

أهمية تحسين بيئة الأعمال في تعزيز تنافسية القطاع السياحي بالجزائر: دراسة مقارنة مع مجموعة من الدول العربية

نوال خنتار
طالبة دكتوراه

د. عبد الله قلش
أستاذ محاضر «أ»

جامعة حسيبة بن بوعلی الشلف
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

الملخص

نهدف من خلال البحث إلى تحديد أهمية تحسين بيئة الأعمال في تعزيز تنافسية القطاع السياحي بالجزائر، ومن أجل ذلك قمنا بتحليل تنافسية القطاع السياحي بالجزائر مقارنة بالدول العربية، وفقا لتقرير تنافسية السياحة والسفر الصادر عن منتدى الاقتصاد العالمي لسنة 2017، والذي يتكون من أربعة مؤشرات فرعية، تمثلت في البيئة التمكينية، والتي بدورها تنفرع إلى مؤشرات فرعية تتمثل في بيئة الأعمال، السلامة والأمن، الصحة والنظافة، الموارد البشرية وسوق العمل، الجاهزية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، بالإضافة إلى مؤشر سياسة وشروط التمكين الذي يتفرع كذلك إلى أولويات السفر، الانفتاح الدولي، تنافسية الأسعار، الاستدامة البيئية، أما المؤشر الثالث فيتمثل في البنية التحتية الذي يحتوي على بيئة النقل الجوي، البنية التحتية للأرض والميناء، البنية التحتية للخدمات السياحية، في حين تمثل المؤشر الأخير في الموارد الطبيعية والثقافية، إضافة إلى تحليل مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام والتشغيل، ثم وضعية العوامل البيئية الخاصة والعامّة المؤثرة على تنافسية القطاع السياحي بالجزائر ومساهمتها في ذلك بالمقارنة مع مجموعة من الدول العربية، لنصل في النهاية إلى أهم المدخل التي يمكن الارتكاز عليها في إصلاح بيئة الأعمال الجزائرية بشكل يجعلها أكثر قدرة على تعزيز تنافسية القطاع السياحي.

بناءً على تحليل العوامل المعوقة لعملية التنمية، وتقييم الجهود والإصلاحات التي تبنتها الدول في هذا المجال، من الناحية التنظيمية، التشريعية، المؤسسية وتقييم النتائج المحققة على أرض الواقع، توصلنا إلى أن هذه الأخيرة لم تكن في مستوى التطلعات، ولم تكن تعكس حجم الجهود والأعباء المالية، البشرية والتنظيمية التي اعتمدها الدولة، مقارنة مع أداء قطاع السياحة في الدول العربية المعتمدة في هذه الدراسة، وهذا رغم توفر المقومات الحضارية، الثقافية، التاريخية والطبيعية الضرورية لانتعاش قطاع السياحة، وهذا ما قادنا إلى الاستنتاج بان قصور أداء القطاع السياحي بالجزائر يعود بالدرجة الأولى إلى عوامل سلبية تميز المنظومة الإدارية، التنظيمية، الاجتماعية والثقافية، والتي تشجع بشكل كبير على انتشار ظاهرة الفساد الإداري بكل أنواعه، إضافة إلى ثقافة الاستهلاك والاعتماد على الربح، وهذا ما يتطلب إصلاحات جذرية تشمل بالإضافة إلى الجانب الإداري والتنظيمي، الجوانب الاجتماعية والثقافية بغرض غرس قيم تساعد على تنمية قطاع السياحة.

الكلمات المفتاحية: بيئة الأعمال، قطاع السياحة الجزائري، الإيرادات السياحية، تنافسية قطاع السياحة، عدد السياح، البنية التحتية لقطاع السياحة.

المقدمة

تسعى الجزائر جاهدة إلى تعزيز قدراتها الاقتصادية، ودفع عجلة التنمية وتحقيق التنوع الاقتصادي خارج قطاع المحروقات، خاصة بالنظر إلى تلك الأضرار التي نجمت عن الاعتماد بشكل حاد على النفط، ليس فقط فيما يتعلق بتذبذب موارد الخزينة وعجزها عن تمويل المشروعات التنموية، بل يتعدى ذلك إلى إحداث آثار سلبية متعددة شملت مختلف

* تم استلام البحث في ديسمبر 2018، وقبل للنشر في مارس 2019، وتم نشره في ديسمبر 2021.

المجالات والجوانب في المجتمع، وطريقة تعامل وسلوك الأفراد حيال الدولة وسياساتها والمشكلات الاقتصادية التي تواجهها، ولهذا راهنت الجزائر على تطوير وتحسين قطاعات أخرى على غرار القطاع الصناعي، الفلاحي والخدمي، وخاصة تلك التي ترتبط بشكل مباشر باستقطاب العملة الصعبة وتوفير إيرادات للدولة. حيث يتصدر تلك القطاعات، قطاع السياحة الذي أصبح يلفت الأنظار، ويجلب اهتمام المفكرين والمسؤولين على حد سواء، بالنظر إلى أهميته الاقتصادية.

وقد باتت من متطلبات تنوع الاقتصاد كضرورة لتخفيف مخاطر الاعتماد على المحروقات، الاهتمام بالسياحة والعمل على تطويرها وتنميتها على نحو خاص، بما يجعل من هذا القطاع أكثر قدرة على المنافسة وتفعيل دوره في التنمية الاقتصادية، وخاصة فيما يتعلق باستقطاب رؤوس الأموال وجلب العملة الصعبة ورفع المستوى المعيشي، ومن ثم تحقيق تنوع في إيرادات الدولة والتخلص من التبعية المفرطة لقطاع المحروقات وتبعاته الخطيرة على الدولة.

وعليه وفي ظل استشعار الحكومة بخطورة المرحلة التي تمر بها، نتيجة انهيار أسعار النفط وما نتج عنه من تقلص الموارد المالية للخزينة العمومية، اتجهت الجزائر نحو تبني خطط تنموية شاملة، تستهدف في طياتها قطاع السياحة، وركزت خلالها كثيرا على إصلاح بيئة الأعمال في إطار ما يسمى بالمخطط التوجيهي للهيئة السياحية (SDAT, 2030)، وهذا بغرض تعزيز تنافسية هذا القطاع، وانطلاقا من هذا يمكن صياغة إشكالية بحثنا هذا على النحو الآتي:

ما مدى مساهمة جهود تحسين بيئة الأعمال في تطوير تنافسية القطاع السياحي بالجزائر؟

فمن خلال هذا البحث نعمل على تحديد المدخل المهمة، التي يمكن الاستناد إليها في تحسين بيئة الأعمال، بشكل يجعلها ذات فعالية كبيرة في تطوير تنافسية القطاع السياحي بالجزائر، وينطوي الهدف الرئيس للبحث على مجموعة من الأهداف الفرعية والمتمثلة فيما يلي:

- تقييم تنافسية قطاع السياحة بالجزائر.
- تحليل حالة عوامل بيئة الأعمال المؤثرة على قطاع السياحة
- تحديد كيفية واتجاه تأثير عوامل بيئة الأعمال على مؤشرات تنافسية قطاع السياحة
- تفسير أسباب تراجع تنافسية قطاع السياحة بالجزائر في ظل المخطط التوجيهي للهيئة السياحية
- اقتراح الحلول المناسبة لتنمية وتحسين تنافسية قطاع السياحة الجزائري
- ومن أجل ذلك سنعمل على دراسة العناصر التالية:
- محددات وأبعاد تنافسية القطاع السياحي الجزائري.
- تحليل تنافسية القطاع السياحي بالجزائر مقارنة ببعض الدول العربية
- تحليل المقومات البيئية الداعمة لتنافسية قطاع السياحة بالجزائر
- تحليل عوامل بيئة الأعمال المساهمة في إضعاف تنافسية القطاع السياحي بالجزائر.
- تحديد الإصلاحات البيئية الضرورية لإنعاش قطاع السياحة بالجزائر.

من أجل الإجابة على إشكالية البحث وتحليل محاوره الأساسية والوصول إلى أهدافه، اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال تحليل مجموعة من الإحصائيات والبيانات المتعلقة بإجراءات تحسين بيئة الأعمال في الجزائر، وكذا تلك الدالة على مؤشرات تنافسية قطاع السياحة بها، ومقارنتها مع مؤشرات السياحة في مجموعة من الدول العربية، وهذا خلال الفترة الزمنية الممتدة بين 2010 و2015، كما تم الاعتماد على أدوات التقييم والمقارنة والتحليل للوصول إلى الأهداف المنشودة من وراء هذا البحث.

فقد استخدمنا المنهج التحليلي المقارن الذي من خلاله تم مقارنة تنافسية القطاع السياحي الجزائري بمختلف مكوناته الفرعية، بتنافسية هذا القطاع في مجموعة من الدول العربية والمتمثلة في المغرب وتونس ومصر، وذلك لأن هذه الدول تهتم كثيرا بهذا القطاع والذي يعرف انتعاشا بها، فمن المهم جدًا الاعتماد عليها في تقييم أداء القطاع السياحي بالجزائر، ومن جهة أخرى تعتبر متشابهة إلى حد ما مع الجزائر من حيث المقومات السياحية والثقافية والاجتماعية والمناخ وغيرها الأمر الذي يمكننا من تفسير الفروق في الأداء بين الجزائر وتلك الدول، والتي ترجع بالدرجة الأولى إلى فعالية السياسات والتشريعات التنظيمية الخاصة بقطاع السياحة، وتمثلت طريقة التقييم والدراسة كما يلي:

- مقارنة تطور مؤشرات تنافسية قطاع السياحة بالجزائر مع باقي دول المقارنة، ومن ثم تحديد الاختلافات والفوارق وتفسيرها على ضوء المعطيات.
- مقارنة حالة العوامل المحدد لبيئة الأعمال المؤثرة على قطاع السياحة في كل من الجزائر وباقي دول المقارنة وتحديد الفوارق.
- إن مقارنة مؤشرات تنافسية القطاع السياحي من جهة وحالة العوامل المشكلة لبيئية الأعمال من جهة أخرى، يمكننا من استنتاج بدقة أهم تلك العوامل التي تقف وراء الاختلاف بين مؤشرات الأداء في الجزائر وباقي دول المقارنة، ومن ثم يمكننا طرح الحلول والاقتراحات المناسبة لذلك.

أولاً - مفهوم تنافسية القطاع السياحي

تعتبر السياحة من الميادين المهمة، التي تعتمد عليها الكثير من الدول في تأمين مواردها المالية واحتياجاتها من العملة الصعبة، فقد اعتبرت حسب المنظمة العالمية للسياحة على أنها مجموعة الأنشطة التي يقوم بها فرد معين خلال تنقله وسفره إلى مكان مختلف عن مكان إقامته من أجل الراحة والترفيه أو أي غرض آخر، (توفيق، 1997: 21) ولقد زاد الاهتمام بهذا النشاط باعتباره أحد الأنشطة المهمة في تعبئة موارد المجتمع وصناعة المزايا التنافسية، وظهر على أثر ذلك ما يعرف اليوم بتنافسية قطاع السياحة التي تدخل كمؤشر مهم في تكوين التنافسية الكلية للاقتصاد ومن محدداته الأساسية والداعمة له، وقبل التطرق إلى مفهوم تنافسية هذا القطاع نتعرض بإيجاز إلى مفهوم التنافسية بشكل عام على النحو الآتي:

1- تعريف التنافسية:

يختلف تعريف التنافسية باختلاف المؤسسات والمجالات التي تعنى بها، حيث يمكن تعريفها من خلال عدة وجهات: عرف **M. J. Enright** تنافسية المؤسسة بأنها: «القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بكفاءة وفاعلية أكبر من المنافسين الآخرين في السوق الدولية، وهذا يعني نجاح مستمر للمؤسسة على المستوى العالمي في ظل غياب الدعم الحكومي» (Enright, 1992: 42).

تظهر تنافسية القطاع بقدرة منتجاته على المنافسة في الأسواق الوطنية والدولية، من خلال السعر المنخفض أو الجودة العالية، التي تتوافق مع الأذواق والحاجات العالمية، استناداً إلى معدلات مرتفعة من الإنتاجية وأنشطة فعالة للتجديد والابتكار بما يساهم في زيادة مستوى المعيشة.

في حين تعرف تنافسية الدولة من طرف منظمة التنمية والتعاون الاقتصادي بأنها: «قدرة البلد على إنتاج سلع وخدمات قادرة على احتلال مكانة مرموقة في السوق الخارجية، بما يضمن تحقيق زيادة مستمرة في دخل الفرد الحقيقي» (برحال، سرحان، 2011: 04)

2- أنواع التنافسية:

إن تنوع مجالات مفهوم التنافسية وتعدد استخداماته أنتج لنا عدة أنواع بحسب المعايير المستخدمة في ذلك، فيمكن التمييز بين التنافسية حسب معيار السعر أو التنافسية الكامنة والتنافسية الجارية، وذلك كما يلي: (المرصد الوطني للتنافسية، 2011: 09)

- حسب معيار السعر: يمكن التمييز بين التنافسية السعرية، وغير سعرية، وهذه الأخيرة تتميز إلى التنافسية النوعية والتقانية.
- حسب البعد الزمني: أي إذا ما كانت حالية أو مستقبلية، ويمكن التمييز بين التنافسية الكامنة والجارية.

3- تعريف تنافسية القطاع السياحي:

تعتبر السياحة من بين أهم القطاعات التي يمكن الاعتماد عليها في تعزيز تنافسية الاقتصاد الوطني ككل، ولهذا فقد حظيت باهتمام كبير من طرف المفكرين والمسؤولين، وأصبح قطاع السياحة من القطاعات التي يعول عليها كثيراً في التنمية، وقد اجتهد الكثير من المفكرين في تحديد مؤشرات لقياس مدى فعالية هذا القطاع في تحقيق الأهداف التنموية المرتبط به، وقياس أداءه في الأسواق العالمية على غرار بقية القطاعات الاقتصادية، وفي هذا الشأن ظهر مفهوم تنافسية

قطاع السياحة ليؤدي هذا الغرض، الذي عرف على أنه قدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية، دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية، وهذا ما يؤدي إلى تميز تلك الدول في هذا القطاع (هاني، 2013: 73). وإن كان هذا التعريف لمفهوم تنافسية القطاع السياحي يقوم بشكل أساسي على أنه محصلة لأداء المؤسسات المنتمية إليه في الأسواق العالمية، إلا أن ذلك يظهر من خلال مساهمة هذا القطاع في التنمية مقارنة بباقي القطاعات الأخرى من جهة، وقدرته على استقطاب أكبر عدد ممكن من السياح بالمقارنة مع القطاعات السياحية لدول أخرى، وعلى هذا تتحدد المؤشرات الفرعية لهذا المؤشر العام التي تتجمع في أربع مجموعات أساسية وهي مؤشرات الموارد الطبيعية والثقافية التي تحوزها دولة ما، ومؤشرات البنية التحتية التي تعتبر ضرورية لتسهيل أنشطة وحركة السياحة، والمجموعة الثالثة تتمثل في المؤشرات الدالة على العوامل الداعمة لأنشطة السياحة وأدائها بشكل أفضل، والمجموعة الرابعة تعكس مستويات الأداء السياحي في الأسواق الدولية.

4- قياس تنافسية القطاع السياحي:

ترتكز عملية قياس تنافسية القطاع السياحي إلى عدة معايير ومؤشرات يمكن تصنيفها إلى نوعين أساسيين، بالنظر إلى طبيعة المعايير والمقاييس المستخدمة، كما هو موضح فيما يلي: (عبدوس، 2013: 389).

- تنافسية السياحة الكمية: فمن ناحية الكم يمكن قياس تنافسية السياحة بعدد السياح الوافدين في كل عام، حجم الإيرادات الناجمة عن السياحة، مستوى إنفاق كل سائح، ومدة الإقامة.
- تنافسية السياحة الكيفية: من ناحية قياس تنافسية السياحة نوعا، تتحدد بدرجة رضا السائح ووجود اعتراضات أو عدمها، درجة الخدمة لدى القائمين على خدمة السياحة في البلد المضيف، نوعية التسهيلات وغيرها، ويمكن أيضاً قياس تنافسية السياحة من خلال عناصر القوة والضعف والفرص والتحديات ومعرفة الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتكنولوجية والثقافية للدول المضيفة.

كما تعددت التقارير العالمية التي تناولت قياس التنافسية، من خلال مؤشرات تغطي عدداً كبيراً من دول العالم، اهتمت بشكل مستقل بقياس التنافسية الدولية لقطاع السياحة والسفر، منها: Competitiveness Travel & Tourism Index، وهو عبارة عن دراسة رئيسة تصدر عن المنتدى الاقتصادي العالمي، ضمن تقرير سنوي يدعى بتقرير التنافسية العالمي للسياحة والسفر، وحسب العدد الصادر سنة 2017 من هذا التقرير، فإن قياس تنافسية قطاع السياحة يقوم على 14 ركنا نظمت في 4 محاور تمثلت في الشكل التالي:



SOURCE: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, p 16.

الشكل رقم (1): مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر

ثانياً - تحليل تنافسية قطاع السياحة الجزائري بالمقارنة مع بعض الدول العربية

بناء على تحديد مفهوم وأبعاد تنافسية الاقتصاد السياحي والمؤشرات التي يتضمنها، سنعمل من خلال هذا العنصر على تحليل تنافسية القطاع السياحي بالجزائر مقارنة مع بعض الدول العربية، وفي الاعتماد على تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر العالمي لسنة 2017، وهذه الدراسة تقودنا إلى أخذ نظرة عامة على المؤشرات العالمية التي عرفت تطورات مهمة وفقاً لمنظمة التجارة العالمية التي بينت أن عدد السائحين الوافدين انتقل من 998 مليون في عام 2011 إلى 1.235 مليون سنة 2016، بمعدل نمو سنوي قدره 4.4% في عام 2016، إيرادات السياحة في جميع أنحاء العالم بلغت 3.34 مليار دولار في اليوم، أو 988 دولار لكل وصول، (Organization of Islamic Cooperation, 2017: 05) فإذا كانت المؤشرات العالمية للسياحة تدل على وجود تنامي ملاحظ من عدة نواحي بالنظر إلى تغير عوامل كثيرة، فكيف تكون مؤشرات تنافسية هذا القطاع بالجزائر، وخاصة بالنظر إلى الاهتمام الذي أصبح يحظى به من طرف الدولة.

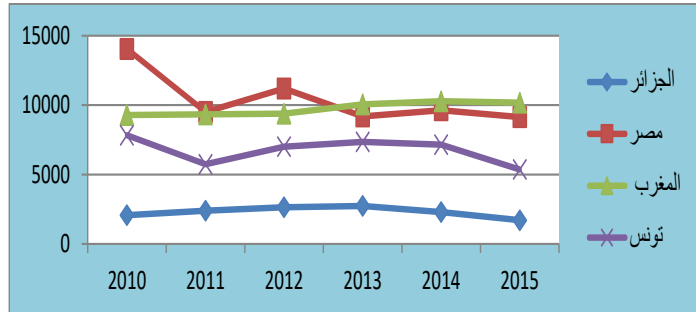
1- تحليل تطور عدد السياح بالجزائر

يعتبر مؤشر تطور عدد السياح ببلد ما، من أهم المؤشرات التي تقيس تنافسية قطاع السياحة بذلك البلد، لأنه يدل على تطور وتنامي قدرته على جذب السياح، التي تأتي كانعكاس لتحسين عدة عوامل بيئية وزيادة المواد السياحية ذات الجاذبية العالية، فالجدول التالي يبين تطور هذا المؤشر في الجزائر مع بعض الدول العربية من سنة 2010 إلى سنة 2015.

جدول رقم (1)

تطور عدد السياح بالجزائر
مقارنة مع بعض الدول العربية

	2015	2014	2013	2012	2011	2010
الجزائر	1710	2301	2733	2634	2395	2070
مصر	9139	9628.3	9174	11196	9497	14051
المغرب	10177	10283	10046	9375	9342	9288
تونس	5359	7163	7352	6999	5746	7828



الشكل رقم (2): تطور عدد السياح بالجزائر مقارنة مع بعض الدول العربية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إحصائيات The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017، ص 16، 80، 151، 249، 324.

من خلال الشكل نلاحظ أن عدد السياح بالجزائر، يعتبر منخفض كثيرا مقارنة بباقي الدول الأخرى، وهذا يعكس ضعف قدرة البلد على جذب السياح، فالجزائر إذن مقارنة بباقي الدول هي الأقل جاذبية للسياح، وهذا يعود إلى عدة أسباب وعوامل يمكن الكشف عنها من خلال تحليل باقي المؤشرات وتحليل العوامل البيئية المؤثرة في التنافسية، ومن جهة أخرى نلاحظ أيضاً تراجع في عدد السياح في كل من الجزائر ومصر وتونس، وإن كان بالنسبة لهذين البلدين المعروفين بقدرتهما التنافسية العالية في مجال السياحة، يمكن أن يعزى هذا التراجع إلى الأوضاع السياسية والأمنية التي يشهدها هذين البلدين خلال هذه السنوات، خاصة أن السياحة تعتبر من القطاعات الأكثر حساسية للتغير في الظروف الأمنية والسياسية، وبالعكس ذلك نجد هناك تنامي وتحسنا بالنسبة للمغرب الذي تفوق على مصر في عدد السياح بدء من سنة 2013 نتيجة للتدهور الأمني الذي عرفته هذه الأخيرة في هذه الفترة، إلا أن تراجعها في الجزائر يتطلب تحليلا عميقا في مختلف الظروف والتغيرات التي ميزت البلد في هذه الفترة، أم هي مجرد انعكاس للضرورة التي تضرب الاقتصاد العالمي.

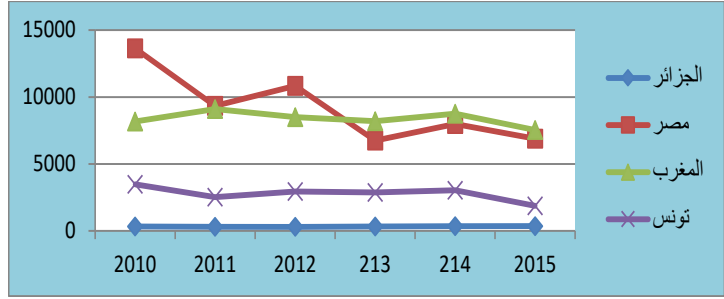
2- تطور الإيرادات السياحية بالجزائر

يقيس مؤشر الإيرادات السياحية لبلد ما، مساهمة هذا القطاع في إيرادات الدولة، ومن ثم فهو مقياس أكثر أهمية من الناحية المالية مقارنة بمقياس عدد السياح، فهذا المؤشر يحدد حجم الإيرادات التي تحصل عليها الدولة من هذا القطاع، ويمكن عرض حالة هذا المؤشر في الجزائر من خلال الجدول التالي، الذي يبين تطور الإيرادات السياحية بالجزائر مقارنة ببعض الدول العربية خلال الفترة 2010 إلى 2015.

جدول رقم (2)
تطور الإيرادات السياحية في الجزائر مقارنة
ببعض الدول العربية (مليون دولار أمريكي)

	2015	2014	2013	2012	2011	2010
الجزائر	357	348	326	295	300	324
مصر	6897	7979	6747	10823	9333	13633
المغرب	7534	8747	8201	8491	9101	8176
تونس	1869	3042	2863	2931	2529	3477

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إحصائيات The
Travel & Tourism Competitiveness Report 2017
ص 324، 249، 151، 80، 16، 17



الشكل رقم (3): تطور الإيرادات السياحية في الجزائر مقارنة ببعض
الدول العربية (مليون دولار أمريكي)

من خلال الشكل نلاحظ أن مستوى الإيرادات السياحية بالجزائر، منخفض جداً مقارنة بباقي الدول، وهذا يعكس حالة هذا القطاع وقدرته التنافسية، أما بالنسبة لكل دول المقارنة نجد هناك تراجع لهذه الإيرادات بدء من سنة 2010 إلى غاية 2015، وهذا انعكاساً للازمات الاقتصادية التي يمر بها العالم، والتي أثرت كثيراً على الدخل الحقيقي للأفراد ومن ثم على الإنفاق السياحي الفردي.

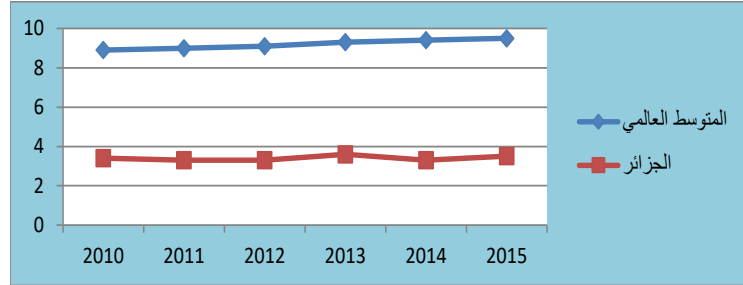
3- تطور نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي والتشغيل

يعتبر مقياس نسبة المساهمة في الناتج المحلي مقياس مهم في قياس تنافسية قطاع السياحة مقارنة بباقي القطاعات الأخرى، وهو يتأثر بعدة عوامل منها عدد السياح ونسبة الإنفاق والإيرادات السياحية، ومن جانب آخر يعبر مقياس نسبة المساهمة في التشغيل عن قدرة هذا القطاع على استقطاب العمالة من جهة والمساهمة في الحد من البطالة من جهة أخرى مقارنة بباقي القطاعات، والذي يتأثر بحجم الأنشطة والاستثمارات في هذا القطاع، وكلا المؤشران يحددان مساهمة هذا القطاع في التنمية الاقتصادية، والجدول التالي يبين تطور نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر:

جدول رقم (3)
تطور نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج
المحلي الإجمالي في الجزائر

	2015	2014	2013	2012	2011	2010
المتوسط العالمي	9.5%	9.4%	9.3%	9.1%	9%	8.9%
الجزائر	3.5%	3.3%	3.6%	3.3%	3.3%	3.4%

المصدر: من إعداد الباحثين في الاعتماد على إحصائيات:
World Development Indicators (WDI), November
2015- World Travel and Tourism Council Data,
2016- www.wttc.org



الشكل رقم (4): تطور نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي
الإجمالي في الجزائر

يظهر من خلال الشكل أن نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي منخفضة جداً مقارنة بالمتوسط العالمي، وهذا نتيجة لتدني الإيرادات الناتجة عن هذا القطاع، كما نلاحظ أيضاً استقرار هذه النسبة بين سنة 2010 إلى سنة 2015، وهذا ما يبين تدني تنافسية هذا القطاع مقارنة بباقي القطاعات الاقتصادية، كما يعود انخفاض هذه النسبة إلى الاعتماد المفرط للجزائر على المحروقات واحتلال هذه الأخيرة نسبة كبيرة من الناتج المحلي الإجمالي.

ومن جهة أخرى تبين الإحصائيات الخاصة بنسبة مشاركة هذا القطاع في التشغيل والحد من البطالة، تدني هذه المساهمة مقارنة ببعض الدول العربية بين سنتي 2015 و2017، كما يظهر من خلال الجدول رقم (5).

من خلال الشكل رقم (5) نلاحظ أن نسبة مساهمة قطاع السياحة في الجزائر منخفضة مقارنة بتلك النسبة الحاصلة في الدول الأخرى، وهذا يدل على تدني تنافسية هذا القطاع مقارنة بالقطاعات الأخرى من حيث المساهمة في التشغيل، إلا أن التطور بين سنة 2015 و2017 يبين أن هناك تحسن في هذه النسبة بالنسبة للجزائر مقارنة بباقي الدول، حيث انتقلت من

2.9 إلى 3.1% من إجمالي العمالة، وهذا يعكس المجهودات المبذولة من طرف الدولة خلال السنوات الأخيرة من أجل النهوض بهذا القطاع، وخاصة أن تلك المساهمة بقية إلى حد ما مستقرة في الدول الأخرى، وهذا التحسن في هذه النسبة ساهم في تحسين ترتيب الجزائر عالميا وفق هذا المؤشر، حيث انتقلت من المرتبة 123 سنة 2015 إلى المرتبة 118 سنة 2017.

جدول رقم (4)

نسبة مساهمة قطاع السياحة بالجزائر في التشغيل بالمقارنة مع بعض الدول العربية

2017		2015	
الترتيب	نسبة المساهمة العالمي	الترتيب	نسبة المساهمة العالمي
118	%3.1	123	%2.9
74	%3.6	83	%3.5
65	%3.8	62	%3.8
87	%3.5	79	%3.5

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إحصائيات The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017، ص 16، 17، 80، 151، 249، 324



الشكل رقم (5): نسبة مساهمة قطاع السياحة بالجزائر في التشغيل بالمقارنة مع بعض الدول العربية

4- تحليل مؤشر التنافسية الكلية للقطاع ومكوناته وفق إحصائيات 2017

حسب تقرير التنافسية للسياحة والسفر العالمي، ظهرت نتائج إيجابية تدل على تحسن المؤشرات العالمية في قطاع السياحة، وحتى في الجزائر يظهر هناك انتعاش في هذا القطاع رغم مكانتها غير الملائمة مقارنة ببعض الدول، والجدول التالي يوضح لنا مختلف القيم الخاصة بالتنافسية الكلية لقطاع السياحة بالجزائر وبعض الدول العربية، مع تحليل المؤشرات الفرعية المتمثلة في: البنية التمكينية، سياسة وشروط التمكين، مؤشر البنية التحتية، وأخيرا مؤشر الموارد الثقافية والطبيعية.

جدول رقم (5)

مكانة الجزائر ضمن مؤشر تنافسية القطاع السياحي ومكوناته الفرعية وفق إحصائيات 2017

المغرب				مصر				تونس				الجزائر			
المؤشر الفرعي البنية التمكينية				4.72	4.2	4.52	4.38	المؤشر الفرعي سياسة وشروط التمكين				4.15	4.45	4.4	3.5
بيئة الأعمال				4.7	4.3	4.4	4	أولويات السفر				5	5	4.8	2.8
السلامة والأمن				6.1	3.3	4.7	5.3	الانفتاح الدولي				2.7	2.5	3	1.5
الصحة والنظافة				4.6	5.4	5.2	4.9	تنافسية الأسعار				5.2	6.2	5.9	6
الموارد البشرية وسوق العمل				3.9	4.1	4.0	4.0	الاستدامة البيئية				3.7	3.9	4.1	3.7
الجاهزية للتكنولوجيا والمعلومات والاتصال				4.3	3.9	4.3	3.7	المؤشر الفرعي البنية التحتية				3.33	3.03	3.03	2.23
المؤشر الفرعي البنية التحتية				4.3	3.9	4.3	3.7	بيئة النقل الجوي				2.8	2.9	2.3	2.1
أولويات السفر				5	5	4.8	2.8	البنية التحتية للميناء والأرض				3.4	3	2.7	2.5
بيئة الأعمال				6.1	3.3	4.7	5.3	البنية التحتية للخدمات السياحية				3.8	3.2	4.1	2.1
الصحة والنظافة				4.6	5.4	5.2	4.9	المؤشر الفرعي الموارد الطبيعية والثقافية				3.05	2.9	2	2.15
الموارد البشرية وسوق العمل				3.9	4.1	4.0	4.0	الموارد الطبيعية				3.6	2.5	2.5	2.2
الجاهزية للتكنولوجيا والمعلومات والاتصال				4.3	3.9	4.3	3.7	الموارد الثقافية				2.5	3.3	1.5	2.1
المؤشر الفرعي سياسة وشروط التمكين				4.15	4.45	4.4	3.5	المؤشر الكلي				3.8	3.6	3.5	3.1
أولويات السفر				5	5	4.8	2.8	الرتبة				65	74	87	118
الانفتاح الدولي				2.7	2.5	3	1.5								
تنافسية الأسعار				5.2	6.2	5.9	6								
الاستدامة البيئية				3.7	3.9	4.1	3.7								
المؤشر الفرعي البنية التحتية				3.33	3.03	3.03	2.23								
بيئة النقل الجوي				2.8	2.9	2.3	2.1								
البنية التحتية للميناء والأرض				3.4	3	2.7	2.5								
البنية التحتية للخدمات السياحية				3.8	3.2	4.1	2.1								
المؤشر الفرعي الموارد الطبيعية والثقافية				3.05	2.9	2	2.15								
الموارد الطبيعية				3.6	2.5	2.5	2.2								
الموارد الثقافية				2.5	3.3	1.5	2.1								
المؤشر الكلي				3.8	3.6	3.5	3.1								
الرتبة				65	74	87	118								

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على إحصائيات The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017، ص 16، 17، 80، 151، 249، 324

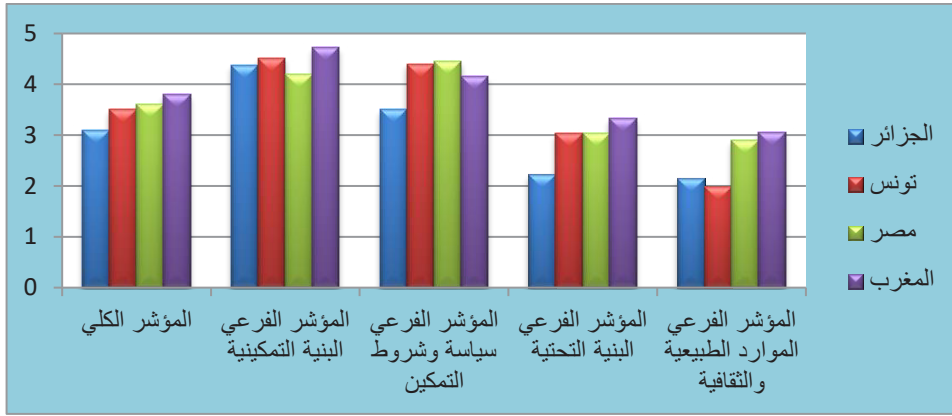
من خلال الشكل رقم (6) يتضح أن مكانة الجزائر

ضمن مؤشر التنافسية الكلية للقطاع السياحي متدهورة، حيث ظهرت قيمته أقل من باقي قيم الدول الأخرى، والتي تعادل 3.1، بينما تراوحت قيمة هذا المؤشر لباقي الدول بين 3.5 و3.8، وهذا يوضح أن تنافسية القطاع السياحي لا تزال دون المستوى رغم أنها تظهر تحسنا مقارنة بنتائج سنة 2015، فيجب العمل أكثر على تنميتها من خلال إقرار الكثير من الإصلاحات في بيئة الأعمال، وهذا ما سيتم توضيحه من خلال العناصر التالية لهذا البحث، وتأتي مكانة الجزائر ضمن هذا المؤشر كانعكاس للمؤشرات الفرعية، التي يحويها هذا المؤشر الكلي والمتمثلة فيما يلي:

- مجموعة مؤشرات البنية التمكينية: التي تحتوي على مؤشرات، بيئة الأعمال، السلامة والأمن، الصحة والنظافة، الموارد البشرية وسوق العمل، الجاهزية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهي المجموعة التي أظهرت فيها الجزائر تحسنا، حيث وصلت قيمتها إلى 4.38،

إذ تعتبر هذه القيمة متقاربة إلى حد ما من قيم باقي الدول، التي وصلت أعلى قيمة بها إلى 4.72، وهذه تعتبر حالة جيدة بالنظر إلى المؤشرات الأخرى.

- مجموعة مؤشرات سياسة وشروط التمكين: والتي تتكون من مؤشرات أولويات السفر والانفتاح الدولي، تنافسية الأسعار والاستدامة البيئية، وقد أظهرت هذه المجموعة حالة غير ملائمة للجزائر، إذ وصلت قيمة مؤشرها إلى 3.5، وتعتبر قيمة منخفضة مقارنة بباقي الدول، التي تراوحت قيمتها بين 4.15 و4.45، وهذا ما يدل على تدني مرتبة الجزائر في تنافسية الأسعار والمحافظة على البيئة والانفتاح.
- مجموعة مؤشرات البنية التحتية: والتي تتمثل في مؤشرات البنية التحتية للنقل الجوي، النقل البحري والبري، والخدمات السياحية، حيث ظهرت مكانة الجزائر ضمن هذا المؤشر ضعيفة، إذ وصلت إلى 2.23، بينما تراوحت قيمة هذا المؤشر في باقي الدول بين 3.03 و3.33. وهذا يعبر عن ضعف وتردي البنية التحتية للجزائر فيما يخص، النقل الجوي والبحري والبري ومختلف الخدمات السياحية.
- مجموعة مؤشرات الموارد الطبيعية والثقافية: والذي يتكون من مؤشرين فرعيين وهما: مؤشر الموارد الطبيعية ومؤشر الموارد الثقافية، حيث تظهر مكانة الجزائر ضمن هذا المؤشر وسطية بقيمة 2.15 إذ إنها تفوقت على تونس التي حققت أدنى قيمة بـ 2، بينما حققت المغرب أعلى قيمة بـ 3.05. ويعود هذا التقدم النسبي ضمن هذا المؤشر، إلى امتلاك الجزائر لمقومات طبيعية وثقافية، تفوق تلك التي تمتلكها تونس، بينما تعتبر ضعيفة مقارنة مع مصر والمغرب.



الشكل رقم (6): مكانة الجزائر ضمن مؤشر تنافسية القطاع السياحي ومكوناته الفرعية وفق إحصائيات 2017

ثالثاً - العوامل البيئية المساهمة في دعم تنافسية القطاع السياحي

تعتبر بيئة الأعمال على اختلاف أنواعها وبما تحتويه من عوامل وموارد عامل مهم لضمان نمو القطاعات الاقتصادية المختلفة، بالنظر إلى ما يمكن أن توفره لمؤسسات القطاع من فرص ومزايا، فالبيئة هي الحاضنة للمؤسسات، فيما تتميز به من خصائص وما تحتويه من موارد وفرص، يمكنها أن تصنع النجاح، كما يمكنها أن تصنع الفشل للمؤسسات ومن ثم للقطاع الاقتصادي، فتلك البيئة تختلف من قطاع لآخر من عدة نواحي، من ناحية درجة السخاء، الفرص والتحديات، وشدّة المنافسة وغيرها، ولهذا نجد المؤسسات والمشروعات الاستثمارية والإنتاجية تفاضل بين مختلف القطاعات على هذا الأساس، وعليه يجب على مسؤولي كل قطاع، أن يعملوا على تهيئة وتحسين بيئة الأعمال الخاصة بقطاعهم، لتكون له القدرة الكافية على جذب الاستثمارات أكثر من باقي القطاعات وأفضل من دول أخرى.

وعلى غرار باقي القطاعات الاقتصادية، يسعى القطاع السياحي إلى استقطاب رؤوس الأموال والاستثمارات سواء الأجنبية منها أو الوطنية، من أجل تحقيق مكاسب أكبر تجعل منه أكثر تنافسية من باقي القطاعات أو بالنسبة لقطاع السياحة لدول أخرى، وهنا يجدر بنا بحث مدى قدرة بيئة الأعمال على تعزيز ودعم تنافسية قطاع السياحة بالجزائر، بناء على دراسة وتحليل العوامل المكونة لهذه البيئة أي تلك المؤثرة إيجاباً على تنافسية هذا القطاع.

حيث يمكننا التمييز بين نوعين من عوامل بيئة الأعمال المؤثرة على تنافسية قطاع السياحة بالجزائر، فهناك عوامل البيئة العامة التي يمكنها التأثير على تنافسية كل القطاعات الاقتصادية وعلى جميع المؤسسات، مهمًا كان مجال نشاطها بما فيها التي تنشط في مجال السياحة، حيث إن هذا النوع من العوامل يؤثر بشكل كبير على القدرة التنافسية للبلد بشكل عام أمام تنافسية اقتصادات الدول الأخرى، وهناك عوامل البيئة الخاصة التي تؤثر بشكل خاص على تنافسية قطاع السياحة دون غيره، وهي التي تؤثر على قدرة هذا القطاع مقارنة بباقي القطاعات الأخرى أو قطاع السياحة لدول أخرى، وفيما يلي نعمل على تحليل المقومات الخاصة والعامة لبيئة الأعمال الجزائرية التي تدعم تنافسية قطاع السياحة:

1- عوامل بيئة الأعمال الخاصة

وتشير هذه البيئة إلى مختلف العوامل التي تساهم في دعم تنافسية قطاع السياحة دون غيره، وهذه العوامل تلعب دوراً هاماً في توجيه الاستثمارات نحو هذا القطاع، حيث تشمل كل من المقومات الطبيعية والحضارية والمادية، ويمكن تحليل هذه العوامل حسب ما تتميز به بيئة الأعمال الجزائرية على النحو الآتي:

أ- المقومات الطبيعية: وتشير إلى مختلف العوامل الطبيعية التي تتوفر في البلد، والتي لها دور كبير في تسهيل وتشجيع المؤسسات والمشروعات السياحية، أو تلك التي تساهم في زيادة قدرة البلد على جذب واستقطاب السياح، ويمكن إبراز أهمها فيما يلي: (عياشي، 2016: 172)

- الشريط الساحلي: تمتلك الجزائر شريط ساحلي يتميز بطول كبير إذ يبلغ حوالي 1622.48 كلم، وتنوع في الشواطئ من عدة نواحي، وتحتوي على مناظر طبيعية مهمة تجعلها أكثر قدرة على استقطاب السياح خاصة في فصل الصيف. وبالنظر إلى امتزاجها بالمناظر الطبيعية التي يصنعها التقاء البحر بالغابة، فهي تكون منظر طبيعي ذو قدرة عالية على جذب السياح خاصة في المناطق الشرقية من الوطن كجيجل وبجاية ما يساهم في تعزيز السياحة الساحلية، إذا ما تم الاهتمام بتلك المناطق وتنميتها وتوفير فيها الخدمات السياحية الضرورية.

- المياه المعدنية: حيث تمتلك الجزائر أكثر من 200 ينبوع معدني، كما تملك 7 محطات حمامات ذات طابع وطني و50 محطة ذات طابع محلي، ومن أهم هذه الحمامات نجد حمام بوغرارة بتلمسان، حمام بوحنيفة بمعسكر، حمام ريفعة بعين الدفلى، حمام الشلالة بقالمة، وحمام الصالحين ببسكرة، وهذا ما يساهم في تشجيع وتعزيز السياحة الحموية.

- المساحة الصحراوية الشاسعة: إذ تمثل 80% من المساحة الإجمالية للبلد، حيث إنها تتميز بالتنوع، وتحتوي على الواحات والهضاب الصخرية ومنطقة الاهقار، مما يعطي للجزائر قدرة تنافسية عالية في مجال السياحة الصحراوية. تنوع المناخ: حيث يتنوع مناخ الجزائر بين المتوسطي إلى المعتدل والحر بالصحراء، مما يجعلها قادرة على استقطاب السياح على طول العام، وخاصة ما تتميز به من تساقط الثلوج، ما يجعلها تمتلك مقومات السياحة الصيفية والشتوية.

- تنوع التضاريس: فالجزائر تمتلك غابات كثيفة والسهول والجبال التي تحتوي على قمم عالية، مما يشجع السياحة الجبلية والغابية، ولكن يجب المحافظة على تلك الثروة وحمايتها من التلوث والكوارث كالحرائق (بوحديد، 2016: 125). إن المقومات البيئية الطبيعية التي تحتويها الجزائر تجعلها قطب سياحي مهم في مجال السياحة البيئية إذا ما حظيت تلك المناطق السياحية بإصلاحات بيئية مناسبة تستهدف تشجيع هذا النوع من السياحة.

ب- المقومات الحضارية والتاريخية: وتشير إلى مختلف المواقع والتحف الأثرية التي يمتلكها البلد، حيث تحوز الجزائر على مواقع أثرية وتاريخية مهمة ومتنوعة، يمكن أن تجعل منها قطبا سياحيا مهماً ومن أهمها موقع التاسيلي الذي يعود تاريخه إلى 6000 سنة قبل الميلاد، وحي القصبة الذي شيد من قبل العثمانيون في القرن 16، والتي تتميز بشوارعها الضيقة وكثرة المساجد حيث سجلت في التراث العالمي سنة 1992، ووادي ميزاب بغرداية الذي أدرج ضمن التراث العالمي سنة 1982 من طرف اليونسكو، وموقع تيمقاد بباتنة والذي يعود تاريخه إلى 100م، قلعة بني حماد التي تتوفر على آثار رومانية والعديد من الكنوز والمعالم الأثرية، حيث بنيت عام 1007 ميلادي، ومسجد كاتشاوة بالعاصمة الذي يعود تاريخه إلى أكثر من 4 قرون ومسجد المرابطين، وغيرها من المواقع والمعالم الأثرية والتاريخية التي تنتشر عبر كامل التراب الوطني كمدينة شرشال وقسنطينة وبجاية وغيرها، وبالإضافة إلى ذلك

تزرخ البيئة السياحية للجزائر بتراث ثقافي وشعبي متنوع ومتميز، يحمل تنوعاً هاماً في العادات والتقاليد المحلية التي تميز طريقة العيش والملبس والمأكولات والصناعات التقليدية، وخاصة تلك الأنظمة الاجتماعية التي تحدد العلاقات بين مختلف الفئات، كتلك المتواجدة في غرداية التي تحتوي نظام فريد جدير بالدراسة والاطلاع، وتلك العادات المنبثقة من الثقافة العربية والأمازيغية المزابية والترقية وغيرها (عياشي، 2016: 172).

ج- المقومات المادية: لقد بدأت تستشعر الجزائر أهمية قطاع السياحة في التنمية، ومكانته ضمن خطط التنوع والإقلاع الاقتصادي، ولهذا عمدت إلى تخصيص إمكانات مهمة في هذا المجال تنوعت بين سن الكثير من التشريعات وتأسيس هيئات ومنظمات تعمل على تطويره والنهوض به، إضافة إلى تهيئة البنية التحتية اللازمة لذلك، وتشديد العديد من المتاحف والفنادق والوكالات السياحية، ويمكن إبراز أهم هذه المقومات فيما يلي:

- الطرائق البرية: تملك الجزائر أكثر من 104 ألف كلم منها 25% وطنية، كما ترتبط الجزائر مع دول الساحل الإفريقي بطريق الوحدة الإفريقية العابر للصحراء والذي يمتد على طول 2344 كلم، كما أنشأت الجزائر الطريق السيار شرق غرب، والذي يربطها بتونس والمغرب، حيث يمتد على طول 1216 كلم.

- السكك الحديدية: تملك الجزائر شبكة السكك الحديدية، التي تعمل على ربط العديد من مدن الشمال ببعضها البعض، حيث يبلغ طولها 4200 كلم منها 215 مكهربة، كما إنها تؤمن نقل الأشخاص والبضائع والمواد الأولية، إذ إنها تمثل 17% من النقل البري.

- النقل الجوي: حيث تملك الجزائر العديد من المطارات المنتشرة عبر مختلف مناطق الوطن، والتي يصل عددها إلى 55 مطار منها 12 دولي والباقي داخلي، وأهمها مطار هواري بومدين بالعاصمة ومطار وهران، ويتكون أسطولها الجوي من 63 طائرة تضمن نقل 3.6 مليون مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع سنويا.

- النقل البحري: تحوز الجزائر على 17 ميناء بعضها مخصص لتصدير المحروقات كميناء بجاية وسكيكدة، وبعضها متعدد الأنشطة كميناء العاصمة وهران وعنابة، إذ يتضمن أسطولها البحري 74 سفينة بحرية، منها 5 ناقلات البترول و9 ناقلات الغاز السائل (بوعموشة، 2012: 109).

إن تنوع وسائل النقل الجزائرية، بشكل يجعلها تربط بين مختلف المناطق السياحية في الوطن وتؤمن تنقل السياح والوصول إلى مختلف المعالم والوجهات السياحية المرغوبة، يجعلها عامل مهم لدعم قدرة الجزائر على استقطاب السياح.

د- المقومات القانونية والتنظيمية: وبالإضافة إلى ما سبق حظي قطاع السياحة بالكثير من المجهودات والرعاية الخاصة من قبل الدولة، تمثلت في إصدار مجموعة من القوانين والمخططات الهادفة إلى النهوض بهذا القطاع، مع إنشاء الكثير من الهيئات التي تهتم بتنظيم وتأطير هذا القطاع، ويمكن إبرازها من خلال ما يلي:

- قانون التنمية المستدامة للسياحة: صدر تحت رقم 03-01 والمؤرخ في 17 فيفري 2003، والذي يهدف إلى تحسين وترقية بيئة العمل المساعدة من أجل النهوض بقطاع السياحة وهذا يهدف: (مولاي لخضر، 2016: 75)

• ترقية الاستثمار وتطوير المؤسسات الفندقية والسياحية.

• إدماج مقصد الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة.

• تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسليّة وتحسين نوعية الخدمات.

• المساهمة في حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة.

• التطوير المنسجم والمتوازن للأنشطة السياحية وترقية الشغل في هذا الميدان.

- قانون رقم 03-03 والمتعلق بمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية المؤرخ في 17 فيفري 2003.

- استحداث وزارة السياحة والصناعات التقليدية بموجب المرسوم رقم 474-63 المؤرخ في 20 ديسمبر 1963.

- الديوان الوطني للسياحة: بموجب المرسوم رقم 88-214 المؤرخ في 31 أكتوبر 1988.

- الوكالة الوطنية للتنمية السياحية: أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-70 المؤرخ في 21 فيفري 1988.

- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية: بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-94 المؤرخ في 10 مارس 1998.

- اللجنة الوطنية لتسهيل الأنشطة السياحية: أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-39 المؤرخ في 25 فيفري 1994.

- الإجراءات الاقتصادية والمالية: والتي تتمحور حول المخطط التوجيهي للهيئة السياحية (SDAT2025)، الهادف إلى دعم القطاع السياحي، ويرتكز على خمس مخططات وهي: مخطط الجزائر كوجهة سياحية- الأقطاب السياحية ذات الامتياز- مخطط الجودة السياحية- مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص- مخطط تمويل السياحة (حسين، 2013: 190).

إن القوانين التي أصدرتها الدولة الجزائرية والهيئات التي أنشأتها في ميدان السياحة، تجعل البيئة القانونية والتنظيمية لهذا القطاع ثرية وتساهم في تنظيم وتأطير مختلف الأنشطة وترقية وتفعيل تنافسية قطاع السياحة بالجزائر.

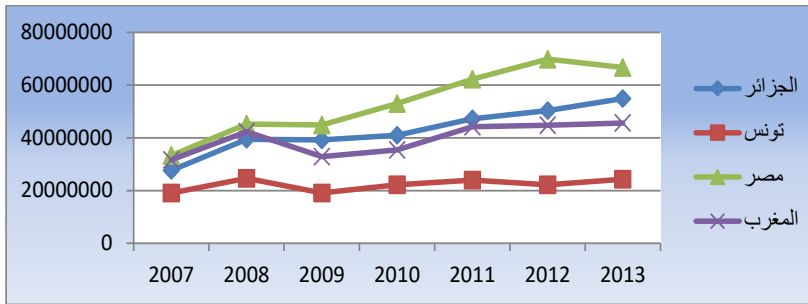
2- عوامل بيئة الأعمال العامة:

إلى جانب تلك العوامل المكونة لبيئة الأعمال الخاصة، والتي تؤثر بشكل خاص على تنافسية القطاع السياحي، تتأثر هذه الأخيرة أيضاً بعوامل عامة تميز بيئة الأعمال في الجزائر، فهذا النوع من البيئات يحمل الكثير من الفرص والمزايا التي يمكن أن تساهم في دعم وتعزيز تنافسية قطاع السياحة وتتيح للمشروعات والمؤسسات فيه فرص البقاء والنمو والتوسع، وهذا ما يمكن توضيحه فيما يلي:

- اتساع وتنوع السوق الجزائرية وكبر الحجم من حيث الامتداد الجغرافي، بحيث تبلغ المساحة الإجمالية للجزائر حوالي 2.381.741 كلم² أي ما يعادل نسبة 16.77% من المساحة الإجمالية للوطن العربي (صندوق النقد العربي، 2012: ج)، إضافة إلى أن السوق الجزائرية تعتبر كبيرة من حيث عدد السكان الذي قدر سنة 2015 حوالي 39.5 مليون نسمة ليقف فوق سنة 2016 قيمة 40 مليون نسمة، وسنة 2017 حوالي 41.6 مليون نسمة أي ما يقارب نسبة 10% من إجمالي سكان الوطن العربي (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، 2017)، إن كبر مساحة الجزائر وارتفاع عدد السكان يجعل من السوق الجزائرية أكثر تنوعاً واتساعاً من حيث الحجم (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، 2015: 120)، ولذلك تعتبر ذات قدرة عالية على توليد الفرص التسويقية، مما يجعلها ذات قدرة عالية على استقطاب وجذب المشروعات والاستثمارات، كما يجعلها تتميز بالتنوع من عدة نواحي: الأقاليم المناخية، الطبيعية والتضاريس، ومن ثم امتلاك قدرات سياحية عالية ومتنوعة.

- وما يتيح أمام قطاع السياحة ومن ورائه المؤسسات السياحية فرص تسويقية واستثمارية هو اتساع فجوة الطلب التي تتميز بها الجزائر، وهذا ما تعكسه مؤشرات التجارة الخارجية أي الواردات السلعية، حيث تعتبر نسبتها مرتفعة جداً بالمقارنة مع باقي الدول، وهذا يدل على أن هناك حجم معتبر من الطلب المحلي غير مغطى من طرف الإنتاج المحلي، ونفس الشيء تظهره مؤشرات الفجوة الغذائية التي سجلت ارتفاعاً في معدل النمو السنوي، ويبين الشكل التالي تطور حجم الواردات الجزائرية بالمقارنة مع مجموعة من الدول العربية:

فمن خلال الشكل نلاحظ أن واردات الجزائر أكبر بكثير من بقية دول المقارنة، وهذا إن كان في غير صالح الدولة إلا



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على: إحصاءات تنافسية التجارة العربية، صندوق النقد العربي، 2015، ص 82

الشكل رقم (7): تطور الواردات الجزائرية بالمقارنة مع مجموعة من الدول

أنه يعبر عن وجود فرص استثمارية وتسويقية أمام المؤسسات الناشطة أو التي ترغب في الاستثمار يمكن لها استغلالها، كما تشير إلى انخفاض خطر المنافسة وخاصة أن قطاع السياحة بالجزائر يعاني من نقص الخدمات والمنتجات ويعتبر مجال مهم للاستثمار.

- وما يلاحظ أيضاً أن البيئة التنافسية الجزائرية تتميز بانخفاض شدة المنافسة، وذلك لانخفاض عدد المؤسسات الاقتصادية من جهة ولصغر حجمها وضعف إنتاجها من جهة أخرى، مما يجعلها في معظم الأحيان تعجز عن تغطية الطلب المحلي، حيث توضح مؤشرات كثافة المنافسة المحلية عن ضعفها حسب إحصائيات 2008 (الأمم المتحدة، 2008)، وما يدل أيضاً على ضعف المنافسة المحلية قلة المؤسسات الاقتصادية الجديدة التي تظهر في الجزائر، فحسب مؤشر كثافة مؤسسات الأعمال الجديدة (الشركات المسجلة لكل 1000 نسمة)، نلاحظ أن

هناك ضعف شديد في هذه النسبة، إذ استقر هذا المؤشر في قيمة 1 من سنة 2006 إلى سنة 2009، بينما وصل إلى 20 في قبرص، و7 في سنغافورة سنة 2009

- كما تتميز بيئة الأعمال الجزائرية بتعدد وارتفاع حجم الموارد الاقتصادية، من حيث الموارد البشرية التي تدل البيانات على وفرتها، كما تحتوي الجزائر على موارد طبيعية كالمحروقات والمعادن والمياه، إضافة إلى احتياطات من العملات الأجنبية (المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، 2010: 09)، وهذا بسبب انتعاش أسعار النفط التي انعكست على تحسن مداخيل الدولة، إلا أن تلك الاحتياطات بدأت تستنفد بسبب تراجع أسعار النفط، حيث تساهم هذه الموارد المختلفة والمتنوعة في تحسين فرص الاستثمار بالقطاع السياحي للجزائر.

- كما تتميز أيضاً البيئة الجزائرية بارتفاع معدل الاستهلاك، الذي يرفع حجم المزايا والفرص التسويقية أمام المؤسسات الاقتصادية، ويتيح لمؤسسات القطاع السياحي إمكانات تسويقية تمكنها من تنويع وتوسيع أنشطتها الإنتاجية والتسويقية وزيادة فرص النمو لهذا القطاع (قلش، 2014: 226)

- كما تعتبر أيضاً السياسات الضريبية والجمركية عوامل إيجابية للمؤسسات الاقتصادية، وهذا بفعل التوجهات الاقتصادية للجزائر التي تركز على تشجيع ودعم الاستثمارات المحلية، من خلال تبني سياسات التخفيض الضريبي، والإعفاءات الجمركية، خاصة تلك التي تحظى بها المؤسسات الناشطة في قطاع السياحة، إضافة إلى سياسات الدعم المباشر لبعض السلع وتشجيع الاستثمارات في بعض المناطق (الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، 2017)، والجدول رقم (6) يبين تطور نسبة الإيرادات الضريبية بالمقارنة مع مجموعة من الدول العربية:

جدول رقم (6)

تطور نسبة الإيرادات الضريبية من إجمالي الإيرادات

الدول	2015	2013	2012	2011	2010
الجزائر	37.4	34.0	30.1	26.4	29.5
تونس	-	92.5	87.6	87.7	90.3
مصر	-	71.6	68.3	72.4	63.6
المغرب	-	85.4	87.8	85.6	90.1

المصدر: تقرير تنافسية اقتصادات الدول العربية، صندوق النقد العربي، 2016، ص38.

من خلال الجدول نلاحظ أن اعتماد الجزائر على الضرائب في تحصيل إيراداتها منخفض مقارنة ببعض الدول، وهذا يعني أن الضرائب التي تفرضها الدولة على المؤسسات بشكل عام والمؤسسات الناشطة في القطاع السياحي ضعيفة، مع أنها تخصصها بالكثير من الامتيازات الضريبية والمالية (صندوق النقد العربي، 2017: 10)، ويمكن إبراز أهم تلك المزايا المالية والضريبية فيما يلي:

- تخضع الأنشطة السياحية للضريبة على الأرباح المخفضة بنسبة 19% بدلا من 25% المطبقة على باقي الأنشطة.
- الإعفاء الضريبي على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية.
- تستفيد الاستثمارات السياحية من تخفيض في نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية بنسبة 3% في مناطق الشمال، ونسبة 4.5 في مناطق الجنوب.
- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المني بالنسبة للأنشطة السياحية الفندقية والحموية.
- تطبيق النسبة المخفضة بـ7% من الرسم على القيمة المضافة إلى غاية 31 ديسمبر 2019 فيما يخص الأنشطة السياحية والفندقية والحموية والمطاعم السياحية وتأجير سيارات النقل السياحي.
- الإعفاء من رسم التسجيل بالنسبة لعمليات رفع رأس المال وكذا تأسيس الشركات في قطاع السياحة
- تطبيق النسبة المخفضة للرسم الجمركية فيما يخص اقتناء تجهيزات وأثاث غير مصنعة محليا تدخل في إطار مخطط نوعية السياحة.
- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة في الجنوب والهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الامتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز المشروعات الاستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر على التوالي 50% و80% (سعيداني، 2017: 09).

فهذه الامتيازات الضريبية والمالية التي يحظى بها القطاع السياحي تساهم في زيادة تنافسيته، مما يتيح فرص أمام المؤسسات في إعادة استثمار أرباحها والاعتماد على التمويل الذاتي والاستفادة من الدعم المالي.

- كما تتميز السوق الجزائرية بتجانس العوامل الثقافية والاجتماعية، كالدين واللغة وثقافة الاستهلاك والتسوق، مما يسهل على المؤسسات التعامل مع زبائنها وتصميم برامج تسويقية موحدة بدلا من اعتماد برامج مختلفة، الأمر الذي يخفف تكاليف التسويق ودراسة المستهلكين.

وإضافة إلى ما سبق هناك الكثير من المزايا التي توفرها بيئة الأعمال الجزائرية، كانخفاض تكلفة عوامل الإنتاج بما فيها الأجور، دعم الدولة لأسعار بعض المواد الاستهلاكية كالخبز والحليب والوقود.

هذه المزايا التي تتمتع بها بيئة الأعمال الجزائرية الخاصة منها والعامة، تصنع أمام قطاع السياحة فرصا أكبر للنمو وتطوير تنافسيته، ومن ثم يمكن أن يكون بديلا للمحروقات خاصة في ظل تراجع الدعم الحكومي الناتج عن سياسة ترشيد النفقات، هذا إذا ما نجحت هيئات ومؤسسات القطاع في تعبئة تلك الموارد والمقومات في صناعة فرص للنجاح والنمو، وبالرغم من تلك المزايا والفرص التي تسخر بها بيئة الأعمال الجزائرية وتوفرها أمام القطاع السياحي بشكل خاص أو عام، إلا أن تنافسية هذا القطاع تبقى دون المستوى المطلوب مقارنة بتنافسية القطاع السياحي لدول أخرى حسب ما كشفت عنه الدراسة سابقا، الأمر الذي يقود إلى التساؤل عن طبيعة العوامل والمعوقات التي ساهمت في إضعاف تنافسية هذا القطاع، وهذا ما سنعمل على تحليله من خلال العنصر الموالي.

رابعاً - العوامل البيئية المساهمة في إضعاف تنافسية القطاع السياحي:

تلعب بيئة الأعمال الجزائرية بما تتصف به من سخاء وتنوع في الفرص التسويقية، واتساع الأسواق ووفرة الموارد على اختلاف أنواعها، دورا كبيرا في ظهور ونمو المؤسسات وزيادة فرصها في النمو والنجاح، وخاصة في ظل الرخاء الاقتصادي الذي شهدته الجزائر خلال انتعاش أسعار النفط، بشكل يجعل من القطاعات الاقتصادية أكثر قدرة على جذب الاستثمارات وتحقيق التنمية بها، ويعتبر قطاع السياحة من بين تلك القطاعات التي تبحث عن تعزيز تنافسيته، انطلاقا من رفع قدرتها على جذب الاستثمارات والسياح على حد سواء، لان ذلك سينعكس على مؤشرات الأداء، وبالرغم من وفرة مقومات السياحة للجزائر والاهتمام الذي خصته الدولة

جدول رقم (7)

إجمالي الاحتياطات الرسمية للجزائر والفترة التي تغطيها

السنوات	2016	2015	2014	2013
إجمالي الاحتياطات الرسمية (مليار دولار)	136.4	156.6	187.2	194
عدد الشهور التي تغطيها الاحتياطات	24.1	28.6	32.8	35.4

المصدر: مناخ الاستثمار في الدول العربية، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الكويت، 2015، ص 120.

جدول رقم (8)

تطور الإنفاق الحكومي للجزائر كنسبة مئوية من الناتج الإجمالي خلال الفترة 2013-2016

السنوات	2016	2015	2014	2013
نسبة الإنفاق الحكومي من الناتج الإجمالي	40.4%	42.5%	39.4%	36.8%

المصدر: من إعداد الباحثين في الاعتماد على الأداء العام والمكانة في مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار، الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، الجزائر، إحصائيات، مارس 2016، www.andi.dz

من 35.4 شهر سنة 2013 إلى 24.1 شهر سنة 2016، وهذه الحالة المضطربة التي تعاني منها خزينة الدولة دفعتها إلى تقليص نفقاتها، وهذا ما يمكن ملاحظته بوضوح من خلال الجدول رقم (8).

فمن خلال الجدول نلاحظ أن مستوى الإنفاق الحكومي كان في ارتفاع مستمر من سنة 2013 إلى سنة 2014، بسبب الاعتماد على صندوق ضبط الإيرادات، ولكن في سنة 2016 عرف تراجعاً وهذا نتيجة أثر سياسة التقشف التي اعتمدها الدولة كرد فعل لمواجهة آثار أزمة تراجع أسعار النفط، وهذا سيكون له آثار سلبية على الدعم والتسهيلات التي خصصتها الدولة لقطاع السياحة والمؤسسات الناشطة فيه ومختلف الاستثمارات في هذا المجال، ما يؤدي إلى تعثر خطط التنمية في هذا القطاع، الأمر الذي دفع بالحكومة إلى بحث سبل تمويل جديدة للمشروعات الاستثمارية، وعلى رأسها طريقة التمويل غير التقليدية القائمة على الإصدار النقدي.

كما بين تقرير بيئة الأعمال الصادر عن البنك الدولي سنة 2016، والذي يركز على مدى جاذبية الاستثمارات وتسهيل عمل المؤسسات والتسهيلات في أداء الأنشطة الاقتصادية، أن الجزائر احتلت المرتبة 15 عربيا والمرتبة 163 عالميا (البنك الدولي، 2014)، كما تظهر أن مكانتها ضمن هذا المؤشر ضعيفة مقارنة ببعض الدول العربية حسب إحصائيات 2017، مما يعني أن بيئة الأعمال غير مناسبة بالنسبة للمؤسسات المستثمرة في الجزائر بما فيها القطاع السياحي، وهذا بالنظر إلى مختلف العوامل المعوقة والتهديدات التي تحملها هذه البيئة، والتي يمكن إبرازها فيما يلي: (قلش، 2014: 228)

1- رغم كبر حجم السوق الجزائرية من حيث الاتساع الجغرافي وعدد السكان، إلا أنها تتميز بالفقر أي محدودية دخل الفرد، مما يؤثر سلبا على إمكانية المؤسسات لتسويق منتجاتها السياحية بأسعار مقبولة خاصة وان هذه المؤسسات تعاني من ارتفاع تكاليف الإنتاج، نتيجة نقص الخبرة وضعف تكنولوجيا الإنتاج، وهذا يتطلب العمل أكثر من أجل توفير فرص العمل في القطاع السياحي من جهة، وزيادة قدرة البلد على جذب سياح أجانب، حتى تستطيع تلك المؤسسات تسويق منتجاتها بأسعار مقبولة.

2- ومن بين أهم العوامل البيئية المؤثرة سلبا على نشاط المؤسسات الاقتصادية والمشروعات الاستثمارية بشكل عام، وتلك الناشطة في قطاع السياحة بشكل خاص، الفساد بمختلف أنواعه، حيث تشير الإحصائيات إلى أن الجزائر حصلت على قيمة سلبية في مؤشر فعالية الحكومة وقدرتها على محاربة الفساد وفرض القانون، ما يدل على تفشي الفساد في الجزائر بالأخص المجال الاقتصادي، مما يؤثر سلبا على الكفاءة في توزيع الفرص الاستثمارية، وعلى فعالية خطط التنمية في المجال السياحي، حيث يبين الجدول رقم (9) حالة الجزائر في هذا المؤشر مقارنة ببعض الدول العربية:

جدول رقم (9)
مكانة الجزائر في مؤشر فعالية الحكومة
ومحاربة الفساد

الدول	مؤشر فعالية الحكومة	مؤشر سيادة القانون	مؤشر الفساد الإداري
الجزائر	-0.5580	-0.7565	-0.3708
تونس	0.3	-0.06	-0.345
تونس	0.1256	0.0387	0.0051
مصر	-0.65	-0.4	-0.6
المغرب	-0.085	-0.21	-0.345

المصدر: تقرير تنافسية اقتصادات الدول العربية، صندوق النقد العربي، 2016، ص 41-52.

الجدول رقم (10)

تطور أرصدة الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد إلى الجزائر خلال الفترة 2011-2014.

السنوات	2014	2013	2012	2011
الاستثمار الأجنبي المباشر (مليون دولار)	26.786	25.298	23.607	22.108

المصدر: الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد والصادر، الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، إحصائيات، مارس 2016.

3- كما تعاني بيئة الأعمال الجزائرية من ندرة رؤوس الأموال، والطاقت الاستثمارية القادرة على إحداث التنمية المطلوبة، ولهذا تلجأ إلى سياسة الدعم المالي أو تشجيع المقاولاتية أو الاستثمارات، وهذا ما يظهر من خلال تنامي وتطور حجم الواردات والاستثمارات المباشرة للمؤسسات الأجنبية في الجزائر، حيث وصل عدد المشروعات الاستثمارية الأجنبية في الجزائر في الفترة ما بين 2003 إلى 2015 حوالي 375 مشروعا بمبلغ 68 مليار دولار أمريكي، وتمثل ما نسبته 21% من قيمة الاستثمارات الإجمالية (الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، 2016)، وتظهر بيانات مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، تطور أرصدة الاستثمارات الأجنبية المباشرة الواردة إلى الجزائر كما هو موضح بالجدول رقم (10).

نلاحظ أن توجه المؤسسات الأجنبية نحو الجزائر في تزايد مستمر، ما يعني أن الاستثمار المحلي عاجز عن تغطية حاجات ومتطلبات الخطط التنموية بما فيها السياحية. وفي الوقت نفسه يعبر تزايد عدد وحجم المشروعات الأجنبية الواردة إلى الجزائر عن تنامي شدة المنافسة الأجنبية، التي تواجه المؤسسات والاستثمارات المحلية.

4- ومن بين أهم المشكلات التي تواجه نمو ونجاح الجزائر في استقطاب الاستثمارات في قطاع السياحة وتعيق ظهور ونمو المؤسسات في هذا الميدان، تلك العراقيل الإدارية المتعلقة بعملية بدء النشاط التجاري وتسجيل الملكية، والحصول على الائتمان، وضعف حماية المستثمرين، فقد بين تقرير التنافسية العربية الصادر عن صندوق

جدول رقم (11)
مكانة الجزائر في مؤشر سهولة أداء الأعمال بالمقارنة مع مجموعة من الدول

الدول	بدء النشاط التجاري	تسجيل الملكية	الحصول على الائتمان	حماية المستثمرين
الجزائر	52.13	50.6	18.8	10.00
مصر	57.3	67.3	56.3	36.7
تونس	68.33	72.0	43.8	60.0
المغرب	61.98	57.35	50.0	37.53

المصدر: تقرير تنافسية الاقتصادات العربية، صندوق النقد العربي، 2016، ص 41-52.

النقد العربي أن قيمة الجزائر ضمن هذه المؤشرات ضعيفة مقارنة مع باقي الدول، والجدول التالي يبين لنا قيمة تلك المؤشرات الخاصة بالجزائر مقارنة بمجموعة من الدول كما هو موضح بالجدول رقم (11).

ويظهر من خلال الجدول رقم (11) أن وضعية الجزائر في المؤشرات الأربع تمثل أدنى قيمة، وهي أقل من بقية الدول، ما يعيق المؤسسات ويعترض أداء أعمالها، من حيث سهولة بدا النشاط، تسجيل الملكية، الحصول على الائتمان، أو الحصول على الحماية اللازمة للاستثمار، الأمر الذي يصعب عملية ظهور المؤسسات ونموها وتوسعها وتوفير الموارد اللازمة لها.

5- ارتفاع معدل التضخم، مما يؤثر سلبا على نشاط المؤسسات نتيجة تغير في أسعار وتكاليف الاستثمار، الناتجة

جدول رقم (12)
تطور معدلات التضخم في الجزائر

2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
3.9	4.5	8.9	3.3	2.9	4.8	6.4	4.8

المصدر: تم إعداده في الاعتماد على إحصائيات: تقرير التنافسية العربية، صندوق النقد العربي، 2016، ص 38، الديوان الوطني للإحصائيات الجزائر» نشرة ديسمبر 2016.

عن ارتفاع تكاليف المواد الأولية، مما يجعل هذه المؤسسات مضطرة إلى رفع أسعار الخدمات السياحية، الأمر الذي يؤثر على القيمة المقدمة للزبون ومن ثم التأثير على رضاه، حيث تبين الإحصائيات ارتفاع معدلات التضخم في الجزائر وخاصة في السنوات الأخيرة، والجدول رقم (12) يبين تطور تلك المعدلات خلال أربع سنوات للجزائر مع مجموعة من الدول:

ويظهر من خلال الجدول رقم (12) ارتفاع معدلات التضخم في الجزائر، والتي تراوحت بين 3.9 و 8.9، كما وصل هذا المعدل في سنة 2016 إلى 6.4 وفي سنة 2017 إلى 4.8، ويعتبر أعلى معدل بالنظر إلى دول المقارنة، وهذا ما يجعل بيئة الأعمال غير مشجعة على الاستثمار، ما ينعكس سلبا على القطاع السياحي، سواء من حيث عمل المؤسسات والاستثمارات بهذا القطاع، أو القدرة على جذب السياح، ولهذا على الدولة الجزائرية أن تعمل على استقرار الأسعار والتحكم في تكاليف الإنتاج، من خلال ضبط أسعار المواد الأولية وإحاطتها بالتسهيلات والامتيازات الجبائية الضرورية.

6- كما تعاني الجزائر من ضعف الاستقرار السياسي والأمني، الناتج عن التهديدات الأمنية والتغيرات الحكومية المتتالية، وما نتج عنه من تغيير في السياسات والقوانين والتوجهات الاقتصادية والسياسية، وخاصة تلك المتعلقة بالاستثمار والتجارة الخارجية، إضافة إلى انعدام الأمن في معظم المناطق السياحية وخاصة عبر الطرائق والمناطق الجبلية والغابية والقطارات، وهذا ما يؤثر سلبا على جاذبية البلد وقطاع السياحة للاستثمارات أو للسياح، ومن ثم إضعاف قدرته التنافسية.

7- كما يتميز المستهلك الجزائري بميله وتفضيله للمنتجات الأجنبية على المنتجات المحلية، مما يجعل المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تواجه صعوبة تسويق منتجاتها، إضافة إلى انتشار السوق السوداء (ياسر، 2006: 60)، ارتفاع معدلات الأمية، وهذا ما يعتبر عائق أمام فعالية تطبيق الأنشطة التسويقية وخاصة التسويق الإلكتروني، الذي يعتبر أكثر فعالية وقل تكلفة، مما يفوت على المؤسسات المستثمرة في القطاع السياحي الاستفادة من الخدمات التسويقية الإلكترونية، كما إن تفضيل وميل الفرد الجزائري إلى كل ما هو أجنبي، يدفع بالكثير إلى الهجرة أي تفضيل المواقع والمؤسسات السياحية الأجنبية والترويج لها على حساب الجزائرية منها.

8- كما تعاني المؤسسات الاقتصادية الجزائرية بشكل عام والمؤسسات السياحية بشكل خاص، من مشكلات تنظيمية وتسويقية، تحول دون ترقية وتدعيم تنافسياتها، وأهمها عدم الاهتمام بالتسويق وتفعيل أساليبه وتقنياته، إضافة إلى صغر الحجم ومحدودية الموارد، وضعف تكنولوجيا الإنتاج وعدم الأخذ بعين الاعتبار

- مدى ملائمة النماذج والأساليب التسويقية مع ثقافة المجتمع الجزائري، وذلك نتيجة عدم الاهتمام بدراسة خصائص ومطالب السوق، لكونها عمليات تتطلب تكاليف ضخمة، ليس بمقدور معظم المؤسسات الجزائرية تحملها (ناصر، 2009: 283).
- 9- ضعف القدرة على الإبداع والابتكار والتجديد وعدم الاهتمام به، مما يجعل المؤسسات السياحية أقل قدرة على التكيف ومواكبة التغيرات والتطورات البيئية، وخاصة تلك الناتجة عن تغير حاجات وأذواق السياح وتنوعهم الثقافي.
- 10- انحصار مصادر التمويل بسبب تقلص نفقات الدعم المالي للحكومة، نتيجة الظروف الاقتصادية الصعبة التي تمر بها البلاد، وبسبب ضعف طاقة المؤسسات المالية والمصرفية والخدمات التي تقدمها من حيث الجودة والتنوعية والكمية، كما إنها غير مستجيبة ومتكيفة مع المستجدات العصرية والحاجات والمتطلبات السياحية، وعدم وجود وكالات مصرفية خاصة بصرف العملات، وعدم ملائمة وسائل الدفع على مستوى البنوك، وخاصة أن القوانين لا تسمح بالتكيف والاستجابة لمتطلبات السياح المالية، ورغم التسهيلات المالية والقروض التي أقرتها الجزائر وخصصتها، إلا أن ذلك يبقى غير كافي في توفير الائتمان المناسب، وهذا ما يؤكد تقرير تنافسية اقتصادات الدول العربية الصادر عن صندوق النقد العربي، والذي اظهر مؤشر الائتمان للجزائر بقيمة سالبة، وهي قيمة متدنية مقارنة ببعض الدول، وإذا كان هذا هو الحال بالنسبة لوضعها في فترة الرخاء، فكيف يكون في حالة الأزمة النفطية وما ترتب عنها من تقليص الدعم المخصص لها من طرف الدولة، فيجب على الدولة الجزائرية إعادة النظر في منظومة القوانين الضابطة للقطاع المصرفي بما يستجيب لتحولات الدولة نحو دعم والاهتمام بالقطاع السياحي، لأن هذا الأخير يتطلب مرونة أكبر في هذا المجال، كما ينبغي تنوع الخدمات المصرفية وإقرار الكثير من العمليات والوكالات المصرفية التي تتحدد وفق المتطلبات السياحية، مع ضرورة عصرنة وتحسين جودة الخدمات المصرفية.
- 11- ضعف البنية التحتية وعدم تطورها وكفايتها من أجل جذب المستثمرين وتشجيعهم، أو تلك التي تساهم في جذب واستقطاب السائح المحلي أو الأجنبي، وخاصة فيما يتعلق بالنقل والمواصلات، فيظهر ضعفها من حيث النوعية والكمية وجودة الخدمة المقدمة وعدم عصرنتها، وخاصة بالنسبة للنقل عبر السكك الحديدية، التي تعاني من انعدام الأمن وتوفير المعلومات، حتى المتعلقة بتاريخ الإقلاع والوصول وأسماء محطات الوجهة المقصودة وعدم احترام المواعيد وغيرها.
- 12- عدم وجود نظرة شاملة لتطوير المنتجات السياحية الجزائرية، مما نتج عن ذلك إهمال المواقع السياحية وعدم صيانتها وتثمينها، وغياب مواد مثيرة للجاذبية وقادرة على التميز.
- 13- طاقات الإيواء والفندقة ضعيفة وغير كافية وذات جودة ونوعية رديئة، إذ تعاني عجز في طاقات الاستقبال وجودته، وتردي جودة ونوعية هياكل الإيواء وارتفاع ثمنها، حيث إن 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية.
- 14- كما تعاني وكالات السفر من غياب التحكم في التقنيات الحديثة للسوق، والتكيف مع الطريقة العصرية في التسيير والتأقلم مع السوق الدولية للسياحة، وغياب مخطط للتكوين المستمر وعدم وجود تنظيم لهذه الوكالات.
- 15- نقص في التأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق.
- 16- ضعف نوعية المنتجات والخدمات السياحية الجزائرية، التي تظهر من خلال انعدام النظافة للفضاءات العامة والخاصة، وغياب خدمات جذابة وإهمال المنتجات المحلية.
- 17- غياب الخدمات في المناطق السياحية، كوسائل الترفيه والإرشاد وأماكن الراحة، ومشكلة العقار السياحي الذي تعاني منه المؤسسات والمشروعات الاستثمارية في هذا القطاع (مولاي لخضر، 2016: 77).
- 18- تدمير الصناعات التقليدية والثقافات والعادات المميزة للمجتمع الجزائري.
- 19- عدم توفر المعلومة السياحية، بسبب غياب نظرة استراتيجية شاملة تقوم على بث المعلومات السياحية والتسويق للمواقع والمنتجات السياحية بالجزائر، سواء ما يتعلق بأماكن تواجد المواقع السياحية والمعالم الثرية والترويج لها، أو فيما يخص التسويق للمنتجات والخدمات السياحية والصناعات التقليدية.

إن هذه السلبيات والمعوقات التي تحملها بيئة الأعمال، سواء الخاصة بقطاع السياحة أو العامة التي لها تأثير شامل على جميع القطاعات والمؤسسات الاقتصادية، فإنها ساهمت كثيرا في إضعاف تنافسية هذا القطاع وتخلفه، وذلك بالنظر إلى تأثيرها السلبي على سمعة قطاع السياحة بالجزائر من جهة ومساهمتها في هروب رؤوس الأموال والاستثمارات، سواء إلى قطاعات أخرى أو إلى الخارج، وإضعاف قدرتها على جذب الاستثمارات الأجنبية.

بالنظر إلى حجم الفرص والمزايا التسويقية التي تحملها البيئة الجزائرية من جهة، وإلى التهديدات والمعوقات التي تتميز بها، يتعين على الدولة الجزائرية الاهتمام أكثر بالقطاع السياحي ودعم تنافسيته، من خلال إقرار إصلاحات في بيئة الأعمال، التي تعتبر محدد مهم لتنافسية أي قطاع مهماً كان، ولهذا يجب معالجة تلك المعوقات والمخاطر التي تعيق عمل المؤسسات الاقتصادية، وتحقق تنمية شاملة ومستدامة.

الخاتمة

تملك الجزائر مقومات مهمة ومعتبرة تكفل لها النهوض بقطاع السياحة، حيث تتنوع تلك المقومات بين العوامل الطبيعية والأثرية التاريخية والتنظيمية والقانونية، ما يجعلها قادرة على التميز في العديد من أنواع السياحة، كالحموية والجبلية والصحراوية والأثرية والساحلية وغيرها، الأمر الذي يوحى بتحقيق دفعة قوية للجزائر في هذا المجال، ويجعلها أكثر قدرة على استقطاب وجذب السياح ومن بين الأوائل في هذا المجال، إلا أن دراستنا هذه لتنافسية قطاع السياحة بالمقارنة مع مجموعة من الدول العربية، تبين أنها ضعيفة جداً ودون المستوى المطلوب، وبعيدة كل البعد عن ما يمكن أن تحققه إمكاناتها ومواردها السياحية، لو استغلت بشكل امثل، وهذا التقهقر والضعف في تنافسية هذا القطاع، تعكسه العوامل البيئية المعوقة التي كشفت عنها هذه الدراسة، مما حال دون تحقيق الفعالية المطلوبة مقارنة بمثيلاتها من الدول العربية، فإذا قلنا أن للجزائر ثروات هائلة في المجال السياحي، إلا أن مؤشرات هذا الأخير ضعيفة من حيث توافد عدد السياح أو مساهمة هذا القطاع في الناتج المحلي الخام وفي التشغيل، يقودنا الأمر إلى بحث ضرورة تحسين بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار، بناء على إقرار مجموعة من الإصلاحات التي تمس الإطار القانوني والتنظيمي والمؤسسي والاجتماعي للبلد، بما يسمح بدعم وتنمية القدرة على استقطاب وجذب السياح من خلال العمل على:

- محاربة الفساد الإداري والبيروقراطية، بناء على إقرار مجموعة من الإصلاحات الإدارية والتنظيمية التي تحد من تعسف أصحاب النفوذ والأموال، واستحوادهم على الفرص والتسهيلات، والتطاول على الحقوق العامة والخاصة، وهذا ما يبنى على إصلاح العدالة، والقيم ونظم التعليم والتربية.
- العمل على تحقيق الاستقرار السياسي والأمني وتأمين المواقع السياحية، وضمان سلامة السائح وحمايته من كافة الأخطار الناتجة عن انعدام الأمن وتدهور الخدمات الصحية والغذائية والراحة والأمان، وتوفير الأمن في المناطق السياحية.
- العمل على تعزيز الاستقرار الاقتصادي، وخاصة فيما يتعلق بالتحكم في معدلات التضخم وكبح جموحه، من خلال العمل على استقرار الأسعار وعدم السماح بارتفاعها. كما يجب تبني استراتيجية مبنية على رؤية واضحة تحدد التوجه العام للدولة وفي كل القطاعات.
- العمل على الحد من الإجراءات الإدارية والتنظيمية المعرقلة للاستثمارات، بغرض تسهيل عملية بدا المشروع، وتسجيل الملكية ومختلف الإجراءات التي تعرقل عملية الاستثمار، وخاصة في الميدان السياحي، بالإضافة إلى تسهيل عملية الحصول على العقار السياحي، والتمويل اللازم، وإصلاح المؤسسات المالية وتكثيف منظوماتها التشريعية حسب متطلبات قطاع السياحة. بالإضافة إلى الاعتماد على التقنيات الحديثة في التسيير وعلى رأسها استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- تطوير البنية التحتية من الجسور والطرق والسكك الحديدية والموانئ والمطارات، وجميع المرافق السياحية الضرورية وعصرنتها. بما يضمن توفير خدمات ملائمة في مجال السياحة ويحقق ربط كامل بين مختلف المناطق السياحية.
- إصلاح وتعزيز وسائل النقل وعصرنتها وخاصة القطارات.

- تحسين جودة المنتجات والخدمات السياحية وتنويعها، من خلال فتح باب الاستثمار من أجل تحقيق المنافسة التي تدفع المؤسسات إلى تحسين الخدمات السياحية والمرافق وتخفيض الأسعار.
- العمل على وضع خطط لبث المعلومات السياحية، وتفعيل برامج التسويق السياحي للمواقع والمنتجات السياحية، يمكن من خلالها توفير المعلومات السياحية ونشرها في كافة الهيئات والمؤسسات والوسائل الخاصة بالسياحة، وخاصة تلك المستخدمة من طرف السياح كالفنادق ووسائل النقل وأماكن الراحة والترفيه وغيرها، فيمكن الاعتماد هنا على المطويات والكتيبات والمخططات التي توضح وتحدد بدقة أهم المعالم والمواقع الأثرية والتاريخية والمناطق السياحية وأماكن تواجدها وأهم خصائصها، إضافة إلى ضرورة الاستعانة بوسائل الإعلام المختلفة كالقنوات السمعية والبصرية والجراند والمجلات، إضافة إلى وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- تطوير مشروعات التنمية السياحية المستدامة، المرتكزة على تعزيز الحوافز الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسياحة، ومراعاة القضايا المتعلقة بالاستدامة البيئية والحد من الفقر على الصعيد الوطني، والاستثمار في البنية التحتية الأساسية، مع التركيز على نوعية وكفاءة البنية التحتية والخدمات السياحية الأساسية.
- تهيئة وتكوين الموظفين التابعين للقطاع السياحي والعمل على إيجاد كوادر بشرية قادرة على العمل في هذا الميدان من خلال إحداث تخصصات جامعية متعلقة بالسياحة. كما يجب أن يوفر مسئولي القطاع برامج تدريبية بشأن الجوانب المختلفة للسياحة بالنسبة للموظفين في هذا القطاع.
- تشجيع المفاوالتية في مجال السياحة من أجل تغطية العجز الموجود في الخدمات السياحية والمرافقة.
- نشر الثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع والمؤسسات الخاصة والهيئات الإدارية العامة وفرض احترام السائح وتعليم أدبيات التعامل مع الآخر.

بناء على الدراسة التي قمنا بها والتي بنيت على تحليل العلاقة بين بيئة الأعمال وتنافسية القطاع السياحي، يتضح أنه لا يمكن تطوير وتعزيز تنافسية هذا القطاع في الجزائر من دون اعتماد إصلاحات شاملة وعامة لجميع القطاعات، وذلك بالنظر إلى ارتباطاته بمختلف الأنشطة الاقتصادية وتداخل أبعاده معها، ولهذا يجب إدراج أهداف وخطط تنمية هذا القطاع ضمن استراتيجية وطنية تراعي تحسين وإصلاح بيئة الأعمال من كل الجوانب.

المراجع

أولاً - مراجع باللغة العربية:

- الأمم المتحدة. (2008). «كثافة المنافسة المحلية»، *مناخ الأعمال، الإحصاءات العربية*، برنامج إدارة الحكم في الدول العربية www.pogar.org.
- البنك الدولي. (2014). *تقرير بيئة الأعمال*.
- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات. (2010). *التقرير السنوي*.
- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات. (2015). *مناخ الاستثمار في الدول العربية*، الكويت.
- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات. (2017). *مناخ الاستثمار في الدول العربية*، مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار. الكويت.
- المرصد الوطني للتنافسية. (2011). *التنافسية في الفكر الاقتصادي*، سوريا.
- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار. (2016). *الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد والصادر*، إحصائيات، مارس.
- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار. (2017). *سياسات دعم الاستثمار في الجزائر*، موقع: www.andi.dz
- برحال، عبد الوهاب؛ وسرحان سامية، (2011). «تقييم القدرة التنافسية للاقتصاد الجزائري وفقا لمؤشر التنافسية العالمي»، *الملتقى الوطني الأول حول: دور القطاع الخاص في رفع تنافسية الاقتصاد الجزائري والتحصير لمرحلة ما بعد البترول*، الجزائر: جامعة جيجل.
- بوحديد، ليلي؛ وإلهام يحيوي. (2016). «إمكانية الاستفادة من التجربة التركية في صناعة السياحة المحلية للجزائر»، *مجلة الاقتصاد والتنمية*، الجزائر: جامعة المدية، العدد 5، جانفي.
- بوعموشة، حميدة. (2012). «دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة : دراسة حالة الجزائر»، *رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير*، مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية والتسيير، الجزائر: جامعة فرحات عباس سطيف.
- توفيق، ماهر عبد العزيز. (1997). *صناعة السياحة*. الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.
- حسين، عبد القادر. (2013). «استراتيجية التنمية المستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025»، *مجلة أداء المؤسسات الجزائرية*، الجزائر: جامعة ورقلة، عدد 2.
- سعيداني، رشيد. (2017). «أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية : دراسة حالة الجزائر»، *مجلة البشائر الاقتصادية*، المجلد الثالث، العدد 2، جوان.
- صندوق النقد العربي. (2012). *التقرير الاقتصادي العربي الموحد*.
- صندوق النقد العربي. (2017). *النظم الضريبية وضريبة القيمة المضافة في الدول العربية*، ماي.
- عبد الله، عياشي. (2016). استراتيجيات تنمية السياحة البيئية في الجزائر من منظور الاستدامة- حظيرة الطاسيلي بولاية اليزي أنموذجا، *أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية*، الجزائر: جامعة قصدي مرباح ورقلة.
- عبدوس، عبد العزيز. (2013). «سياسات تعزيز تنافسية القطاع السياحي الواقع والمأمول»، *مجلة الباحث الاقتصادي*، الجزائر: جامعة برج بوعريش، العدد 1.
- قلش، عبد الله. (2014). «أهمية التسويق بالعلاقات في تحقيق الميزة التنافسية بالإسقاط على المؤسسات الاقتصادية العربية»، *أطروحة مقدمة للحصول على شهادة دكتوراه في علوم التسيير*، الجزائر: جامعة الشلف.
- مولاي لخضر، عبد الرزاق، خالد بورحلي. (2016). «متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري»، *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية*، عدد 4، جوان.
- ناصر، خليل. (2009). *التجارة والتسويق الإلكتروني*. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- هاني، نوال. (2013). «تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية»، *مجلة الباحث*، الجزائر: جامعة بسكرة، عدد 13.
- ياسر، محمد زكي. (2006). *استراتيجيات التطوير في المؤسسات العربية*، القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

ثانياً - مراجع باللغة الإنجليزية:

- Enright, M. J. (1992). "Way Local Clusters are the Way to Win the Game", *Word Link*, 5 July; August,
- Organization of Islamic Cooperation. (2017). *International Tourism in OIC Countries, Prospects and Challenges 2017*, Statistical, Economic and Social Research and Training Center for Islamic Countries.

The Importance of Improving the Business Environment in Promoting the Competitiveness of the Tourism Sector in Algeria: A Comparative Study with a Group of Arab Countries

Dr. Abdellah Kelleche

Lecturer – University of Hassiba Ben Bouali Chlef – Algeria
kabd.dz@gmail.com

Nawal Khantar

PhD Student - University of Hassiba Ben Bouali Chlef - Algeria

ABSTRACT

Our aim is to analyze the need to improve the business environment in order to enhance the competitiveness of the tourism sector in Algeria. For this reason, we analyzed the competitiveness of the tourism sector in Algeria compared to the Arab countries according to the report of the competitiveness of tourism and travel issued by the world economic forum 2017, which is composed of four sub-indicators; which are in the enabling environment, which are also divided into sub-indices: business environment, safety and security, health and hygiene, human resources and labor market, ict readiness and the policy and empowerment policy index, international openness, price competitiveness, environmental sustainability, and the third indicator is the infrastructure which is the air transport environment, the infrastructure of the land and the port, the infrastructure of tourism services, while the last indicator of natural and cultural resources wz analyze the situation of private and public environmental factors that affect the competitiveness of the tourism sector in Algeria and its contribution to that in comparison to a group of Arab countries. Finally, we reach the most important approaches which may be used in reforming the Algerian business environment.

Based on an analysis of factors impeding the development process, and assess the efforts and reforms adopted by States in this area, organizational, legislative and institutional aspects and to evaluate the results achieved on the ground we found that the latter was not in the level of aspirations, it did not reflect the magnitude of the financial, human and regulatory burdens adopted by the State compared to the performance of the tourism sector in the Arab countries adopted in this study ,This is despite the availability The ingredients Cultural, historical and natural Necessary for the recovery of the tourism sector, This led us to conclude that the lack of performance of the tourism sector in Algeria is mainly due to negative factors that characterize the administrative, organizational, social and cultural system, which greatly encourage the spread of the phenomenon of administrative corruption of all kinds, in addition to the culture of consumption and reliance on rents, This requires radical reforms, in addition to the administrative and organizational aspects, Social and cultural aspects, with the aim of instilling values that will help develop the tourism sector.

Keywords: *Business Environment, Penal Tourism Sector, Tourism Revenue, Tourism Sector Competitiveness, Number of Tourists, Infrastructure of the Tourism Sector.*