

تقييم تنافسية قطاع السفر والسياحة في بلدان المغرب العربي دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب

أ/ بوراوي ساعد

د/ عيساني عامر

جامعة باتنة

Abstract :

This study deals with evaluating the Travel and Tourism sector competitiveness in Maghreb countries (Algeria, Tunisia and Morocco), through the ranking of those countries in related international tourism indexes, especially the Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) editing from the World Economic Forum.(WEF). This study concentrated in showing the economic importance of tourism sector through its direct and indirect impact which result from tourism on economy of those countries, basically in balance of payment (tourist balance), the Gross Domestic Product, and the Employment.

المخلص :

تتناول هذه المقالة تقييم تنافسية قطاع السفر والسياحة في بلدان المغرب العربي الثلاث (الجزائر، تونس والمغرب)، وذلك من خلال ترتيب هذه الدول في المؤشرات السياحية الدولية ذات العلاقة، ولا سيما مؤشر تنافسية السفر والسياحة الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)، وقد ركزت هذه الدراسة على بيان أهمية هذه المؤشرات الدولية باعتبارها أداة في أيدي متخذي القرار من أجل تحسين تنافسية قطاع السفر والسياحة، من خلال تثمين المؤهلات الطبيعية والثقافية، والبيئة الداعمة لتنافسية قطاع السياحة بوجه خاص، وتحسين بيئة الاستثمار بوجه عام.

واستخدم في الدراسة الأسلوب الإحصائي المقارن لعدد من السنوات، بناء على البيانات الواردة من منظمة السياحة العالمية (WTO)، وتقارير المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC)، وكذا تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) وفي الأخير توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج تم عرضها في نهاية المقالة.

الكلمات المفتاحية: تنافسية قطاع السفر والسياحة، دول المغرب العربي، الأهمية الاقتصادية للسياحة.

مقدمة

تمثل السياحة في الوقت الراهن صناعة قائمة بذاتها، وتعد من أكثر الصناعات نمواً في العالم، فقد ارتفع عدد السياح في العالم من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى أكثر من مليار سائح سنة 2014 كما انتقلت الإيرادات التي ولدتها السياحة على المستوى العالمي من 2 مليار دولار عام 1950 إلى ما يزيد عن (1245) مليار دولار في عام 2014م ، منهم أكثر من 53% لأغراض الترفيه والاستمتاع فقط

وتشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة إلى أن السياحة تساهم بما يقارب من 10 % من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، وتمثل نسبة 6 % من الصادرات العالمية ونسبة 30% من صادرات الخدمات، وبلغت نسبة الاستثمار السياحي 4,3% من مجموع الاستثمار العالمي .

وتوفر السياحة حالياً أكثر من 276 مليون منصب شغل مباشر وغير مباشر، أي ما يعادل 9.4% من مجموع العمالة العالمية.

كما يتوقع أن يصل عدد السياح بنهاية عام 2030 إلى أكثر من 1,8 مليار سائح ، بمعدل نمو متوقع يصل إلى 3,3 % سنوياً خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2030 –

مما سبق، تتبين الأهمية الاقتصادية للسياحة على مستوى الاقتصاد الدولي، و الآثار المباشرة وغير المباشرة التي يولدها هذا القطاع على مختلف المتغيرات الاقتصادية العالمية والمحلية، ولاسيما الناتج المحلي الإجمالي وتوفير مناصب الشغل وتقليل حدة الفقر، وبالتالي تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلدان بشكل مستدام، وذلك بغض النظر عن اختلاف مستويات النمو الاقتصادي لهذه البلدان (النامية والمتقدمة على حد سواء).

ويتم تقييم هذه الاستراتيجيات والحكم على مدى نجاحها في تحقيق أهدافها ولا سيما الكمية منها باستخدام أدوات القياس الاقتصادية والتي منها مؤشرات قياس تنافسية السفر والسياحة.

ونظراً للأهمية الاقتصادية المؤكدة للسياحة، فقد قامت بلدان المغرب العربي بموضوع المقارنة- بإعداد وتنفيذ استراتيجيات وطنية لتنمية القطاع السياحي، تهدف في المقام

الأول- إلى تفعيل أداء القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، ومحاولة الرفع من القدرات التنافسية الكامنة في هذا القطاع مقارنة بباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى.

وفي هذا السياق، أعدت الجزائر منذ عام 2008 المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030 المعروف بـ "SDAT 2030" والذي يعتبر الإطار المرجعي الذي تنفذ من خلاله الإستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة لغاية عام 2030.

أما في المغرب، فقد تم الانتهاء من تطبيق الإستراتيجية الأولى المتمثلة في «رؤية 2010» و الذي حقق فيه الأهداف الكمية المحددة سنة 2001 بنسبة 93 %، ويعمل حاليا على تطبيق الإستراتيجية الثانية "رؤية 2020"، وهي امتداد لرؤية 2010 وتخص الفترة من سنة 2010 إلى غاية 2020.

وفي تونس، عمدت السلطات العمومية إلى تبني إستراتيجية وطنية للتنمية السياحية تمتد على مدى 15 عاما، وشرع العمل بها بداية من سنة 2001 إلى غاية نهاية 2016 .

و تأسيسا على ما سبق، فإن الإشكالية الرئيسية التي يطرحها موضوع البحث هي: "ما هو وضع بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس، و المغرب) في المؤشرات العالمية لتنافسية قطاع السفر و السياحة ؟

وتتفرع عن الإشكالية الرئيسية، مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل فيما يلي:

- (1)- ما هي مؤشرات تنافسية السفر و السياحة وما هي مكوناتها الرئيسية والفرعية ؟
 - (2)- ما هو ترتيب دول المغرب العربي في مؤشرات تنافسية السفر و السياحة العالمي؟
 - (3)- كيف تحسن دول المغرب العربي، أداءها في مؤشر تنافسية السفر والسياحة؟
- أهداف البحث: يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف التالية :

- 1-تعريف مؤشرات تنافسية السفر والسياحة وتحليل مكوناتها الرئيسية والفرعية؟
- 2-معرفة الترتيب الراهن لدول المغرب العربي في هذه المؤشرات ؟
- 3-مقارنة وضع دول المغرب العربي في هذه المؤشرات ؟

أهمية الدراسة :

- 1-أهمية قطاع السياحة في الاقتصاديات الناشئة واقتصاديات بلدان المغرب العربي .
- 2-مساهمة قطاع السياحة في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي وزيادة فرص العمل وتوفير النقد الأجنبي.
- 3-تراجع الإيرادات النفطية في الأسواق العالمية وتأثيره على الاقتصاد الجزائري .

4-أهمية مؤشرات تنافسية السفر والسياحة كأداة مهمة في قياس مستوى التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي.

المحور الأول: مؤشر تنافسية قطاع السفر و السياحة وعرض مكوناته الرئيسية و الفرعية.

أولاً: مفهوم التنافسية بوجه عام:

يتميز مفهوم التنافسية بالحدثة ولا يخضع لنظرية اقتصادية عامة، وأول ظهور له كان خلال الفترة 1981-1987 التي عرفت عجزاً كبيراً في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية (خاصة في تبادلاتها مع اليابان) وزيادة حجم الديون الخارجية، وظهر الاهتمام مجدداً بمفهوم التنافسية مع بداية التسعينات كنتاج للنظام الاقتصادي العالمي الجديد وبروز ظاهرة العولمة، وكذا التوجه العام لتطبيق اقتصاديات السوق.

وتشير كثير من الدراسات إلى أن التنافسية ليست هدفاً في حد ذاته، وإنما هي وسيلة لزيادة الرفاه وتحقيق التنافسية المستدامة، كما أن مفهوم التنافسية يختلف وفقاً لمستوى التحليل، فهو إما على مستوى منشأة، أو قطاع نشاط، أو دول . و عليه سوف نستعرض المفاهيم تبعا لمستوى التحليل المشار إليه سابقاً.

1- مفهوم التنافسية على مستوى الدول:

تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE)¹ التنافسية على أنها : "المدى الذي من خلاله تنتج الدولة وفي ظل شروط السوق الحرة والعادلة، منتجات وخدمات تنافس في الأسواق العالمية، وفي نفس الوقت يتم تحقيق زيادة الدخل الحقيقي لأفرادها في الأجل الطويل"²

ويرى معهد التنافسية الدولية على أنها قدرة البلد على³:

أ- أن ينتج أكثر وأكفاً نسبياً، و يقصد بالكفاءة :

- **تكلفة أقل** : من خلال تحسينات في الإنتاجية و استعمال الموارد بما فيها التقنية والتنظيم.
- **ارتفاع الجودة** : وفقاً لأفضل معلومات السوق و تقنيات الإنتاج.
- **الملائمة** : و هي الصلة مع الحاجات العالمية، وليس فقط المحلية، في المكان والزمان ونظم التوريد بالاستناد إلى معلومات حديثة عن السوق و مرونة كافية في الإنتاج و التخزين و الإدارة.

ب- أن يبيع أكثر من السلع المصنعة و التحول نحو السلع عالية التصنيع والتقنية وبالتالي ذات قيمة مضافة عالية في السوقين الخارجي والمحلي، و بالتالي يتحصل على عوائد أكبر متمثلة في دخل قومي أعلى للفرد، وذي نمو مطرد، وهو أحد عناصر التنمية البشرية.

ج- أن يستقطب الاستثمارات الأجنبية المباشرة بما يوفره البلد من بيئة مناسبة و بما ترفعه الاستثمارات الأجنبية من المزايا التنافسية التي تضاف إلى المزايا النسبية.

2- مفهوم التنافسية على مستوى القطاع:

تعمل القطاعات الاقتصادية ذات القدرة التنافسية على تحقيق أربع معايير أساسية متفق عليها و هي⁴:

الربحية : وهي قدرة القطاع على تحقيق أرباح مطردة قابلة للاستمرار مع تحقيق التميز والاختلاف بين القطاعات الأخرى.

التميز: أي تحقيق الاختلاف بين القطاعات الأخرى بالفرد بإنتاج منتج متميز.

المساهمة في التجارة الدولية : أي زيادة حصة القطاع في الأسواق العالمية.

المساهمة في تحقيق النمو الاقتصادي المتواصل: ويعني ذلك المساهمة الفعالة في زيادة نصيب الفرد من الدخل الحقيقي مع الاستمرارية.

ثانيا: مؤشر تنافسية السفر والسياحة:

تعتبر تنافسية السفر و السياحة من أهم المؤشرات التي تعبر عن القوة الاقتصادية التي يمتلكها قطاع السياحة في اقتصاد ما، وقد بينت الأدبيات الاقتصادية أن السياسات والاستراتيجيات التي تضعها الدولة تعد هي المحرك الأساسي للتحول من الميزة النسبية (والتي تتميز فيها كثير من الدول النامية) وترجمتها إلى ميزة تنافسية . فالميزات التنافسية لا تعتمد على الموارد الموهوبة بقدر اعتمادها على الموارد المبتكرة من خلال السياسات الداعمة⁵.

1- تعريف التنافسية السياحية: حسب تعريف منظمة السياحة العالمية، تعرف التنافسية

السياحية على أنها "الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات، بما يرضي أذواق المستهلكين. وتعرف أيضا بأنها قدرة الدولة على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق الدولية"⁶.

2- تقديم مؤشر تنافسية السفر والسياحة:

يصدر المنتدى الاقتصادي العالمي تقريراً عن تنافسية قطاع السياحة والسفر على المستوى العالمي، وقد كان أول إصدار له عام 2007 وشاركت فيه 10 دول عربية، ثم تبعه إصدار عام 2008 وعام 2009 وضم 133 دولة في العالم، وإصدار عام 2013 الذي شمل 140 دولة.

وقد أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) تقرير التنافسية العالمية لقطاع السفر والسياحة لسنة 2015 تحت شعار "النمو من خلال الصدمات " GROWTH THROUGH SHOOKS"⁷

يغطي التقرير 141 دولة من جميع أنحاء العالم منها 14 دولة عربية . وعلى خلاف الإصدارات السابقة، التي ضمت 3 مؤشرات رئيسية ، و 14 مؤشراً فرعياً، و 79 متغيراً، فإن تقرير هذا العام جاء بمنهجية جديدة تعتمد على أربع مؤشرات رئيسية و 14 مؤشر فرعياً و 90 متغيراً لذا فإنه من غير الصحيح مقارنة النتائج القديمة مع نتائج هذا العام⁸.

ويأتي هذا التغيير في تقرير 2015 لتطويره حسب طلب عدة دول، منها دول عربية شاركت في الاجتماعات التي تمت مع المسؤولين في المنتدى الاقتصادي العالمي، عن إدارة قسم تنافسية السفر والسياحة، ومنها المملكة العربية السعودية وجمهورية مصر العربية .

3- منهجية تصنيف تنافسية الدول:

تعتمد منهجية التصنيف أربع محاور أساسية (أو مؤشرات رئيسية)، و هي⁹:

المحور الأول : البيئة التمكينية ،

المحور الثاني : سياسات السفر والسياحة والظروف الملائمة .

المحور الثالث : البنية التحتية .

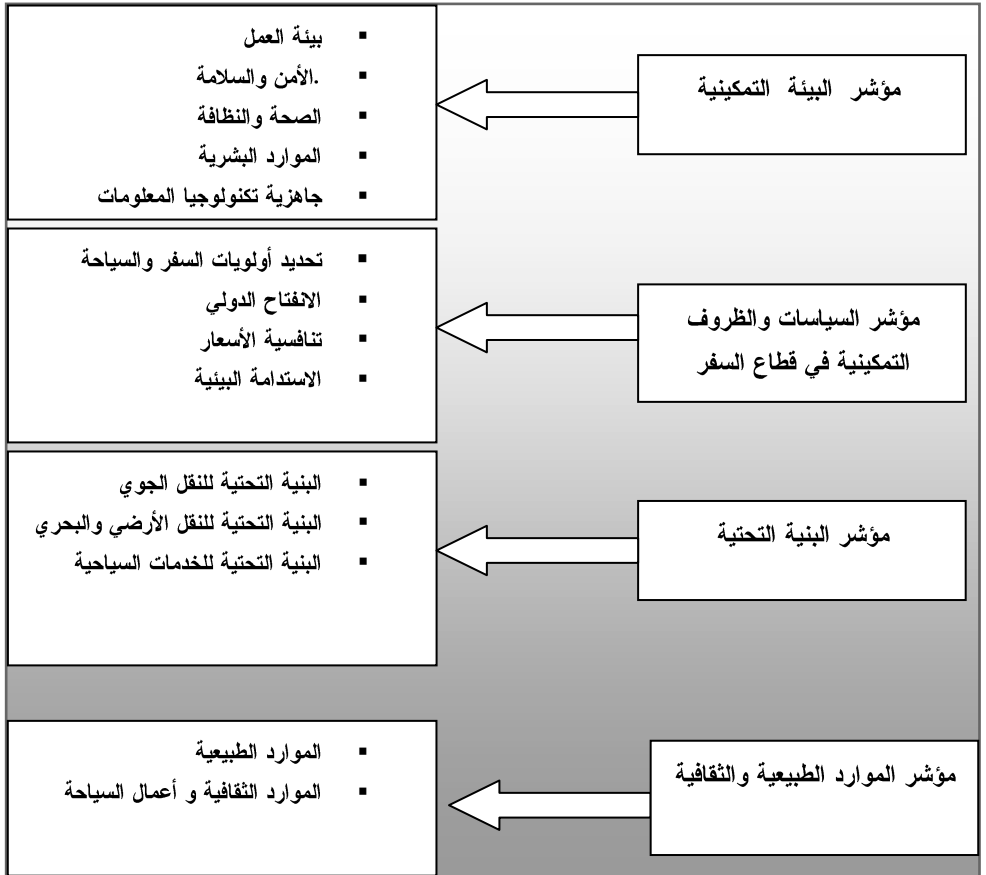
المحور الرابع : الموارد الطبيعية والثقافية.

وتستمد المنهجية بياناتها من النوعين التاليين من البيانات:

• **البيانات الكمية:** يتم الحصول عليها غالباً من الهيئات الدولية، مثل : منظمة السياحة العالمية، ومجلس السياحة والسفر العالمي، إضافة إلى كبرى شركات الطيران الجوي والبحري، والنشرات الإحصائية المحلية والدولية المنشورة أيضاً. وتعتبر البيانات الكمية

غالباً عن عدد السياح، والتكنولوجيا الموجودة، والأسعار، وعدد المواقع السياحية الخ...، وتمثل المعلومات الإحصائية ثلثي البيانات المعتمد عليها في تقرير تنافسية السفر والسياحة العالمي لسنة 2015¹⁰.

•البيانات النوعية: يتم الحصول عليها من خلال المسوحات الميدانية (الاستقصاءات والاستبيانات) التي يقوم بها المنتدى الاقتصادي العالمي، وتكون العينة المستهدفة غالباً آراء رجال الأعمال وصناع القرار حول الأداء السياحي في دولة ما. يمثل هذا النوع من المعلومات ثلث البيانات المعتمد عليها في تقرير تنافسية السفر والسياحة العالمي لسنة 2015.



الشكل رقم(01): هيكل المؤشر العام لتنافسية السفر والسياحة لعام 2015.

المصدر: المنظمة العربية للسياحة، تقرير تحليل تنافسية السفر والسياحة في الدول العربية 2015 ص.6

من خلال عرض مؤشرات تنافسية السفر والسياحة لعام 2015 الواردة في الجدول أعلاه، نلاحظ أن عدد المؤشرات الرئيسية أصبح أربعة بدلا من ثلاث مؤشرات في الإصدارات السابقة، أما من حيث المؤشرات الفرعية فما زال الاعتماد على 14 مؤشرا فرعيا كما في الإصدارات السابقة، في حين أصبح عدد المتغيرات الإجمالية 90 متغيرا بعد أن كانت 79 متغيرا فقط.

وقد جاءت هذه التعديلات في هيكل المؤشر، بناء على التوصيات التي توصل إليها المنتدى الاقتصادي العالمي، مع الخبراء، وصناع القرار، والمؤسسات الشريكة والتي هدفت إلى تحسين المعلومات والبيانات التي اعتمد عليها في بناء المؤشر باعتباره أداة فعالة لتقييم السياسات الحكومية المثلى و الأنظمة الداعمة لنمو تنافسية قطاع السفر والسياحة في العالم .

المحور الثاني: ترتيب ومقارنة دول المغرب العربي في مؤشر تنافسية السفر والسياحة 2015.

يضم تقرير تنافسية السفر و السياحة العالمي لسنة 2015، 141 بلدا، من بينها 14 بلدا عربيا، وهي:

الإمارات العربية المتحدة، قطر، البحرين، المغرب، السعودية، سلطنة عمان، الأردن، تونس، مصر، لبنان، الكويت، الجزائر، موريطانيا و اليمن، واحتلت الإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى عربيا والمرتبة 24 دوليا.

و الجدول الموالي يبين نتائج دول المغرب العربي (موضوع الدراسة) في المؤشر الرئيسي الأول لتنافسية السفر و السياحة 2015 (مؤشر البيئة التمكينية).

الجدول رقم (1) : ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر العام لتنافسية السفر و السياحة لعام 2015

الترتيب في المؤشر العام		الدول
عربيا (14 دولة)	دوليا (141 دولة)	
12	123	الجزائر
04	62	المغرب
08	71	تونس

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة 2015.

يتبين من الجدول ،أن المغرب تبوأ مراكز متقدمة في مجموعة بلدان المغرب العربي، حيث جاء في المرتبة 62 عالميا تليه تونس في المرتبة 71 ، و أخيرا الجزائر في المرتبة 123 . ونفس الصدارة تحصل عليها المغرب في مجموعة الدول العربية، فقد جاء في المرتبة الرابعة بعد كل من الإمارات العربية المتحدة وقطر والبحرين، في حين كانت الجزائر في ذيل القائمة في المرتبة 12 من مجموع 14 دولة عربية ، حيث تأتي بعدها مباشرة كلا من موريطانيا واليمن .

الجدول رقم (2) : ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الأول البيئية التمكينية .

المؤشر الرئيسي الأول: البيئية التمكينية						الدولة
جاهزية تكنولوجيا المعلومات	الموارد البشرية وسوق العمل	الصحة والنظافة	الأمن والسلامة	بيئة العمل	نتيجة المؤشر ككل	
105	109	84	95	121	99	الجزائر
75	107	98	37	42	71	المغرب
76	87	76	98	71	75	تونس

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة 2015.

نلاحظ من خلال الترتيب الوارد في الجدول السابق ان الجزائر جاءت في المرتبة 99 في مؤشر البيئية التمكينية ، وتحصلت كل من المغرب وتونس على المرتبة 71 و 75 على التوالي، أما من حيث الترتيب في المؤشرات الفرعية فقد تفوقت الجزائر على تونس في مؤشر الأمن والسلامة وتفوقت في الترتيب على المغرب في مؤشر الصحة والنظافة ، وبالرجوع إلى المتغيرات المكونة لمؤشر الأمن والسلامة في قاعدة بيانات المنتدى الاقتصادي نلاحظ ان الجزائر حصلت على المرتبة التاسعة عالميا في قيمة المتغير : مدى جرائم القتل ، وحصلت على المرتبة الأولى عالميا في قيمة المتغير: مدى انتشار فيروس الايدز في المؤشر الفرعي للصحة والنظافة¹¹ ، وهذا ما قوى تنافسها في هذين المؤشرين الفرعيين.

الجدول رقم (3) : ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الثاني : مؤشر

السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة

المؤشر الرئيسي الأول : مؤشر السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة					الدولة
نتيجة المؤشر ككل	أولوية السفر والسياحة	الافتتاح الدولي	تنافسية الأسعار	الاستدامة البيئية	
135	139	137	10	113	الجزائر
62	26	94	47	70	المغرب
50	44	103	7	59	تونس

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة 2015.

نلاحظ من الجدول السابق أن الجزائر كانت في ذيل الترتيب عالميا ، حيث حصلت على المرتبة 135 من مجموع 141 بلدا ، أما تونس والمغرب فقد حصلتا على المرتبتين 50 و62 على التوالي .

ويرجع السبب في هذا الترتيب المتأخر بالنسبة إلى الجزائر إلى ضعفها في نتائج المتغيرات المكونة لهذا المؤشر ولا سيما أولويات السفر والسياحة والافتتاح الدولي، حيث كان اهتمام الجزائر بأولوية قطاع السياحة والسفر كصناعة ضعيفا ومتأخر نسبيا ، وكذا ضبابية الرؤية الإستراتيجية، وضعف فاعلية التسويق كآلية لجذب السياح، وضعف منظومة البيانات السياحية لعدم توفر الإحصاءات الكافية و الدقيقة في هذا المجال .

و على العموم فقد تحصلت دول المغرب العربي جميعها على ترتيب متقدم في المؤشر الفرعي الخاص بتنافسية الأسعار، بسبب انخفاض تكاليف المعيشة في هذه البلدان مقارنة بكثير من دول العالم، وانخفاض أسعار الوقود في الجزائر والتي تؤثر بشكل مباشر على تكاليف السفر .

الجدول رقم (4) : ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الثالث، البنية التحتية

المؤشر الرئيسي الثالث : البنية التحتية				الدولة
نتيجة المؤشر ككل	البنية التحتية للنقل الجوي	البنية التحتية للنقل البري والبحري	البنية التحتية للخدمات السياحية	
133	113	121	138	الجزائر
68	64	69	65	المغرب
76	77	94	61	تونس

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة 2015.

يشير تقرير منظمة السياحة العربية إلى أهمية البنية التحتية للنقل الجوي والبري والبحري في صناعة السفر والسياحة فالدول السياحية هي تلك التي تمتلك أكبر عدد من المطارات والموانئ والطرق البرية لتسهيل تدفق السائحين إليها، وحسب إحصاءات منظمة السياحة العالمية (WTO) فإن النقل الجوي يبقى الوسيلة الأكثر استعمالاً من السياح بنسبة 54% مقارنة بالنقل البري والبحري بنسبة 41% و 5% على التوالي¹². ويلاحظ من خلال الترتيب الوارد في الجدول أعلاه، أن الجزائر تعاني ضعفاً شديداً في كافة المؤشرات الخاصة بالبنية التحتية (النقل الجوي والنقل البري والبحري وبنية الخدمات السياحية)

ولإشارة فإن المتغيرات التي يتكون منها مؤشر البنية التحتية تتمحور حول نوعية البنية التحتية للنقل الجوي كعدد المطارات، عدد شركات الطيران العاملة، وعدد الرحلات الدولية، أما متغيرات البنية التحتية للنقل البري والبحري فمنها: نوعية شبكة الطرق البرية والبحرية، وطول الطرق المعبدة في كل 100 كلم مربع، أما بالنسبة للخدمات السياحية فركزت المتغيرات على عدد الغرف المتوفرة لكل 100 ساكن، ومدى توفر شركات إيجار السيارات، والصراف الآلي الدولي (ATMs accepting Visa cards).

والجدول الموالي يبين الطاقة الفندقية وعدد الأسرة المتوفرة في دول المغرب العربي .

الجدول رقم (05): الطاقة الفندقية لدول المغرب العربي لسنة 2014

الدولة	عدد الفنادق/بالآلاف	عدد الأسرة/بالآلاف	عدد الأسرة لكل 100 ساكن*
الجزائر	1.185	99.605	0.25
تونس	856	230.000	2.12
المغرب	3.000	216.386	0.63

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على إحصاءات :

الجزائر: <http://matta.gov.dz/images/statourisme.pdf>

المغرب: وزارة السياحة المغربية الموقع الإلكتروني: <http://www.tourisme.gov.ma/ar>

تونس: الديوان الوطني التونسي للسياحة على الموقع الإلكتروني:

<http://beintunisia.com>

* عدد الأسرة / عدد السكان/ 100

بناء على البيانات الواردة في الجدول السابق، يلاحظ أن عدد الفنادق في الجزائر قد بلغ 1185 فندقا بطاقة استيعابية قدرها 99.605 سرير أي بمتوسط حوالي 85 لكل فندق، وهو ما يمثل نسبة 0.25 سرير لكل 100 ساكن .

أما في تونس فقد بلغ عدد المؤسسات الفندقية 856 وحدث ولكن بطاقة استيعابية أعلى تصل إلى 230.000 سريرا، أي بمتوسط قدره 268 لكل فندق، وهو ما يمثل نسبة 2.12 سرير لكل 100 ساكن .

وفي المغرب وصل إجمالي الفنادق إلى 3000 فندقا، بطاقة استيعاب إجمالية قدرها 216.386 سريرا، أي بمتوسط 72 لكل فندق، وهو ما يمثل 0.63 سرير لكل 100 ساكن.

وعلى العموم ، فإن مؤشرات توزيع عدد الأسرة على السكان تتأثر بعدد السكان في البلد ، وهو ما قوى هذا المؤشر في تونس بسبب انخفاض عدد السكان مقارنة بالجزائر والمغرب .

الجدول رقم (06) : ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الرابع الموارد الطبيعية والثقافية

الدولة	المؤشر الرئيسي الرابع: الموارد الطبيعية والثقافية		
	نتيجة المؤشر ككل	الموارد الطبيعية	الموارد الثقافية
الجزائر	90	127	50
المغرب	45	59	39
تونس	99	105	70

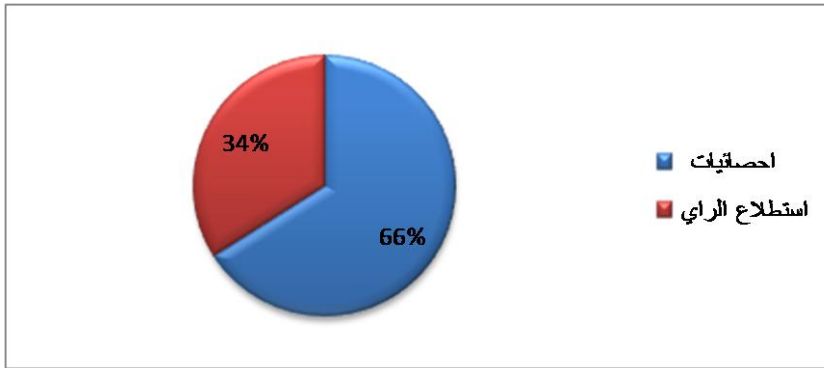
المصدر: من إعداد الباحثين بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة 2015. من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم: (06) نلاحظ أن المغرب يتصدر دول المغرب العربي في هذا المؤشر، تليه الجزائر ثم تونس ، كما جاء المغرب في المرتبة الأولى عربيا و 45 عالميا، نتيجة عدد المواقع المسجلة في التراث العالمي والبالغ عددها 9 مواقع ، بالإضافة إلى تواجد العديد من الملاعب الرياضية وعدد من المعارض والمؤتمرات السنوية التي يعقدها المغرب سنويا .

أما في الجزائر فقد تم إحصاء 7 مواقع مصنفة في التراث العالمي، و في تونس بلغ عدد المواقع الطبيعية والثقافية المصنفة عالميا 8 مواقع ، وهذا حسب قاعدة بيانات منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة-اليونسكو¹³.

ولزيادة تنافسية الموارد الطبيعية والثقافية المتواجدة في الجزائر، يتوجب على السلطات الوصية تسجيل العديد منها- ذات البعد العالمي - في منظمة اليونسكو، حيث يبلغ عدد المواقع المقترحة منذ عام 2002 ما يقارب الستة، منها قباب وادي سوف والفقارات في منطقة وادي ميزاب.

وفي نهاية تحليلنا للمؤشرات الرئيسة والفرعية والمتغيرات المكونة لها، نلاحظ التغير الجوهرى الذي طرأ على مصادر المعلومات التي بنى عليها المنتدى الاقتصادي العالمي تقرير تنافسية السفر والسياحة لعام 2015 ، الذي يصدر كل عامين ، حيث يبين الشكل الموالي توزيع تلك المصادر بين المعلومات الإحصائية واستطلاعات الرأي لكبار الأعمال والقادة في ريادة الأعمال في العالم.

الشكل رقم (02): يبين توزيع مصادر المعلومات في تقرير تنافسية السفر والسياحة لعام 2015.



المصدر: المنظمة العربية للسياحة تقرير تحليل تنافسية السفر والسياحة في الدول العربية 2015 ص19.

وبالمقارنة مع تقرير 2013 ، فإن استطلاعات الرأي كانت تشكل 41 % وانخفضت عام 2015 إلى 34 % ، مع زيادة في عدد المؤشرات الرئيسية من ثلاث إلى أربع مؤشرات، وارتفاع في عدد المتغيرات من 79 إلى 90 متغيرا .

و يذكر خبراء المنتدى الاقتصادي العالمي، إلى أن قواعد اللعبة في مجال السفر والسياحة قد تغيرت تماما ، فلم تعد الصورة النمطية للدولة السياحية كما كانت في الماضي، بعد أن أصبح للسفر مؤشرات سياحية تنافسية وقياسية، وليس أدل على ذلك من أن الدول الثلاث الأولى في التنافسية السياحية في المنطقة العربية هي دول خليجية (الإمارات العربية، قطر والبحرين) في الوقت الذي تراجعَت الدول العربية التقليدية في هذا المجال (مصر، تونس والأردن) إلى مراكز الوسط أو المؤخرة في الترتيب العام.

وهذا ما يؤكد إلى أن السياحة أصبحت صناعة معقدة ، فلم تعد المسألة تقتصر على الشقة أو البحر أو الجبل وإنما توفير البنية التحتية والبيئة التمكينية والخدمات الراقية والثقافة السياحية.

وقواعد التنافسية الجديدة في مجال السفر والسياحة ليست مجرد مؤشرات على الورق كما يعتقد البعض وليس أدل من ذلك أن الإمارات رجحت كفتها في عدد السياح على ثلاث دول عربية سياحية عريقة وهي مصر وتونس والمغرب مجتمعة¹⁴.

والمحصلة النهائية هي أن الجزائر لم تستطع أن تفتك لنفسها واحدة من المراتب العشر الأولى للدول العربية الـ14 المشاركة في التقرير، بالرغم من المؤهلات الطبيعية والثقافية التي حباها الله بها، الأمر الذي يستدعي تدخل الدولة العاجل، من أجل تفعيل مساهمة السياحة في تحقيق القيمة المضافة للاقتصاد الوطني وتنويع مصادر الدخل، ولا سيما بعد موجة الانهيار في أسعار البترول في الأسواق العالمية خلال عام 2015 و التي قد تمتد خلال الأعوام المقبلة، إذا بقي الوضع الجيو استراتيجي في المنطقة العربية على حاله أو ازداد تفاقما .

الخاتمة والنتائج:

تعد تنافسية السياحة والسفر من المؤشرات التي تبين القوة الاقتصادية التي يمثلها قطاع السياحة في الوقت الحاضر، حيث أصبحت صناعة قائمة بذاتها واعتمدت عليها اقتصاديات الكثير من دول العالم حيث تمثل مصدرا رئيسيا لدخلها ، وتتمتع بلدان المغرب العربي بمؤهلات طبيعية وجغرافية متنوعة ،إضافة إلى الموروث الثقافي والتاريخي العريق، الذي يؤهلها كي تصبح من بين أهم المقاصد السياحية العالمية –

ويلاحظ أن هناك تفاوتاً في ترتيب دول المغرب العربي في تنافسية السفر والسياحة لعام 2015 ففي حين تمكنت كلا منتونس والمغرب من تحسين تنافسيتهما في

هذه المؤشرات، ما تزال الجزائر متأخرة في الترتيب، ويرجع السبب في ذلك إلى تأخرها في تبني إستراتيجية التنمية السياحية حيث بدأ العمل بالمخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2030 بداية من 2008 ، الأمر الذي انعكس سلبا على النتائج المحققة في قطاع السياحة. بينما بدأ الاهتمام بالسياحة في تونس مبكرا، مع بداية الستينات من القرن الماضي ، وتم إعطاؤه الأهمية اللازمة باعتباره قطاعا فاعلا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلد. وتبنى المغرب رؤية إستراتيجية للتنمية السياحية بدءا من 2001 ، حيث تمكن من استغلال كامل مؤهلاته السياحية ، واستفاد من الظرفية الحالية التي يمر بها منافسوه(مصر وتونس).

وعلى العموم يمكن للجزائر تستدرك هذا التأخر باعتماد برامج الترويج و التسويق، وتوزيع المنتج السياحي، وتنفيذ برامج مستعجلة لتدريب وتأهيل المورد البشري في قطاع السياحة، بالإضافة إلى العمل على تحسين الخدمات السياحية وباقي المؤشرات التي تحصلت فيها على أداء ضعيف في الترتيب ، والرفع من طاقات الإيواء الفندقي و التسريع في مخطط الجودة ، وإدخال آليات استبيان الرأي لقياس درجة رضا السائح في المقاصد السياحية لمعرفة خصائص السائحين الحاليين والمحتملين.

كما نوصي أيضا أن تتبنى الجزائر منظومة حساب السياحة المطبق عالميا والمعروف ب (TSA(Tourism Satellite Accounts)، و الاستفادة من تجارب الدول السياحية المماثلة لها اقتصاديا.

المراجع و الإحالات:

¹ OCDE : Organisation de Coopération et Développement Economique p 503..²<https://www.imd.org/uupload/imd.website/wcc/Fundamentals.pdf>

³ -المعهد العربي للتخطيط -الكويت، جسر التنمية، القدرة التنافسية وقياسها -د محمد عدنان وديع -ديسمبر 2003 ص ص 6-7.

⁴ منى طعمية الجرف، مفهوم التنافسية ومحدداتها: مسح مرجعي، أوراق اقتصادية (مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة القاهرة) العدد 19 -2002، ص 9.

⁵ بلفاسالعباس، برنامجتدرسياساتتطويرالقدرةالتنافسية، المعهد العربي للتخطيط، مارس 2008 . ص70وكذلكدراسة :

Satya Dev Gupta, **Comparative Advantage and Competitive Advantage : An Economics Perspective and a Synthesis**, St. Thomas University, Fredericton, N.B., Canada, at the address:
<http://economics.ca/2009/papers/0534.pdf>

⁶ المعهد العربي للتخطيط، تقرير التنافسية العربية 2006، الكويت ص 136 الرابط الالكتروني

التالي: http://www.arab-api.org/arabcomp/comp_issue_2006.htm:

⁷ المنتدى الاقتصادي العالمي، تقرير تنافسية السفر والسياحة لعام 2015، على الرابط

الالكتروني التالي: [http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-](http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2015)

[competitiveness-report-2015](http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2015)

⁸ المنظمة العربية للسياحة، تحليل تنافسية السفر والسياحة للدول العربية 2015، جدة العربية

السعودية مايو 2015 ص 2.

⁹ World Economic "The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015"

Forum p.4.

¹⁰Op.cit p.4.

¹¹WEF, Travel and Tourism Competitiveness Report 2015 ,Country/Economy Profiles ,Algeria p73.

¹²UNWTO, Tourism Highlights Edition 2015.p4

¹³UNESCO ,World Heritage Centre ,France 2015 . in

<http://whc.unesco.org/en/statesparties>

Date of visit :10/01/2016.

¹⁴ مقال الكاتب السعودي عيسى الحليان على جريدة عكاظ السعودية على الموقع

<http://www.okaz.com.sa/new/Issues/20151027/Con20151027804686.htm>: