

تحليل تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية: الجزائر، تونس والمغرب
Analysis of the competitiveness of the tourism and travel sector in Maghreb countries: Algeria, Tunisia and Morocco, according to the World Economic Forum report - Davos

أ. علي ماي*، جامعة المسيلة، الجزائر

ali.may@univ-constantine2.dz

تاريخ التسليم: (2018/03/13)، تاريخ التقييم: (2018/05/07)، تاريخ القبول: (2018/05/18)

Abstract :

ملخص :

The study aims to analyze the competitiveness of tourism and travel sector in Maghreb countries: Algeria, Tunisia and Morocco; through using the competitive indicators in the travel and tourism sector, issued by the World Economic Forum's reports, in Davos. We have used the both descriptive analytical and comparative approaches, we have concluded that there is a variation in the indicators performance of the sectors competitiveness tourism and travel in the countries studied, showing a salient advantage in Morocco and Tunisia compared to Algeria.

Keywords: tourism competitiveness, competitive indicators in tourism and travel, Maghreb countries.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية الجزائر، تونس والمغرب باستخدام مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر الصادرة عن تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس، وقد استخدمنا المنهج التحليلي الوصفي والمنهج المقارن، وخلصنا إلى أن هناك تباين في أداء مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان محل الدراسة مع وجود أفضلية لهذه المؤشرات في كل من المغرب وتونس مقارنة بالجزائر.

الكلمات المفتاحية: التنافسية السياحية، مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر، البلدان المغاربية.

* المؤلف المراسل: أ. علي ماي ، الإيميل: ali.may@univ-constantine2.dz

مقدمة:

تُعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في الاقتصاد العالمي بالنظر إلى نسب النمو العالية التي يحققها هذا النشاط بالمقارنة مع باقي القطاعات، كما أن للسياحة آثارا على جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، الأمر الذي دفع العديد من الدول المتقدمة، الناشئة والمتخلفة على حد سواء إلى جعل هذه الصناعة ضمن أولويات مخططاتها التنموية، وهذا ما أدى بدوره إلى تزايد حدة المنافسة بين الدول لتحقيق حصص داخل الأسواق السياحية الإقليمية والدولية، ونتيجة لكل ذلك فقد اهتمت العديد من الدول بموضوع التنافسية في مجال السياحة مما يسمح لها من تحديد تنافسية قطاعها السياحي ومعرفة مدى التقدم أو التأخر الذي يُسجله القطاع، إضافة لتحديد جوانب الضعف والنقص وإجراء التصحيحات اللازمة، وتحديد جوانب القوة التي يجب الحفاظ عليها وتدعيمها.

تسعى البلدان المغربية - الجزائر، تونس والمغرب - على غرار دول العالم إلى احتلال مكانة في السوق السياحية العربية، وعلى مستوى حوض البحر المتوسط الذي يتميز بالمنافسة الشديدة، وفي السوق السياحية العالمية، وعليه فقد بات لزاما على هذه البلدان الإهتمام بتطوير تنافسية قطاعها السياحي من خلال العمل على دراسة وتحليل مختلف المؤشرات المستخدمة لقياس تنافسية قطاع السياحة والسفر خاصة المؤشرات الصادرة عن المنتدى الإقتصادي العالمي بدافوس.

إنطلاقا مما سبق يمكن صياغة التساؤل الرئيسي فيما يلي:

ما مدى تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغربية، الجزائر، تونس والمغرب حسب مؤشرات المنتدى الإقتصادي العالمي-دافوس؟

تدرج تحت التساؤل الرئيسي السابق التساؤلات الفرعية التالية:

ما هو مفهوم التنافسية السياحية؟ و ما هي مؤشراتها؟

ما هو ترتيب مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغربية؟

ما هو واقع تنافسية قطاع السياحة والسفر في الجزائر مقارنة مع تونس والمغرب؟

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على تنافسية قطاع السياحة والسفر في الجزائر، تونس والمغرب، وذلك بالاعتماد على تقارير التنافسية العالمية لقطاع السياحة والسفر الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي، والتي يتم من خلالها تصنيف وترتيب تنافسية قطاع السياحة والسفر لكل دولة طبقا لمجموعة متنوعة من المؤشرات التي تغطي مختلف المجالات.

بغرض الإجابة على التساؤلات المطروحة آنفا استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف مكونات الدراسة ثم القيام بتحليل مختلف المؤشرات والبيانات المنشورة في تقارير المنتدى الإقتصادي العالمي بدافوس، إضافة لما سبق اعتمدنا المنهج المقارن من خلال عرض وتحليل تلك المؤشرات بين مختلف الدول المغربية، وفيما يخص الحدود المكانية والزمانية للدراسة فقد شملت كل من الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة الزمنية الممتدة من سنة 2007-2017.

ومن أجل الإحاطة بموضوع الدراسة سنتناول المحاور التالية:

المحور الأول: مفهوم ومؤشرات التنافسية السياحية

المحور الثاني: تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السفر والسياحة في البلدان المغربية خلال الفترة

2017-2007

المحور الأول: مفهوم ومؤشرات التنافسية السياحية

أولاً: مفهوم التنافسية السياحية

قبل التطرق لتعريف التنافسية السياحية من المهم تقديم تعريف شامل للتنافسية:

1. تعريف التنافسية:

أصبحت التنافسية ضرورية لضمان إستمرارية التنمية الإقتصادية وتحسين مستويات المعيشة لأفراد المجتمع، وهي مفهوم مازال غير معرف تعريفاً دقيقاً، بسبب تباين وجهات النظر بين مختلف الجهات والهيئات الإقليمية والدولية والمهتمين بهذا الموضوع، وكذا تعدد جوانبه ومستوياته، حيث أن مفهوم التنافسية من منظور جزئي يختلف عن مفهوم التنافسية على مستوى القطاع وهو يختلف بدوره على مستوى البلد ككل، فهي تتعلق بقدرة وأداء الشركات والدولة على بيع وتوريد السلع والخدمات التي ينتجها بجودة ويقدمها بأسعار تنافسية في الأسواق المحلية و العالمية (صندوق النقد العربي، 2016).

وعموماً فمفهوم التنافسية يعني "استعمال الموارد المتاحة المؤسسة، أو القطاع أو البلد الواحد أحسن استغلال بالنظر لما يجب أن يكون وبالنظر إلى قوة المنافسين وطريقة استعمالهم لتلك الموارد في مواجهة المنافسين، والتي تتجلى في تحسن الإنتاجية بشكل يسمح بالحصول على نصيب من السوق ويضمن نمواً مستمرا في المدى الطويل" (أحمد، 2016).

2. تعريف التنافسية السياحية:

تختلف التعاريف المقدمة لمصطلح التنافسية السياحية باختلاف الهيئات والمنظمات وباختلاف

مستوياتها، وسوف نتطرق لأهمها فيما يلي:

تعرف التنافسية على مستوى قطاع السياحة الكلي وفقا لمنهجية المعهد الدولي للتنمية والإدارة "بكونها تعظيم القيمة المضافة ومستوى الإنتاجية في قطاع السياحة والسفر من خلال جذب الإستثمارات في قطاع السياحة، كفاءة عمليات وصول وعودة السياح، إختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية وتقديم خدمات سياحية ذات مستوى عال من التقنية والجودة يتماشى مع متطلبات العولمة" (كافي، 2016).

تعرف المنظمة العالمية للسياحة التنافسية السياحية باعتبارها "الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات بما يرضي أذواق المستهلكين وقدرة البلد على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية" (الراجحي، الموسوي، و الوزني، 2016).

تُشير تنافسية القطاع السياحي "لقدرة 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، في حين أن القطاع التنافسي هو القطاع الذي تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة سواء المحلية الداخلية أو الأجنبية الخارجية، من خلال المحافظة على حصتها من السوق والعمل على تنميتها باستمرار وتحقيق الأرباح" (مسعي و أوريسي، 2016)

تعتبر تنافسية الصناعة السياحية عن قدرة البلد على الإحتفاظ أو الزيادة في حصتها في سوق الصادرات السياحية من خلال جذب أكبر عدد من السياح" (عبدوس، 2013).

أما منظمة التعاون والتنمية الإقتصادية فقد عرفت التنافسية السياحية للوجهة السياحية "بأنها قدرة الوجهة السياحية على جذب السياح المحليين والأجانب عن طريق تقديم خدمات سياحية ذات جودة، متميزة ومبتكرة وجذابة من أجل كسب حصص سوقية في أسواقها الداخلية والدولية، وهذا عن طريق استخدام الموارد السياحية بطريقة تتميز بالفعالية والإستدامة"

(Dupeyras & MacCallum, 2013)

ثانيا: مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر

تناولت العديد من التقارير المتخصصة قياس تنافسية اقتصاديات الدول بصفة عامة والتنافسية السياحية على وجه الخصوص، ويعتبر مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الإقتصادي العالمي بدافوس من أهم هذه المؤشرات، حيث تركز الاهتمام بترتيب وتصنيف الدول المشاركة في هذه العملية، ويهدف هذا المؤشر إلى توفير أداة إستراتيجية واضحة وشاملة تسمح بقياس العوامل والسياسات المحفزة على تطوير قطاع السياحة والسفر في مختلف الدول (ساعد و عامر، 2015).

عرفت مؤشرات تنافسية قطاع السفر والسياحة الصادرة عن تقارير المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس تغيرات وتعديلات عديدة، حيث اعتمدت بداية من سنة 2007 إلى غاية 2013 على منهجية تركز على ثلاثة مؤشرات رئيسية، انبثقت منها 14 مؤشر فرعي والعديد من المتغيرات بلغت 79 متغير، في حين شهد تقرير سنتي 2015 و 2017 تغيرات جوهرية ، تمثلت في إعادة تنظيم المؤشرات السابقة في أربع مؤشرات رئيسية بدلا من ثلاثة ، وعلى 14 مؤشرا فرعيا و 90 متغيرا والتي بدورها تنقسم إلى مجموعة من المتغيرات لأجل تحديد تنافسية قطاع السياحة والسفر .

تتكون المؤشرات الرئيسية من مجموعة من المؤشرات الفرعية التي تقيس وتقيم كل مؤشر على سلم تنقيط من واحد إلى سبعة، حيث كلما اقتربت النقطة من سبعة دل المؤشر على حالة جيدة، ويحدد متوسط النقاط التي تحصل عليها هذه المؤشرات الفرعية درجة التصنيف الذي يحصل عليها كل مؤشر من المؤشرات الأربعة عشر، كما يقابل كل نقطة يحصل عليها أي مؤشر الرتبة العالمية الذي تحصل عليها من مجموع الدول التي يشملها التقرير (شكور ، سالمى ، 2013 ، ص 9) .

يقيس مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر مدى تنافسية الدول في هذا المجال، وذلك من خلال قياس أدائها ضمن مكونات هذه الصناعة عالمياً، ويستند المؤشر في بياناته إلى مصادر عامة مثل مؤسسات دولية للسفر والسياحة، خبراء السفر والسياحة، نتائج استطلاعات الرأي، ونتائج مسوحات سنوية شاملة أجراها المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع شبكة مؤسسات شريكة تعمل في البلدان التي احتواها التقرير (زيان بروج، 2016).

1. مؤشرات تنافسية قطاع السفر والسياحة للفترة 2007-2013: وقد تم خلال هذه الفترة تقسيم المؤشر الكلي إلى ثلاثة مؤشرات رئيسية هي:

- **الإطار التنظيمي والقانوني:** ويهتم هذا المؤشر بدراسة وتحليل السياسات القواعد والتعليمات المنظمة للنشاط السياحي، وكذا الإستدامة البيئية، السلامة والأمن، الصحة والنظافة وأولوية قطاع السياحة؛
- **بيئة الأعمال والبنية التحتية:** ويتكون من النية التحتية للنقل الجوي، البري والبحري، والبنية التحتية للخدمات السياحية، إلى جانب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وأخيرا تنافسية الأسعار في قطاع السياحة والسفر؛
- **الموارد البشرية، الطبيعية والثقافية:** ويشمل الموارد البشرية، الطبيعية والثقافية ومدى الإنفتاح على قطاع السياحة والسفر .

2. مؤشرات تنافسية قطاع السفر والسياحة للفترة 2015-2017:

بداية من سنة 2015 تغيرت منهجية تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس ليشمل أربعة مؤشرات رئيسية هي: (World economic forum, 2017)

• **البيئة التمكينية:** وتتمثل في بيئة الأعمال في مجال السياحة والسفر، الأمن والسلامة، الصحة والنظافة، الموارد البشرية وسوق العمل داخل قطاع السياحة والسفر وفي الأخير مدى جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

• **السياسات والظروف التمكينية لقطاع السياحة والسفر:** ويشمل العديد من المؤشرات الفرعية: أولويات قطاع السياحة والسفر؛ الإنفتاح الدولي؛ تنافسية الأسعار؛ الإستدامة البيئية.

• **البيئة التحتية:** ويتكون هذا المؤشر من: البنية التحتية للنقل الجوي؛ البنية التحتية للنقل البري والبحري؛ البنية التحتية للخدمات السياحية.

الموارد الطبيعية والثقافية: ويشمل الموارد الطبيعية؛ الموارد الثقافية وأعمال السياحة (المنظمة العربية للسياحة، 2015).

المحور الثاني: تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية خلال الفترة 2017-2007

بسبب الاختلافات والتعديلات الحاصلة في مؤشرات المنتدى الاقتصادي العالمي بين مختلف التقارير الصادرة بداية من سنة 2007 إلى غاية سنة 2017 ، فإنه من الصعب وغير الصحيح مقارنة نتائج التقارير السابقة أو القديمة مع نتائج تقارير سنتي 2015 و 2017 (المنظمة العربية للسياحة، 2015)، وعليه سنقوم بدراسة وتحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر على مرحلتين كما يلي:

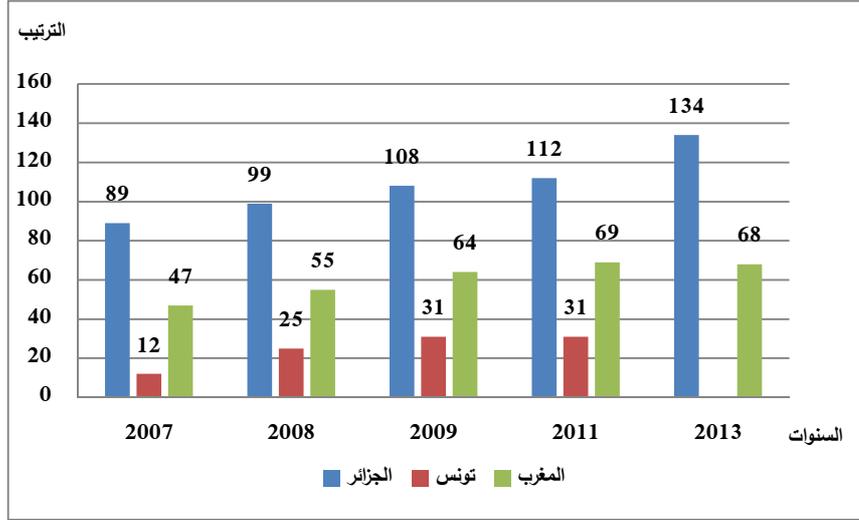
أولاً: تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية خلال الفترة 2007-2013

نحاول من خلال ما يلي عرض وتحليل نتائج مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في الجزائر، تونس والمغرب للفترة الممتدة من سنة 2007 إلى غاية سنة 2013، وهذا من خلال المؤشرات الرئيسية التالية:

1. مؤشر الإطار التنظيمي والقانوني:

يمكن معرفة ترتيب الدول المغاربية- الجزائر، تونس والمغرب- ضمن هذا المؤشر كما هو في الشكل الموالي:

الشكل رقم (01): ترتيب مؤشر الإطار التنظيمي والقانوني في البلدان المغربية خلال الفترة 2007-2013



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

(World economic forum, 2007, 2008, 2009, 2011, 2013)

يتبين من خلال الشكل أعلاه أن البلدان المغربية عرفت تفهقرا ملحوظا ضمن هذا المؤشر، ولكن بطريقة نسبية، فتونس تحتل المرتبة الأولى ضمن البلدان محل الدراسة تليها المغرب وأخيرا تأتي الجزائر في الرتبة الثالثة مغاربيا والمرتبة 134 دوليا مما يدل على ضعف اغلب المؤشرات الفرعية المكونة للمؤشر الرئيسي وذلك يرجع أساسا لغياب القواعد والتشريعات الداعمة للنشاط السياحي إلى جانب عدم إعطاء العناية اللازمة لقطاع السياحة والسفر ضمن المخططات التنموية للجزائر حيث احتلت الجزائر المرتبة الأخيرة ضمن تقرير تنافسية قطاع السفر والسياحة لسنة 2013، بالإضافة إلى انخفاض في مؤشري الأمن والسلامة والإستدامة البيئية.

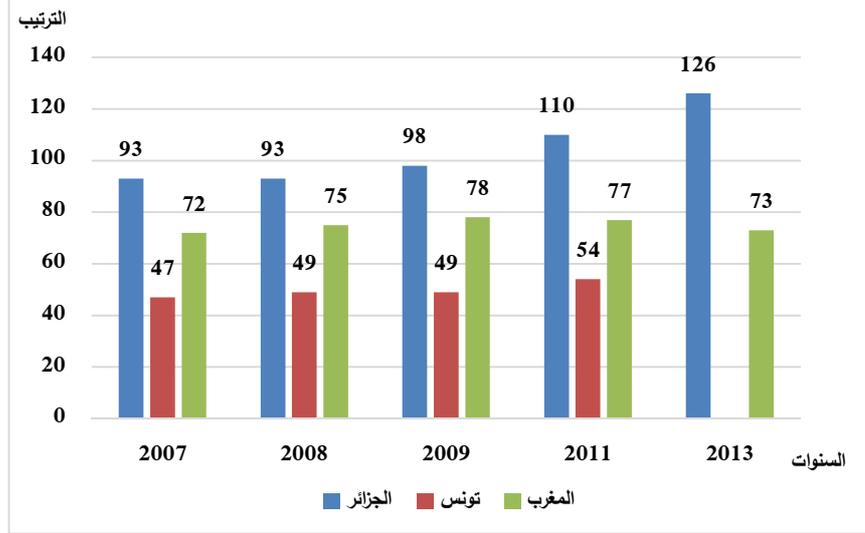
2. مؤشر بيئة الأعمال والبنية التحتية

يمكن التطرق لترتيب الدول المغربية ضمن المؤشر الرئيسي الثاني كما هو موضح في الشكل

الموالي:

الشكل رقم (02): ترتيب مؤشر بيئة الأعمال والبنية التحتية في البلدان المغربية خلال

الفترة 2007-2013



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

(World economic forum, 2007, 2008, 2009, 2011, 2013)

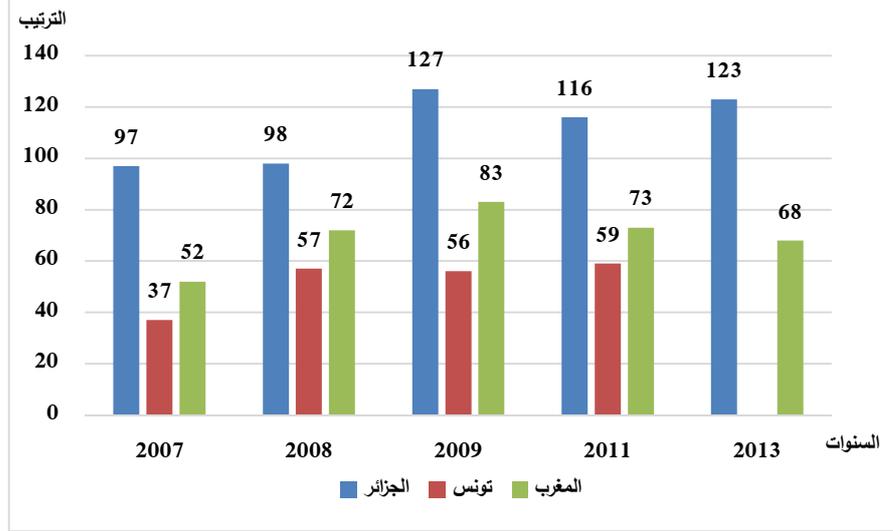
من خلال الجدول أعلاه يتبين أن تونس تمتلك بنية تحتية أحسن من المغرب والجزائر بالرغم من أنها حققت بعض التراجع في ترتيبها، في الوقت التي تحتل الجزائر المرتبة الثالثة بين البلدان المغاربية محل الدراسة وفي مراتب متأخرة دوليا كذلك، حيث احتلت المرتبة 126 دوليا ضمن تقرير تنافسية قطاع السياحة والسفر لسنة 2013، مما يدل على عدم وجود بنية تحتية ملائمة للنشاط السياحي وفي مستوى تطلعات السياح، وهذا لكل المؤشرات الفرعية على غرار البنية التحتية لكل أنواع النقل، البنية التحتية للخدمات السياحية، هذا على الرغم من أن الجزائر قد سطرت في استراتيجيتها السياحية آفاق 2030 العديد من المشاريع المتعلقة بالبنية التحتية كالطرق، السلاسل الفندقية، الأقطاب السياحية... إلخ، والذي يعود سببه الرئيسي إلى بطء وتيرة الأشغال وعزوف المستثمرين المحليين والأجانب عن الاستثمار في المجال السياحي.

3. مؤشر الموارد البشرية، الثقافية والطبيعية

جاء ترتيب البلدان المغاربية ضمن هذا المؤشر كما موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (03): ترتيب مؤشر الموارد البشرية، الثقافية والطبيعية في البلدان المغاربية

خلال الفترة 2007-2013



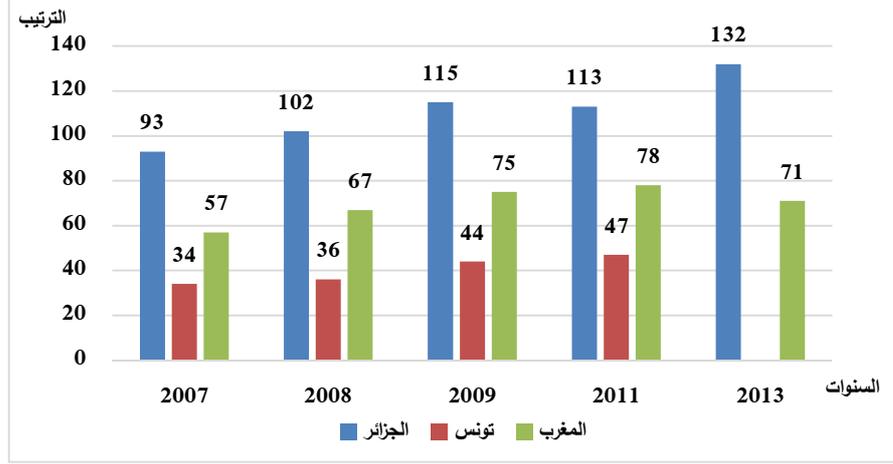
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

(World economic forum, 2007, 2008, 2009, 2011, 2013)

نلاحظ من خلال الشكل المبين أعلاه أن البلدان المغاربية تعرف تراجعاً في ترتيبها ضمن هذا المؤشر، ولكن بدرجات مختلفة، فتونس تحتل المرتبة الأولى مغاربية، حيث تمتلك موارد بشرية ومقومات ثقافية وطبيعية لا بأس بها، ثم تليها المغرب في المرتبة الثانية وأخيراً تأتي الجزائر وفي المراتب الأخيرة دولياً كذلك.

من خلال تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية خلال الفترة 2007-2013 نجد أن تونس تحتل الصدارة تليها المغرب وفي آخر الترتيب تأتي الجزائر وهذا ما انعكس على المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية خلال نفس الفترة كما هو مبين في الشكل الموالي:

الشكل رقم (04): المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية خلال الفترة 2007-2013



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

(World economic forum, 2007, 2008, 2009, 2011, 2013)

ثانيا: تحليل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية خلال الفترة 2015-2017

تتمثل مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر من أربعة مؤشرات رئيسية هي:

1. مؤشر البنية التمكينية : يشمل العديد من المؤشرات الفرعية والتي يمكن عرضها وترتيبها بالنسبة للدول محل الدراسة كما هو موضح في الجدول الموالي:

جدول رقم (01): ترتيب مؤشرات البنية التمكينية في البلدان المغاربية خلال الفترة 2015-2017

لترتيب	ترتيب 2015	ترتيب 2017
البلد	الجزائر تونس المغرب	الجزائر تونس المغرب

71	121	71	121	71	121	بيئة الأعمال
98	95	98	95	98	95	الأمن والسلامة
76	84	76	84	76	84	الصحة والنظافة
87	109	87	109	87	109	الموارد البشرية وسوق العمل
76	105	76	105	76	105	جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

(World economic forum, 2015, 2017)

- نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن البنية التمكينية للدول المغاربية تتميز بما يلي:
- بالنسبة للمؤشر الفرعي المتعلق ببيئة الأعمال نجد أن الجزائر تحتل المرتبة الثالثة مغاربيا خلف تونس والمغرب على التوالي وفي المرتبة 110 دوليا مما يدل على أن القواعد والتشريعات المنظمة للقطاع غير مناسبة وغير محفزة لممارسة النشاط السياحي.
 - أما المؤشر الفرعي الخاص بالأمن والسلامة فالمغرب تأتي في صدارة ترتيب الدول المغاربية وفي المرتبة 20 دوليا، فهي تعرف تحسنا ملحوظا في حين تأتي الجزائر في المركز الثاني وأخيرا تونس بسبب الأوضاع والظروف السياسية والأمنية التي تشهدها.
 - أما المؤشر الفرعي المتعلق بالصحة والنظافة: لقد حلت تونس في المرتبة الأولى مغاربيا، وجاءت الجزائر في المرتبة الثانية وأخيرا المغرب، وهذا بسبب تدني الخدمات الصحية والخدمات ذات العلاقة بالنظافة عموما.
 - المؤشر الفرعي للموارد البشرية وسوق العمل: تحتل الجزائر المرتبة الأولى مغاربيا والمرتبة 112 دوليا، وتأتي في المرتبة الثانية تونس وأخيرا المغرب، وعلى العموم فقد عرف هذا المؤشر تراجعا ملحوظا في البلدان محل الدراسة، وهو يحتل مراتب غير جيدة دوليا، حيث احتلت تونس والمغرب المرتبتين 113 و117 على التوالي.

• أما المؤشر الفرعي لجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقد احتلت تونس مرتبة متقدمة على كل من المغرب والجزائر، هذه الأخيرة التي احتلت المرتبة الثالثة بين الدول المغاربية والمرتبة 96 دوليا، بعدما كانت تحتل المرتبة 105 خلال سنة 2015، وعلى الرغم من هذا التحسن في الترتيب إلا أن المؤشر يدل على ضعف جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع السياحة والسفر.

2. مؤشرات السياسات والظروف التمكينية لقطاع السياحة والسفر

يشمل هذا المؤشر أربعة مؤشرات فرعية كما يبينه الجدول الموالي:

جدول رقم (02): ترتيب مؤشرات السياسات والظروف التمكينية لقطاع السياحة والسفر في

البلدان المغاربية خلال الفترة 2015-2017

الترتيب	ترتيب 2015	ترتيب 2017	البلد			
	الجزائر	تونس	المغرب	الجزائر	تونس	المغرب
أولوية قطاع السياحة والسفر	139	44	26	131	48	35
الإنفتاح الدولي	137	103	94	134	76	91
تنافسية الأسعار	10	7	47	4	9	47
الإستدامة البيئية	113	59	70	106	89	107

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على

(world economic forum, 2015,2017)

نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 بأن المؤشرات الفرعية المتعلقة بالسياسات والظروف الملائمة

في قطاع السياحة والسفر تتميز بمايلي:

- بالنسبة لمؤشر أولوية قطاع السياحة والسفر فقد احتلت المغرب وتونس مراتب لا بأس بها مع وجود أسبقية للمغرب على تونس أما الجزائر فحلت في المرتبة الثالثة مغاربيا محققة نتيجة غير جيدة.
- مؤشر الإنفتاح الدولي فقد تفوقت تونس على المغرب، بينما تبقى الجزائر في المرتبة الأخيرة مقارنة مع الدول محل الدراسة وبنتيجة غير جيدة .

- أما المؤشر المتعلق بتنافسية الأسعار فقد احتلت الجزائر المرتبة الأولى مغاربيا والمرتبة الرابعة دوليا، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب تونس التي حققت كذلك نتيجة جيدة، أما المغرب فقد جاءت في المرتبة الثالثة بين الدول محل الدراسة وفي مرتبة لا بأس بها.
- مؤشر الإستدامة البيئية فقد حققت البلدان المغاربية نتائج غير جيدة، حيث احتلت تونس المرتبة الأولى، بينما جاءت الجزائر والمغرب في المرتبتين الثانية والثالثة على التوالي بين الدول محل الدراسة .

3. مؤشر البنية التحتية

يتكون هذا المؤشر من ثلاثة مؤشرات فرعية كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (03): ترتيب مؤشرات البنية التحتية في البلدان المغاربية خلال الفترة 2015-

2017

السنة	ترتيب 2015	ترتيب 2017				
البلد	الجزائر	تونس	المغرب	الجزائر	تونس	المغرب
البنية التحتية للنقل الجوي	113	77	64	100	85	63
البنية التحتية للنقل البري والبحري	121	94	69	105	95	60
البنية التحتية للخدمات السياحية	138	61	65	131	69	80

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على

(World economic forum, 2015,2017)

نلاحظ من الجدول السابق أن المغرب تمتلك بنية تحتية لا بأس بها مقارنة مع تونس والجزائر خاصة البنية التحتية للنقل الجوي والبنية التحتية للنقل البري والبحري في حين شهد هذا المؤشر بعض التحسن في الترتيب فيما يخص الجزائر، إلا أن هذه الأخيرة بقيت تحتل مراتب متأخرة سواء على المستوى المغاربي أو على المستوى الدولي، خاصة البنية التحتية للخدمات السياحية التي حققت أداء ضعيف مما سيؤثر ذلك على نوعية وجودة الخدمات السياحية المقدمة في المؤسسات السياحية، بالرغم من وجود العديد من المشاريع والاستثمارات في مجال البنية التحتية التي جاء بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، والتي عرفت تأخرا كبيرا ووتيرة اشغال بطيئة حالت دون تحسن البنية التحتية عموما، أما تونس فتمتلك ميزة تنافسية في المؤشر الفرعي المتمثل

في البنية التحتية للخدمات السياحية، بينما تحتل المرتبة الثانية خلف المغرب في بقية المؤشرات الفرعية الأخرى.

4. مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية

يمكن معرفة ترتيب هذا المؤشر من خلال التطرق إلى المؤشرين الفرعيين الموضحان في الجدول الموالي:

جدول رقم (04): ترتيب مؤشرات الموارد الطبيعية والثقافية في البلدان المغاربية خلال الفترة 2015-2017

الترتيب	ترتيب 2015	ترتيب 2017				
البلد	الجزائر	تونس	المغرب	الجزائر	تونس	المغرب
الموارد الطبيعية	127	105	59	124	94	47
الموارد الثقافية	50	70	39	53	83	41

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

(world economic forum, 2015,2017)

من خلال الجدول المبين اعلاه نلاحظ أن المغرب حقق مراتب متقدمة مغاربيا وكذا دوليا ضمن هذين المؤشرين، بينما سجلت الجزائر مرتبة غير جيدة بالنسبة للمؤشر الفرعي المتعلق بالموارد الطبيعية على المستويين المغربي والدولي حيث جاءت في المرتبة الثالثة مغاربيا والمرتبة 124 دوليا من اصل 137 دولة مشاركة في التصنيف، أما المؤشر الفرعي الثاني المتعلق بالموارد الثقافية فالجزائر جاءت في المرتبة الثانية مغاربيا والمرتبة 53 دوليا وهو مؤشر مقبول. بالرغم من المقومات الطبيعية والثقافية والتاريخية التي تتميز بها الجزائر إلا أن ترتيبها لا يعكس تلك المقومات، كما أن تفعيل وتنفيذ ما تم تسطيره في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 في الشق المتعلق بتنمين واستغلال الموارد الطبيعية والثقافية (وزارة التهيئة الإقليمية، البيئة والسياحة، 2008).

على العموم توصلنا إلى أن ترتيب مختلف مؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية للفترة 2015-2017 كانت من نصيب المغرب

في المرتبة الأولى تليها تونس وأخيرا الجزائر في المرتبة الأخيرة، وهذا ما انعكس على المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر كما يبينه الجدول الموالي:

جدول رقم(05): المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية خلال

الفترة 2015-2017

الترتيب	ترتيب 2015	ترتيب 2017
الجزائر	123	118
تونس	79	87
المغرب	62	65

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

(World economic forum, 2015, 2017)

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن المغرب تفوقت على تونس والجزائر على التوالي بعدما كانت الأسبقية لتونس في التقارير السابقة لمؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر، وهذا يرجع أساسا للأوضاع السياسية والأمنية التي تمر بها تونس مما أثرت بشكل واضح على الأداء العام لقطاعها السياحي والذي انعكس بدوره على هذه المؤشرات ، في الوقت الذي عرف القطاع السياحي المغربي تحسنا كبيرا بفضل الاستراتيجيات السياحية المسطرة من طرف الحكومة المغربية من خلال الاستراتيجية السياحية لآفاق 2010 والاستراتيجية السياحية آفاق 2020.

أما فيما يتعلق بالجزائر فعلى الرغم من تحسن المؤشر الكلي لتنافسية قطاعها السياحي، إلا أنه يحتل مرتبة متأخرة مغاربيا ودوليا، مما يؤكد ضعف وهشاشة القطاع السياحي الجزائري وعدم قدرته على المنافسة، بالرغم من أن الجزائر سطرت العديد من الاستراتيجيات السياحية منذ بداية الألفية بهدف النهوض بالقطاع السياحي الجزائري والتي تمت صياغتها ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030، إلا أن ما يُلاحظ على هذا المخطط أنه عرف تأخر كبير في تنفيذ وتطبيق المحاور الأساسية للاستراتيجية السياحية إلى جانب عدم اهتمامه بمجموعة كبيرة من المؤشرات والمتغيرات التي شملتها تقارير تنافسية قطاع السياحة والسفر .

خاتمة:

من خلال دراستنا لمؤشرات تنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس تقودنا إلى نتيجة أساسية هي مدى التأخر في الترتيب الذي عرفته أغلب المؤشرات التي تناولتها تقارير تنافسية قطاع السفر والسياحة منذ بدايته سنة 2007 إلى غاية آخر تقرير له سنة 2017 ، وهو ما أدى إلى ظهور العديد من الاختلالات ونقاط الضعف على مستوى قطاع السياحة والسفر في الدول محل الدراسة خاصة الجزائر التي عرفت مؤشراتها نتائج ضعيفة على المستويين العربي و العالمي.

إنطلاقا مما سبق يمكن تقديم الاقتراحات والتوصيات التالية:

- إنشاء هيئة وطنية مكلفة بدراسة تنافسية قطاع السياحة والسفر كما هو الحال في المغرب وتونس؛
- إعطاء الأولوية الكافية لقطاع السياحة والسفر ضمن المخططات التنموية للدولة؛
- تعزيز الإطار القانوني والتشريعي وبيئة الأعمال للنشاط السياحي؛
- تحسين الوضعية الأمنية لسلامة السياح في الوجهات السياحية المختلفة داخل البلد؛
- تطوير البنية التحتية وتحسين جودتها؛
- ترقية جاهزية البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- تفعيل استراتيجية تكوين الموارد البشرية في القطاع السياحي آفاق 2030؛
- إعادة النظر في التنمية السياحية المستدامة التي جاء بها قانون فيفري 2003، ووضع استراتيجية جديدة تتماشى والمفاهيم الحديثة للتنمية السياحية المستدامة؛
- التوجه نحو الانفتاح على العالم الخارجي، وتقديم التسهيلات اللازمة لمنح التأشيرات لزيادة الطلب السياحي؛
- الإستغلال الجيد للمقومات الطبيعية، الثقافية والتاريخية ومحاولة ترميمها؛
- إرساء الشراكة والتنسيق بين مختلف الفاعلين والمهنيين والوزارات المختلفة ذات العلاقة بقطاع السياحة والسفر؛
- اعتماد مفهوم المقارنة المرجعية "Benchmarking" في قطاع السياحة والسفر من أجل تحسين أداء القطاع ككل.

المراجع:

- أحمد، زغدار. (2016). المنافسة-التنافسية والبدائل الإستراتيجية، ط1، الأردن: دار جرير للنشر والتوزيع.

- بلال، مسعي؛ هبة الله، أوريسي.(2016). تنافسية القطاع السياحي وانعكاساته على التنمية المستدامة-حالة الجزائر . *مجلة آفاق للدراسات الاقتصادية*، 01، :36-46 .
- بوراوي، ساعد وعيساني، عامر.(2015). تقييم تنافسية قطاع السفر والسياحة:دراسة مقارنة بين الجزائر،تونس والمغرب، *مجلة العلوم الإنسانية* ، 40 ، : 69-84 .
- تحليل تنافسية السياحة والسفر للدول العربية 2015.(2015). المملكة العربية السعودية: المنظمة العربية للسياحة.
- تقرير تنافسية الاقتصاديات العربية.(2016). الإمارات العربية المتحدة: صندوق النقد العربي.
- سعيد شوقي، شكور؛ سمير، سالمى.(2013،26-27 فيفري). تحليل تنافسية القطاع السياحي الجزائري مقارنة بالدول العربية، الملتقى الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية-تقييم واستشراف، مخبر السياحة، الإقليم والمؤسسات، المركز الجامعي غرداية: الجزائر .
- عبد العزيز، عبدوس.(2013). سياسات تعزيز تنافسية قطاع السياحة الجزائري: الواقع والمأمول، *مجلة الباحث الاقتصادي*، 1، :386-411.
- علي، زيان بروجة.(2016). تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة (2007-2015)، *مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا*، 14، :133-160 .
- الراجحي، محسن عبد الله وآخرون.(2016).الميزة التنافسية للنشاط السياحي، ط1، الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- وزارة التهيئة الإقليمي، البيئة والسياحة. (جانفي 2008) ، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ،الجزائر:وزارة السياحة الصناعات التقليدية. الكتاب 1.
- يوسف كافي، مصطفى.(2016). فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، ط1،الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع.
- Dupeyras, A ; N. MacCallum (2013), “Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document”, *OECD Tourism Papers*, OECD Publishing.
- **the travel & tourism competitiveness report.** (2007, 2008,2009, 2011, 2013, 2015,2017). Switzerland : World economic forum.