

قراءة لآفاق و مؤشرات النهوض بقطاع السياحة و تطويره في دول الجوار وسبل الاستفادة منها.
التجربة التونسية و المغربية نموذجا.

إعداد:

د. مجدوب خيرة¹.

د. طويطي مصطفى².

الملخص:

إن المقومات السياحية الهائلة التي تمتلكها دول الجوار تجعل منها وجهة سياحية مفضلة في العالم إلا أن الواقع السياحي فيها لم يرقى بعد إلى المستوى المطلوب الذي يكفل له الوصول إلى الأهداف المرجوة منها حيث بقيت إنجازاتها جد محدودة إذا ما قورنت ببلدان العالم.

وتكمن أهمية الدراسة في تسليط الضوء على السياحة لكل من المغرب و تونس و إبراز الدور الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية وكيفية الاستفادة منها في الجزائر و ذلك من خلال الآثار الايجابية التي تتركها على فرص العمل و ميزان المدفوعات بالإضافة إلى معرفة مدى نجاعة الإستراتيجية الجديدة للسياحة المغربية (أفاق 2020) و للسياحة التونسية (أفاق 2016).

الكلمات المفتاحية: الأفاق المستقبلية، التجربة التونسية، التجربة المغربية، المقومات السياحية، التنمية الاقتصادية،

Abstract:

The enormous tourist properties possessed by the neighboring countries make it a preferred tourist destination in the world, but the tourist reality has not yet reached the level required to achieve the desired goals, where the achievements are very limited when compared to the countries of the world.

The importance of the study is to highlight the tourism of Morocco and Tunisia and to highlight the role it plays in economic development through the positive effects it will have on employment and the balance of payments as well as the effectiveness of the new strategy for Moroccan tourism (Horizon 2020) And for Tunisian tourism (Horizons 2016).

¹ أستاذة محاضرة - جامعة تيارت - kaizen1982@gmail.com

² أستاذ محاضر - جامعة غرداية.

Keywords: future prospects, Tunisian experience, Moroccan experience, tourism components.

1. مقدمة:

تعتبر السياحة من الأنشطة التي تقوم عليها اقتصاديات بعض الدول العربية انطلاقا من المكانة التي وصلت إليها كصناعة قائمة بذاتها لها مدخلاتها و مخرجاتها و خير مثال على ذلك الإمارات العربية المتحدة، مصر، تونس و المغرب كما يتميز المردود المادي لصناعة السياحة عن غيره من مردودات المرافق الإنتاجية لأنه مردود متفرع و متشعب تستفيد منه مختلف الأنشطة سواء اقتصادية اجتماعية، سياسية أو ثقافية فهي بذلك واحدة من أهم مصادر الدخل للاقتصاد الوطني للعديد من الدول، حيث تمثل احد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير على ميزان المدفوعات كما أنها من الأنشطة التي تساهم بفعالية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي و زيادة إيرادات النقد الأجنبي.

2. اهداف الدراسة:

حاولنا من خلال هذه المداخلة تسليط الضوء على جوانب متعددة لواقع السياحة في تونس و المغرب حيث أنها تحتل مكانة مرموقة بها، ففي تونس و المغرب حظي القطاع السياحي باهتمام كبير و يتضح ذلك من خلال المؤشرات السياحية من طاقات إيواء، إيرادات سياحية... الخ، و الاستراتيجيات المتبعة على المدى البعيد مما انعكس على اقتصادياتها الوطنية من خلال مساهمتها في تخفيض العجز في ميزانها التجاري و كذا توليد النقد الأجنبي، أما من الناحية الاجتماعية للسياحة على هذه البلدان فقد كان لهذا القطاع دورا مهما في توفير مناصب الشغل و تحسين المستوى المعيشي للأفراد.

3. اشكالية الدراسة:

و بناء على كل هذا تبادر إلى أذهاننا الإشكال التالي:

ما هي أهم مؤشرات النهوض بقطاع السياحة و تطويره في دول الجوار و ما هي آفاق النهوض بالسياحة بها؟

4. منهجية الدراسة:

و قصد الإجابة عن الإشكالية المطروحة ارتأينا تقسيم مداخلتنا إلى المحاور الرئيسية التالية:

أولاً: الخلفية المفاهيمية للسياحة.

ثانياً: التجربة السياحية التونسية و آفاق النهوض بها.

ثالثاً: مؤشرات السياحة المغربية و آثارها على الاقتصاد.

رابعاً: سبل الاستفادة الجزائر من التجربتين لتحسين القطاع السياحي و النهوض به؛

المحور الأول: الخلفية المفاهيمية للسياحة.

1. مفهوم السياحة:

قبل التطرق إلى الإطار المفاهيمي للسياحي، تجدر بنا الإشارة أولاً إلى دلالة مصطلح السياحة و العبارات المرتبطة بها، إذ أن المفهوم اللغوي للفظ "السياحة" يعني التجوال، أما عبارة "ساح" في الأرض، فتعني ذهب و سار على وجه الأرض، فهي بمفهومها العام تعرف على أنها انتقال الإنسان من مكان إلى مكان و من زمان إلى زمان، أو الانتقال في البلد (السياحة الداخلية) لمدة يجب أن لا تقل عن 24 ساعة ولا تتجاوز سنة كما هو مبين في الشكل رقم (01).

الشكل رقم (01): علاقة المفهوم السياحي بالزمن



المصدر : سفيان بن عبد العزيز، نعيمة زيرمي "واقع القطاع السياحي في الحنوب الغربي الجزائري وتحديات تطويره : دراسة حالة ولاية بشار" ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي بجامعة قلمة-الجزائر حول : المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، يومي 08-09/11/2015، ص 03.

نلاحظ بأنه لا يجب أن يكون الانتقال من أجل الإقامة الدائمة، و من أغراضها الثقافة، الأعمال، الدين أو الرياضة.. إلخ، كما يمكن تعريفها من منظور اقتصادي على أنها قطاع إنتاجي يلعب دورا هام في زيادة الدخل القومي، وتحسين ميزان المدفوعات، من خلال المعاملات الأجنبية التي تتحقق، وتتضمن السياحة المحلية مواطني البلد الذين يسافرون داخل بلدهم، أما السياحة الوافدة فتتضمن غير المقيمين المسافرين للبلد المقصد، وبالنسبة للسياحة الخارجية تضم المقيمين المسافرين لبلد آخر، والسياحة الدولية فتتضمن السياحة الوافدة والمحلية .

وبناء على هذه التعاريف نستنتج المعايير التي حددها المنظمة العالمية للسياحة¹ :

الانتقال: حيث يشترط في العملية السياحية الانتقال من مكان لآخر؛

الهدف: يعتبر هدف الرحلة هو المحدد لنوع السياحة فهناك سياحة دينية، ورياضية، والثقافية، و البيئية... إلخ؛

المدة الزمنية: لكي تتحقق السياحة لا بد أن تمتد أكثر من 24 ساعة، على أن لا تتعدى السنة الواحدة.

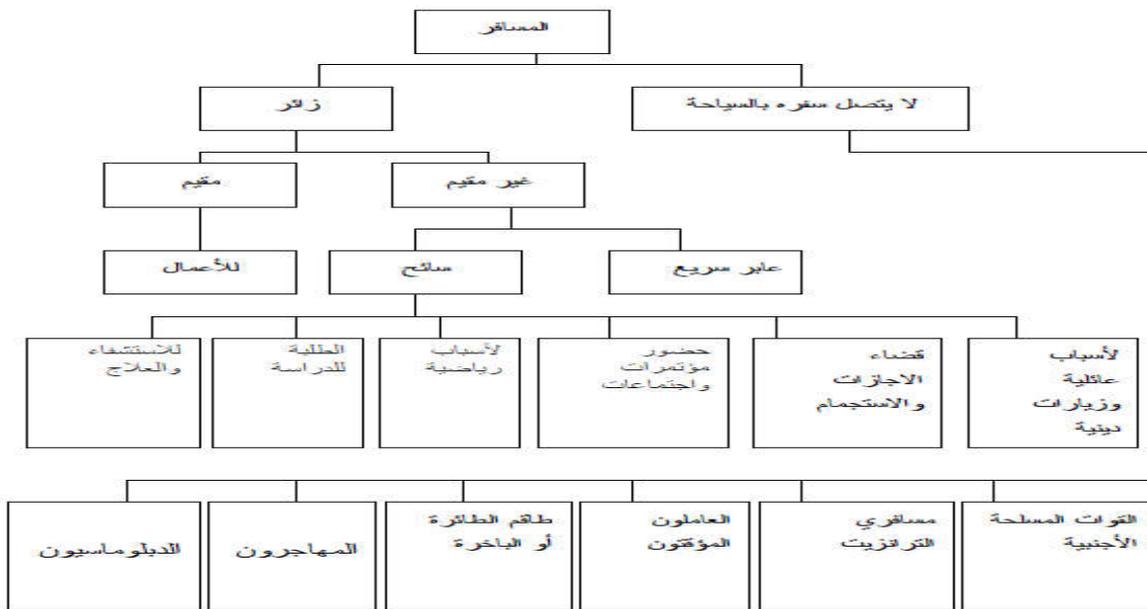
وعليه فإن السياحة ظاهرة من ظواهر هذا العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء وإلى الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في منطقة لها طبيعتها الخاصة. وأيضا إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب وأوساط مختلفة من الجماعة الإنسانية. كما ترى الأكاديمية الدولية للسياحة بأن السياحة تعبير يطلق على حالات الترفيه، وعلى هذا الأساس فهي مجموعة الأنشطة المحضرة لتحقيق هذا النوع من الرحلات الترفيهية، وهي صناعة تتعاون على سد حاجة السائح²

كما عرفت السياحة من قبل العالم الاقتصادي النمساوي " شوليرن شرانتهوس " عام 1910 بأنها " الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوجود وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة ترتبط بهم ارتباطا مباشرا (3).

2- تعريف السائح : السائح هو الفرد الذي ينتقل بطرق مشروعة إلى أماكن غير موطن إقامته الدائمة لفترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة لأي هدف كان عدا الحصول على عمل.³

ويمكن مفهوم السائح من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (02) : مفهوم السائح



المصدر: صالح بزة، تنمية السوق السياحية بالجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2006، ص 06.

3- أنماط السياح: يتم تقسيم السياح وفق عدّة معايير مرتبطة أساسا بكيفية طلب الخدمات السياحية، و هناك فئتان رئيسيتان و ذلك بحسب نمط المشاركة في الرحلة السياحية و هي⁴:

3-1. السياحة المؤسسية : السياحة المؤسسية هي عبارة عن نظام للسياحة الجماعية. إنّ هذا النوع من السياحة يمثل مشاركة واسعة النطاق، حيث تقدم الخدمات السياحية إلى جماهير السياح من خلال وكلاء السياحة و السفر و منظمات النقل على اختلاف أنواعها و منشآت الإيواء و منظمي الرحلات و غيرهم، ممّن اعتادوا على استهداف الجماهير السياحية و يمكن تقسيم هذا النوع من السياحة إلى:

- سائح ضمن رحلات منظمة: إنّ هذا النوع من السياح يشترى في الغالب رحلة متكاملة و غالبا ما تكون هذه الرحلة منظمة و محددة في إطار هيكل زمني و مرتبطة بشروط معينة، و تتضمن الرحلة المتكاملة خدمات النقل و الإيواء و الإرشاد السياحي و التجوال و التنقل و الطعام و الشراب و يعد هذا النوع من الرحلات مفيدا بالنسبة للسياح الذين يرغبون بنقل مسؤولية الرحلة بالكامل إلى الوكيل المعتمد أو الشركة السياحية المعنية.

- سائح ضمن رحلات فردية: في هذه الحالة يعتمد السائح على وكيل السفر لكن ليس تماما مثل الفئة السابقة، حيث يتمتع السائح بمزايا الرحلة المتكاملة لكن تُترك له حرية معينة للاستمتاع بالرحلة.

2-3. السياحة غير المؤسسية : هي عكس السياحة المؤسسية تماما حيث يقوم السياح بتخطيط رحلتهم و اختيار الخدمات التي يحتاجون إليها فور وصولهم إلى جهة القصد، و غالبا ما يتجئ هؤلاء السياح مناطق الجذب السياحي التي يرتادها السياح الذين يأتون على شكل مجاميع.

4- مكونات السياحة :

تتداخل نشاطات السياحة مع العديد من المجالات، وفي ما يلي المكونات الأساسية للسياحة التي يجب أخذها بعين الاعتبار في أي عملية تخطيط:

- **عوامل و عناصر جذب الزوار:** تتضمن العناصر الطبيعية مثل المناخ والتضاريس والشواطئ والبحار والأنهار والغابات والمحميات، والدوافع البشرية مثل المواقع التاريخية والحضارية والأثرية والدينية ومدن الملاهي والألعاب.
- **مرافق وخدمات الإيواء والضيافة:** مثل الفنادق والنزل وبيوت الضيافة والمطاعم والاستراحات.
- **خدمات مختلفة:** مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة و السفر ، ومراكز صناعة وبيع الحرف اليدوية والبنوك والمراكز الطبية والبريد والشرطة والادلاء السياحيين.
- **خدمات النقل:** تشمل وسائل النقل ، على اختلاف أنواعها إلى المنطقة السياحية.
- **خدمات البنية التحتية:** تشمل توفير المياه الصالحة للشرب والطاقة الكهربائية والتخلص من المياه العادمة والفضلات الصلبة ، وتوفير شبكة من الطرق والاتصالات.
- **عناصر مؤسسية:** تتضمن خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة ، مثل سن التشريعات والقوانين والهياكل التنظيمية العامة، ودوافع جذب الإستثمار في القطاع السياحي ، وبرامج تعليم وتدريب الموظفين في القطاع السياحي.

5 - الشروط والسمات الأساسية التي يجب أن تتوافر في ظاهرة السياحة: ونذكر منها:⁵

- السياحة كنشاط عبارة عن مزيج مركب ومعقد يتكون من العديد من الظواهر والعلاقات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والحضارية والإعلامية... الخ.
- السياحة نشاط يتولد من حركة الأفراد إلى مناطق غير موطن إقامتهم الدائمة، وهي بذلك تحتوي على عنصر حركي (ديناميكي) هو الرحلة، وعنصر ثابت(مستقر) هو الإقامة المؤقتة.
- تختلف الأنشطة التي يمارسها السائح في أماكن القصد السياحية عن الأنشطة التي يمارسها في موطن إقامته الأصلي.
- الإقامة وقتية والحد الأدنى لها أربع وعشرون ساعة والحد الأعلى لها سنة، أما الأنشطة التي تترتب على إقامة الأفراد لفترة تقل عن أربع وعشرين ساعة يعد نشاطا ترويجيا وليس سياحيا.

- السياحة من حيث كونها نشاطا مرتبطة بعنصر مهم هو عنصر وقت الفراغ والإجازات وفي حالة عدم توفر هذا العنصر لا تتحقق الرحلة السياحية.
- السياحة تعني استغلال وقت الفراغ والإجازات بأنشطة وفعاليات تبعث البهجة والمتعة والسرور في نفسية الإنسان.
- يجب أن لا يكون القصد من السفر والانتقال المؤقت للحصول على العمل وبأجر مدفوع من داخل البلد المزور.
- يجب أن تكون أماكن القصد السياحية ليست موطن إقامة السائح نفسه، بغض النظر عن كونها بعيدة أو قريبة، داخل الحدود الإقليمية، أو خارجها، وبناء على ذلك فإن حركة السياح داخل حدود القطر تعتبر سياحة داخلية أو محلية، وخارج حدود القطر تعتبر (سياحة خارجية أو عالمية).
- يجب أن تكون عملية انتقال السياح بطريق مشروع، ويستثنى من كان خلاف ذلك.

المحور الثاني: التجربة السياحية التونسية و آفاق النهوض بها:

يحتل قطاع السياحة التونسي مكانة كبيرة بين القطاعات السياحية للدول العربية و يرجع ذلك إلى مجموعة من المقومات التي أهلت هذا القطاع ليجعل من تونس دولة مستقطبة للسياح، حيث عملت على تحسين البنية التحتية و وضع إستراتيجية من اجل تنمية هذا القطاع.

1- مقومات السياحة التونسية:

تمتتع تونس بمقومات سياحية جعلت منها بلدا مستقبلا للسياح من وجهات مختلفة و بجنسيات متعددة و هذا ما اثر بصفة ايجابية على التنمية الاقتصادية لتونس.

أولا: المقومات الطبيعية.

تعتبر تونس من اصغر الأقطاب بالمغرب العربي مساحة 163.610 كلم² و تعد الأكثر تأثرا بالبحر الأبيض المتوسط الذي يحيط بها من الشمال و الشرق و هذا ما انعكس على المجال الطبيعي، و تتعدد هذه المقومات الطبيعية ما بين الموقع الجغرافي، التضاريس و المناخ، حيث يعتبر الموقع الجغرافي عاملا اساسيا و هاما في التدفق السياحي على المناطق المختلفة، و تتمثل اهميته في تحديد خصائص المناخ و أشكال النباتات إذ يعتبر الموقع الجغرافي لتونس نقطة جذب رئيسية للسياح حيث تشكل تونس بموقعها الزاوية الشمالية الشرقية لدول المغرب العربي، إضافة إلى موقعها الاستراتيجي على الحوض الجنوبي للبحر الأبيض المتوسط مما يجعلها نقطة اتصال مهمة بين أوروبا و العالم العربي.

و فيما يخص المناخ فهو معتدل متوسطي في الشمال و على طول السواحل و شبه جاف داخل البلاد و في الجنوب، و تتميز تونس بشمسها المشرقة معظم أيام السنة، أما درجات الحرارة فيبلغ معدلها في فصل الشتاء نحو 12⁰ م مع سقوط الأمطار، أما فصل الصيف،⁶ فيبلغ معدل درجة الحرارة نحو 20⁰ م ، و تتنوع التضاريس في تونس بين الجبال و الشواطئ و الصحراء إلا أن هذه التضاريس قليلة الارتفاع، حيث تصل أعلى قمة في تونس إلى حوالي 1544 م و تشمل تضاريسها مجموعة من السهول منها سهل طارقة، بترت، الكبة، و سهل كومة، أما الجنوب التونسي فهو عبارة عن منطقة صحراوية تتميز بانخفاض ارتفاعها إلى حوالي 17 متر تحت مستوى البحر، و يشكل النبات عنصرا هاما من

عناصر الجذب السياحي لما يحققه من تنوع و أشكال و مناظر طبيعة، بالإضافة إلى الحيوانات البرية التي تعد عاملا آخر هام من عوامل الجذب السياحي، من خلال ازدياد أنشطة الصيد و القنص التي تمارس في مناطق و أقاليم مختلفة، و للتقليل من هذا النشاط اتخذت السلطات التونسية مجموعة من الإجراءات تحد منه و ذلك من خلال إقامة المحميات الطبيعية التي أصبحت بدورها مقصدا سياحيا يستمتع به السياح.⁷

ثانيا: المقومات التاريخية و الأثرية:

تعتبر تونس من أهم البلدان في إفريقيا و تضم أثارا فينيقية و إغريقية و عربية و يوجد بها جامع الزيتونة الذي يعتبر من أقدس الأماكن فيها، و قد كان في الفترة 724 و حتى 1658 قبلة لطلاب العلم و قد احتضنت تونس الحضارات التالية، القرطاجيون، الرومان، الوندال، البيزنطيون، العرب و الأتراك، و تعتبر المدينة القديمة لتونس العاصمة و مدينة قرطاج أهم المدن التاريخية للبلاد.

و تحتوي تونس كذلك لمعالم تاريخية و إسلامية و رومانية اهتمت الدولة بها و قامت بترميمها و علت منها الوجهة السياحية الثانية فكانت الإطار الأساسي للسياحة الثقافية، فيوجد جامع الزيتونة و المدن العتيقة في سوسة و صفاقس و التي تعج بالمعالم الإسلامية⁸، و الجدول الموالي يلخص أهم مناطق الجذب السياحي في تونس:

الجدول (1): عناصر الجذب السياحي لتونس.

المناطق	نقاط الجذب
تونس العاصمة	أسواق شعبية، معالم فينيقية، أثار رومانية، فنادق فخمة، المنطقة السياحية الجديدة
توزر	ملاعب الغولف، مطاعم و أسواق، رحلات سياحية و مناطق صحراوية
جربة	الجزيرة الاسطورية، فنادق فاخرة و مطاعم، عمارة فريدة، مساجد متميزة.
المنشير	سور شامخ، فنادق ممتازة، مساحات خضراء و حدائق.

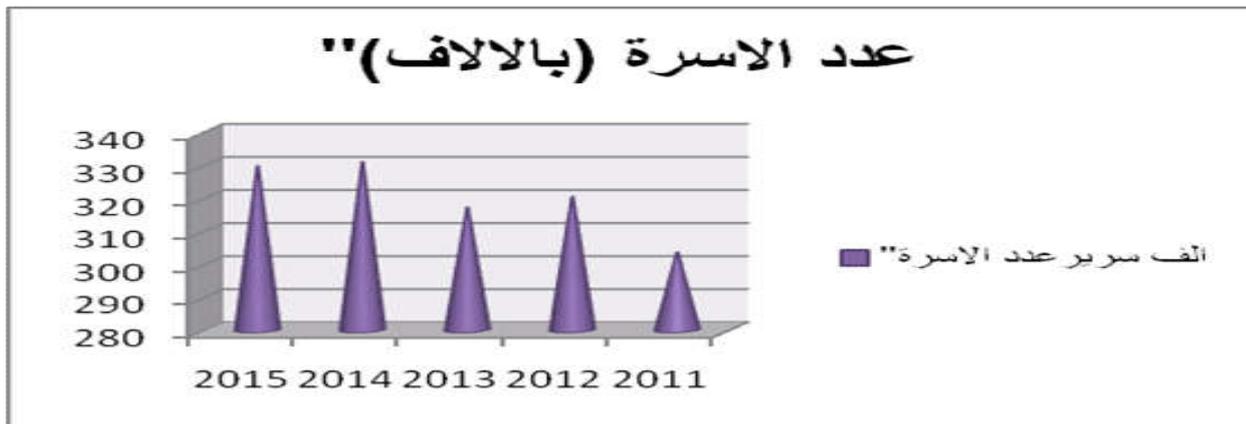
المصدر: زيد سلمان عبوي، السياحة في الوطن العربي، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 106.

2- مؤشرات السياحة التونسية:

ترتكز السياحة التونسية على المؤشرات التالية:

أولا: طاقات الإيواء.

تعتبر طاقة الإيواء على عدد السياح الوافدين إلى تونس و التمثيل البياني التالي يوضح ذلك:



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على: بوعموشة حميدة، دور القطاع السياحي لتمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير تخصص اقتصاد التنمية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2012/2011، ص 101.

مما سبق توضيحه في الشكل أعلاه، نلاحظ أن عدد الأسرة تزايد سنة 2011 إلى 2012 ثم بدأ في التذبذب من سنة 2013 إلى 2015 و هذا نتيجة تدهور الوضع الأمني (الربيع العربي).

ثانيا: الوفود السياحية.

أصبحت تونس مركزا سياحيا يتوافد إليه الملايين من مختلف أنحاء العالم و هذا ما يوضحه الجدول و التمثيل الآتيين:

الجدول (02): تقديرات عدد الوافدين (2015/2010)

السنوات	2015	2014	2013	2012	2011	2010
عدد الوافدين (ملايين)	4,95	6,06	6,26	5,95	4,78	6,9

المصدر: سالمى رشيد، ص 15.

التمثيل البياني (2):



المصدر: من إعداد الباحثين:

من خلال التمثيل البياني نلاحظ أن عدد السياح متذبذب خلال السنوات 2015/2010 و هذا راجع بالأساس إلى الظروف السياسية التي مرت بها البلاد خلال هذه السنوات و المتمثلة في الثورة الشعبية ضد نظام الحكم.

ثالثا: الليالي السياحية.

شهدت الليالي السياحية التونسية تطورا عبر الزمن و ذلك نظرا لما تعمل عليه تونس من اجل الرفع من مدة الإقامة للسياح و هذا ما يوضحه التمثيل البياني التالي:

الليالي السياحية (الملايين)



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على www.assabahnews.t.n.12/05/2015

من خلال التمثيل البياني نلاحظ أن عدد الليالي السياحية في تذبذب ملحوظ خلال السنوات الثلاثة الأخيرة و هذا راجع إلى الأزمة التي عاشتها البلاد حيث أغلقت ما بين 270 إلى 570 وحدة سياحية و هذا ما دفع بعدد الليالي السياحية إلى التراجع.

3- مكانة السياحة التونسية و الإستراتيجية المنتهجة لسنة 2016.

للسياحة التونسية مكانتها الخاصة في الاقتصاد التي منها تنتهج إستراتيجية للقيام بهذا القطاع و ضمان استدامته خاصة بعد الأحداث التي شهدتها السنوات الأخيرة.

أولا: مكانة السياحة التونسية و آثارها على المؤشرات الاقتصادية:

1- الإيرادات السياحية:

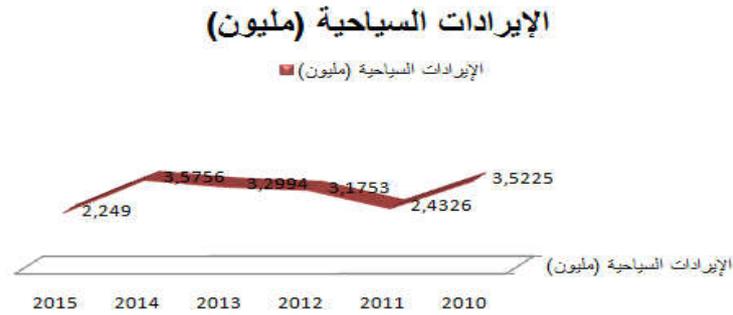
مما سبق اتضح أن هناك عدد كبير من السائحين الوافدين إلى تونس و هذا ما انعكس على حجم الإيرادات السياحية المسجلة في قطاع السياحة و هذا ما يوضحه الجدول التمثيل البياني الموالي:

الجدول (3): الإيرادات السياحية (2015/2010)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الإيرادات السياحية (مليون)	3,5225	2,4326	3,1753	3,2994	3,5756	2,249

المصدر: سالمي رشيد.

التمثيل البياني: الإيرادات السياحية.



المصدر: من إعداد الباحثين.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الإيرادات السياحية التونسية عرفت انخفاضا ملحوظا سنة 2011 مقارنة بسنة 2010 ثم عادت إلى المستوى المطلوب بزيادة متواضعة من سنة 2012 حتى سنة 2015.

2- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي PIB:

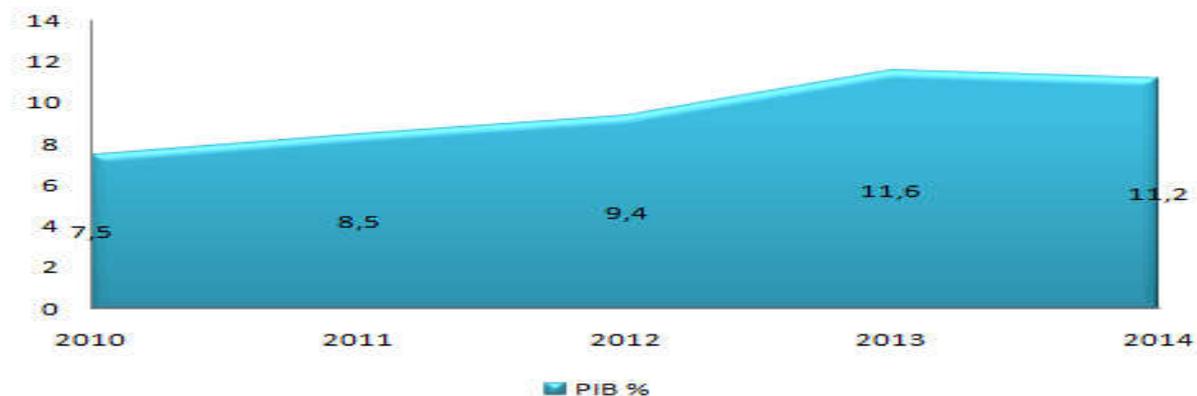
أن النمو المستمر للإيرادات السياحية التونسية له أثر إيجابي على الاقتصاد التونسي⁹ و هذا ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول(4): تطور الناتج المحلي الاجمالي

السنة	2010	2011	2012	2013	2014
PIB %	7,5	,58	9,4	11,6	11,2

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية.

التمثيل البياني: تطور الناتج الاجمالي (2014/2010)



المصدر: من إعداد الباحثين.

من خلال الجدول نلاحظ أن الناتج المحلي الإجمالي التونسي يعتمد على السياحة بالدرجة الأولى إلا انه شهد انخفاضا من سنة 2013 و هذا الانخفاض راجع للأحداث العربية و العالمية المتعلقة بالربيع العربي بالمقابل اتبعت تونس إستراتيجية مفادها توفير البنية التحتية و زيادة الترويج و انتشار وسائل الاتصال الجديدة و ذلك بداية من سنة 2016.

3- مساهمة السياحة التونسية في العمالة.

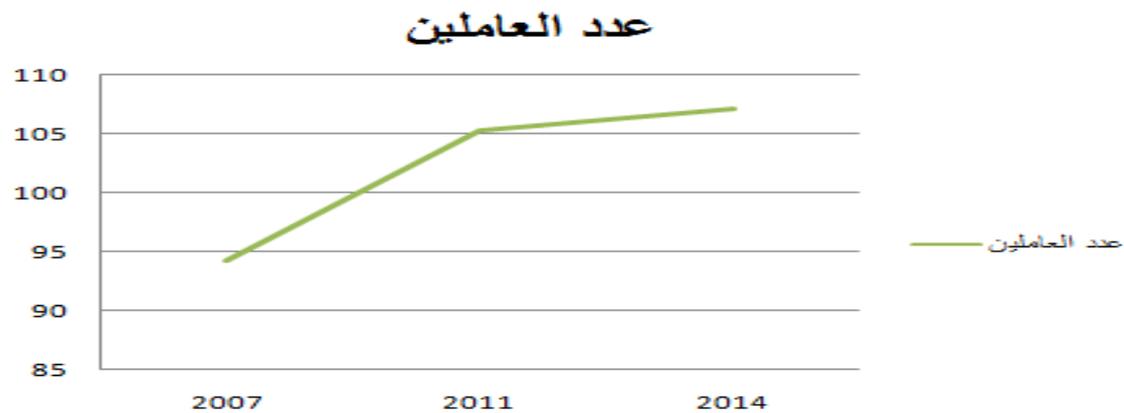
إن مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي كان له كذلك تأثيرا إيجابيا على التشغيل في تونس مما أتاح فرص كثيرة أمام التونسيين للحصول على منصب شغل في قطاع السياحة كما هو موضح في الجدول:

الجدول (5): مساهمة السياحة في تنشيط العمالة.

السنة	2014	2011	2007
عدد العاملين المباشرين في القطاع السياحي (ألف عامل)	107.1	105.3	94.2

المصدر: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية

التمثيل البياني: مساهمة السياحة في تنشيط العمالة



المصدر: من إعداد الباحثين.

من خلال ما سبق نستنتج أن قطاع السياحة يحتوي على عدد كبير من العاملين و هذا ما يظهر جليا سنة 2007 حيث بلغ 942 ألف عامل ليصل في سنة 2011 إلى 105.3 ألف عامل و هذا أن دل على شيء فانه يدل على أن قطاع السياحة التونسي ساهم بشكل كبير في امتصاص نسبة البطالة، إما عن سنة 2014 فكانت الزيادة طفيفة و هذا بسبب الأوضاع السياسية السائدة آنذاك.

ثانيا: الاستراتيجية المنتهجة لتنمية السياحة التونسية لآفاق 2020.

يمكن حصر أهم النقاط التي جاءت بها إستراتيجية التنمية السياحية في تونس بالنقاط التالية:

- 1- تركزت عملية التدفقات البشرية خلال مرحلة الخطة (2016/2001) على تنبؤات المنظمة العالمية للسياحة للتدفقات الصادرة و الأسواق المستقطبة لآفاق 2020.
- 2- تحسين البنية التحتية المحلية، الانشاءات و الخدمات، كثافة التسويق، ترقية المنتج.
- 3- الأوضاع الاقتصادية بالدول الرئيسية المصدرة للسياحة نحو تونس.
- 4- الاستقرار السياسي بالمنطقة.

اعتمدت تونس سياسة التنمية السياحية في تقدير التدفقات المستهدفة على اثنين من أربع سيناريوهات، فالسيناريو "أ" يفترض وجود مخطط وطني للتنمية السياحية و تظهر ملامحه من خلال:

أ- اعتماده على معدل نمو مرتفع على أساس أن المحددات الخارجية سوف لن تشهد تغير على المدى القصير.

ب- المنشآت السياحية و الخدمات المقدمة و الاستقبالات القاعدية الأخرى سيتم تحسينها بصورة قوية.

إما السيناريو "ب" فيفترض عدم وجود مخطط للتنمية السياحية و تظهر ملامحه من خلال:

أ- تبني معدل نمو منخفض على أساس أن المحددات الخارجية لت تتغير بشكل جذري على المدى الطويل.

ب- المنشآت السياحية و الخدمات المقدمة و الاستقبال القاعدية الأخرى في مستوى يلي الحد الأدنى لاحتياجات السياح.

ج- الجهودات التنموية ستبقى في نفس المستوى الحالي طيلة مدة الإستراتيجية.

و فيما يلي جدول يبين خطة التنمية السياحية لتونس في الفترة ما بين 2016/2001 وفق السيناريو "أ" و "ب".

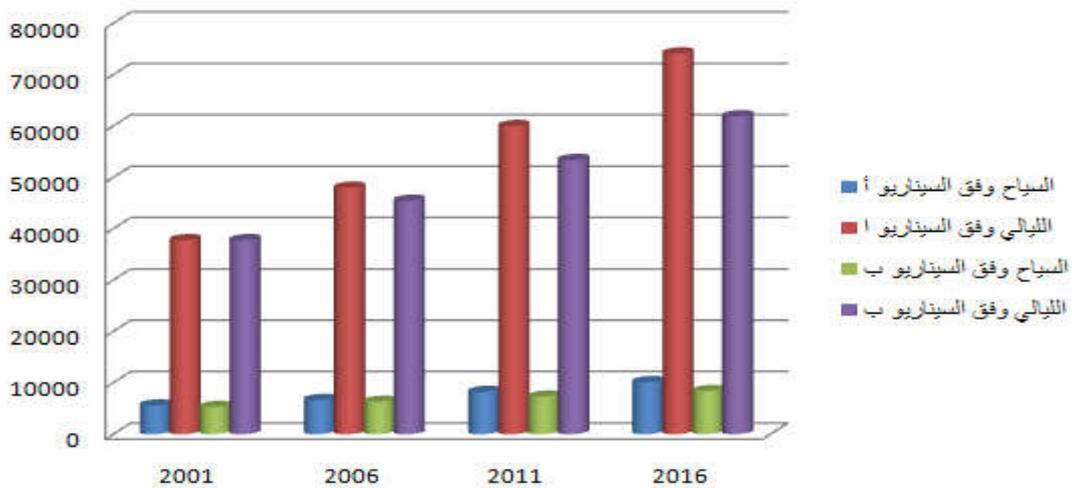
الجدول (06): تقديرات السياح القادمين إلى تونس بين (2016/2001).

السيناريو	المؤشرات	2001	2006	2011	2016	متوسط المعدل السنوي
السيناريو أ	السياح	5603	6653	8238	10130	4.2%
	الليالي السياحية	37782	47997	60003	74130	4.6%
السيناريو ب	السياح	5304	6305	7318	8400	2.8%
	الليالي السياحية	37782	45448	53380	61888	3.3%

المصدر: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية

التمثيل البياني:

تقديرات السياح القادمين الى تونس بين 2016/2001



المصدر: من إعداد الباحثين

وفق السيناريو "أ" قدر عدد السياح الأجانب المستهدفين خلال مدة الخطة على النحو التالي: (مليون سائح)

السيناريو	2006	2011	2016
السيناريو ا	6.65	8.2	10.1
السيناريو ب	6.3	7.3	8.4

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على معطيات وزارة السياحة و الصناعة التقليدية

و من خلا التمثيل البياني يتضح أن تقديرات الليالي السياحية جاءت على نحو 48 مليون ليلة سياحية مقدرة مع نهاية 2006 و 60 مليون ليلة سياحية سنة 2011 و 74 ليلة سياحية مع نهاية الخطة 2016 ضمن السيناريو أ مع تقديرات دخول السياح وفق السيناريو "ب" فان التقديرات الخاصة بالليالي السياحية جاءت موزعة على النحو التالي: 45.4 مليون ليلة سياحية مع نهاية 2006 و 61.9 م ليلة سياحية مع نهاية 2016.

المحور الثالث: مؤشرات السياحة المغربية و آثارها على الاقتصاد.

يتمتع المغرب الأقصى بمزايا و مقومات تاريخية و جغرافية و طبيعية جعلت منه بلدا سياحيا بامتياز و ذلك على مدار السنة و فصولها و تلي الأهداف التي ينشدها السائح، فشكلت الأماكن المغربية نقاط جذب سياحي للسواح من مختلف أنحاء العالم بفعل موقعها الجغرافي خاصة في ظل الإستراتيجية الجديدة التي اعتمدها الحكومة المغربية.

1- مقومات السياحة المغربية.

ترتكز السياحة المغربية على مقومات هائلة تجعل منها بلدا سياحيا بامتياز.

أولا: المقومات الطبيعية:

تتميز المملكة المغربية بموقعها الجغرافي الاستراتيجي الممتاز في شمال إفريقيا غرب الجزائر، و شرق المحيط الأطلسي يحده من الجنوب الصحراء الغربية و من الشمال مضيق جبل طارق إضافة إلى شريط ساحلي يمتد على طول 3500 كلم، كما يتوفر المغرب على عدة سلاسل جبلية تتمثل في سلسلة الأطلس الكبير الذي توجد فيه أعلى قمة جبلية بالوطن العربي و هي جبل طوبقال الذي يقدر علوه بحوالي 4165 مترا، و سلسلتي الأطلس الساحلي و الأطلس الأوسط و يتخلل هذه الجبال عدة سهول أهمها: سهل وادي ذراع، سهل وادي سوس، سهل مراكش، سهل فارس و سهل مكناس ، و تعتبر هذه الجبال بمثابة خزان للمياه بالمغرب، حيث أن معظم الأنهار المهمة في هذا البلد تنبع من هذه الجبال أهمها: نهر سبو، نهر ام الربيع، نهر بورقراقن، نهر سوس و نهر ملوية، كما يحوي المغرب عدة سبخات أهمها: سبخة تاه و التي تنحدر إلى ما دون مستوى سطح البحر بحوالي 55 مترا و يتمثل جنوب المغرب في منطقة صحراوية تتميز برملها و واحاتها المنتشرة في مختلف أنحاء الجنوب، و قد نتج عن التقاء و تداخل بعض المناطق الصحراوية مع الساحل الغربي الجنوبي لوحة طبيعية غاية في الجمال.

ثانيا: المقومات الحضارية و التاريخية.

يتميز المغرب بتراث ثقافي و حضاري و تاريخي يعود إلى عصور ما قبل التاريخ، يعكس أمجاد و حضارات عريقة مرت على المغرب مثل الحضارة الرومانية، الفينيقية و الإسلامية، و يتوفر هذا البلد على عدد كبير من المواقع الأثرية التاريخية منها ما يعود إلى العصر الحجري كمقالع طوما، و مغارة تافوغالت و منها ما يعود الى ما قبل الاسلام كموقع ثمودة و موقع

الأقواس الأثري، كما يتوفر على مواقع أثرية و معالم تاريخية تعكس الحضارة الإسلامية في المغرب كموقع القصر الصغير، مدينة سبتة الإسلامية، و ضريح المعتمد بن عابد، و قد تم تصنيف مواقع أخرى في المغرب ضمن التراث العالمي من طرف منظمة اليونسكو كمدينة فاس القديمة و مدينة مراكش و يتميز المغرب بترائه الشعبي الغني بعادات و تقاليد و صناعات تقليدية تعبر عن أصالة هذه المنطقة مثل صناعة السجاد، النحاس، الجلد، الطرز و صناعة الحرير، كما يولي المغرب اهتماما كبيرا بالمهرجانات التي تقام في البلاد كالمهرجان الدولي للسينما بمراكش و مهرجان أغادير للموسيقى العربية و العديد من المهرجانات.

2- المؤشرات السياحة المغربية.

ترتكز السياحة المغربية على عدة مؤشرات لقياس مدى نجاح هذا القطاع ألا وهي:

أولا: طاقات الإيواء

بلغت طاقة الإيواء المصنفة 216386 سرير سنة 2014 أي 8820 سرير إضافي مقارنة مع سنة 2013 و تشكل الفنادق من فئة 3* و 4* و 5* و الأندية الفندقية 61% من مجموع عدد مؤسسات الإيواء السياحي المصنفة.

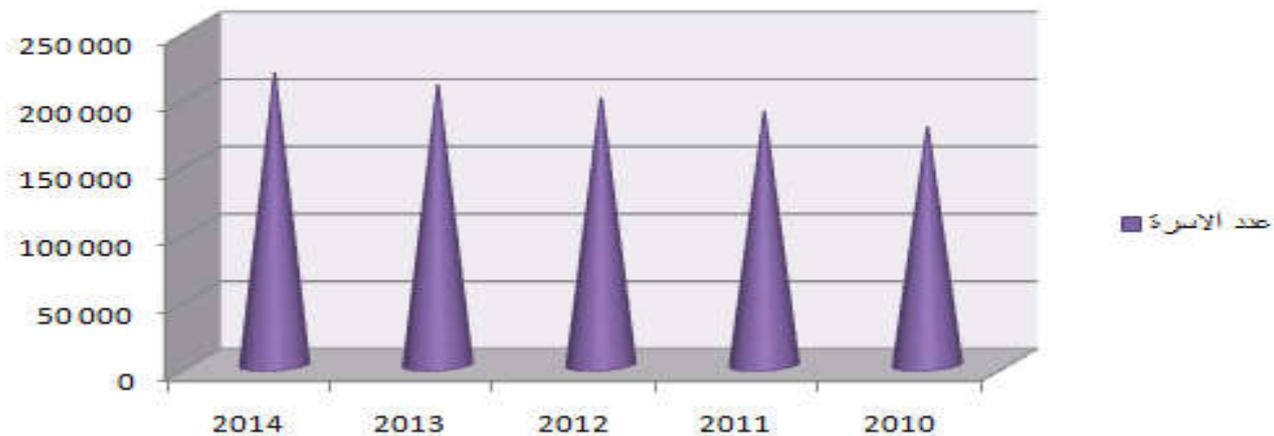
الجدول (07): تطور الطاقة الإيوائية المصنفة حسب عدد الأسرة و عدد المن (2014/2010).

السنوات و المؤشرات	2014	2013	2012	2011	2010
عدد الاسرة	216386	207566	198211	187827	176630

المصدر: عليوة علي، النموذج المغربي في صناعة السياحة المغربية، مداخلة ضمن الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية و دورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، ص 17.

التمثيل البياني:

عدد الاسرة



المصدر: من إعداد الباحثين.

نلاحظ من خلال التمثيل البياني زيادة في طاقة الإيواء إبتداء من سنة 2010 إلى 2014 و هذا راجع في الأساس إلى جودة الخدمات المقدمة في الفنادق المغربية.

ثانيا: عدد السياح الوافدين إلى المغرب.

تعمل المملكة المغربية على جلب أكبر عدد ممكن من السياح فهي بذلك تعمل على تنويع المنتج السياحي و الترويج له سعيا بذلك لان تصبح من بين ال 20 دولة سياحية عالميا عام 2020، و يمكن توضيح تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب من خلال الجدول وتمثيله البياني:

الجدول(8) : تطور عدد الوافدين إلى المغرب (2014/2010).

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
عدد السياح	9.28	9.34	9.37	10.04	10.28

المصدر: سالمي رشيد، مرجع سابق، ص 17.

التمثيل البياني:

عدد الوافدين (ملايين)



المصدر: من إعداد الباحثين.

نلاحظ أن عدد السياح الوافدين إلى المغرب في تزايد خلال الفترة 2014/2010 من 9.28 إلى 10.28 و يعود هذا إلى الاستقرار الذي ساد خلال هذه الفترة، مما شجع السياح على التنقل و الاستحمام و الترفيه عن النفس.

ثالثا: الليالي السياحية.

يسعى المغرب لرفع حصته من عدد السياح الوافدين اله، و بالتالي زيادة عدد الليالي السياحية التي يقضيها هؤلاء السياح في مختلف الفنادق المتواجدة بهذا البلد، و لتحقيق ذلك يعمل المغرب على رفع قدراته على استقبال أكبر عدد ممكن من السياح و في نفس الوقت تحسين مستوى الخدمات السياحية التي تساعد على اطالة مدة الإقامة بهذه الفنادق.

الجدول(9): تطور عدد الليالي السياحية بالمغرب خلال الفترة (2014/2010)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
عدد الليالي السياحية	18020	16868	17486	19114	19633

المصدر: وزارة السياحة المغربية على الموقع الإلكتروني <http://www.tourisme.gov.ma>

التمثيل البياني:



المصدر: من إعداد الباحثين.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن عدد الليالي السياحية في المغرب في تذبذب من سنة 2010 إلى سنة 2012 ثم بدا في التزايد من سنة 2012 بـ 17.4 ألف ليلة سياحية إلى 19.6 ألف ليلة سياحية سنة 2014 بفضل الديناميكية التي أحدثتها إستراتيجية التنمية السياحية لرؤية 2020، حيث تمكن قطاع السياحة في المغرب من مواجهة تحديات كبرى جعلته يتموقع كرافعة أساسية لاقتصاد البلاد.

3- مكانة السياحة المغربية و الإستراتيجية المنتهجة لسنة 2020.

تعتبر المدخلات السياحية المغربية عن مكانتها ضمن اقتصادها الوطني لهذا فقد تبنت المغرب إستراتيجية طويلة المدى إلى غاية 2020 و ذلك للمحافظة على هذه المكانة و رفع مستواها إلى الأحسن.

أولا: مكانة السياحة المغربية في الاقتصاد.

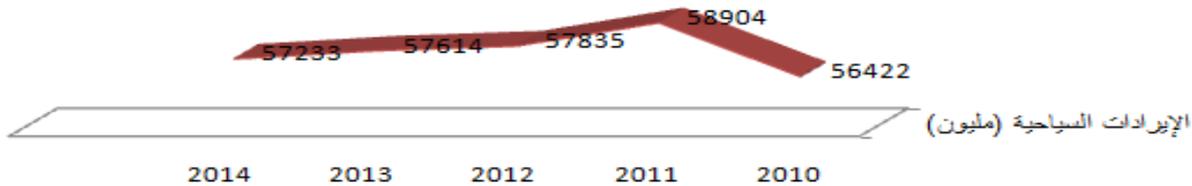
1- الإيرادات السياحية:

تحتل السياحة المغربية مرتبة هام فيما يتعلق بمصادر جلب العملة الصعبة إلى المغرب بعد تحويلات المغاربة المقيمين بالخارج، حيث قدرت العائدات المحصلة من طرف السياح غير المقيمين الذين أقاموا بالمغرب سنة 2014 (دون احتساب مصاريف النقل الدولي) بحوالي 57.2 مليار درهم، و تمثل هذه العائدات من العملة الصعبة حوالي 29% من صادرات السلع و الخدمات و تغطي 24% من عجز الميزان التجاري، و في سنة 2014 زار المغرب 10.28 مليون سائح أي بارتفاع نسبته 2.4% مقارنة مع سنة 2013.¹⁰

التمثيل البياني: تطور الإيرادات السياحية (بالملايين) 2014/2010.

الإيرادات السياحية (مليون)

■ الإيرادات السياحية (مليون)

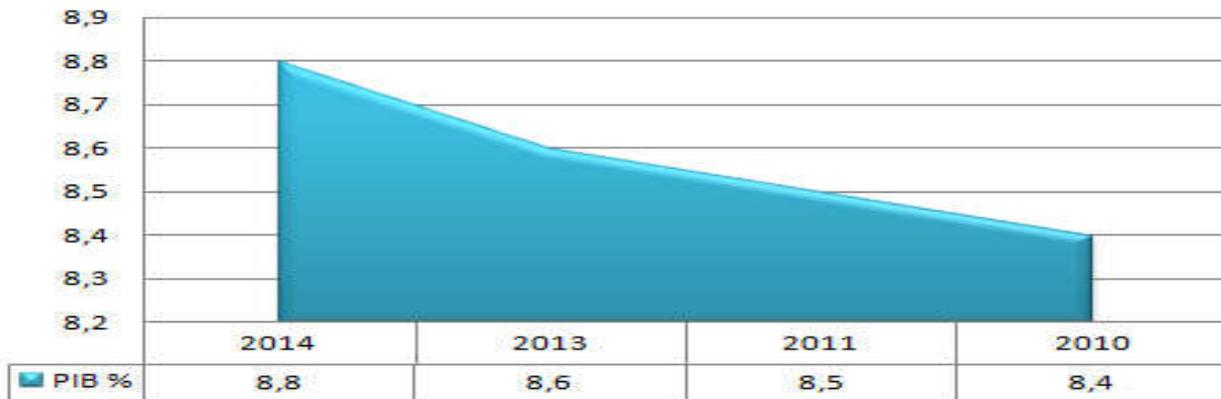


المصدر: من إعداد الباحثين.

2- مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي:

التمثيل البياني: مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي للفترة 2014/2010.

PIB %



المصدر: وزارة السياحة المغربية 2015 30/11/2017 04 :51 www.tourisme.gov.ma

من خلال التمثيل أعلاه يتضح أن نسبة مساهمة السياحة المغربية في الناتج المحلي الإجمالي في تحسين مستمر، حيث بلغت 8.4% سنة 2010 لتصل إلى 8.8% سنة 2014 و على العموم تعتبر و خاصة في السنوات الأخيرة قريبة من المعدل العالمي و بالتالي فالسياحة المغربية تساهم بشكل فعال في التنمية المغربية.

3- مساهمة السياحة المغربية في التشغيل و المستوى المعيشي.

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات التي تخلق مناصب شغل هامة، سواء مناصب شغل مباشرة أو غير مباشرة و على هذا الأساس عملت السلطات المغربية على زيادة فرص العمل في القطاع السياحي الذي يبقى هدفا استراتيجيا في سياستها

الاقتصادية و الاجتماعية من خلال الجهود المتواصلة لتحسين هذا القطاع، بترقية نوعية الخدمات السياحية و هذا من خلال حرصه على رفع المستوى التأهيلي و التكويني للفئات العاملة في هذا القطاع.¹¹

و من هنا نرى تأثير هذا القطاع على تحسين مستوى دخل الفئات التشغيلية المستفيدة من هذا النشاط، و بالتالي تأثيرها الايجابي على المستوى المعيشي لشرائح واسعة من المجتمع المغربي و هي أيضا تشارك في خلق الثروات و الحد من البطالة و الفقر و ذلك بمساهمتها بنسبة 12% في الناتج المحلي الإجمالي و مساهمتها في خلق 505000 منصب شغل مباشر أي ما يمثل حوالي 5% من إجمالي نسبة الشغل في الاقتصاد.¹²

4- إستراتيجية التنمية السياحية بالمغرب لسنة 2020:

تبدل وزارة السياحة في الوقت الراهن المزيد من الجهود بهدف ملائمة الطلب من حيث الإيواء بالنسبة لكل صنف من أصناف السياح و حث الفاعلين السياحيين على ضرورة تحسين مستوى بنياهم الإيوائية باستمرار بفضل التسهيلات التي تمنحها الدولة لتمويل مشاريع تجديد المؤسسات الفندقية و في هذا الصدد جاءت رؤية 2020 لترسم لها أهدافا تتمثل في مضاعفة عدد السياح و رفع حجم السياحة الداخلية بثلاث أضعاف و تعزيز الطاقة الاستيعابية بـ 200000 سرير و بلوغ 140 مليار درهم من العائدات، و جعل المغرب وجهة تصنف ضمن العشر الأوائل في العالم و هو ما سيمكن من رفع الناتج الداخلي الخام بنقطين، و كذا خلق 470000 منصب شغل جديد و من اجل تحقيق هذه الأهداف تركز رؤية 2020 على تعزيز الشراكة بين القطاعين العام و الخاص.

و تعمل المغرب على تعزيز تنافسية القطاع السياحي عبر عدة محاور نذكر منها:¹³

1/ الالتزام: الاستمرار في جعل السياحة احد محركات التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية في المغرب.

أن التحولات العميقة و السريعة التي عرفتها المملكة خلال العشر سنوات الأخيرة و الأسس المتينة التي وضعتها رؤية 2020 بالإضافة إلى الفرص التي تتيحها التوجهات الجديدة للسياحة العالمية تسمح للمغرب بوضع طموحات كبيرة لتنمية السياحة في العشرة المقبلة تستمد جذورها من القيم الأساسية و المؤهلات التي تميز المغرب عن باقي الوجهات السياحية العالمية.

2/ الأصالة: رسخت السياحة المغربية ازدهارها و تموقعها منذ عدة عقود باعتمادها على الأصالة، و قد سمح هذا الاختيار بتميز تنافسية المغرب و توقعه مقارنة مع الوجهات المنافسة المباشرة التي ارتكزت في معظمها على السياحة المكثفة، و ستعزز رؤية 2020 هذا الاختيار التاريخي من خلال منهجية استباقية مبتكرة تحافظ و تعزز التراث الثقافي و الطبيعي للمملكة.

3/ التنوع: أن التنوع أهم ميزة سياحية بالمغرب حيث تشهد تنوعا في المناطق و المناظر الطبيعية و أيضا في الثروات الطبيعية و النظم الايكولوجية و تنوع الثقافات و التأثيرات (الإفريقية و الأوروبية) و بذلك ستعزز رؤية 2020 هذا التنوع من خلال سياسة طموحة لتهيئة التراب الوطني.

4/ **الجودة:** سيظل تطوير الطاقة الإيوائية الجديدة هدفا استراتيجيا لرؤية 2020 التي ستسهر على تحسين القدرة التنافسية لجميع حلقات السلسلة السياحية، خاصة ترسيخ ثقافة حقيقية لجودة الخدمات السياحية و تطوير عرض مبتكر في مجال التنشيط السياحي.¹⁴

5/ **الاستدامة:** ستضع رؤية 2020 التنمية المستدامة في قلب طموحها و ذلك مواكبة للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد، فالمغرب الذي تمكن من الحفاظ على موارده و أصالته يتوفر في هذا الصدد على إمكانيات حقيقية و كبيرة تسمح له بالمستوع و التميز في محيط يعرف بحدة التنافسية و التغير المستمر.

6/ **الطموح:** في سنة 2020 سيكون المغرب ضمن الوجيهات العالمية العشرين المفضلة للسياح و سيفرض نفسه كمرجع للتنمية المستدامة في الحوض المتوسط.

7/ **الهدف:** مضاعفة حجم القطاع من خلال:

- مضاعفة الطاقة الإيوائية بإحداث 200 ألف سرير جديد، من بينها 150 ألف سرير فندقي و 50 ألف في مؤسسات مماثلة من اجل توفير تجربة سياحية غنية و شاملة للسياح

- مضاعفة عدد السياح الوافدين من خلال مضاعفة الحصة من الأسواق الأوروبية الرئيسية و جذب مليون سائح من الأسواق النامية.

- مضاعفة عدد الأسفار الداخلية ثلاث مرات بهدف دمقرطة السياحة في البلاد.

- خلق 470 ألف منصب شغل جديد مباشر في مجموع التراب الوطني من اجل توظيف قرابة مليون مغربي بنهاية العشرية.

- الرفع من العائدات السياحية من اجل بلوغ 140 مليار درهم في 2020 أي ما يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية في العشرية.

- زيادة نقطتين للناتج المحلي الإجمالي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الوطني من اجل الوصول إلى ما يقارب 150 مليار درهم مقابل 60 مليار درهم حاليا.

إما بالنسبة للتكوين العالي فسيتم تعزيز تموضع المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة كقطب للامتياز على الصعيد الوطني و لتأكيد موقعه على صعيد القارة الإفريقية كمرجع في التكوين السياحي و ذلك بدعم من شركاء دوليين مثل معهد بول بوكوس في مجال إدارة الفنادق و المطاعم، و جامعة هارفارد و تورونتو من اجل إنشاء مركز الأبحاث للتنمية و السياحة المستدامة، كما سيتم إنشاء مدرسة فندقية عليا لتلبية احتياجات القطاع للأطر في الإدارة المتوسطة و العليا آفاق 2020.

كما يرتبط مستقبل الموارد البشرية في القطاع السياحي بتحسين صورة هذا الأخير و تحسين جاذبيته و في هذا الإطار قد تم اتخاذ مجموعة من التدابير:

أ- التواصل حول الآفاق و النجاحات التي يمنحها القطاع مع الموجهين (أولياء التلاميذ، الوسط الأكاديمي) و الشباب المغاربة.

ب- وضع إطار جذاب لتسيير الموارد البشرية عبر إبراز و تامين الآفاق و الفرص المتاحة في التقدم المهني لجعل السياحة رافعة اجتماعية حقيقية.

رابعا: سبل استفادة الجزائر من التجريبتين لتحسين القطاع السياحي و النهوض به؛

قامت الجزائر ببذل عدة جهود في سبيل النهوض بقطاع السياحة كقطاع بديل للمحروقات في ضوء التجريبتين التونسية و المغربية حيث اصبح هذا القطاع يشهد تدهورا ملحوظا من خلال تبنيها العديد من المخططات السياحية و أبرزها مخطط التهيئة السياحية SDAT.

أولا: مفهوم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT:

هذا المخطط هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية و الذي تقرر إعداده و تحديد معالمه بالقانون 02/01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، و المتعلق بهيئة الإقليم و التنمية المستدامة و بالتالي تصبوا الدولة من خلال هذا المخطط إلى:¹⁵

1- تحديد المحطات الرئيسية للتنمية السياحية الوطنية على فترات مختلفة، حيث عمدت الدولة إلى اختيار المحطة الأولى على المدى القصير خلال سنة 2009، ثم المحطة الثانية تكون على المدى المتوسط و ذلك خلال سنة 2015، و المحطة الأخيرة للتنمية السياحية تكون على المدى البعيد و ذلك في أفق 2025.

2- تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ و تحديد شروط قابلية تجسيده.

3- تحسين التوازنات الاقتصادية الكلية (التشغيل، الميزان التجاري، الاستثمار).

4- المساهمة في المبادلات و الانفتاح على الصعيد الوطني و الدولي.

5- تقويم الثروة الطبيعية و الثقافية و التاريخية للبلاد و وضعها في خدمة السياحة.¹⁶

ثانيا: الأهداف الإستراتيجية للمخطط:

1- الأهداف العامة: تتمثل الأهداف العامة للمخطط فيما يلي:

أ- تحديد المحطات الرئيسية للتنمية السياحية الوطنية على فترات مختلفة، حيث عمدت الدولة إلى اختيار المحطة الأولى على المدى القصير خلال سنة 2009، ثم المحطة الثانية تكون على المدى المتوسط و ذلك في أفق 2015 و المحطة الأخيرة للتنمية السياحية تكون على المدى البعيد و ذلك في أفق 2025.

ب- تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ و تحديد شروط قابلية تجسيده.

ج- تحسين التوازنات الاقتصادية الكلية (التشغيل، الميزان التجاري، الاستثمار).

د- المساهمة في المبادلات و الانفتاح على الصعيد الوطني و الدولي.

هـ- تقويم الثروة الطبيعية و الثقافية و التاريخية للبلاد و وضعها في خدمة السياحة.¹⁷

2- الأهداف المادية للمرحلة: يمكن تلخيص الأهداف المادية للمرحلة في الجدول التالي:

الجدول (09): الأهداف المادية للمخطط التوجيهي SDAT:

السنة	2007	2015
عدد السياح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84869 يعاد تأهيلها.	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7	3
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
مناصب الشغل	200000	400000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: مختار عيواج: نحو صناعة سياحية متطورة مستدامة و مسؤولية تنافسية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة سياحية أفاق 2025،

مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص و دوره في تنمية السياحة، جامعة آكلي امحد اولحاج، البويرة، الجزائر، 29/28 سبتمبر 2015، ص 06.

ثالثا: مخططات إنعاش السوق السياحية في الجزائر ل SDAT:

تشكل الأدوات الأتي ذكرها إنعاش سريع و مستدام للسوق السياحية، تضمن إعادة الاعتبار للمكان و الدور الذي يتعين على السياحة الجزائرية أن تلعبه على المستوى السياحة الدولية، ضمن أفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، و في ما يلي عرض إجمالي لهذه المخططات الخمسة بحسب ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025.

1- مخطط وجهة الجزائر:

تبقى ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية لتصبح وجهة سياحية كاملة و تنافسية ن تكون ابرز ملامحها الأصالة، الابتكار و النوعية و عليه يجب تعزيز جاذبية وجهة الجزائر بالمتوقع بالصورة على مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها و الفئات السكانية المستهدفة، ففي المرحلة الأولى يجب منح الأولوية للأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها مع حصر الفروع و المنتج الواجب تطويره كما يتعين تحديد الأهداف لهذه الأسواق.

2- الأقطاب السياحية للامتياز:

القطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة و التسلية و الأنشطة السياحية و الدورات السياحية ن بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية و يستجيب لطلب السوق و يتمتع بالاستقلالية و متعددة الأقطاب يدمج المنطق الاجتماعي، الثقافي، الإقليمي، التجاري، مع الأخذ بعين الاعتبار توقعات طلبات السوق.

و قد حدد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في هذا الإطار سبعة أقطاب سياحية للامتياز هي:

أ-القطب السياحي للامتياز شمال شرق: يشمل كل من عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق اهراس.

- ب-القطب السياحي للامتياز شمال وسط: الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، البويرة، تيزي وزو.
- ج- القطب السياحي للامتياز شمال غرب: مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس،، غليزان.
- د- القطب السياحي للامتياز: جنوب شرق: الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعه.
- هـ-القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: توات، القرارة، طرق القصور، (ادار، تميمون، بشار)
- و- القطب السياحي للامتياز جنوب الكبير: طاسيلي، اليزي، جانت، تمنراست.
- أن الهدف المتوقع من بناء هذه الأقطاب هو تحريك الدافع الذي يسهل الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني عبر إنشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع.¹⁸

3- المخطط النوعي للسياحة:

لقد أصبحت النوعية مطلباً ضرورياً في الدول السياحية الكبيرة بل أنها الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني فهو يتركز على التكوين و التعليم كما يدرج تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم كما انه يؤدي إلى:

- تحسين النوعية و تطوير العرض السياحي.
 - منح رؤية جديدة للمحترفين.
 - حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات نوعية.
 - نشر صورة الجزائر و ترقية كوجهة نوعية.
 - اعتلاء موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية.
- و قصد الاستجابة للهدف المادي و النقدي في مخطط الأعمال 2025 أصبح تكوين المورد البشري أمراً ضرورياً، و قد حددت الأهداف الإستراتيجية للتكوين قصد تحضير الجزائر سياحياً في 2025 و هي:
- أ- تعزيز القدرات التنظيمية ، الكفاءات، احترافية القيادات و عمال التأطير في المدارس السياحية.
 - ب- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية بتأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة.
 - ج- إعداد مقاييس الامتياز للتربية و التكوين السياحي و اعتماد التصديق و التسجيل الرسمي.
 - د- الابتكار و استعمال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في مخطط النوعية السياحية.

4- مخطط الشراكة العمومية و الخاصة:

لا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي و الخاص، و يمكن الحديث عن الشراكة العمومية و الخاصة عندما يعمل المتعاملون العموميون و الخواص سوياً للاستجابة الأكثر فعالية للطلب الجماعي و عن

طريق تقسيم الموارد و الأخطار و الأرباح و حين يؤدي كل واحد دوره في عملية التنمية بصفة عامة و السياحة بصفة خاصة.

5- مخطط تمويل السياحة: أن الصناعة الثقيلة تتطلب استثمارات ضخمة من جهة و اخذا بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة ذات العوائد البطيئة من جهة أخرى فان المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة جاء بالحركية الخامسة لمعالجة هذه المعادلة الصعبة بدعم و مرافقة الشريك من خلال مخطط التمويل و يتمثل دوره في النقاط التالية:

- 1- حماية و مرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة و المتوسطة .
- 2- جذب و حماية كبار المستثمرين الوطنيين و الأجانب.
- 3- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية و المالية.
- 4- تسهيل و تكييف التمويل البنكي للنشاطات السياحية و بمخاطبة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار السياحي.

خامسا: الخاتمة والاستنتاجات:

إن الجزائر و رغم امتلاكها للمؤهلات السياحية إلا أن حصتها تبقى ضعيفة في الاقتصاد الوطني مقارنة مع الدول الأخرى و يتضح هذا من خلال ضعف الإيرادات السياحية و عجز الميزان السياحي و ضعف عدد المشتغلين في هذا القطاع و مع ذلك لا يمكن أن ننفي أن هناك جهودا تبذل من اجل النهوض بهذا القطاع الحساس، حيث سعت الدولة إلى وضع إستراتيجية جديدة للسياحة الجزائرية على مراحل تمتد إلى غاية 2025 و هذا ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT) الذي يعبر عن الرغبة و النية الحسنة للدولة لتطوير قطاعها السياحي و جعله كبديل لقطاع المحروقات في المستقبل.

وسمحت دراستنا لهذا الموضوع بالتوصل إلى جملة من الاستنتاجات أهمها:

- 1- السياحة جزء لا يتجزأ من التنمية الاقتصادية تتبع أسسها من النواحي البيئية، الاقتصادية، و الاجتماعية، و تساهم بشكل فعال في المحافظة على الموروث الوطني الطبيعي و البيئي والثقافي.
- 2- تساهم المحميات الطبيعية في عملية التنمية الاقتصادية المستدامة من خلال المحافظة على استقرار البيئة التي تمثلها هذه المناطق و تقلل تبعا لذلك من الفيضانات أو الجفاف و تحمي البيئة و تضمن استقرار التوازن البيئي و توفر الفرص للبحث العلمي و متابعة الأحياء البرية و النظم البيئية.
- 3- تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية بنسبة كبيرة من حيث زيادة المداخيل بالعملة الصعبة و تحسين وضعية ميزان المدفوعات و توفير مناصب الشغل للكثير من الفئات السكانية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، بالإضافة إلى أنها تساهم بنسب مهمة في الناتج المحلي الإجمالي للكثير من دول العالم.
- 4- تمتلك الجزائر إمكانيات كبيرة في الجانب السياحي إلا أن استغلالها بعيد عن المستوى المطلوب بسبب التأخر في ترقية هذا القطاع.

6- المخطط SDAT برنامج شامل طويل المدى يمتد إلى 2025 سيساهم في ترقية قطاع التنمية السياحية في الجزائر بفضل الديناميكية المعتمدة و حجم المشاريع المسجلة.

الهوامش والمراجع:

- ¹ سفيان بن عبد العزيز، نعيمة زيرمي " واقع القطاع السياحي في الجنوب الغربي الجزائري وتحديات تطويره : دراسة حالة ولاية بشار " ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي بجامعة قلمة حول : المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، يومي 08-09/11/2015، ص 03.
- ² حمدي عبد العظيم ، " السياحة"، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة 1996 ، ص20
- ³ طه مثنى سحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة النشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص60.
- ⁴ حميد الطائي، أصول صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، صص260-262.
- ⁵ نعيم الظاهر و سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الثانية، 2007، ص 31 .
- ⁶ عوينان عبد القادر، ص 106
- ⁷ نعيم الظاهر و آخرون، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة، عمان، الاردن، ص 141.
- ⁸ عوينان عبد القادر، مرجع سابق، ص 107/108.
- ⁹ صليحة عيشي، الاداء و الاثر الاقتصادي و الاجتماعي في الجزائر و تونس و المغرب، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2011، ص 152.
- ¹⁰ حميدة بوعموشة، مرجع سابق، ص 102.
- ¹¹ مخناش فيحة، قطاع السياحة ما بين المقومات و الآثار، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الأول حول القطاع الخاص و دوره في تنمية السياحة، 28/27 سبتمبر 2015، جامعة 20 اوت 1955، سكيكدة، الجزائر، ص 05.
- ¹² عليوة علي، مرجع سابق، ص 10.
- ¹³ ولد محمد عيسى، دعم المقاولاتية السياحية كآلية لتحقيق النهوض بالقطاع السياحي في البلدان المغاربية، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية و دورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، 9/8 نوفمبر 2015، جامعة مستغانم، الجزائر، ص 08.
- ¹⁴ عليوة علي، مرجع سابق، ص 06.
- ¹⁵ صبايحي نوال و اخرون، دور قطاع السياحة في تحقيق التنمية المستدامة، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص و دوره في تنمية السياحة، جامعة آكلي امحمد اولحاج، البويرة، الجزائر، 29/28 سبتمبر 2015، ص 15.
- ¹⁶ وكيل حميدة و اخرون، السياحة في الجزائر بين الإمكانيات و التحديات و آفاق النهوض، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الأول حول القطاع الخاص و دوره في تنمية قطاع السياحة، جامعة آكلي امحمد اولحاج، البويرة، الجزائر، 29/28 سبتمبر 2015، ص 16.
- ¹⁷ مريم آيت بارة، السياحة في الجزائر بين الامكانيات و التحديات و آفاق النهوض، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الأول حول المقاولاتية و دورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، الجزائر، 9/8 نوفمبر 2015 ص 06
- ¹⁸ نفس المرجع السابق، ص 10.