشاط السياحي في الوجهة.

• **مؤشر التنمية البشرية السياحية (HII):** يقيس هذا المؤشر مستوى التنمية البشرية على نطاق النشاط السياحي ويحسب على أساس متوسط مؤشر آثار السياحة ومؤشر المشاركة السياحية، حيث يقيس الأول الأثر المباشر للسياحة على الاقتصاد من خلال جمع إجمالي إيرادات ونفقات السياح وحسابها كنسبة مئوية من الناتج الداخلي الإجمالي، ويقاس الثاني مشاركة الأفراد في النشاط السياحي عن طريق حساب مجموع السياح الوافدين والمغادرين كنسبة مئوية من مجموع سكان البلاد.

2 حسب معيار تنافسية قطاع السياحة والسفر للمنتدى الاقتصادي العالمي:¹¹

يقوم المنتدى الاقتصادي العالمي وبصفة دورية بإصدار تقارير التنافسية العالمي لقطاع السياحة والسفر ويضم عام 2013، 140 دولة حيث يهدف التقرير دوريا إلى قياس وتحديد العوامل والسياسات المؤثرة على تنمية قطاع السياحة والسفر في الدول مجال الدراسة.

ويعتمد هذا التقرير في تحليله لتنافسية السياحة والسفر على 14 مؤشرا تشكل في مجملها العوامل المؤثرة في تنافسية القطاع.

يضع المعيار لكل دولة مجالا من ستة نقاط (06) في كل فرع من فروع المعيار، تعبر عن مدى فاعلية المعيار ويتألف من 3 فروع أساسية، لكل فرع مجموعة من المؤشرات.

الفرع الأول ويخص مؤشر الإطار التنظيمي والقانوني للسياحة ويضم خمسة عوامل هي:

• السياسات و الأنظمة المسيرة للقطاع؛

• التشريعات البيئية؛

• الأمن والسلامة؛

• النظافة والصحة العامة؛

• الأولويات المتبعة في القطاع.

الفرع الثاني ويخص مؤشر البنية التحتية وبيئة الأعمال في القطاع ويضم بدوره خمسة عوامل هي:

• النقل الجوي؛

• النقل البري؛

• هياكل البنية السياحية؛

• بيئة تكنولوجية المعلومات في القطاع؛

• تنافسية الأسعار في القطاع.

الفرع الثالث ويتعلق بمؤشر الموارد البشرية والثقافية والطبيعية في القطاع السياحي ويحتوي على أربعة عوامل هي:

• الموارد البشرية؛

• فهم السياحة الوطنية (الوعي السياحي)؛

• الموارد الطبيعية؛

• الموارد الثقافية.

المحور الثالث: تنافسية السياحة والسفر دوليا وفي الجزائر تحليل الواقع والتحديات

يحكم تطور القطاع السياحي عالميا الاتجاهات التي يعرفها الاقتصاد العالمي اليوم متمثلة في:¹²

- العولمة، التغيرات المناخية و التنمية المستدامة.

- اقتصاد المعرفة كقوة إنتاجية رئيسية في القرن الحالي.
 - تطور العمران و التعديلات التي يحدثه على مستوى الأنظمة السياحية.
 - التنمية المحلية كأساس لتجديد ثروات المناطق والأقاليم.
- فما هو واقع السياحة الدولية في ظل هذه المتغيرات؟

أولاً: على المستوى الدولي

1. اتجاهات السياحة الدولية:¹³

ماتفك قطاع السياحة يعكس اتجاهها تصاعديا في الاقتصاد العالمي كما هو موضح في الجدول أدناه، حيث لا يزال القطاع يحافظ على مستويات نموه في الاقتصاد العالمي باستثناء عام 2009، حيث سجلت انخفاضا في كل من أعداد الوافدين من السياح و عوائد السياحة نتيجة للأزمة الاقتصادية العالمية ومع ذلك عرفت السنوات الموالية قدرة القطاع على تعويض هذه الخسائر.

الجدول رقم (1): الوفود السياحية الدولية والعوائد السياحية خلال الفترة (2008 – 2012)

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012
عدد السياح (مليون)	929	894	952	996	1035
عوائد السياحة (مليار دولار أمريكي)	941	853	927	1030	-

المصدر: منظمة السياحة العالمية، توريضمها بلايتس العدد 2012.

2 نصيب المناطق من السياحة الدولية:¹⁴

تميزت أنشطة السياحة الدولية بالانتشار المستمر على الصعيد الجغرافي والتنوع في المقاصد السياحية، إن شعبية المقاصد التقليدية الشائعة مثل الأمريكيتين وأوروبا أصبحت تعرف منافسة بعض المقاصد في منطقة آسيا والمحيط الهادي ومع ذلك لا تزال أوروبا تجذب إليها ما يعادل نصف سياح العالم بنسبة 51,7%، بينما يتراجع نصيب منطقة الشرق الأوسط من السياح الدوليين بفعل الأحداث السياسية التي عرفت المنطقة.

الجدول رقم (2): نصيب المناطق الجغرافية من السياح الدوليين الوافدون (%)

السنوات	2010	2011	2012
أوروبا	51,2	52	51,7
آسيا	21,5	21,9	22,5
الأمريكيتين	15,8	15,7	15,7
افريقيا	5,2	4,9	5,1
الشرق الأوسط	6,2	5,6	5,1

المصدر: منظمة السياحة الدولية.

3. تحليل تنافسية السياحة و السفر دوليا من خلال تقرير المرصد العالمي لسنة 2013:

وفقا لمؤشر تنافسية السياحة و السفر لعام 2013 حافظت الدول الأوروبية على مكانتها في ترتيب العشر الأوائل، حيث جاءت سويسرا في المرتبة الأولى كما كانت عليه في سنة 2011 وكذا ألمانيا في المرتبة الثانية، بينما تراجعت فرنسا بـ 4 مراتب وتقدمت اسبانيا بأربع مراتب مقارنة بسنة 2011، وحافظت سنغافورة على المرتبة العاشرة.

الجدول رقم (3): ترتيب العشر دول الأوائل في تقرير تنافسية السياحة والسفر عامي 2011 – 2013

الدولة	2011 (139 دولة)	2013 (140 دولة)	التغير
سويسرا	1	1	-
ألمانيا	2	2	-
النمسا	4	3	+1
اسبانيا	8	4	+4
بريطانيا	7	5	+2
الولايات المتحدة	6	6	-
فرنسا	3	7	-4
كندا	9	8	+1
السويد	5	9	-4
سنغافورة	10	10	-

المصدر: تقرير تنافسية السياحة والسفر عامي 2011، 2013.

ومن ضمن العشر دول هذه سجلنا حسب كل محور من المحاور الخاصة بالمؤشرات الفرعية ما يلي :

- عادت المراتب الثلاث الأولى فيما يخص محور الإطار التنظيمي والقانوني لقطاع السياحة لكل من سويسرا، النمسا، سنغافورة على الترتيب.
- عادت المراتب الثلاث الأولى فيما يخص محور البنية التحتية وبيئة الأعمال على الترتيب لكل من سويسرا، الولايات المتحدة، سنغافورة.
- أما فيما يخص محور الموارد البشرية، الطبيعية والثقافية فقد كان ترتيب كل من الولايات المتحدة في المقدمة تليها سويسرا ثم بريطانيا.

ثانيا: على مستوى الجزائر

يساهم قطاع السياحة في الجزائر بنسبة ضعيفة جدا في خلق الثروة وبمستويات أدنى بكثير مما يحققه قطاع السياحة دوليا (10%).¹⁵ وهذا نصيب القطاع السياحي في الجزائر في الناتج الداخلي الخام في الجزائر خلال الفترة (2007 – 2010).

الجدول رقم (4) : نصيب القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام خلال الفترة (2007 – 2010)

السنوات	2007	2008	2009	2010
الناتج الداخلي الخام (مليار د ج)	9366,6	11090	10034,3	12049,5
الناتج الداخلي الخام في السياحة (مليار د ج)	8075,8	91175,5	105451,5	114387,8
حصة السياحة في الناتج الداخلي الخام %	1,7 %	2,05	2,3	2,3

Source: ONS, MTA, 2011.

1 تنافسية قطاع السياحة والسفر في الجزائر تحليل الواقع والتحديات:

اعتمادا على مؤشر تنافسية السياحة والسفر لعام 2013، احتلت الإمارات العربية المتحدة أحسن مستوى تنافسية على المستوى العربي بينما احتلت الجزائر المرتبة 132 عالميا ضمن قائمة من الدول عددها 140 دولة. ومن خلال الجدول رقم 5، نلاحظ أنه إضافة إلى موقعها في مؤخرة قائمة الدول العربية لا تلبها سوى إلى من وموريتانيا تكون الجزائر قد تراجعت في مستوى تنافسية قطاعها السياحي بـ 19 مرتبة ما بين 2011 و2013، هذا الفارق لم تحققه مصر التي عرفت ظروف سياسية واقتصادية حرجة.

الجدول رقم (5): ترتيب بعض الدول العربية ضمن مؤشر تنافسية السياحة والسفر لعامي 2011 – 2013

الدولة	الرتبة في 2011 (دولة) 139	الرتبة في 2013 (140 دولة)	التغير
قطر	42	41	+1
الإمارات المتحدة	30	28	+2
البحرين	40	55	-15
الأردن	64	60	+4
مصر	75	85	-10
المغرب	78	71	+7
الكويت	95	101	-6
لبنان	70	69	+1
الجزائر	113	132	-19
اليمن	-	133	-
موريتانيا	136	134	+2

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لتقرير تنافسية السياحة والسفر 2011، 2013.

أما فيما يتعلق بالمجموعات الرئيسية التي قسمت المؤشر على أساسها فقد حصلت الجزائر على التصنيفات التالية:¹⁶

- على مستوى الاطار التنظيمي جاءت في المرتبة 134 بمؤشر 3,3.
 - على مستوى مؤشر البنية التحتية وبيئة الأعمال احتلت المرتبة 126 بمؤشر 2,66.
 - على مستوى مؤشرات الموارد البشرية والثقافية والطبيعية، جاءت في المرتبة 123 بمؤشر 3,25.
- الجدول رقم (6) : ترتيب الجزائر ضمن المؤشرات الفرعية للمجموعات الأساسية في تنافسية السياحة والسفر بين عامي

2013 – 2011

المؤشر	المرتبة 2011	المرتبة 2013
1 مؤشر الاطار التنظيمي و القانوني لقطاع السياحة	112	134
1-1 السياسات و الأنظمة المسيرة للقطاع	118	133
2-1 التشريعات البيئية	120	136
3-1 الأمن و السلامة	120	132

90	95	النظافة و الصحة العامة	4-1
140	130	الاولويات المتبعة في القطاع	5-1
126	110	مؤشرات البنية التحتية وبيئة الأعمال في القطاع	2
115	103	النقل الجوي	1-2
126	105	النقل البري	2-2
131	122	البنية السياحية	3-2
115	107	بيئة التكنولوجيا المعلومات في القطاع	4-2
28	35	تنافسية الأسعار في القطاع	5-2
123	116	الموارد البشرية و الثقافية و الطبيعية	3
103	91	الموارد البشرية	1-3
137	129	فهم السياحة الوطنية	2-3
121	99	الموارد الطبيعية	3-3
74	72	الموارد الثقافية	4-3

المصدر: تقرير تنافسية السياحة و السفر عام 2011 و 2013.

فضلا عن الوضع المتدني المسجل على مستوى الإطار التنظيمي والقانوني في قطاع السياحة في الجزائر خلال عام 2013 (المرتبة 134)، عرف هذا العامل تراجعاً مقارنة بسنة 2011 (المرتبة 112) وما عدا التحسن النسبي المسجل على مستوى مؤشر الصحة العامة والنظافة والذي يعكس نوعية الرعاية الصحية ومدى إمكانية الحصول على العلاج والمياه الشروب، عرفت العناصر الأخرى المكونة للمجموعة الرئيسية الأولى تراجعاً ملحوظاً يرجع إلى:

- عدم مرونة القوانين والإجراءات التنظيمية فيما يخص تحصيل التأشيرات والمدة اللازمة للحصول على مشروع استثماري وانطلاقه ميدانياً.
- ضعف الاهتمام بالجانب البيئي بصفة عامة وعلاقة البيئة بالسياحة بصفة خاصة.
- نقص اهتمام الدولة بالقطاع، من حيث حجم الإنفاق الموجه له وقلة مشاركتها في التظاهرات الدولية الخاصة بالتعريف بالقطاع السياحي.
- أما عن مؤشر البنية الأساسية وبيئة الأعمال فبدوره عرف التراجع من المرتبة 110 عام 2011 إلى الرتبة 126 عام 2013، إذ ما عدا مكون تنافسية الأسعار الذي تسجل فيه الجزائر تنافسية جيدة بفعل انخفاض أسعار الوقود، أسعار تذاكر السفر انخفاض معدل التضخم المحلي، وأسعار الفنادق، كل العناصر الأخرى المكونة للمؤشر عرفت تراجعاً كبيراً ويعزى ذلك إلى:
 - تراجع هياكل النقل الجوي والبري كما ونوعاً على الرغم من الانجازات المحققة في السنوات الأخيرة.
 - قلة الهياكل والبنى السياحية والمنتجعات والفنادق الموافقة للتصنيفات الدولية.
 - الاستخدام الضعيف لتكنولوجيا المعلومات في القطاع (التسويق الإلكتروني، الحجز الإلكتروني، توفر المواقع السياحية على صفحات الوب...).
 - بنوك وخدمات مالية غير ملائمة مع متطلبات السياحة العصرية.

- العجز في تسويق صورة الجزائر كمقصد سياحي.

تراجع مؤشر الموارد البشرية والثقافية والطبيعية من المرتبة 116 عام 2011 إلى المرتبة 123 عام 2013، سجلت الموارد الثقافية تنافسية حسنة نسبيا وذلك بفضل ما تزخر به الجزائر من مواقع ثقافية وأثرية مصنفة دوليا، أما بقية العناصر الأخرى فقد شهدت وضع الترددي بفعل:

- ضعف التكوين والتأهيل السياحي المتخصص للعاملين في القطاع مع ندرة عدد المراكز والمدارس المتخصصة في هذا المجال.
- ضعف الوعي السياحي في المجتمع وماله من أثر على توافد السياح.

3. متطلبات تفعيل وترقية تنافسية قطاع السياحة في الجزائر: 17

أمام الواقع المحزن الذي تشهده تنافسية القطاع السياحي في الجزائر في التصنيفات الدولية مع الاستمرار في تسجيل وضع التراجع الكبير، يستدعي الأمر النظر إلى هذا القطاع نظرة فاحصة ودقيقة لكل مستويات الضعف التي يسجلها وتحسينها في سبيل جعله قطاعا تنافسيا ومساهما إيجابيا في التنمية الاقتصادية ويمكن في هذا السياق طرح عدد من التوصيات كخطوط إرشادية لتفعيل ودعم تنافسية القطاع.

- يجب أن يكون تحقيق التنمية السياحية المستدامة جزء لا يتجزأ من خطط العمل واستراتيجيات التنمية الوطنية، كما يجب أن تركز أهداف وبرامج العمل التي تستهدف التنمية السياحية على تطوير وترقية الحوافز الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للسياحة.
- يجب أن تتضمن مشاريع واستراتيجيات التنمية السياحية المواضيع التي تهدف إلى تعزيز الاستدامة البيئية.
- الارتقاء بجودة وكفاءة البنى الأساسية والخدمات المتعلقة بالسياحة مثل الفنادق، الطرق والمرافق العامة ووسائل النقل والاتصالات واللوائح المنظمة للتأثيرات من أجل تقديم خدمات سياحية على المستوى العالمي للزوار، وخلق بيئة مفضية لسلامة وأمن السياح في تنقلهم وسفرهم.
- ترقية التعاون بين سياسات قطاعي النقل والسياحة لتحقيق أكبر قدر من الحرية في حركة السياح عبر الحدود.
- تشجيع مشاركة القطاع الخاص في تطوير النشاط السياحي، من خلال تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص بهدف وضع السياسات والاستراتيجيات واللوائح ذات العلاقة بالتنمية السياحية المستدامة.
- تنويع المنتجات السياحية من خلال تفعيل البرامج الاجتماعية والنشاطات التقليدية التي يشارك فيها السكان المحليون.
- ترقية وتطوير التعليم الموجه نحو السياحة، على اعتبار أن ذلك سيغير المفاهيم المتعلقة بالسياحة في أذهان الناس ورفع الوعي بالفرص والتحديات التي ينطوي عليها القطاع، وينبغي أن يرافق ذلك استغلال فعال لوسائل الإعلام ولجميع التسهيلات الترويجية.
- على السلطات السياحية القومية أن تعمل على تقديم وتوفير البرامج التدريبية والتعليمية حول مختلف جوانب السياحة وخصوصا تلك الموجهة إلى الموظفين في مجال السياحة ويجب أن تشمل تلك البرامج مجموعة واسعة من تعلم اللغات الأجنبية وتقنيات الأعمال والسياحة والتأثيرات البيئية والاجتماعية والثقافية، ولدعم تلك البرامج يجب العمل على توفير الدعم المالي والتقني.

- إنشاء دليل الجزائر للسياحة على شبكة الانترنت، بهدف تزويد كافة الناشطين في قطاع السياحة بمعلومات شاملة وحديثة عن الفرص السياحية المتاحة.
- تشجيع الاستثمارات في مجال السياحة العاملة والخاصة في المشاريع السياحية، من خلال تقديم التسهيلات الخاصة ومنح المعاملات التفضيلية للمستثمرين الأجانب.

الخاتمة :

يستدعي الدور الذي تلعبه السياحة في التنمية الاقتصادية إلى البحث على تدعيم وتعزيز تنافسيتها الدولية التي تعرف تراجعا مستمرا إضافة إلى تواجدها في المراتب الأخيرة في مجمل المؤشرات الفرعية لمعيار تنافسية السياحة والسفر ومع ذلك تحقق الجزائر بعض المزايا (كالموارد الثقافية، الصحة والسلامة، تنافسية الأسعار) ويبقى القطاع يعرف متطلبات أساسية للرفع من قدرته التنافسية الدولية ونذكر منها:

- تشجيع الاستثمار بأنواعه (العام، الخاص والأجنبي) في القطاع السياحي.
- رفع حجم الإنفاق على القطاع.
- إشراك كافة الفاعلين في القطاع في وضع استراتيجيات تنميته وتنفيذه.
- التنويع في المنتجات السياحية.
- مساهمة أفضل للمواطنين في ترقية القطاع عبر رفع الحس والوعي السياحي لديهم.

الهوامش:

- 1-) وديع محمد عدنان، "محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية"، بحوث و مناقشات، تونس، 21/19 جوان 2001.
- 2-) فريد النجار، " المنافسة و الترويج التطبيقي"، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2000، ص ص 12، 11.
- 3-) كمال رزيق، فارس مسدور، " مفهوم التنافسية"، الملتقى الوطني حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 29-30 أكتوبر 2002، ص 102.
- 4-) برحال عبد الوهاب، سرحان سامية، تقييم القدرة التنافسية للاقتصاد الجزائري وفقا لمؤشر التنافسية العالمي، الملتقى الوطني الأول حول دور القطاع الخاص في رفع تنافسية الاقتصاد الجزائري و التحضير لمرحلة ما بعد البترول، جامعة جيجل، 2011، ص 4.
- 5-) وديع محمد عدنان، " القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية" ، العدد24، المعهد الوطني للتخطيط، الكويت، 2003، ص 7.
- 6-) نرجس حداد، " نمو النشاط السياحي كمؤشر لقياس التنافسية دراسة حالة المؤسسات الفندقيتين الأوراسي و الجزائر" ، رسالة ماجستير، جامعة العربي التبسي، 2008-2009 ، ص ص 54 ، 58.
- 7) -LozatoGiotart, Jean pierre, Biographie du tourisme, Pearson Edition, France, 2003, p21.
- 8) Lanquart Robert, L'économie du tourisme, Série que sais-je ?, Paris, France, 1994, p11.
- 9 و 10-) رياض بن جليلي و آخرون، السياحة في الدول العربية مقوماتها و مكان تنافسيتها، مجلة التنمية و السياسة الاقتصادية، المجلد10، العدد الأول، 2008، ص ص 2، 3.
- * هو عبارة عن عمل مشترك بين المجلس العالمي للسياحة و السفر و معهد كريستال ديهان لبحوث السياحة و السفر يغطي أكثر من 200 دولة يحصل على معلوماته من البنك العالمي و هيئة الأمم المتحدة و يبحث في قياس التنافسية السياحية للدول.
- 11-) التقرير العالمي لتنافسية السياحة و السفر 2013.

12) Les tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2010,p02.

13 و15)- السياحة، مكتب تنسيق الكومسيك، مايو 2013، ص ص 135، 136.

15) Aidlilakehal, Le rôle des dépenses publiques dans les performances touristiques en Algérie, colloque international sur l'évaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014, Université de Sétif, 11-13 Mars 2013, p19.

16)- تقرير تنافسية السياحة والسفر عام 2013.

17)- السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي، التحديات و الأفاق، مركز الأبحاث الإحصائية و الاقتصادية و الاجتماعية و التدريب للدول الإسلامية، منظمة المؤتمر الإسلامي، 2007.

المراجع:

1- باللغة العربية:

- برحال عبد الوهاب، سرحان سامية، تقييم القدرة التنافسية للاقتصاد الجزائري وفقا لمؤشر التنافسية العالمي، الملتقى الوطني الأول حول دور القطاع الخاص في رفع تنافسية الاقتصاد الجزائري والتحضير لمرحلة ما بعد البترول، جامعة جيجل، 2011.
- رياض بن جليلي وآخرون، السياحة في الدول العربية مقوماتها ومكان تنافسيها، مجلة التنمية والسياسة الاقتصادية، المجلد 10، العدد الأول، 2008.
- فريد النجار، " المنافسة والترويج التطبيقي"، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2000.
- كمال رزيق، فارس مسدور، " مفهوم التنافسية"، الملتقى الوطني حول تنافسية المؤسسات الاقتصادية وتحولات المحيط، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 29-30 أكتوبر 2002.
- وديع محمد عدنان، "محددات القدرة التنافسية للأقطار العربية في الأسواق الدولية"، بحوث ومناقشات، تونس، 21/19 جوان 2001.
- وديع محمد عدنان، "القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية"، العدد 24، المعهد الوطني للتخطيط، الكويت، 2003.
- نرجس حداد، " نمو النشاط السياحي كمؤشر لقياس التنافسية دراسة حالة المؤسسات الفندقية الأوراسي والجزائر"، رسالة ماجستير، جامعة العربي التبسي، 2008—2009.
- السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي، التحديات و الأفاق، مركز الأبحاث الإحصائية و الاقتصادية و الاجتماعية و التدريب للدول الإسلامية، منظمة المؤتمر الإسلامي، 2007.
- التقرير العالمي لتنافسية السياحة والسفر 2013.
- السياحة، مكتب تنسيق الكومسيك، مايو 2013.

2- باللغة الفرنسية:

- Aidli lakehal, Le rôle des dépenses publiques dans les performances touristiques en Algérie, colloque international sur l'évaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014, Université de Sétif, 11-13 Mars 2013.
- Lozato Giotart, Jean pierre, Biographie du tourisme, Pearson Edition, France, 2003.
- Lanquart Robert, L'économie du tourisme, Série que sais-je ?, Paris, France, 1994.
- Les tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2010.