

الاهمية الاقتصادية لصناعة السفر والسياحة في بلدان المغرب العربي

دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب

بورواي ساعد -المركز الجامعي بربكة

تاريخ الاستلام: 2019-02-18 تاريخ القبول: 2019-06-01 تاريخ النشر: 2019-07-31

ملخص

تتناول هذه المقالة الأهمية الاقتصادية لصناعة السفر والسياحة في بلدان المغرب العربي الثلاث (الجزائر، تونس والمغرب)، وركزت هذه الدراسة على بيان الآثار المباشرة وغير المباشرة التي ينتجها قطاع السياحة على اقتصاديات هذه الدول ولا سيما الأثر على ميزان المدفوعات (الميزان السياحي) وعلى الناتج المحلي الإجمالي والتشغيل واستخدام في هذه الدراسة الأسلوب الإحصائي المقارن لعدد من السنوات، بناء على البيانات الواردة من منظمة السياحة العالمية (WTO)، وتقارير المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC)، وقاعدة بيانات البنك الدولي وإحصاءات وزارات السياحة وهيئاتها التابعة في بلدان المغرب العربي.

وفي الأخير توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات تم عرضها في نهاية المقالة.

الكلمات المفتاحية: الأهمية الاقتصادية للسياحة، الميزان السياحي، دول المغرب العربي.

Abstract:

This study deals with the economic impact of the Travel and Tourism sector in Maghreb countries (Algeria, Tunisia and Morocco), it concentrated in showing the economic importance of tourism sector through its direct and indirect impact which result from tourism on economy of those countries, basically in balance of payment (tourist balance), the Gross Domestic Product, and the Employment. The study used the comparative statistical method for a number of years, based on data from the World Tourism Organization (WTO), World Travel and Tourism Council (WTTC) reports, World Bank database and statistics of tourism ministries and related agencies in the Maghreb countries.

Key words: Economic impact of Tourism, Tourism Balance, Maghreb Countries.

1. المقدمة:

تمثل السياحة في الوقت الراهن صناعة قائمة بذاتها، وتوصف بأنها صناعة بلا دخان، وتعد من أكثر الصناعات نموا في العالم، فقد ارتفع عدد السياح في العالم من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى أكثر من (1323) مليون سائح سنة 2017م كما انتقلت الإيرادات التي ولدتها السياحة على المستوى العالمي من 2 مليار دولار عام 1950 إلى ما يزيد عن (1340) مليار دولار في عام 2017م، منهم أكثر من 55% لأغراض الترفيه والاستمتاع فقط.

وتشير إحصاءات المجلس العالمي للسفر والسياحة طبعة 2018، إلى أن السياحة تساهم بما يقارب من 10.4 % من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، وتمثل نسبة 6.5 % من الصادرات العالمية ونسبة 30% من صادرات الخدمات. وبلغت نسبة الاستثمار السياحي 4,3 % من مجموع الاستثمار العالمي، كما توفر السياحة حاليا أكثر من 313.2 مليون وظيفة مباشرة وغير مباشرة، أي ما يعادل 9.9 % من مجموع العمالة العالمية. (TRAVEL & TOURISM) (ECONOMIC IMPACT, WTTC2018) كما تتوقع منظمة السياحة العالمية (UNTWO) أن يصل عدد السياح بنهاية عام 2030 إلى أكثر من 1,8 مليار سائح، بمعدل نمو متوقع يصل إلى 3,3 % سنويا خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2030.

مما سبق، تبين الأهمية الاقتصادية للسياحة على مستوى الاقتصاد الدولي، والآثار المباشرة وغير المباشرة التي تولدها هذه الصناعة على مختلف المتغيرات الاقتصادية ولاسيما الناتج المحلي الإجمالي وتوفير النقد الأجنبي ومناصب الشغل وتقليل حدة الفقر، وبالتالي تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلدان بشكل مستدام، ونظرا للأهمية الاقتصادية المؤكدة للسياحة، فقد قامت بلدان المغرب العربي -موضوع المقارنة- بإعداد وتنفيذ استراتيجيات وطنية لتنمية القطاع السياحي، تهدف -في المقام الأول- إلى تفعيل هذا القطاع في الاقتصاد الوطني، ومحاوله الرفع من القدرات التنافسية الكامنة فيه مقارنة وباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، وفي هذا السياق أعدت الجزائر منذ عام 2008 المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030 المعروف بـ "SDAT 2030" والذي يعتبر الإطار المرجعي الذي تنفذ من خلاله الاستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة لغاية عام 2030.

أما في المغرب، فقد تم الانتهاء من تطبيق الاستراتيجية الأولى المتمثلة في «رؤية 2010» والذي حقق فيه الأهداف الكمية المحددة سنة 2001 بنسبة 93 %، ويعمل حاليا على تطبيق الاستراتيجية الثانية "رؤية 2020"، وهي امتداد لرؤية 2010 وتخص الفترة من سنة 2010 إلى غاية 2020 وقد وضعت مضاعفة حجم القطاع السياحي هدفا جوهريا لها خلال هذه العشرية. وفي تونس، عمدت السلطات العمومية إلى تبني استراتيجية وطنية للتنمية السياحية تمتد على مدى 15 عاما، وشرع العمل بها بداية من سنة 2001 إلى غاية نهاية 2016 وتمثل الرؤية الاستراتيجية للسياحة التونسية المعروفة ب (3+1) في تنوع العرض السياحي، جودة وتكوين الموارد البشرية، العلامات التجارية والتسويق، وأخيرا تحديث القطاع السياحي.

2. اشكالية البحث:

تأسيسا على ما سبق، فإن الإشكالية الرئيسية التي يطرحها موضوع البحث هي: ما هي الأهمية الاقتصادية لصناعة السياحة في اقتصاديات بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب)؟

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

- ما هي مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المغرب العربي؟

- ما هي مساهمة السياحة في حجم العمالة في دول المغرب العربي؟

- ما هو وضع الميزان السياحي في بلدان المغرب العربي؟

3. محاور البحث: سيتم دراسة موضوع البحث من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: نظرة عامة حول السياحة في العالم.

المحور الثاني: قياس مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني.

المحور الثالث: مقارنة الأثر والمساهمة الاقتصادية للسياحة على اقتصاديات بلدان المغرب العربي.

المحور الرابع: عرض النتائج وتوصيات الدراسة.

المحور الأول: نظرة عامة حول السياحة في العالم.

أصبحت صناعة السياحة واحدة من أكبر الصناعات الخدمية في العالم، حيث يشير تقرير المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC) الصادر عام 2018 أنها تستحوذ على 30 % من صادرات

الخدمات في العالم، و يساهم قطاع السياحة بنسبة تفوق 10 % من الناتج المحلي الإجمالي العالمي ، كما يوفر هذا القطاع ما يقارب 313.2 مليون وظيفة مباشرة وغير مباشرة في الاقتصاد العالمي ، وهذا ما يمثل 10% من مجموع العمالة العالمية ، ويحصل القطاع السياحي على وظيفة في كل 11 وظيفة مستحدثة عالميا.¹ و تنمو الفرص الوظيفية في قطاع السياحة بما يقارب ضعف معدل نمو التوظيف في القطاعات الأخرى.

واستنادا إلى إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة (UNWTO)، فقد بلغ عدد السياح الوافدين 1.323 مليار سائح عام 2017 ، كما بلغت الإيرادات السياحية العالمية المتولدة عن هذا التدفق البشري 1340 مليار دولار في نفس السنة ، وتتوقع المنظمة أن يصل عدد السياح في العالم سنة 2030 قرابة 1.8 مليار سائح أي بمعدل نمو قدره: 3.3 % سنويا.²

ومن حيث التوزيع الجغرافي لأهم الدول المستقطبة للسياح على المستوى العالمي ، و الإيرادات السياحية التي نتجت عنها ، فقد أظهرت الإحصائيات السابقة للمنظمة العالمية للسياحة ، توزيع سياح العالم كما يلي³ :

الجدول رقم (01): حصة مناطق العالم من أعداد الوافدين والإيرادات السياحية لعام 2017.

الإيرادات السياحية بالملايين US\$		التدفقات البشرية بالملايين		المناطق
القيمة	الحصة %	العدد	الحصة %	
519	39	671	51	دول أوروبا
390	29	323	24	آسيا والباسفيك
326	24	209	16	الأمريكيتين
37	3	63	5	أفريقيا
68	5	58	4	الشرق الأوسط
1340	100	1323	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على: UNWTO ,Tourism Highlights 2018. p2

من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول نلاحظ أن: دول أوروبا جاءت في الترتيب الأول، حيث تستحوذ لوحدها على نسبة 51 % و 39 % من حيث عدد الوافدين والإيرادات السياحية على التوالي، وقد زارها 671 مليون سائح بما يقابل 519 مليار

دولار. ويليهما في الترتيب منطقة آسيا والباسيفيك، ثم الأمريكيتين، فدول أفريقيا والتي حصلت على حصة متواضعة جدا مع دول الشرق الأوسط، سواء من حيث إعداد الوافدين إليها أو من حيث الإيرادات السياحية، وقد أشار تقرير المنظمة كذلك إلى معدل نمو الإيرادات السياحية في منطقة الشرق الأوسط هو الأول في العالم إذ يصل إلى 13% مقارنة بدول الأمريكيتين الذي يصل إلى 1% فقط. أما في أوروبا وإفريقيا فقد بلغ هذا المعدل 8% لكل منهما. وعند مقارنة أداء الدول من حيث الإيرادات السياحية، لم تحصل دول أفريقيا مجتمعة (37 مليار دولار) على ما حصلت عليه فرنسا لوحدها (60.7 مليار دولار).

الخوّر الثاني: قياس مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني:

يتوقف أثر السياحة في تنمية قطاعات الاقتصاد الوطني على تقدير مصروفات السائحين الإجمالية التي تتمثل في أرقام أعمال الفنادق والمطاعم ووسائل النقل ومحلات الهدايا والملاهي والمقاهي، وقد ثبت أن هذه الموارد السياحية تعم جميع قطاعات الاقتصاد، من خلال حلقة توزيع الدخل على عناصر الإنتاج، فالسائح عندما يسدد ما عليه إلى صاحب الفندق فإن هذا الأخير بدوره يقوم بسداد مستحقات عوامل الإنتاج التي تتحول إلى طلب داخل الاقتصاد الوطني⁴، ففي ظل قدرة الاقتصاد على تلبية هذا الطلب يزيد الإنتاج الوطني وتتوقف هذه الزيادة على أثر مضاعف السياحة الذي يقيس تغير الدخل الوطني نتيجة تغير الدخل السياحي مع الأخذ بعين الاعتبار الميل الحدي للاستهلاك و الميل الحدي للاستثمار وفق المعادلة التالية :

$$\Delta Y_t = 1/(1-b-c) \cdot \Delta Y_t$$

حيث أن: التغير

ΔY : التغير في الناتج السياحي

b: الميل الحدي للاستثمار.

c : الميل الحدي للاستهلاك

ΔY_t : الزيادة في الدخل السياحي

يفترض هذا المضاعف أن جزءا من الاستثمار يتم تحفيزه بزيادة الدخل ويسمى بالاستثمار المستحث . وعليه، فالدخل السياحي الأولي يتم توزيعه على عناصر الإنتاج التي شاركت في تقديم المنتج السياحي والتي تقوم بدورها بإنفاقه على السلع والخدمات الوطنية في الداخل وبالتالي يتولد دخل جديد لمنتجي

السلع والخدمات، ولكن هؤلاء المنتجين لا يحتفظون بهذه المداخل كاملة، بل ينفقون جزءا كبيرا منها على مختلف السلع والخدمات مما يحدث زيادة جديدة في الدخل وهكذا إلى أن يتلاشى أثر هذا الدخل السياحي الأولي وكلما انتقل الدخل السياحي من يد إلى يد لينفق من جديد، اتضح أثر السياحة على الاقتصاد الوطني، فبتحويل القدرة الشرائية السياحية إلى موارد ومصروفات تكون أثر السياحة على تنمية الاقتصاد .

بصفة عامة يمكن التمييز بين⁵:

-**الآثار المباشرة للمضاعف** : هي الزيادة المباشرة في النشاط الاقتصادي بسبب الإنفاق السياحي، مثل ارتفاع المبيعات والدخل والوظائف الناتجة عن زيادة عدد الليالي التي يقضيها السياح في الفنادق، أي زيادة المبيعات في قطاع الفنادق ؛

-**الآثار غير المباشرة للمضاعف** : هي الزيادة غير المباشرة في النشاط الاقتصادي بسبب الارتباط الخلفي لبعض الصناعات بالقطاع السياحي، أي تلك الصناعات التي تشتري منها السياحة السلع والخدمات بشكل مباشر، فيؤدي ذلك إلى زيادة النشاط الاقتصادي ؛

-**الآثار المستحدثة عن طريق المضاعف** : وهي التغيرات التي تحدث في النشاط الاقتصادي بسبب إنفاق الدخل المكتسب بصورة مباشرة أو غير مباشرة من النشاط السياحي، مثل إنفاق العائلات العاملة في الصناعات التقليدية المداخل المكتسبة من النشاط السياحي على غذائها وملبسها... الخ.
الآثار الإجمالية للمضاعف = الآثار المباشرة + الآثار غير المباشرة + الآثار المستحدثة.

ويتم عادة قياس الأثر الاقتصادي للسياحة باستخدام المعادلة البسيطة التالية⁶:

المضاعف × متوسط إنفاق السائح × الأثر الاقتصادي للسياحة = عدد السياح

ويتطلب تحديد الأثر الاقتصادي حسب هذه المعادلة الخطوات التالية:

أ- تقدير التغير المتوقع نتيجة سياسة أو قرار مقترح في عدد السياح القادمين إلى المنطقة محل الدراسة ونوعيتهم. وعادة يتم تصنيف السياح بناء على عدد من المعايير المختلفة، على سبيل المثال بحسب معيار البلد يصنف السائح إلى داخلي أو خارجي، أو من بلد معين (جنسية السائح) وبحسب طريقة الوصول (براً، بحراً، جواً)، وبحسب مكان الإقامة (فندق، مخيم، منزل ثانٍ، منزل صديق أو قريب) وبحسب الغرض (استجمام وترفيه، علاج، تجارة، ديني، ثقافي)، وبحسب مدة الإقامة (أقل من يوم سواء أكان عابراً أم لا، أو أكثر من يوم).

ب- تقدير متوسط إنفاق السياح على القطاعات السياحية المختلفة. وعادة ما يتم توزيع أنماط الإنفاق على القطاعات الفرعية التالية: (الإقامة) الفنادق والشقق، المطاعم، الوقود والمواصلات، بائعو التجزئة، التسوق، الترفيه والاستجمام، مناطق الجذب، أخرى.

ج- تقدير أو اختيار المضاعف أو المضاعفات القطاعية المناسبة لتحديد الآثار الثانوية لإنفاق السياح على المبيعات (الناتج) والدخول والوظائف.

ومن اجل القياس الإحصائي الدقيق لمختلف الآثار الاقتصادية المباشرة وغير المباشر للاقتصاد السياحي على الحسابات الوطنية، قام 60 بلدا عضوا في منظمة السياحة العالمية بتطبيق نظام حسابات يسمى نظام حسابات السياحة (TSA) Tourism Satellite Account وذلك ابتداء من سنة 2008⁷.

المحور الثالث: الأثر الاقتصادي للسياحة على الناتج المحلي الإجمالي، والتشغيل وميزان المدفوعات في دول المغرب العربي.

سيتم في هذا المحور دراسة الأثر الاقتصادي للسياحة على المتغيرات الاقتصادية التالية:

- الأثر الاقتصادي للسياحة على الناتج المحلي الإجمالي GDP،

- مساهمة صناعة السياحة في التشغيل Employment.

- مساهمة صناعة السياحة في ميزان المدفوعات (الميزان السياحي) Balance of Payment

أولا: الأثر الاقتصادي للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي GDP،

تشير الإحصاءات الصادرة عن المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC2018) إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي يصل إلى 9.8% على المستوى العالمي، كما بلغ هذا المعدل 8.10% في أفريقيا، ويعتبر قطاع السياحة أكبر قطاع مكون للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية، كما أن بعض الدول المصدرة للبترول أعطت للسياحة أهمية كبرى كقطاع رئيس في الاقتصاد الوطني ومنها دولة الإمارات العربية المتحدة وقطر والسعودية، و الجدول التالي يوضح المساهمة الكلية (المباشرة وغير المباشرة) لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في دول المغرب العربي سنة 2017.

جدول رقم (02): مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المغرب العربي لسنة 2017. الوحدة: %

الدولة	المساهمة المباشرة %	المساهمة الكلية %	الترتيب العالمي 184 دولة	نسبة المساهمة الكلية المتوقعة 2028
الجزائر	3.3	6.8	135	7.1
تونس	6.9	14.2	57	12.9
المغرب	8.2	18.6	40	18.5
شمال أفريقيا	5.2	10.9		11.1
العالم	3.2	10.4		11.7

المصدر: من إعداد الباحث بناء على إحصائيات المجلس العالمي للسفر والسياحة 2018.

من خلال الأرقام الواردة في الجدول أعلاه، نلاحظ أن المساهمة الكلية لقطاع السفر والسياحة في الجزائر بلغت 6.8% من الناتج المحلي الإجمالي، وهي نسبة اقل من المتوسط المحقق في أفريقيا وبعيدة عن النتائج المحققة في كل من تونس والمغرب، حيث بلغت هذه النسبة 14.2% و18.6% في كل منهما على التوالي، ومن حيث الترتيب العالمي فإن المغرب حصل على المرتبة 40 من مجموع 185 بلدا، رتبت من حيث مساهمة قطاعها السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، كما جاءت تونس في المرتبة 57، وتليها الجزائر في المرتبة 135 عالميا. كما نلاحظ أن المساهمة غير المباشرة لقطاع السياحة على الناتج المحلي الإجمالي في دول المقارنة (تونس والمغرب) قد فاقت المعدل المحقق في الجزائر (ضعفين لتونس، وثلاث اضعاف للمغرب) وهذا ما يبين الأهمية الاقتصادية للسياحة في تونس والمغرب، ودورها في تنشيط الدورة الاقتصادية من خلال ما يعرف بالمضاعف السياحي⁸، باعتبارها صناعة كثيفة العمل وذات أثر مضاعف على 50 صناعة وخدمة مغذية ومكملة حسب الدراسات التي أجرتها منظمة السياحة العالمية في هذا المجال.⁹

ومن جهة أخرى يعود التأخر الذي سجلته الجزائر في هذا التقييم، إلى هيمنة قطاع المحروقات على تشكيل الناتج المحلي الإجمالي من جهة، وعدم تنوع مصادر الثروة في الاقتصاد الجزائري بالإضافة إلى عدم الاهتمام الكافي بالسياحة من طرف السلطات العمومية وهذا ما انعكس سلبا على النتائج

المحقق في هذا القطاع، حيث رتبت الجزائر في المؤشر الفرعي لتنافسية السفر والسياحة لعام 2014- أولوية السفر والسياحة- في المرتبة 139 من مجموع 140 دولة، وعلى الرغم من ذلك كله، فقد حققت الجزائر الهدف الكمي المستهدف في خطة الأعمال آفاق 2015 وهو تحقيق نسبة مساهمة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي تبلغ : 3%¹⁰.

ثانيا: مساهمة صناعة السياحة في التشغيل

يمثل قطاع السياحة مصدرا رئيسيا للتوظيف والعمالة حيث تشير الإحصائيات إلى أن اقتصاد السياحة استوعب أكثر من 313.2 مليون شخص على المستوى العالمي حسب تقديرات المجلس العالمي للسفر والسياحة 2018 ، كما تشير الدراسات إلى أن الفرص الوظيفية في قطاع السياحة تنمو بما يقارب الضعف مقارنة بالقطاعات الأخرى، وتمثل حوالي 10% من نسبة التوظيف على المستوى العالمي¹¹، أي أن كل 10 وظائف منها وظيفة واحدة ضمن قطاع السياحة وأن بناء غرفة فندقية جديدة توفر ثلاث فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، ومن هذا المنطلق فإن التنمية السياحية تعد ضرورة ومخرجا لمعالجة أزمة البطالة في كثير من بلدان المغرب العربي ، والجدول الموالي يوضح مساهمة قطاع السياحة في خلق فرص العمل المباشرة وغير المباشرة في هذه الدول .

الجدول رقم (03): مساهمة قطاع السياحة في العمالة المباشرة وغير المباشرة في دول المغرب العربي 2017.

الدولة	العمالة المباشرة		العمالة المباشرة وغير المباشرة	
	عدد المشتغلين(ألف)	النسبة من إجمالي المشتغلين في الاقتصاد %	عدد المشتغلين(ألف)	النسبة من إجمالي المشتغلين في الاقتصاد %
الجزائر	320	2.8	678.5	6
تونس	225	6.3	464	13
المغرب	824.5	7.1	1902	16.4

Source: World Travel & Tourism Council: Travel and Tourism Economic Impact 2018. (report for Algeria, Tunisia, and Morocco).

من الجدول نلاحظ أن مساهمة قطاع السياحة جاءت بقدر الأهمية التي توليها الدولة للقطاع، فبالنسبة لبلدان المقارنة، نجد أن المغرب قد حقق أكبر نسبة مساهمة قدرت بـ 16.4% من حجم الطبقة الشغيلة عموما، حيث نحصي حوالي مليوني وظيفة وفرها هذا القطاع في الاقتصاد المغربي ، وتأتي

السياحة كثاني اكبر مساهم في توفير فرص العمل بعد قطاع الفلاحة، وقد نما خلال العشرية 2001-2010 بنسبة 40 %¹². كما حقق المغرب أهم مؤشرات رؤية 2020 -المرحلة الجزئية- المحدد ب: 645.147 منصب شغل مباشر في نهاية 2015.¹³

أما في تونس فقد حظي القطاع السياحي بأهمية كبيرة منذ استقلالها والذي تجسد في توفير البنى التحتية الضرورية، وتحسين مستوى الخدمات والرفع من حجم الطاقة الفندقية والتأهيل المستمر للعنصر البشري في مجال السياحة حيث يشغل في القطاع السياحي 464 ألف عامل، أي ما يمثل نسبة 13 % من حجم العمالة الكلية لسنة 2017..

وبالنسبة للجزائر التي تبنت استراتيجية وطنية لتنمية قطاع السياحة أفاق 2030 وجعله أحد روافد التنمية خلال الألفية الثالثة، فقد بلغ وفر قطاع السياحة 678 ألف وظيفة بطريقة مباشرة وغير مباشرة، أي ما يمثل 6 % من مجموع اليد العاملة في الاقتصاد، وهو معدل اقل من المعدل العالمي المقدر ب: 9.4 % ، غير أن الجزائر حققت الرقم المستهدف في الخطة المتمثل في 400 ألف منصب شغل مباشر وغير مباشر عام 2015¹⁴.

ثالثا: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات

ميزان المدفوعات عبارة عن سجل منظم يتكون من جانبين: جانب مدين تدرج ضمنه كافة العمليات التي تدفع فيها الدولة مقابل ما تستورده من الخدمات من العالم الخارجي، والجانب الدائن تدرج به كافة العمليات التي تحصل منها الدولة على النقد الأجنبي مقابل ما تصدره من الخدمات إلى العالم الخارجي، وتعتبر السياحة إحدى الصادرات غير المنظورة في ميزان المدفوعات.

وتتضح أهمية قطاع السياحة من خلال رصيد الميزان التجاري السياحي الذي يمثل الفرق بين مداخيل السياحة المستقبلية (السياحة القادمة) ونفقات السياحة العكسية (سياحة المواطنين خارج بلدهم)، فإذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري سلبية وكان التأثير الصافي للميزان التجاري السياحي ايجابيا فإنه قد يغير العجز في الميزان التجاري إلى فائض أو يخفف منه على الأقل، أما إذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري ايجابية وكان التأثير الصافي للميزان السياحي ايجابيا، سيساعد ذلك التأثير في زيادة تلك الايجابية في الميزان التجاري وبالتالي سوف ينعكس التأثير ايجابيا على ميزان مدفوعات الدولة¹⁵.

والجدول الموالي يستعرض تطور العائدات والنفقات السياحية ورصيد الميزان السياحي للجزائر خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2013.

جدول رقم (04): تطور رصيد الميزان السياحي الجزائري للفترة: 2015-2017.

الوحدة: آلاف الدولارات

2017	2016	2015	البيان
140.5	209	304	العائدات السياحية
580	475	677	النفقات السياحية
439.5-	266-	373-	رصيد الميزان السياحي

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية (المقومات الأساسية للسياحة)، على الموقع الإلكتروني:

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

نلاحظ من الجدول أن رصيد الميزان السياحي سجل عجزا هيكليا متواصلا خلال السنوات 2015 إلى 2017. وهذا يدل على أن النفقات السياحية التي يصرفها المقيمون الجزائريون في السياحة الدولية في المجموع، كانت أكبر من العائدات السياحية الناتجة عن السياحة الدولية الوافدة، وهو ما يؤثر سلبا على ميزان المدفوعات، ويؤدي إلى تقلص الموارد المالية من النقد الأجنبي، مع ملاحظة الاتجاه المتناقص للإيرادات السياحية وتحقيق رصيد سالب في الميزان السياحي خلال كامل الفترة كما هو مبين الجدول السابق.

ونشير إلى أن ما ينفقه الجزائريون بالخارج يفوق بكثير الأرقام الرسمية المصرح بها (الواردة في الجدول) بسبب عدم كفاية منحة السفر التي تمنحها الحكومة المحددة ب، فيضطرون إلى صرف مبالغ أخرى في سوق الصرف الموازي، مما يعني أن قيمة العجز الحقيقية في الميزان السياحي أكبر بكثير مما هي عليه. بالإضافة إلى أثر السياحة العكسية ولا سيما اتجاه الجارة تونس الذي يتعدى عدد السياح الجزائريين المتجهين إليها حاجز 1.5 مليون سائح سنويا.¹⁶

جدول رقم (04): تطور رصيد الميزان السياحي التونسي للفترة 2014-2016.

الوحدة: آلاف الدولارات

2016	2015	2014	البيان
1240	1380	2360	العائدات السياحية *
749	696	681	النفقات السياحية *
491+	684+	1749+	رصيد الميزان السياحي

المصدر: من إعداد الباحث بناء على قاعدة بيانات البنك الدولي: مؤشرات التنمية العالمية الموقع الإلكتروني:

<http://databank.albankaldawli.org>

*عائدات ونفقات سياحية دون احتساب بنود النقل الدولي للركاب.

على العموم، نلاحظ أن الميزان السياحي في تونس سجل رصيда إيجابيا خلال الفترة، وإن أحسن أداء سجله كان سنة 2014 بمبلغ 1.749 مليار دولار، كما أن العائدات السياحية سجلت اتجاهها هبوطيا متأثرة بانخفاض التدفقات السياحية من السوق التقليدية الأوروبية (فرنسا، بريطانيا، وألمانيا) كما لم تتعافى السياحة التونسية بشكل نهائي من آثار ما عرف بالربيع العربي الذي شهدته تونس والتحركات الاجتماعية وتغيير النظام، وحادث متحف باردو، واغتيال السياسيين شكري بلعيد و البراهمي، كل هذه العوامل مجتمعة أضرت بصناعة السياحة في تونس وأدت إلى تراجع عدد السياح وانخفاض العائدات السياحية بشكل مباشر.

جدول رقم (05): تطور رصيد الميزان السياحي المغربي للفترة 2014-2016.

الوحدة: آلاف الدولارات

2016	2015	2014	البيان
7920	7760	9070	العائدات السياحية *
1460	1400	1460	النفقات السياحية *
6460+	6360+	7610+	رصيد الميزان السياحي

المصدر: من إعداد الباحث بناء على قاعدة بيانات البنك الدولي: مؤشرات التنمية العالمية على الموقع الإلكتروني

<http://databank.albankaldawli.org>

*عائدات ونفقات سياحية دون احتساب بنود النقل الدولي للركاب.

من خلال الأرقام المبينة في الجدول، يلاحظ التذبذب الواضح في حجم العائدات السياحية واستقرار في النفقات السياحية بوجه عام ولكن من الملاحظ أيضا أن المغرب قد استفاد من الظرفية التي مرت بها تونس، حيث يعتبر السياح الأجانب وخاصة الأوروبيين الذين يريدون تغيير وجهتهم في آخر لحظة، أن المغرب هو الوجهة السياحية البديلة بسبب القرب الجغرافي، وتشابه المنتج السياحي المغربي للمنتج التونسي.

كما أن السياحة المغربية ما تزال تحتفظ بأسواقها التقليدية من السياح الأوروبيين، وخاصة من بلدان فرنسا وألمانيا وإسبانيا وإيطاليا وبريطانيا.

4. النتائج: من خلال ما تم عرضه، فقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- بالنسبة لحجم العمالة في القطاع السياحي، تبين أن الجزائر حققت الرقم المستهدف في خطة الأعمال المقدر ب: 400 ألف وظيفة مباشرة وغير مباشرة في نهاية 2015، أي مضاعفة حجم العمالة التي ولدتها السياحة في السنة المرجعية 2007 والبالغة وقتئذ 200 ألف منصب شغل.

- كانت مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في سنة 2017، 6.8 % وهي نسبة بعيدة عن المتوسط العالمي المقدر ب: 10.4 %.

- أما مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات فقد كانت سلبية، ويظهر ذلك جليا من خلال رصيد الميزان السياحي الذي حقق عجزا هيكليا متواصلا، ولم تتعدى نسبة عائدات السياحة الدولية من الصادرات 0.7 % سنة 2017 حسب بيانات المجلس العالمي للسفر والسياحة، ولم تحقق العائدات السياحية في الجزائر سوى مبلغ قدره: 140.5 مليون دولار، مقارنة ب: 1.5 مليار دولار مستهدفة في مخطط الأعمال لسنة 2015.

وبالنسبة لباقي دول المغرب العربي (تونس والمغرب) فقد أظهرت الإحصائيات أن المغرب قد تمكن من تحقيق أغلبية المؤشرات الواردة في مخطط رؤية السياحة لسنة 2020 خاصة في جانبها النقدي وتبقى تونس تعاني من الظرفية الاقتصادية الأمنية (الربيع العربي)، حيث اظهر رصيد الميزان السياحي اتجاهها تنازليا خلال السنوات (2014-2015-2016) على التوالي.

5. التوصيات:

بناء على النتائج المتوصل إليها يمكن اقتراح التوصيات التالية:

- ✓ ضرورة التوجه نحو تشجيع السياحة الداخلية باعتبارها أولوية استراتيجية في التخطيط السياحي.
- ✓ تقييم أهداف الفترة المنقضية 2008-2015 والإسراع في إعداد خطة الأعمال بالأرقام لما بعد سنة 2015، أي للفترة من 2016-2030.
- ✓ تحسين مستوى الخدمات المقدمة وتنويع المنتجات السياحية بما يتوافق مع الأذواق والثقافة الجزائرية
- ✓ العمل على زيادة العرض السياحي من خلال الإسراع في إنجاز المشاريع السياحية المتوقفة والتي لم تنطلق بعد، وحل مشاكل العقار السياحي العالقة.
- ✓ تبني نظام المعلومات السياحي الذي أوصت به منظمة السياحة العالمية (IRTS2008) وتطبيق نظام السياحة الفرعي (TSA).

6. المراجع والإحالات:

¹ WTTC, Travel and Tourism Economic Impact 2015.

² See UNWTO Tourism Highlights 2018,p2

in <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>

³ See World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights 2015, op. cit., p3

⁴ K. Krapf : **Le tourisme facteur de l'économie moderne, A.I.E.S.T Le tourisme moderne et son importance économique et les possibilités de sa planification**, Berne, Gurten, 1963.p36

⁵ محمود فوزي شعوي، السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974-2002، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 2007 ص 37.

⁶ الهيئة العليا للسياحة "الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة" المملكة العربية السعودية 2001.

⁷ UNWTO. Glossary of Tourism Terms , Last update: February 2014.

⁸ المضاعف السياحي يقيس الأثر المضاعف للإنفاق السياحي ويتمثل في مجموع لدخول المتولدة خلال دورات الإنفاق السياحي، وتتنوع على عناصر الإنتاج في قطاعات أخرى كالنقل ومحطات الوقود، الخ.

⁹ بوراوي ساعد، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) -دراسة مقارنة -أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2016/2017، ص 212.

¹⁰ وزارة السياحة والتهيئة العمرانية والصناعات التقليدية الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية ص 18.

¹¹ WTTC, Travel & Tourism economic impact 2018.p4

¹² انظر موقع وزارة السياحة المغربية على الموقع الالكتروني: <http://www.tourisme.gov.ma/ar>

¹³ المملكة المغربية، تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، إحالة رقم: 2015/16 ص 13.

¹⁴ وزارة السياحة والتهيئة العمرانية والصناعات التقليدية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 18.

¹⁵ على رحال، عامر عيساني، التنمية السياحية المستدامة دراسة مقارنة (الجزائر، تونس) مجلة أداء المؤسسات الجزائرية العدد 01، 2011-2012 ص 137.

¹⁶ Office national du tourisme tunisien, **le tourisme tunisien en chiffres 2015**, p14