

## إستراتيجية التنمية السياحية في البلدان المغاربية : دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب، لفايدة عبد الله<sup>1</sup> و بوعروج لمياء<sup>2</sup>

<sup>1</sup>أستاذ محاضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري – قسنطينة 2 ، الجزائر.

<sup>2</sup>أستاذ محاضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري – قسنطينة 2 ، الجزائر.

### الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعرف على واقع استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر والمغرب، وقد استخدمنا في ذلك المنهج التحليلي والمنهج المقارن من خلال عرض وتحليل الأهداف والخطط التي سطرت من طرف البلدين محل الدراسة، وخلص البحث إلى أنه هناك ضعف مؤشرات أداء القطاع السياحي الجزائري مقارنة مع المغرب، كما أوصت الدراسة بضرورة إعادة النظر في وتيرة تنفيذ وتطبيق ما تم وضعه من استراتيجيات، برامج وخطط من طرف حكومتي الجزائر والمغرب.

الكلمات المفتاحية: السياحة، القطاع السياحي، الاستثمارات السياحية، التنمية، الجزائر.

### **Tourism development strategy in the Maghreb countries: A comparative study between Algeria and Morocco**

#### Abstract:

This study aims to identify the reality of tourism development strategy in Algeria and Morocco. We have used the two approaches, descriptive and comparative by presenting and analyzing the objectives and plans that were drawn up by the two countries. The study concluded that there is the weakness of the Algerian tourism sector performance indicators compared with Morocco. The study also recommended the need to reconsider the method of implementation and application of what has been developed from the strategies, programs and plans by the Governments of Algeria and Morocco.

Keywords: Tourism, tourism, tourism, tourism investments, development, Algeria .

## مقدمة:

يعد قطاع السياحة من القطاعات الهامة ضمن مجال الخدمات، حظي القطاع السياحي باهتمام الكثير من الدول على اختلاف انظمتها ومستوياتها الاقتصادية، حتى أصبح من القطاعات المعول عليها في إحداث التنمية الشاملة إلى جانب مجالات المعلوماتية والاتصالات، كما تتوقع المنظمة العالمية للسياحة أن صناعة السياحة ستتميز بوتيرة سريعة مقارنة بباقي القطاعات الأخرى، فهي تشكل إحدى الطرق السهلة والسريعة للحصول على النقد الأجنبي مقابل الخدمات التي تعرض للسياح الأجانب، إضافة إلى ذلك فهي تعمل على توفير النقد الوطني والمحلي للزينة العمومية لإنفاقها في المجالات ذات النفع العام، كما تساهم في تطوير القطاعات الأخرى ذات العلاقة كالصناعة، النقل، المواصلات وغيرها، كما أن لها تأثير كبير على ميزان المدفوعات، التشغيل، إعادة توزيع الدخل.

من هنا يتضح جليا الدور البارز والهام لقضية التنمية السياحية ضمن الاقتصاد العالمي والتوجهات الحالية لعالم الأعمال، لذلك يستوجب الإهتمام بهذا المفهوم وجعله ضمن أولويات لتحقيق التنمية المنشودة في كل الدول المتقدمة والنامية على حد سواء ، ولقد سعت دول المغرب العربي على غرار تلك الدول إلى تنمية قطاعها السياحي من أجل إيجاد مكانة لها في السوق السياحية الإقليمية والعالمية، حيث عكفت الجزائر والمغرب على وضع إستراتيجياتها لهذا القطاع من أجل تنويع اقتصادها وتحقيق أهدافها التنموية، حيث تمثلت إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر لأفاق 2030، أما الحكومة المغربية فقد تضمنت إستراتيجيتها السياحية لأفاق 2020 وعليه وانطلاقا مما سبق يمكن طرح التساؤل التالي:

ما هو واقع إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر والمغرب؟ وماهي آفاقها المستقبلية؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة قمنا بإدراج التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ ما ذا نقصد بالتنمية السياحية؟ وماهي أهميتها؟
- ✓ ما هي أهداف التنمية السياحية في الجزائر والمغرب؟ وما هي البرامج والخطط المسطرة من طرف البلدين محل الدراسة؟
- ✓ ما هو واقع مؤشرات التنمية السياحية في الجزائر والمغرب؟

## أهداف الدراسة:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى:

- ✓ التعرف على واقع التنمية السياحية في الجزائر والمغرب.
- ✓ تقييم ومقارنة بعض مؤشرات التنمية السياحية في البلدين محل الدراسة.

## المنهج المتبع:

لمعالجة الإشكالية المطروحة قمنا باستخدام المنهج التحليلي المقارن من خلال عرض استراتيجيات التنمية السياحية المسطرة من طرف البلدين محل الدراسة، وتحليل البيانات ومؤشرات القطاع السياحي بهما، كما تم الإعتماد على مجموعة من المعلومات والإحصائيات المتاحة التي لها علاقة بموضوع الدراسة والمتوفرة على مستوى المنظمات والهيئات الوطنية والدولية.

## 1. الإطار النظري للدراسة

### 1.1. مفهوم التنمية السياحية:

لقد اختلفت المفاهيم والتعاريف التي أعطيت لمفهوم التنمية السياحية، فقد عرفت على أنها "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية وعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي"<sup>1</sup>.

كما عرفها كتاب آخرون بأن " التنمية السياحية تأخذ طابع التصنيع المتكامل والذي يعني إقامة وتشبيد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج إليها السائح أثناء إقامته بها والشكل الذي يتلائم مع القدرات المالية للفئات المختلفة للسائحين"<sup>2</sup>.

على الرغم من تعدد التعاريف إلا أن مفهوم التنمية السياحية يرتبط ارتباطا وثيقا بالتنمية الشاملة، وذلك لإشتمالها على عدة أنشطة تتفاعل مع غيرها من العوامل الاقتصادية.

## 2.1. عناصر التنمية السياحية:

وتتكون من العديد من العناصر أهمها: 3

- ✓ عناصر الجذب السياحي وتشمل العناصر الطبيعية مثل: أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان، كالمتنزهات والمتاحف .....
- ✓ النقل بمختلف أنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.
- ✓ أماكن النوم والإيواء سواء التجاري منها كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
- ✓ التسهيلات المساندة والمساعدة بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك ....
- ✓ خدمات البنية التحتية مثل: المياه، الكهرباء والاتصالات ....

ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات والفاعلين بالقطاع السياحي من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

## 3.1. أهداف التنمية السياحية:

تتعدد أهداف التنمية السياحية وتأتي في مقدمتها: 4

- تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية للدولة، ويتحقق ذلك بدعم القدرة التنافسية لصناعة السياحة وذلك برفع إنتاجية الموارد البشرية وغير البشرية الموظفة فيها والسياسات التسويقية الخارجية الكفأة؛
- تدعيم الارتباط الإنتاجي بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى؛
- تعظيم الآثار الإيجابية للسياحة في النواحي الاجتماعية والثقافية مع التخلص من الآثار السلبية لهذه النواحي؛
- المساهمة في تنمية البيئة والمحافظة عليها من خلال الاهتمام بمناطق الجذب السياحي وما يحيط بها في المدن والمكان المختلفة.

وباختصار تحدد أهداف التنمية السياحية عادة في المراحل الأولى من عميلة التخطيط السياحي، في مجموعة من الأهداف كالتالي: 5

### ✓ على الصعيد الاقتصادي:

- تحسين وضع ميزان المدفوعات.
- تحقيق التنمية الإقليمية خصوصاً إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق الريفية.
- توفير خدمات البنية التحتية.
- زيادة مستويات الدخل.
- زيادة إيرادات الدولة من الضرائب.
- خلق فرص عمل جديدة.

### ✓ على الصعيد الاجتماعي:

- توفير تسهيلات ترفيه واستجمام للسكان المحليين.
- حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات.

### ✓ على الصعيد البيئي:

- المحافظة على البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات حماية مشددة لها.

### ✓ على الصعيد السياسي والثقافي:

- نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب.
- تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

لذا فالتنمية السياحية تتطلب الإهتمام بالأبعاد الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية، الحضارية والإدارية من أجل نجاحها، وهذه الأبعاد تتصف بالتوازن والتواصل<sup>6</sup>، فيجب أن يكون تبني مفهوم التنمية المستدامة، شرطا لكل البرامج الرامية إلى تطوير النشاط السياحي، والذي يركز أساسا على الإستدامة الاقتصادية، الإستدامة الاجتماعية والثقافية والإستدامة البيئية<sup>7</sup>.

## 2. إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر

لقد عمدت الجزائر إلى تسطير إستراتيجيات سياحية ضمن الألفية الجديدة وضمن الأوضاع الإقتصادية الاجتماعية والسياسية التي تعيشها هذه الدول والمنطقة ككل، وعليه فقد تم وضع مفهوم جديد لسياسات سياحية تقوم على مبدأ أساسي هي أن السياحة هي مطلب وطني وضرورة حتمية في التنمية الوطنية على كل الأصعدة والمستويات في إطار التنمية المستدامة. لقد وضعت الحكومة الجزائرية مجموعة من الرهانات للتحويل السياحي، وأهداف كمية ونوعية من أجل تحقيقها.

### 1.2. رهانات وأهداف إستراتيجية التنمية السياحية آفاق 2030

#### 1.1.2. الرهانات الكبرى للسياحة: وهي تتمثل فيما يلي:

- ✓ **الرهانات الاقتصادية:** حيث أن للسياحة أثارا على القطاعات الأخرى كالزراعة، الصناعات التقليدية، العمارة، والأشغال العمومية، الخدمات وميزان المدفوعات.
- ✓ **رهانات التشغيل:** وهذا عن طريق زيادة معدلات التشغيل المباشرة وغير المباشرة.
- ✓ **رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية:** والتي تعد العامل المهيكل للفضاء الجيو إقتصادي وهي عامل تحسيس للمبادئ المرتبطة بالبيئة والمحافظة على مختلف الموارد المادية وغير المادية.
- ✓ **الرهانات الثقافية:** فالسياحة كعامل انفتاح وتبادل بين الثقافات تسمح بتنميين التراث الثقافي الغني، المادي والروحي كما تشكل عامل سلام وحوار بين الثقافات
- ✓ **رهانات الصورة:** عن طريق تحسين صورة البلاد وتقوية جاذبيتها في مجال الإستثمار والتدفق السياحي.

#### 2.1.2. أهداف إستراتيجية التنمية السياحية

تهدف السياسة السياحية الجديدة إلى تحقيق الأهداف الخمسة التالية: <sup>8</sup>

- ✓ جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي؛
- ✓ الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى كالزراعة، الصناعة، الخدمات...؛
- ✓ التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة؛
- ✓ تنميين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري؛
- ✓ التحسين الدائم لصورة الجزائر.

أما الأهداف الكمية: فتتمثل فيما يلي:

##### 1.2.1.2. الأهداف المادية: وهي تشمل ما يلي:

- ✓ الوصول إلى استئقبال 2.5 مليون سائح آفاق 2015.
- ✓ إنشاء 75000 سرير من النوعية الجيدة.
- ✓ توفير 400.000 منصب شغل مباشر وغير مباشر.

##### 2.2.1.2. الأهداف النقدية: وهي تتمثل فيما يلي:

- ✓ بلوغ 2.5 مليون دولار من الإستثمارات السياحية.
- ✓ يقدر الإستثمار العمومي والخاص الضروري بين الفترة 2008-2015 بـ 2,5 مليار دولار ومن المتوقع أن يزيد على مدى 07 سنوات لآفاق 2030 ليصبح 350 مليون دولار أمريكي سنويا.
- ✓ بالنسبة للأقطاب السياحية السبعة للإمتياز: يمكن تصور جهدا إضافيا بمبلغ 1 مليار دولار أمريكي لكل باقي مناطق البلاد يمكن توظيفه لإزالة العجز البيئي الحالي.

- ✓ المشاريع ذات الأولوية للمرحلة 2008-2015، فقد تم تحديدها، فمنها ما هو جاري إنجازه أو محل دراسة وعرض والمتمثل في:
- فنادق السلسلة: بطاقة إيواء مقدرة بـ: 29386 سرير.
  - عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مدمجة ومخصصة للتوسع السياحي مصممة لتتناسب مع الطلب الدولي والوطني.

**جدول رقم(01): الأهداف الكمية للسياحة آفاق 2015**

البيان	السنة	2007	2015
عدد السياح		1.7 مليون سائح	2,5 مليون سائح
طاقة إيواء (عدد الأسرة)		84869 سرير	75000 سرير فخم
نسبة المساهمة في الناتج المحلي الخام		1,7%	3%
الإيرادات (مليون دولار)		215	2000-1500
العمالة المباشرة وغير المباشرة		200,000	400.000
التكوين (المقاعد البيداغوجية)		51200	91600

**المصدر:** وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي 2025، المخطط الإستراتيجي الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية الكتاب 2، الجزائر، 2008، ص 18.

أما حصة الاستثمارات العمومية في الأقطاب السبعة، فيتوجب على السلطات العمومية بكل وزاراتها التكفل بـ 375 مليون دولار أمريكي على مدى سبع سنوات الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للإمتياز أي 54 مليون دولار أمريكي في السنة.

## 2.2. آليات ومخططات التنمية السياحية في الجزائر

يستدعي تنفيذ الإستراتيجية البدء في تطبيق جملة من البرامج والمخططات والتي تسمى بالحركيات الخمس للنهوض بالقطاع السياحي وهي تتمثل فيما يلي:

**1.2.2. مخطط الوجهة للجزائر:** حيث يهدف هذا المخطط لجعل الجزائر وجهة سياحية بامتياز، وتقييم صورتها السياحية لمضاعفة جاذبيتها وقدرتها التنافسية.

**2.2.2. الأقطاب السياحية للإمتياز:** فالقطب السياحي هي تركيبة من القرى السياحية للإمتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية وهو في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية، يستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له ذلك الإشعاع على المستوى الوطني والدولي<sup>9</sup> وعلى كل قطب أن يمنح أولوية التطوير للفروع الواعدة والغالبة، فكل ذاتيته وخصوصيته وله دور كبير في التنمية السياحية. وقد حدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية سبعة أقطاب للإمتياز هي: <sup>10</sup>

**1.2.2.2. القطب السياحي للإمتياز:** شمال- شرق: ويضم: عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تبسة.

**2.2.2.2. القطب السياحي للإمتياز:** شمال -وسط: ويشمل: الجزائر، تيبازة، يومرداس، البلدية، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية....

**3.2.2.2. القطب السياحي للإمتياز:** شمال -غرب: مستغانم، وهران، عين تيموشنت، تلمسان، سيدي بلعباس، غليزان.

**4.2.2.2. القطب السياحي للإمتياز:** جنوب -شرق: الواحات، غرداية، بسكرة، الواد، المنيع....

**5.2.2.2. القطب السياحي للإمتياز:** جنوب-غرب: وتضم: "توات، القارة".

**6.2.2.2. القطب السياحي للإمتياز:** الجنوب الكبير: طاسيلي تاجر، ايليزي، جانيت....

**7.2.2.2. القطب السياحي للإمتياز:** ويضم: أدرار، تمنراست.

وتهدف الأقطاب السياحية للإمتياز إلى تحقيق خمسة أهداف رئيسية هي:

- ✓ تسهيل التنافسية، الجاذبية واستمرارية الأقاليم.
- ✓ تطوير الأقطاب وفقا لميزانيتهم.
- ✓ يسمح القطب السياحي بربط جيد لمختلف المركبات السياحية، وبتكامل الأنشطة الإجتماعية والإقتصادية على كامل التراب الوطني.
- ✓ ضمان تميز للصورة النوعية للوجهة السياحية الجديدة.
- ✓ إشراك السكان المحليين.

كما تسمح الأقطاب السياحية للإمتياز بتنظيم، وترتيب الفضاءات السياحية وتطوير الإقتصاد السياحي في كافة المناطق السياحية بالبلاد.

إلا أن انجاز هذه الأقطاب لم يتم بعد بسبب عديد المشاكل كالوعاء العقاري اللازم، ومشكل التمويل و العراقيل التي يعرفها الإستثمار السياحي سواء تعلق الأمر بالإستثمار المحلي أو الأجنبي ، فالوقائع العملية تعكس ذلك، هذا على الرغم من القوانين والتسهيلات المرتبطة بعملية الإستثمار السياحي .

**3.2.2. مخطط النوعية:** لقد أصبحت النوعية في الوقت الراهن جد مهمة من أجل إعداد عرض سياحي متميز وجذاب بحيث يتمشى وحاجات ورغبات السياح.

#### **4.2.2. مخطط الشراكة العمومية-الخاصة**

إن إحداث قفزة نوعية في المجال السياحي لن يتم ما لم تتضافر كل جهود الأطراف والفاعلين في القطاع السياحي من هيئات ومؤسسات عامة وخاصة، فكل دوره في عملية التنمية السياحية، ويهدف مخطط الشراكة إلى:

- ✓ جعل بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية، السفارات، القنصليات، المطارات، المراكز الحدودية، الموانئ، المحطات.
- ✓ تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية: النظافة، المياه، التطهير، تكنولوجيا الإعلام والإتصال.
- ✓ تسهيل الوصول إلى المواقع السياحية والقرى السياحية للإمتياز.
- ✓ صيانة الثروة الطبيعية والبيئية.
- ✓ تعميم السياحة لتشجيع الخدمات ذات النوعية وسريعة الإستجابة لطلبات السياح.
- ✓ تحسين النوعية عن طريق التكوين الدائم والمستمر.
- ✓ وضع إستراتيجية التجميع عن طريق ربط الشركاء داخل القطاع السياحي من فاعلين، عاملين في شبكات الإنتاج والتوزيع ومن الموجهون السياحيون، أصحاب الفنادق، المطاعم.....

كما يجب إشراك المديرية الولائية للسياحة على المستوى الوطني في هذا المخطط وكذا الوكالة الوطنية للتنمية السياحية والمتعاملين المحليين.

#### **5.2.2. مخطط التمويل**

على اعتبار أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري بطيء، فهي تتطلب إيجاد دعم ومرافقة من الحكومة في مخططاتها سالفة الذكر، وعليه فدور مخطط تمويل السياحة يتمثل فيما يلي:

- ✓ مرافقة وحماية المؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة.
- ✓ السهر على تجنب المشاريع السياحية الإفلاس والتوقف.
- ✓ جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.
- ✓ تشجيع الإستثمار في القطاع السياحي عن طريق وضع حوافز ضريبية ومالية الملاءمة.
- ✓ تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية خاصة عن طريق إنشاء بنك إستثماري لدعم الأنشطة السياحية، المرقين وجذب المستثمرين سواء كانوا محليين أو أجانب.

أما الإجراءات المتخذة ضمن مخطط التمويل فهي:

- ✓ مرافقة المستثمرين والمرقنين وأصحاب المشاريع وضمان المساعدة والمرافقة المالية لهم إلى جانب المساعدات فيما يخص التكوين والنوعية.
- ✓ التخفيف من إجراءات منح القروض البنكية ومنح الحسومات.
- ✓ التمديد في مدة القرض.
- ✓ إنشاء بنك للاستثمار المستقبلي تكون مهمته:
  - إجراء الدعم والإلتزام بالإكتتاب في مخطط نوعية السياحة.
  - تقديم الإجراءات التحفيزية لبعض الأنشطة السياحية.
  - المساعدة في اتخاذ القرار وتقاسم المخاطر.
  - المساعدة في عملية التمويل يعتاد الإستغلال.

كما شمل مخطط التمويل دفتر المستثمر السياحي والذي يحتوي على كل النقاط والمحاور المتعلقة بالاستثمار السياحي، وهذا من أجل تشجيع المستثمرين المحليين والأجانب على خوض غمار الإستثمار بالجزائر.

إلا أن هذا الأمر يتطلب توفير مناخ جيد ومناسب للاستثمار، مع العلم أن مخاطر الإستثمار في المجال السياحي ومناخه لا تزال تعاني بعض القصور والمشاكل.

### 3. إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب

لقد وضعت الحكومة المغرب في إطار استراتيجياتها السياحية للألفية الجديدة، ولعهد جديد يمتد إطاره الزمني على عشرية كاملة 2000-2010 ثم مواصلة ذلك والإستمرارية لرؤية أخرى جديدة تمتد لأفاق 2020 من أجل الرفع من حجم النشاط السياحي على عديد المستويات والأهداف وسنتطرق لهذه الإستراتيجية فيما يلي: <sup>11</sup>

#### 1. أهداف الإستراتيجية السياحية في المغرب آفاق 2020.

انطلاقا من المكتسبات المحققة وكذا استخلاص وتقييم إستراتيجية السياحة آفاق 2010، وسعيا منها في مواصلة تطوير القطاع السياحي، سطرت الحكومة المغربية رؤية جديدة من أجل الرفع من مستوى النشاط السياحي في البلاد تمثلت في إستراتيجية السياحة لأفاق 2020.

لقد راهنت الحكومة المغربية على القطاع السياحي من أجل جعل المغرب من بين أحسن الوجهات السياحية على الصعيد العالمي، وسطرت بذلك مجموعة من الأهداف نذكرها فيما يلي:

##### 1.1 الأهداف الكمية: ترمي الإستراتيجية السياحية الجديدة إلى مضاعفة حجم القطاع السياحي وذلك عن طريق: <sup>12</sup>

- ✓ إنشاء 200.000 سرير جديد.
- ✓ مضاعفة عدد الوافدين من السياح لتحقيق 20 مليون سائح، واستقطاب 1 مليون سائح بالنسبة للأسواق السياحية الواعدة.
- ✓ زيادة عدد المسافرين المحليين بثلاثة أضعاف وتشجيع السياحة المحلية.
- ✓ خلق 470.000 منصب عمل مباشر جديد في مجموع الأقاليم السياحية في البلاد.
- ✓ زيادة الإيرادات السياحية من أجل الوصول إلى 140 مليار درهم.
- ✓ الرفع بنفطتين حصة السياحة من الناتج المحلي الخام وهذا لتحقيق 150 مليار درهم آفاق 2020 بدل من مليار درهم في الوقت الراهن (2010).

##### 2.1 الأهداف النوعية: أما الأهداف الكمية المسطرة فتمثلت فيما يلي:

- ✓ تنويع المنتجات والوجهات المتاحة للسياح أي العرض السياحي ككل.
- ✓ تشجيع وتنميين جميع الموارد الطبيعية للبلاد والحفاظ عليها.
- ✓ الحرص على احترام الخصوصية السوسيو-ثقافية للمواقع السياحية.

- ✓ تشجيع الاستثمار السياحي سواء كان محليا أو دوليا.
- ✓ التأكيد على مبدأ التنمية السياحية المستدامة.

ويمكن التطرق لبعض المؤشرات السياحية لرؤية 2020

**جدول رقم (02): أهم مؤشرات رؤية 2020**

2020	2015	2010	
372 300	256 400	178 000	طاقة الإيواء (عدد الأسرة)
20 000	13 711	9 200	عدد السياح غير المقيمين (بالآلاف)
5 752	3 930	1 850	عدد الرحلات المحلية (إقامات في مؤسسات الإيواء السياحي بالآلاف)
138 000	85 000	56 000	العائدات السياحية لغير المقيمين (بملايين الدراهم)
148 518	93 493	59 900	الناتج الداخلي الخام السياحي المباشر (بملايين الدراهم)
914 706	645 147	449 283	فرص شغل ناتجة مباشرة عن النشاط السياحي

المصدر: المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 80-14 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية، 2015، ص 12.

## 2. المخططات العملية للإستراتيجية السياحية 2020

إن تحقيق الأهداف الكمية والنوعية المسطرة ضمن التوجهات الكبرى لهذه الإستراتيجية لن يتم إلا بحشد ووضع كل الإمكانيات والوسائل اللازمة والبرامج الضرورية لذلك.

### 1.2. مخطط التنمية السياحية للأقاليم والجهات

من أجل تطوير العرض السياحي المغربي وتنويع الوجهات السياحية، قامت الحكومة المغربية بإنشاء ثمانية مناطق سياحية مندمجة، متناسقة ومتكاملة، تعتمد أساسا على إشراك وتنشيط كل الفاعلين المحليين، من أجل تنمية، تطوير وتنافسية وجاذبية هذه الأقاليم والمناطق السياحية خاصة فيما يتعلق بطاقات الإيواء، الاستقبال، التجهيزات الخاصة بالتنشيط والترقية، الربط الجوي بهذه الأقاليم، التمويل اللازم والميزانية الترويجية المخصصة لذلك.

ويهدف هذا المخطط لتنمية الأقاليم والمناطق السياحية إلى:

- ✓ تتمين أكبر للمقومات السياحية بشكل دقيق ومحدد، صارم وشامل لكل المناطق والأقاليم السياحية بالمغرب.
- ✓ تقديم بطاقة واضحة للعرض الموجود لاستقطاب كل الفاعلين بالقطاع السياحي كالوكالات السياحية، شركات الطيران، مدراء الفنادق، المستثمرين المحليين والأجانب....
- ✓ تتمين وتفعيل مبدأ التداوب "synergie" ما بين الجهات والأقاليم السياحية وكذا ما بين الهيئات والفاعلين السياحيين من أجل تنمية سياحية فعالة وزيادة تنافسية للقطاع.
- ✓ الإستجابة لكل تفضيلات ورغبات الأسواق والقطاعات السوقية المستهدفة التي تتميز بطلب سياحي متنامي ومتزايد.

كما تم وضع ضمن هذا المخطط خارطة طريق جهوية مفصلة تركز على مفهوم الحكامة والوسائل المخصصة لذلك.

### 2.2. مخطط المنتج السياحي:

وهذا عن طريق تنويع المنتج السياحي وتحسين جودته من أجل جاذبية أكبر للوجهات السياحية في المغرب.

### 3.2. مخطط التمويل والدعم:

من أجل تحقيق المشاريع الإستثمارية ومن أجل دعم المؤسسات السياحية ومرافقتها وجعلها قادرة على رفع التحديات الراهنة والمستقبلية لقطاع السياحة، ثم وضع مقارنة هيكلية تسمح بمنح الثقة اللازمة لإنجاز الورشات الكبرى ضمن رؤية 2020، وتم إنشاء "الصندوق المغربي للتنمية السياحية" للقيام بذلك، وخصصت له رأسمال قدر بـ 15 مليار درهم مغربي خلال العشر سنوات القادمة، ليتم رفع رأس المال المخصص له تدريجيا والموجه للاستثمارات المحلية والأجنبية.



كما أن القطاع الخاص دوره في هذه العملية عن طريق تحريك الأموال الخاصة الضرورية والمقدرة بـ 50 مليار درهم منها 10 إلى 15 مليار درهم ستنتم على مستوى دولي.

كما قامت الحكومة المغربية بتوجيه الإستثمارات نحو المناطق والأقاليم السياحية الأقل تطورا والناشئة والتي تمتلك فرص للتنمية السياحية، حيث تم وضع منح للإستثمار تأخذ بالحسبان لدرجة المخاطر التي يمكن أن يتحملها المستثمر في تلك المناطق والأقاليم وتحديد درجة المرافقة والتغطية التي تقوم بها الحكومة لكل مشروع سياحي على أن لا تتجاوز 10% من إجمالي الإستثمار السياحي.

ولمرافقة إنجاز المشاريع الإستثمارية لرؤية 2020 وزيادة وتشريع وتيرتها خصصت البنوك المغربية مبلغ مالي قدر بـ 24 مليار درهم خلال الفترة 2011-2016 للمشاريع التي تستجيب للشروط المحددة في دفتر الشروط الموضوع، مع وضع لجنة لمتابعة ومرافقة سيرورة القروض الممنوحة والقيود الظرفية التي يواجهها المستثمر.

#### 4.2. مخطط الترويج وتسويق الوجهة السياحية:

من أجل جعل المغرب ضمن أحسن عشرون دولة سياحية في العالم ووضع مفهوم جديد لعملية تموقعها في أسواقها السياحية.

#### 5.2. مخطط التنمية المستدامة

لقد قامت إستراتيجية التنمية السياحية آفاق 2020 على مفهوم السياحة المستدامة من أجل ديمومة القطاع السياحي والمحافظة عليه ووضع إجراءات اليقظة والمراقبة الجهوية التي تسمح:

- متابعة إحترام مؤشرات المتعلقة باستخدام واستهلاك الخدمات السياحية والمواقع الطبيعية، الثقافية والمواقع التاريخية واستخدام المياه، والكثافة السكانية بالمناطق السياحية.... الخ.

- بتنشيط ميكانيزم وتمويل يتكفل بتنمية الأقاليم السياحية وتنمية المنتجات السياحية في إطار المحافظة على البيئة ضمن مفهوم التنمية السياحية المستدامة، كما قامت بتدعيم معايير الإستدامة على مستوى طاقات الإيواء من خلال وضع شعار "النجمة الخضراء" ضمن تصنيف جديد لهذه المؤسسات من أجل التفرقة بينها وبين المؤسسات الأخرى التي لا تحمل هذا الشعار.

- بوضع برنامج للتحسيس والتكوين حول مفهوم التنمية المستدامة لكل الفاعلين والهيئات بالقطاع السياحي سواء كانوا ضمن القطاع العام والخاص، بالإضافة إلى إنشاء هيئة مختلطة بين النظامين العام والخاص على مستوى المكتب الوطني للسياحة تتكفل بمتابعة وتقييم إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة ومتابعة مختلف مؤشرات الإستدامة وتطبيقاتها.

#### 6.2. مخطط التنافسية السياحية:

إن تقديم تجربة سياحية ذات جودة عالمية للسياح من خلال تواجدهم في الوجهات السياحية في المغرب، ومن أجل الرفع من مجموع سلسلة القيم للقطاع السياحي، وضعت الحكومة المغربية ضمن رؤية 2020 برنامج وطني للإبتكار والتجديد والتنافسية السياحية، وكذا ورش مهمة لتعزيز تنافسية هذا القطاع يتمحور حول دعم وتحديث وتقنين المقاولات السياحية الصغرى والمتوسطة.

#### 7.2. مخطط الحكامة:

إن حسن تنفيذ الإستراتيجية السياحية آفاق 2020 تتطلب إطار مؤسستي جديد لتنظيم ديناميكي فعال سواء على مستوى وطني أو جهوي على مستوى الجهات والأقاليم السياحية المختلفة، ولضمان تنفيذ الإستراتيجيات، المخططات العملية وإحترام دقيق للأجال المحددة لذلك.

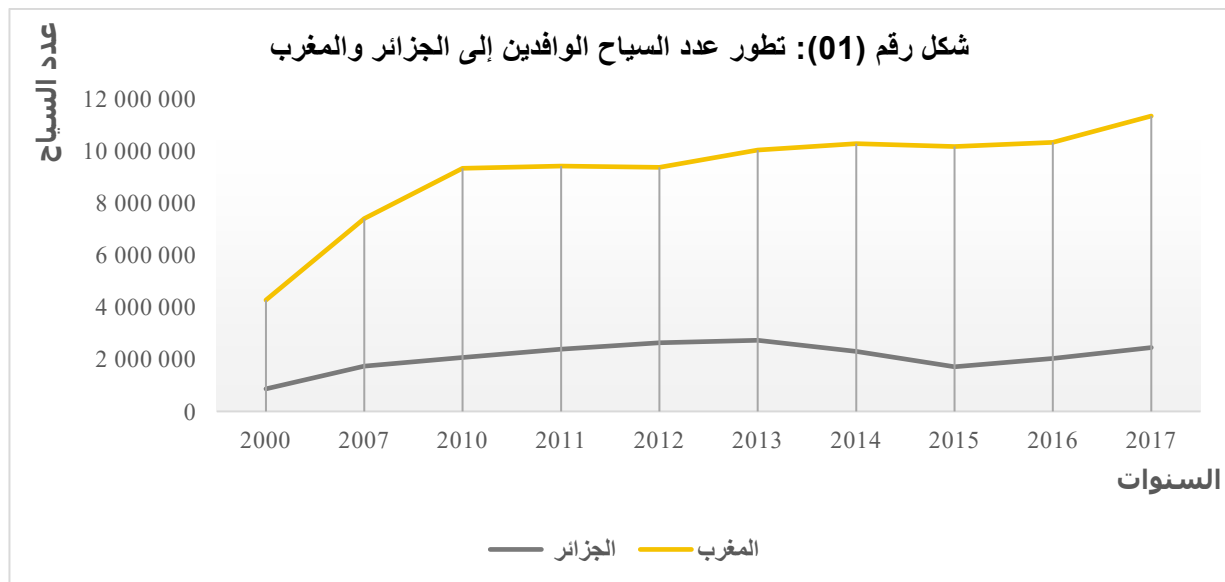
وفيما يتعلق بالحكامة فقد تم توقيع خمسة عشر عقد لبرامج جهوية وذلك في إطار توافقي يجمع بين السلطات السياحية والفاعلين المحليين، وبالمقابل فإن الهيئة العليا للسياحة ووكالات التنمية السياحية باعتبارهما الأداتين لحكامة الإستراتيجية

السياحية "رؤية 2020" لم تظهر للوجود بعد، وينبغي أن تحدث وكالات التنمية السياحية بصفة تدريجية في ثماني مناطق سياحية لضمان نجاح الإستراتيجيات الوطنية والجهوية.<sup>13</sup>

#### 4. تقييم مؤشرات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي (الجزائر والمغرب)

سنحاول التطرق لبعض المؤشرات في البلدان محل الدراسة.

##### 1.4. عدد السياح الوافدين إلى الجزائر والمغرب



المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على:

- مديرية الإحصاء: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://www.mta.gov.dz>
- إحصائيات وزارة السياحة، النقل الجوي، الصناعات التقليدية والإقتصاد الإجتماعي المغربية.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد السياح الوافدين إلى الجزائر قد عرف تذبذبا كبيرا حيث شهد نموا متزايدا ابتداء خلال الفترة 2000-2013 ليعرف بعدها تقهقرا خلال سنتي 2014 و2015 حيث كانت نسبة الانخفاض بين هاتين السنتين: 25,70%، وهذا يعود أساسا لانخفاض عدد الجزائريين المقيمين بالخارج بسبب إختبارهم وجهات سياحية أخرى، في حين عرفت نفس الفترة ارتفاعا محسوسا للسياح الأجانب وذلك بنسبة 15,21%، بينما سجلت سنة 2016 زيادة قدرها 19,27%، كما شهدت سنة 2017 زيادة في عدد السياح الوافدين والذي يرجع أساسا إلى ارتفاع في عدد السياح الأجانب.

أما حجم الطلب المقدر ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 هو بلوغ عدد السياح الوافدين إلى الجزائر 1,7 مليون سائح خلال سنة 2007، ووصولهم خلال سنة 2015 إلى 2,5 مليون سائح ضمن الخطة متوسطة الأجل، لكن الطلب السياحي الفعلي لسنة 2015 قد كان في حدود 1709994 سائح وبعجز قدره 790006 سائح لنفس الفترة.

أما تقديرات الطلب على السياحة الدولية لآفاق 2030 فهو في حدود 11 مليون سائح حسب وزارة السياحة والصناعات التقليدية في الجزائر، كما تعتزم الوصول إلى ثلاثة ملايين سائح جزائري مقيم بالخارج،<sup>14</sup>

أما بالنسبة للحركة السياحية الوافدة إلى المغرب فقد عرفت نموا معتبرا خاصة خلال الفترة ما بين 2000-2010، بالرغم من عدم وصول المغرب إلى تحقيق أهدافه المسطرة وذلك ببلوغ 10 ملايين سائح خلال سنة 2010، ليواصل حجم الطلب السياحي نموها إلى غاية 2014 لتعرف بعدها انخفاض طفيف بنسبة 1,04% خلال سنة 2015، كما يشكل الطلب السياحي للسياح الأجانب النسبة الأكبر مع اختلاف بسيط هو أن نسبة 51% من حجم الطلب السياحي هو من نصيب

السياح الأجانب بينما 49% من حجم الطلب السياحي هو من نصيب المغاربة المقيمون بالخارج وهذا خلال سنة 2015 مقارنة بسنة 2014.

كما تقوم وزارة السياحة المغربية ومختلف الهيئات السياحية التابعة لها بتقدير حجم الطلب السياحي بشكل دوري (خاصة المرصد السياحي المغربي)، فقد سطرت هذه الوزارة ضمن إستراتيجيتها السياحية من أجل الوصول إلى تحقيق طلب سياحي حوالي 20 مليون سائح سنة 2020.

## 2.4. طاقات الإيواء حسب الأسرة:

تسعى الجزائر والمغرب إلى تسطير أهداف من أجل الرفع من عدد الأسرة كما ونوعا من أجل تلبية الطلب السياحي الدولي والمحلي.

### 1.2.4. طاقات الإيواء حسب الأسرة في الجزائر

لقد شهد عدد الأسرة نموا في الجزائر كما هو مبين في الجدول الموالي: 15

جدول رقم (03): تطور طاقات الإيواء حسب الأسرة

السنوات	2000	2004	2007	2010	2013	2014	2015	2016
مجموع عدد الأسرة	76 042	82 034	85 000	92 377	98 804	99 605	102 244	420 107

المصدر: من إعداد الباحث بالإعتماد على:

• وزارة السياحة والصناعات التقليدية في الجزائر، نقلا عن الموقع الإلكتروني:

<https://www.mta.gov.dz>

• إحصائيات الديوان الوطني للإحصاء الجزائري نقلا عن الموقع الإلكتروني:

<http://www.ons.dz/-Tourisme-.html>

كما هو مبين في الجدول رقم 03 فقد عرف عدد الأسرة نموا مستمرا خلال الفترة الممتدة من 2000-2016، أين بلغت نسبة نمو الأسرة 34,45% لكن ذلك مس أغلب الفنادق غير المصنفة، الهياكل الأخرى الموجهة للفندقة وهياكل في طريق التصنيف، مما يجعل هياكل الإستقبال غير كافية من الناحية الكمية والكيفية، كما أن تقييم استراتيجية السياحة لأفاق 2015 والمتعلق بإنجاز 75000 سرير ذو نوعية جيدة إستجابة للطلب المحلي والدولي، لم يتحقق حيث أن عدد الأسرة ذات النوعية الجيدة المحققة خلال سنة 2015 هي 29588 سرير فقط، وهي تشمل الفنادق المصنفة، الإقامات، الموتيلات، والنزل المصنفة، أما عدد الأسرة ذات النوعية الجيدة بالفنادق 05 نجوم و 04 نجوم و 03 نجوم والقوى العطل 03 نجوم فهي حوالي 12145 سرير فقط، وعليه فرفع طاقات الإيواء بمعيار عدد الأسرة بقي ضعيف جدا وبعبء قدره 62855 سرير.

لكن تبقى الجزائر تعاني من العجز في طاقات الإيواء السياحية، ولا تلبى حتى حاجة المواطنين الجزائريين الذين يتوجهون سنويا وبأعداد هائلة إلى البلدان المجاورة (تونس والمغرب) لاستهلاك نفس النموذج السياحي، بالإضافة إلى الانتشار العشوائي لهذه الفنادق فنجدتها تتمركز في المدن الكبرى، وعدم مراعاة في إنشائها وجود مقومات الجذب السياحي من عدمها<sup>16</sup>.

هذا وقد وضعت الجزائر من أجل ذلك رفع عدد الأسرة خاصة ذات النوعية الرفيعة مخطط خاص بالأقطاب السياحية للإمتياز وتحديد المشاريع ذات الأولوية من أجل إنجاز:

- فنادق السلسلة: بطاقة إيواء 29386 سرير.

- القرى السياحية للإمتياز: وعددها 20 قرية سياحية ممتازة.

غير أن 61, 11% فقط من المؤسسات الفندقية التي تستجيب للمعايير الدولية بعدما كان 10% خلال الدراسة المعدة من طرف الحكومة الجزائرية ووزارة السياحة والصناعات التقليدية سنة 2008.

## 2.2.4. طاقات الإيواء حسب الأسرة في المغرب

أما بالنسبة للمغرب فقد قامت بتسطير ضمن استراتيجياتها أهداف كمية لمضاعفة عدد الأسرة والجدول الموالي يوضح ذلك: 17

جدول رقم (04): تطور عدد الأسرة في المغرب

السنوات	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
المجموع	95 180	174 019	1 878 774	200 091	2 111 974	221 611	231 334	242 624

المصدر: وزارة السياحة، النقل الجوي، الصناعات التقليدية والإقتصاد الإجتماعي المغربية، السياحة في أرقام،

نقلا عن الموقع الإلكتروني: <http://www.tourisme.gov.ma/ar/node/2979>

تشير الأرقام المبينة في الجدول أعلاه إلى زيادة معتبرة وملحوظة في عدد الأسرة حيث بلغت نسبة النمو خلال الفترة 2000-2010 حوالي 83% منها 71% من الفنادق المصنفة من فئة نجمة إلى خمس نجوم خلال سنة 2010، أما نسبة النمو المحققة في عدد الأسرة عموما خلال الفترة 2010-2016 فكانت حوالي 39% منها 70% من الفنادق المصنفة من فئة نجمة إلى خمس نجوم خلال سنة 2016، وعلى العموم فإن عدد الأسرة الموجودة في المغرب هي مقبولة مقارنة بالجزائر وتونس وهي تتماشى وحجم الطلب الوطني والدولي.

لكن تبقى الأهداف المسطرة لرفع طاقات الإيواء إلى 230,000 سرير سنة 2010 لم تتحقق بل سجلت عجز كبير قدر ب: 55981 سرير، ونفس الأمر يتعلق بسنة 2015 أين تم تسجيل عجز قدر ب: 295066 سرير ليبقى التحدي هو الوصول أفاق 2020، إلى تحقيق 372300 سرير.

## 3.4. مساهمة السياحة في تطور إيرادات السياحة الدولية

لقد جاءت إيرادات السياحة في الجزائر والمغرب ونسبة مساهمتها في الصادرات عموما هي كما هو موضح في الجدول الموالي:

جدول رقم (05): تطور إيرادات السياحة الدولية (الوحدة: بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي)

السنوات	إيرادات السياحة الدولية		إيرادات السياحة الدولية من إجمالي الصادرات (%)	
	الجزائر (بالمليون)	المغرب (بالمليار)	الجزائر	المغرب
2000	102	2.28	-	25.76
2004	178	4.54	-	31.31
2007	334	8.31	0.53	34.69
2010	324	8.18	0.53	30.23
2011	300	9.10	0.39	28.58
2012	295	8.49	0.39	26.26
2013	326	8.20	0.48	25.15
2014	348	8.75	0.55	24.41
2015	357	7.76	0.95	23.32
2016	243	7.92	0.74	23.12
2017	172	9.09	0.46	23.38

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على تقارير البنك الدولي نقلا عن المواقع الإلكترونية:

- [https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=DZ-MA&name\\_desc=true&view=chart](https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=DZ-MA&name_desc=true&view=chart) (consulté le 09/03/2019).
- [https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS?locations=DZ-MA&name\\_desc=true&view=chart](https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS?locations=DZ-MA&name_desc=true&view=chart) (consulté le 09/03/2019)

من خلال الملاحظة المبدئية للجدول رقم (05) أن إيرادات السياحة الدولية في الجزائر لم تتجاوز المليار دولار، وهي بذلك ضعيفة مقارنة مع المغرب، وهذا ما يجعل مساهمة السياحة في جلب العملة الصعبة للزينة الوطنية صعب التحقيق مما سيؤثر على الميزان السياحي، حيث لم تتجاوز نسبة إيرادات السياحة الدولية من إجمالي الصادرات الإجمالية 1 %، في

الوقت الذي تجاوزت فيه المغرب هذه النسبة بأكثر من عشرة أضعاف لتبقى مساهمة السياحة في زيادة إيرادات الحكومة الجزائرية ضعيف مقارنة مع المغرب.

#### 4.4. مساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام

بالنظر إلى التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر والمغرب وما تتبعها من إيرادات مالية يمكننا تصور الدور والأهمية التي تلعبه في الناتج الداخلي الخام لذلك سنقوم بإبراز دور السياحة في الناتج الداخلي الخام وهذا كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم(06): تطور نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام

السنوات	المساهمة المباشرة للسياحة %		المساهمة الكلية للسياحة %	
	الجزائر	المغرب	الجزائر	المغرب
2000	3.1	6.1	5.7	11.9
2004	3.6	7.7	8.0	15.8
2007	3.2	10	7.6	21.6
2010	3.4	8.8	6.9	19.1
2011	3.3	8.9	6.4	19.3
2012	3.3	8.7	6.8	19.2
2013	3.5	8.0	7.2	18.2
2014	3.3	8.4	6.8	18.8
2015	3.5	8.1	7.1	18.1
2016	3.3	8.0	6.8	18.4
2017	3.2	8.5	6.7	19.3
2029	3.3	8.6	7.1	19.3

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على: تقرير المجلس العالمي للسياحة والسفر نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://www.wttc.org/datagateway> (consulté le/08/03/2019)

على الرغم من الجهود المبذولة لتحسين أداء القطاع السياحي في الجزائر، إلا أن مساهمته المباشرة في الناتج الداخلي الخام لا تزال ضعيفة، مع ملاحظة تذبذب في حصة القطاع السياحي من الناتج الداخلي الخام، كما أن توقعات نمو بطيء لنسبة المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في الناتج الداخلي الخام، وحسب توقعات المجلس العالمي للسياحة والسفر لنمو هذا المؤشر فهو لا يتعدى 3.5% في الجزائر و 9% بالنسبة للمغرب وهذا آفاق 2029، وعلى الرغم من كل ذلك تبقى نسبة المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج الداخلي الخام بالمغرب أحسن من النسب المحققة في الجزائر.

أما نسبة لمساهمة الكلية لقطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام فقد عرفت نموا غير مستقر، حيث لم تتعدى هذه النسبة 10% في الجزائر بينما سجلت نسب لا بأس بها في المغرب حيث شهدت نسبة المساهمة الكلية في الناتج الداخلي الخام نموا متذبذبا من أجل تحقيق 93493 مليون درهم سنة 2015 و 148518 مليون درهم آفاق 2020، بينما بلغت تقديرات المجلس العالمي للسياحة والسفر: 7.1% و 19.3% بالنسبة للجزائر والمغرب على التوالي آفاق 2029.

#### 5.4. الأثر على ميزان المدفوعات:

إن الناتج السياحي هو قيمة بيع المنتج السياحي إلى أعداد السائحين الذين هم في حالات كثيرة من غير المقيمين الذين يدفعون بالعملة الصعبة نظير إشباع رغباتهم السياحية، لذلك فإن السياحة تعتبر مصدرا من مصادر الدخل الأجنبي فتقاس أهميتها الاقتصادية أيضا بحجم تأثيرها على ميزان المدفوعات.

**جدول رقم (07): تطور الميزان السياحي (الوحدة: بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي)**

السنوات	إيرادات السياحة الدولية		نفقات السياحة الدولية	
	الجزائر (مليون)	المغرب (مليار)	الجزائر (مليون)	المغرب (مليار)
<b>2000</b>	102	2.28	193	0.506
<b>2004</b>	178	4.54	341	0.912
<b>2007</b>	334	8.31	502	1.42
<b>2010</b>	324	8.18	716	1.88
<b>2011</b>	300	9.10	595	2.26
<b>2012</b>	295	8.49	598	2.10
<b>2013</b>	326	8.20	532	2.00
<b>2014</b>	348	8.75	684	2.12
<b>2015</b>	357	7.76	765	2.15
<b>2016</b>	243	7.92	475.1	2.31
<b>2017</b>	172	9.09	632	2.83

Source : les rapports du banque mondiale sur les sites : (consulté le 11/03/2019)

- [https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=DZ-MA&name\\_desc=true&view=chart](https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=DZ-MA&name_desc=true&view=chart)
- [https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?locations=DZ-MA&name\\_desc=true&view=chart](https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?locations=DZ-MA&name_desc=true&view=chart)

يوضح الجدول أعلاه<sup>18</sup> أن قطاع السياحة يقدم حالة عكسية، إذ يلاحظ العجز المستمر في ميزان السياحة في الجزائر وبالتالي التأثير السلبي على ميزان المدفوعات الكلي.

فالميزان السياحي سالب وهذا ما تدل عليه النفقات التي تفوق الإيرادات أي ما ينفق داخل البلد أقل مما ينفق خارج البلد، في الوقت الذي يعرف الميزان السياحي في المغرب نتائج موجبة، لأن الحكومة المغربية تعتبر السياحة أحد أهم المصادر لجلب العملة الصعبة إلى جانب تحويلات المغاربة المقيمين بالخارج.

#### 6.4. مساهمة السياحة في التشغيل

إن مصطلح عمالة السياحة في حد ذاته يصعب تحديد معالمه فالسياحة تخلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة دائمة ومؤقتة بل تمتد إلى عدة أنشطة مثل الفنادق والمطاعم والسفر الجوي والترفيه ووكالات السفر.

يعتبر القطاع السياحي من أهم القطاعات القادرة على خلق مناصب العمل، حتى وإن كانت موسمية، فقد عرفت الجزائر والمغرب تزايد في مساهمة هذا القطاع في توفير مناصب العمل، والحد من تنامي نسبة البطالة.

والجدول الموالي يوضح مساهمة السياحة في التشغيل في الجزائر والمغرب<sup>19</sup>.

من الملاحظ من الجدول رقم (08) أن مساهمة السياحة في التوظيف لا يزال ضعيفا فالنسب ضئيلة وحسب التوقعات فإن خلال سنة 2016 بنسبة 3.1 % من إجمال العمالة ومن المتوقع زيادة بنسبة 0.1 % خلال سنة 2017، أما معدل النمو السنوي المتوقع خلال الفترة 2017-2027 فهو 0.2 % ليبلغ عدد العاملين 355000 عامل مباشر في قطاع السياحة آفاق 2027 أي بنسبة 2.8 % من إجمالي العمالة.

من جهة أخرى فإن المساهمة الكلية لقطاع السياحة في التوظيف عموما فإن نسبتها تذبذبا جليا كما هو مبين في الجدول أعلاه ومن المتوقع خلال سنة 2016 أن تبلغ نسبة المساهم الكلية لقطاع السياحة في التوظيف 6.5 %، ومن المتوقع أن تزيد النسبة ب: 0.9 % خلال سنة 2017، أما آفاق 2029 فإن الجزائر ستصل إلى 483 ألف عامل مباشر في قطاع السياحة في الوقت الذي حقق القطاع السياحي المغربي أكثر من مليون عامل.

**جدول رقم (08): مساهمة السياحة في التشغيل (الوحدة: بالآلاف عامل )**

السنوات	المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في التشغيل	المساهمة الإجمالية لقطاع السياحة في التشغيل	الجزائر	المغرب
2000	154.7	474.7	292.8	931.7
2004	227.5	663.0	522.9	1374
2007	225.4	920.3	552.9	1996
2010	254.0	833.9	543.5	1834
2011	266.6	864.5	543.2	1882
2012	289.3	822.1	618.2	1843
2013	321.9	781.7	678.5	1789
2014	299.0	819.9	632.6	1843
2015	305.5	795.9	641.7	1811
2016	299.0	798.3	633.3	1862
2017	302.0	838.8	634.6	1983
2029	483.0	1.068	975.0	2380

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على: تقرير المجلس العالمي للسياحة والسفر نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://www.wttc.org/datagateway> (consulté le 15/03/2019)

فعلى العموم فإن نسبة النمو ضعيفة ومتذبذبة كذلك مما سيجعل مساهمة قطاع السياحة في خلق فرص العمل وامتصاص البطالة داخل الإقتصاد محدودة جدا.

#### 7.4. مساهمة السياحة في زيادة حجم الإستثمارات

لم يحظى قطاع السياحة في الجزائر بالإهتمام الكافي واللازم من قبل الحكومات المتعاقبة ضمن برامجها التنموية، حيث كان الإهتمام منصبا على العديد من القطاعات الأخرى على غرار الصناعات المصنعة، قطاع المحروقات، الفلاحة وغيرها، بينما ظل القطاع السياحي قطاع هامشي وثنائي، أين احتل مراتب أخيرة ضمن الأولويات الحكومية الجزائرية، حيث أن نسبة حجم الإستثمارات السياحية خلال المخططات التنموية ابتداء من المخطط الثلاثي الأول إلى غاية المخطط الخماسي الثاني لم تتجاوز 2,6% من حجم الإستثمارات الوطنية، لتدخل البلاد في سلسلة من الأزمات المالية، الأمنية أثرت بشكل كبير على هذا القطاع.

والجدول الموالي يبين حجم الإستثمارات في الجزائر والمغرب محل الدراسة.<sup>20</sup>

**جدول رقم (09): حجم الإستثمارات السياحية ( الوحدة: المليار بالأسعار الجارية للدولار الأمريكي)**

السنوات	2000	2004	2007	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2029
حجم الإستثمارات في الجزائر	0.5	1.6	2.2	1.5	1.3	1.4	1.4	1.5	1.6	1.8	1.7	2.9
حجم الإستثمارات في المغرب	0.5	1.1	2.7	2.8	3.1	3.4	3.6	3.6	3.9	4.8	5.3	8.0

المصدر: من إعداد الباحثين بالإعتماد على تقرير المجلس العالمي للسياحة والسفر نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://www.wttc.org/datagateway> (consulté le 11/09/2018)

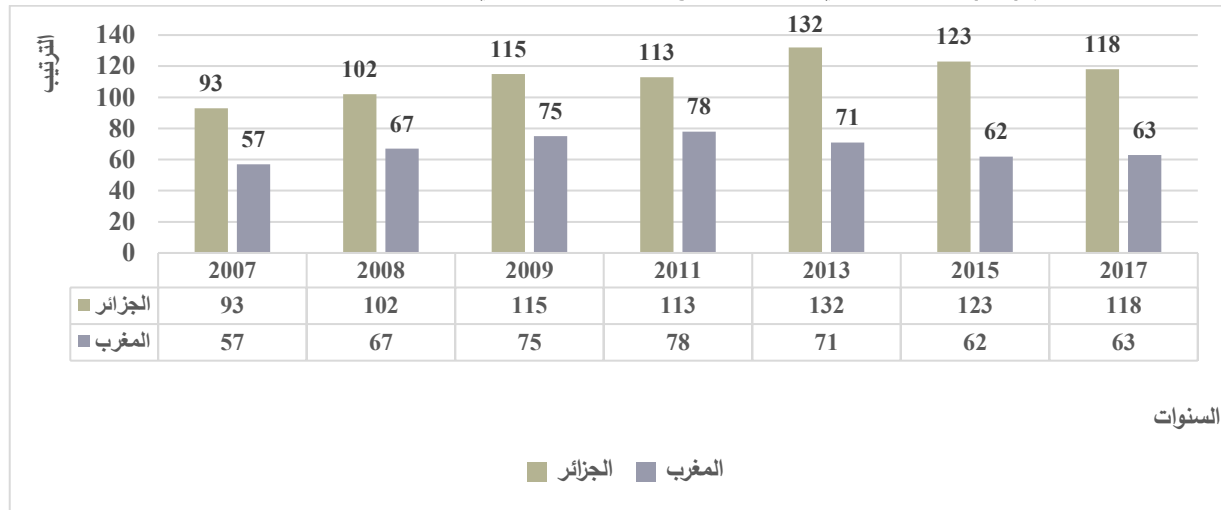
إن الملاحظ من الجدول رقم (09) يبين حجم الإستثمارات السياحية في الجزائر التي عرفت تذبذبا معتبرا صعودا ونزولا، ومن المتوقع أن تصل هذه الاستثمارات إلى حوالي 2.9 مليار دولار خلال سنة 2029 وهي تمثل نسب ضعيفة مقارنة بالمغرب، هذا الأخير الذي عازمت حكومته على تطوير قطاعها السياحي، ومن المتوقع أن ترتفع هذه النسبة إلى 8 مليار دولار أمريكي آفاق 2029.

#### 8.4. تنافسية القطاع السياحي

أما فيما يتعلق بتنافسية القطاع السياحي فقد قام المنتدى الاقتصادي العالمي بدافوس بإعداد تقارير<sup>21</sup> حول هذا الموضوع ويمكن تلخيصها في الشكل التالي:



**الشكل رقم (02): المؤشر الكلي لتنافسية قطاع السياحة والسفر في البلدان المغاربية خلال الفترة 2007-2017**



**المصدر:** من إعداد الباحثين بالإعتماد على:

World economic forum, the travel & tourism competitiveness report, Switzerland, (2007, 2008, 2009, 2011, 2013, 2015, 2017).

من خلال الشكل المبين أعلاه نلاحظ أن المغرب تمتلك قطاع سياحي يتميز بتنافسية أحسن مقارنة بالقطاع السياحي الجزائري الذي يحتل مراتب متأخرة نسبيا.

**الخاتمة:**

لقد اختلفت أهمية قطاع السياحة في الجزائر و المغرب، وهذا يرجع أساسا للمكانة التي توليها الحكومتان لهذا القطاع، فالحكومات المتعاقبة على الحكومة الجزائرية منذ الإستقلال إلى يومنا هذا لم تعط لقطاع السياحة الأهمية الكافية، حيث ظل قطاعا هامشيا وثانويا، في الوقت التي تسعى الحكومة المغربية لجعله ضمن أولوياتها التنموية، و النهوض بقطاع السياحة والمؤشرات الإقتصادية تعكس ذلك، فنسب نمو القطاع السياحي في المغرب يبقى يحتل مراتب متقدمة في ترتيب تنافسية القطاع مقارنة مع الجزائر الذي يأتي في ذيل الترتيب، وعليه فقد توصلنا في نهاية الدراسة إلى النتائج التالية:

- ✓ ضعف وتذبذب في حركة السياحة الدولية في الجزائر مقارنة مع المغرب الذي يعرف نمو بطيء كذلك والذي
- ✓ حال وسيحول دون تحقيق أهداف 2015 و 2020؛
- ✓ ضعف المؤشرات الكلية للنشاط السياحي في الجزائر مقارنة مع المغرب؛
- ✓ عدم الوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة من طرف البلدين محل الدراسة على الرغم من النمو النسبي الذي يعرفه القطاع السياحي المغربي.

وقد توصلت الدراسة إلى ضرورة إعادة النظر في الخطط والبرامج المسطرة وتكييفها مع التحولات والمعطيات الإقتصادية الراهنة التي يعيشها العالم عموما والقطاع السياحي على وجه الخصوص، هذا الأخير الذي يعرف تنافسية شديدة في مختلف الجهات السياحية على المستوى الإقليمي أو العالمي، وهذا من أجل الإستفادة من النمو المتواصل لهذا القطاع الهام واستغلال فرص التنمية المتاحة وتحسين أدائه من خلال تعظيم كل المؤشرات السياحية المكونة له واحتلال مكانة تنافسية في سلم ترتيب الدول السياحية.



- 1 - أحمد الجلاّد، 2002، السياحة المتواصلة البيئية، عامل الكتاب، ط1، القاهرة، مصر.  
Aḥmd al-ǧlād, 2002, al-siāḥt al-mtwāslt al-bī'īt, 'āml al-ktāb, ṭ1, al-qāhrṭ, mṣr.
- 2 - جليّة حسن حسنين، 2006، دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.  
Ǧlīṭ ḥsn ḥsnyin, 2006, drāsāt fī al-tnmīt al-siāḥīt, al-dār al-ǧām'īt, al-iskndrīt, mṣr.
- 3 - كافي مصطفى يوسف، 2014، أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.  
kāfi mṣṭfi yūs, 2014, aḥlāqīāt ṣnā'īt al-siāḥt wāldīāft, ṭ1, mktbt al-mǧtm' al-'rbī llnšr wāltūzī, 'mān, al-'ardn.
- 4 - صلاح الدين عبد الوهاب، 1991، التنمية السياحية، مطبعة زهران، القاهرة، مصر.  
Ṣlāḥ al-dīn 'bd al-ūhāb, 1991, al-tnmīt al-siāḥīt, mṭb'īt zhrān, al-qāhrṭ, mṣr.
- 5 - علاء إبراهيم العسالي، 2016، السياحة في الوطن العربي، التاريخ-المخاطر-المهددات، دار أمجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن.  
'lā' ibrahīm al-'sālī, 2016, al-siāḥt fī al-ūṭn al-'rbī, al-tārīḥ-ālmḥāṭr-ālmḥddāt, dār amǧd llnšr wāltūzī, ṭ1, 'mān, al-'ardn.
- 6 - طارق عبد الفتاح الشريعي، 2010، تنمية المبيعات السياحية في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية، مؤسسة حورس الدولية، ط2، الإسكندرية، مصر.  
Tārq 'bd al-ftāḥ al-šrī'ī, 2010, tnmīt al-mbī'āt al-siāḥīt fī ṣl al-'azmt al-āqtšādīt al-'ālmīt, mu'ssṭ ḥūrs al-dūlīt, ṭ2, al-iskndrīt, mṣr.
- 7- وفاء عبد الباسط، 2005، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية والتحديات العالمية المعاصرة، دار النهضة العربية، مصر.  
Ufā' 'bd al-bāṣṭ, 2005, al-tnmīt al-siāḥīt al-mstdāmt bīn al-istrātīǧīt wāltḥdīāt al-'ālmīt al-m'āšrīt, dār al-nḥṭ al-'rbī'īt, mṣr.
- 8 - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، 2008، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، الكتاب 1، الجزائر.  
Uzārṭ thī'īt al-iqlīm, al-bī'īt wālsīāḥt, 2008, al-mḥṭṭ al-tūǧīhī llthī'īt al-siāḥīt 2025, tṣḥīṣ ūfḥṣ al-siāḥt al-ǧzā'irīt, al-ktāb 1, al-ǧzā'ir.
- 9 - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الكتاب 2، مرجع سبق ذكره.  
Uzārṭ thī'īt al-iqlīm, al-bī'īt wālsīāḥt, al-mḥṭṭ al-tūǧīhī llthī'īt al-siāḥīt 2025, al-ktāb 2, mrǧ' sbq ḍkrh.
- 10 - نفس المرجع السابق، ص44.  
Nfs al-mrǧ' al-sābq, ṣ44.

11 - انظر للموقع الإلكتروني لوزارة السياحة والنقل الجوي والصناعات التقليدية والإقتصاد الاجتماعي للمملكة المغربية على الرابط: <https://www.tourisme.gov.ma/ar>

Anẓr llmūq' al-ilktrūnī lūzārť al-sīāhť wālnql al-ġwy wālsnā'āt al-tqlīdīť wāliqtšād al-āġtmā'ī llmmlkť al-mġrbīť 'li al-rābť: <https://www.tourisme.gov.ma/ar>

<sup>12</sup> - <https://www.tourisme.gov.ma/ar/node/191> (consulté le 07/03/2019).

<sup>13</sup> - المجلس الإقتصادي والإجتماعي والبيئي، 2015، رأي المجلس الاقتصادي والإجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 80-14 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية.  
Al-mġls al-iqtšādī wāliġtmā'ī wālbī'ī, 2015, r'āi al-mġls al-āqtšādī wāliġtmā'ī wālbī'ī, mšrū' al-qānūn rqm 14-80 al-mt'iq bālmū'ssāt al-sīāhť ū'aškāl al-īwā' al-sīāhť al-'ahri, al-mmlkť al-mġrbīť.

<sup>14</sup> - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، الكتاب 2، مرجع سبق ذكره.  
Uzārť thī'īť al-iqlīm, al-bī'īť wālsīāhť, al-mhťť al-tūġīhī llthī'īť al-sīāhť 2025, al-ktāb 2, mrg' sbq đkrh.

<sup>15</sup> - وزارة السياحة والصناعات التقليدية في الجزائر، نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://www.mta.gov.dz>  
Uzārť al-sīāhť wālsnā'āt al-tqlīdīť fī al-ġzā'ir, nqlā 'n al-mūq' al-ilktrūnī: <https://www.mta.gov.dz>

وإحصائيات الديوان الوطني للإحصاء الجزائري نقلا عن الموقع الإلكتروني: <http://www.ons.dz/-Tourisme-.html>  
Wiḥšā'tāt al-dīwān al-ūtnī lliḥšā' al-ġzā'irī nqlā 'n al-mūq' al-ilktrūnī: <http://www.ons.dz/-Tourisme-.html>

<sup>16</sup> - إلياس الشاهد، عبد النعيم دفرور، 2017، دراسة وتحليل المزيج التسويقي السياحي في الجزائر، مجلة الإقتصاد الصناعي، العدد 13، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة 1، الجزائر، ص 260.  
Ilīās al-šāhd, 'bd al-n'īm dfrūr, 2017, drāšť ūḥlīl al-mzīġ al-tswyqī al-sīāhī fī al-ġzā'ir, mġlīť al-iqtšād al-šnā'ī, al-'dd 13, klīť al-'lūm al-iqtšādīť wāltġārīť ū'lūm al-tsyir, ġām'ť al-ḥāġ lḥdr, bātnť1, al-ġzā'ir, š 260.

<sup>17</sup> - <http://www.tourisme.gov.ma/ar/node/2979>.

<sup>18</sup> - les rapports du banque mondiale sur les sites : (consulté le 11/03/2019)

- [https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=DZ-MA&name\\_desc=true&view=chart](https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=DZ-MA&name_desc=true&view=chart)
- [https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?locations=DZ-MA&name\\_desc=true&view=chart](https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?locations=DZ-MA&name_desc=true&view=chart)

<sup>19</sup> - <https://www.wttc.org/datagateway> (consulté le 15/03/2019).

<sup>20</sup> - <https://www.wttc.org/datagateway> (consulté le 11/09/2018).

<sup>21</sup> - World economic forum, (2007, 2008, 2009, 2011, 2013, 2015, 2017), the travel & tourism competitiveness report, Switzerland.