

دراسة مقارنة للقطاع السياحي في الدول المغاربية

A comparative study of the tourism sector in the Maghreb countries

أ. قرارية فتيحة

المدرسة العليا للإقتصاد، وهران، الجزائر

guerariafatiha@gmail.com

تاريخ القبول: 2019/05/24

تاريخ الاستلام: 2018/10/17

الملخص: تحولت السياحة إلى صناعة إقتصادية قائمة بذاتها يفسرها النمو المتسارع المحقق في أعداد السياح و كذا الإيرادات السياحية المسجلة . و قد إستطاعت كل من تونس و المغرب أن تحفرا لأنفسهما مكانة ضمن السوق السياحية بشمال إفريقيا و أن تدعما مكانتهما رغم المنافسة المتزايدة ، و لا يختلف إثنان في كون مصادر الجذب السياحي و التي تشترك فيها كل بلدان المنطقة المغاربية على حد سواء قد لعبت دورا هاما في التطوير السياحي بالبلدين الشقيقين إلا أنه يجدر التأكيد على كون توجهات الحكومتين التونسية و المغربية منذ الإستقلال لتنمية و تطوير السياحة خدمت القطاع بشكل كبير. من خلال هذه الورقة البحثية نهدف لتحليل الأثر الإقتصادي للنشاط السياحي بالدول المغاربية لذلك إعتمدنا على منهج التحليل المقارن بالإعتماد على عدة متغيرات و خلصت الدراسة أن الأثر الإقتصادي للنشاط السياحي بتونس و المغرب إيجابي و يساهم في تسريع التنمية الإقتصادية في حين تبقى الجزائر بعيدة كل البعد عن ماهو محقق من طرف دول الجوار .

الكلمات المفتاحية: السياحة ، الطلب السياحي ، العرض السياحي ، التنافسية السياحية ، الصادرات السياحية

Abstract : Tourism has become an economic industry , explained by rapid growth in tourist numbers and recorded tourism revenues. Tunisia and Morocco have both carved themselves into the north African tourist market .There are no two difference in the fact that tourist attractions shared by all the countries of the Maghreb have played an important role in tourism development .However , it is worth emphasizing that the Tunisian and Moroccan government 's attitudes since independence have greatly served the sector .Through this paper we aim to analyze the economic impact of tourist activity in Tunisia and Morocco is positive and contributes to accelerating economic development while Algeria remains far from what is achieved by neighboring countries.

Key Words: Tourism , Tourist demand , Tourism supply , Tourism competitiveness , Tourism exports

JEL Classification : Z3, Z32

* قرارية فتيحة (guerariafatiha@gmail.com).

المقدمة:

و إن تعتبر السياحة من وجهة نظر السائح عملية تنقل و إستكشاف و تغيير مكان الإقامة لفترة معينة إلا أنها بالنسبة للعديد من البلدان المستقبلية للسائح مصدر أساسي للتطور الإقتصادي و الإجتماعي و قد تم الإشارة لذلك من خلال تقرير المنظمة العالمية للسياحة لسنة 2016 بإعتبارها مفتاح للتطور ، للإزدهار و للرفي و هذا من خلال أثارها المختلفة سواء فيما يتعلق بالإيرادات و بالتالي خلق الثروة أو حتى بتوفير مناصب الشغل دون أن ننسى مساهمتها الفعالة في تطوير البنى التحتية .

خلال الستين سنة الماضية إستطاعت السياحة أن تتحول لأحد أهم القطاعات السياحية و أن تحقق معدلات نمو عالية ، و إن إستطاعت أوروبا و أمريكا الشمالية أن تسيطر على الخريطة الدولية للسياحة خلال ربع قرن ، إلا أن التنبؤات تشير إلى أنه بين 2010-2030 سيتضاعف عدد السياح بمرتين بالوجهات الناشئة أسرع من الإقتصاديات المتطورة ، و قد إنتقلت الحصة السوقية للدول الناشئة من 30% سنة 1980 إلى 45% سنة 2014 و من المتوقع أن تصل ل 57% سنة 2030 أي ما يعادل 1 مليار وافد دولي .

يمثل شمال إفريقيا وجهة هامة على مستوى القارة ب 33.7% من مجموع السياح ، في حين لا تمثل حصته إلا 1.52% على المستوى الدولي ، و هي نسبة قليلة بالنظر للإمكانيات الطبيعية و الحضارية و الثقافية التي تمتلكها بلدان شمال إفريقيا و التي تحتل فيها الجزائر أضعف حصة سوقية من التدفقات السياحية في حين إستطاعت كل من تونس و المغرب أن تحفرا لأنفسهما مكانة ضمن السوق السياحية بشمال إفريقيا و أن تدعما مكاتهما رغم المنافسة المتزايدة على المستوى العربي سواء من مصر أو الأردن .

بالتالي ، إنطلاقا من كون السياحة قطاع إستراتيجي يساهم في تسريع التنمية الإقتصادية في العديد من دول العالم ، و مع العلم أن الثروة الطبيعية و الموقع الجغرافي و كذا التراث الثقافي و التاريخي أمر مشترك بين كل بلدان المنطقة المغاربية على حد سواء تتمحور إشكالتنا فيما يلي : إلى أي مدى يلعب النشاط السياحي دورا إقتصاديا إيجابيا في دول المقارنة ؟

سنحاول من خلال هذا المقال استعمال التحليل المقارن بين الوجهات السياحية المغاربية الثلاث بالإعتماد على عدة متغيرات بغية دراسة التأثير الإقتصادي للنشاط السياحي و كذا محاولة إستخلاص المفاتيح التي من الممكن أن تدعم النمو السياحي بالجزائر .

1. المقارنة من حيث المؤشرات السياحية الأساسية (الطلب و العرض السياحي)

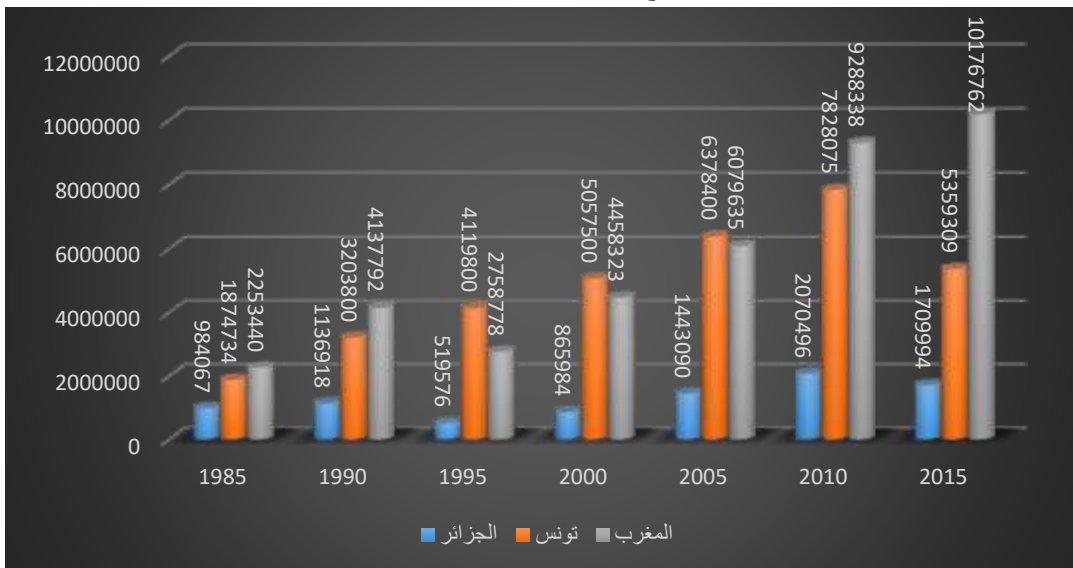
1.1. المقارنة حسب الطلب السياحي :

نحاول من خلال هذا الجزء تحليل السياحة الوافدة في دول المقارنة من خلال اعتماد عدد السياح بإعتباره المعيار الأول لقياس نجاح أي استراتيجية سياحية ، و لا تكتمل المقارنة إلا إذا أخذنا بعين الإعتبار الإنفاق السياحي ممثلا بالإيرادات السياحية التي تعبر عن حجم السلع و الخدمات المشتراة من طرف السائح ، كذلك حسب الدولة المصدرة للسياح كونها مؤشرا هاما في السياسات التسويقية و الترويجية التي تسعى لجذب الدول الأكثر إنفاقا على السياحة .

أ. المقارنة حسب عدد السياح :

يعد الطلب السياحي ممثلا بعدد السياح من أهم المؤشرات التي تدل على نجاح أي إستراتيجية سياحية هدفها الجذب السياحي ، من خلال الشكل الموالي نوضح الفرق بين تطورات عدد السياح بدول المقارنة في الفترة : 1985-2015 :

الشكل رقم (1): تطور عدد السياح بدول المقارنة لسنوات مختارة في الفترة 1985-2015



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على :

- موقع وزارة السياحة و الصناعات التقليدية وموقع الديوان الوطني للإحصائيات
- النشرة الإحصائية السنوية لتونس ، المعهد الوطني للأحصاء ؛
- الديوان الوطني للسياحة التونسية من خلال الموقع : www.tunisiel tourism.com.tn
- موقع وزارة السياحة www.tourisme.gov.ma
- Prospective Maroc 2030, « Tourisme 2030 : Quelles ambitions pour le maroc ? », Haut commissariat au plan .

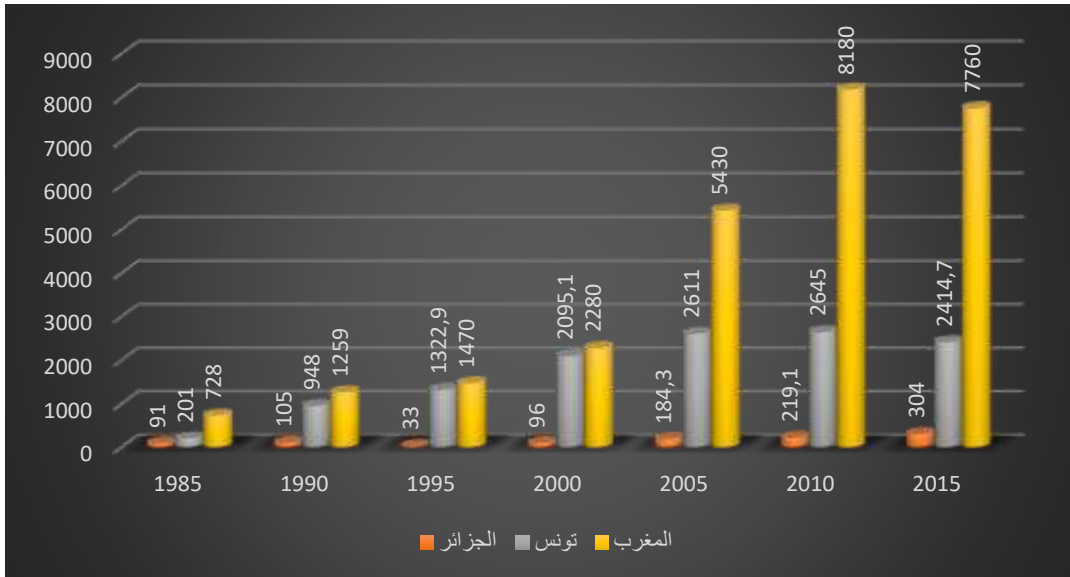
الأهمية المولدة لقطاع السياحة بتونس و المغرب بعد الإستقلال ، سواء من خلال التشريعات و القوانين المحفزة للإستثمارات الأجنبية و كذا إشراك القطاع الخاص في عملية النهوض بالبنية التحتية للقطاع ، كان لها نتائج بالغة الأهمية على مستوى التدفقات السياحية البشرية و هو ما نلاحظه من خلال الشكل حيث تتفوق المغرب و تونس من حيث عدد السياح على الجزائر طيلة فترة الدراسة ، حيث استقبلت المغرب أكثر من 2 مليون سائح سنة 1985 متجاوزة كل من تونس الذي استقبلت في نفس السنة 1.8 مليون سائح و الجزائر التي استقبلت نصف التدفق المحقق بتونس ، كذلك سنة 1990 دعمت المغرب مكانتها الأولى بتجاوزها 4 ملايين سائح مما يدل على نجاعة الإستراتيجية المتبعة التي ركزت على تضافر الجهود بين القطاع العام و الخاص لتطوير القطاع و كذا إتباع سياسات ترويجية تستهدف السوق الأوروبية ، تليها تونس بأكثر من 3 ملايين سائح التي ركزت في هذه الفترة على السياحة الجماعية و إستهدفت السائح الأوروبي كما سعت لتدعيم مقومات الجذب الطبيعية بمقومات مادية تستجيب للطلب العالمي ، بالنسبة للجزائر ستكون سنة 1990 بداية سبات عميق سببه غياب الأمن الذي يعتبر عامل هام و أساسي في العملية السياحية ، سنة 1995 تحتل تونس المرتبة الأولى من حيث عدد السياح في دول المقارنة حيث استقبلت مايزيد عن 4 ملايين سائح في حين تقلص عدد السياح في المغرب للنصف لما لها السياحة البينية من أثر بعد إغلاق الحدود مع الجزائر ، و استطاعت تونس أن تسيطر على مكانتها كأول سوق سياحية مغاربية طيلة الفترة 1995-2005 ، في حين إبتداء من سنة 2010 انقلبت المعادلة لصالح المغرب بإقترابه من تحقيق 10 ملايين سائح نتيجة تبني رؤية 2010 التي هدفت لتجاوز العشر ملايين سائح و نتيجة غياب الأمن بتونس التي شهدت أحداث الربيع العربي و التي أدت لتحقيق معدل نمو سلبي -46% بين 2010-2015 ، في حين لا نلاحظ تحقيق زيادة كبيرة بالمغرب الذي تجاوز العشر ملايين سائح سنة 2015 التي من المفروض حسب الإستراتيجية المتبناة سنة 2000 أن يتم تحقيقها سنة 2010 ، بالنسبة للجزائر تبقى بعيدة كل البعد عن ما يتم تحقيقه في دول الحوار رغم الإشتراك في مقومات الجذب الطبيعية و التراثية و لا تتجاوز حصتها 10% من إجمالي عدد السياح في السوق السياحية المغاربية.

ب. المقارنة حسب الإيرادات السياحية : أغلبية الدول بما فيها النامية أو المتطورة تعتبر النشاط السياحي كصناعة (صناعة تقديم الخدمات) ، و بذلك فهو لم يعد حاجة إجتماعية فقط بل أصبح هذا النشاط يشكل مورد هام تعتمد عليه الدول في تنويع صادراتها و بالتالي تعزيز مواردها المالية (المغربي، 2016). حيث أدى التطور الإقتصادي و الإجتماعي و السلام السياسي الذي شهده العالم إبتداء من سنوات الخمسينات و ما تمحور عنه من إرتفاع مستويات الدخل و بالتالي تحسن المستوى المعيشي و كذا تحسن ظروف العمل و تشريع نظام العطل المدفوعة الأجر و إرتفاع المستويات التعليمية و الثقافية و كذا التطور المذهل لوسائل النقل و التقدم التقني إلى دفع و زيادة الحركة السياحية بما جعلها تنتقل من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى تجاوز عتبة المليار سائح سنة 2012 و تسجيل مليار و 186 مليون سائح سنة 2015 حسب تقارير المنظمة العالمية للسياحة (unwto, 2016). و بالتالي شكلت السياحة مصدر دخل أساسي للعديد من الدول التي صنعت لنفسها مكانا في

الخارطة السياحية الدولية ، حيث تشكل قيمة الصادرات السياحية بما فيها الصادرات الخاصة بخدمات النقل الدولي ما قيمته 1500 مليار دولار بمعدل 4 مليار دولار يوميا ، كما تتجاوز عائدات السياحة الدولية 1260 مليار دولار مما يفسر قوة هذا القطاع الذي تتجاوز حصته 30% من صادرات الخدمات في حين تتجاوز 7% من الصادرات الإجمالية للسلع و الخدمات .

بالنسبة لدول شمال إفريقيا ، تعد السياحة في المغرب أهم مصادر الإقتصاد المغربي بطلب سياحي يمثل 11% من الناتج المحلي الإجمالي و بالتالي فهي تساهم في خلق الثروة و تقليص البطالة و الفقر ، كما تعتبر السياحة دافعا من دوافع التنمية في الإقتصاد التونسي ، إذ تساهم بحوالي 7% من الناتج المحلي الخام ، و هي ثاني مورد للعملة الصعبة بعد قطاع النسيج ، في حين تبقى السياحة مهمشة في مختلف الإستراتيجيات المتبعة من طرف النظام الجزائري الذي أعطى الأولوية للموارد المعرضة للزوال و بذلك فهي لا تمثل سوى 3.1% من الناتج المحلي الإجمالي. و فيما يلي شكل يوضح الإيرادات المحققة بدول المقارنة :

الشكل رقم 2 : الإيرادات السياحية المحققة بدول المقارنة خلال الفترة 1985-2015



المصدر : من إعداد الباحثة بالإعتماد على مصادر مختلفة :

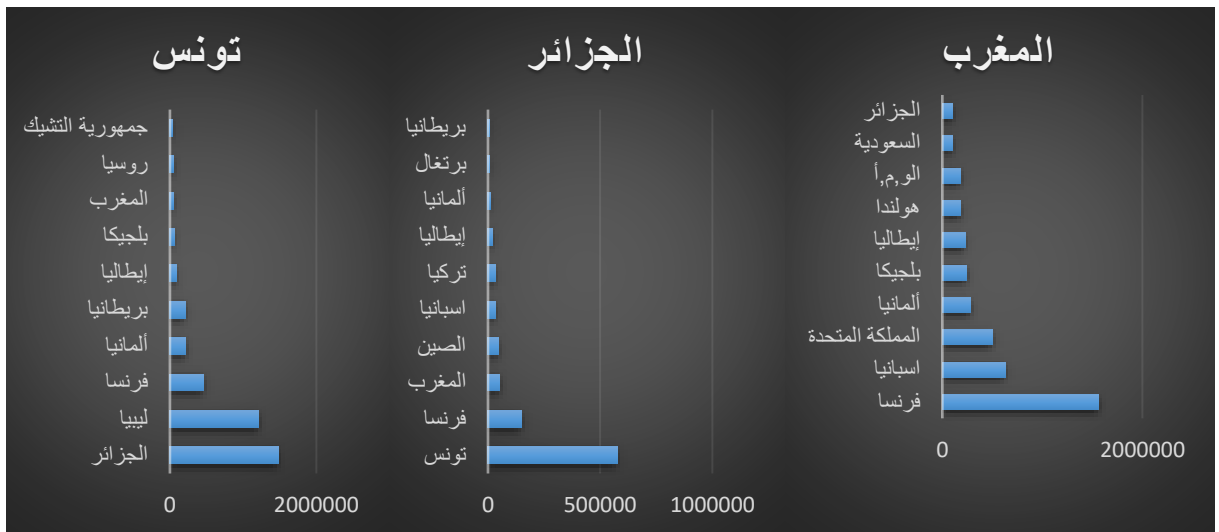
- البنك الدولي على الموقع : www.albankaldawli.org
- أطلس بيانات العالم على الموقع : ar.knoema.com
- موقع وزارة السياحة المغربية : www.tourisme.gov.ma
- الديوان الوطني للسياحة التونسية من خلال الموقع : www.tunisiatourisme.com.tn
- موقع وزارة السياحة الجزائرية : www.mta.gov.dz
- المعهد الوطني للإحصاء بالمغرب

من خلال الشكل السابق تظهر لنا أهمية الإيرادات السياحية المحققة بالمغرب و تونس حيث من الطبيعي أن يكون لتزايد الحركة السياحية إنعكاسا إيجابيا على المداخل السياحية المحققة و العكس يبقى صحيح ، حيث تمثل الإيرادات السياحية المحققة بالمغرب 25 مرة ما هو محقق بالجزائر و تمثل الإيرادات السياحية بتونس 8 مرات ما يتم تحقيقه بالجزائر ، و الملاحظ من حيث الشكل السابق أنه رغم تجاوز تونس المغرب من حيث عدد السياح خلال الفترة 1995-2005 إلا أن الإيرادات المحققة على مستوى المغرب تتجاوز ما هو محقق في تونس ، كما نلاحظ القفزة المحققة في الإيرادات بالمغرب بين 2000-2005 حيث تضاعفت نتيجة تبني رؤية 2010 ابتداء من سنة 2000 التي تبنت عدة إجراءات من ضمنها إتفاقية السماء المفتوحة سنة 2005 مع الإتحاد الأوروبي و التي ساهمت في انخفاض أسعار التذاكر و في بروز أقاليم سياحية جديدة، نلاحظ إنخفاض الإيرادات بالدول الثلاث بين 2010-2015 ، و لابد من الإشارة إلى أن الإيرادات المحققة بالجزائر تبقى بعيدة كل البعد عن ما يتم تحقيقه في دول الجوار، و لذلك لابد من إعادة النظر في الإستراتيجية الحالية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية و عمل تقييم للنتائج المحققة و التي تنحرف عن الأهداف المتوقعة و لما لا الإستفادة من تجارب دول الجوار في هذا المجال فعلى المثال تونس لجأت لمكتب دراسات دولي لوضع إستراتيجية 2016 بغية إستثمار مقوماتها السياحية بشكل أفضل و بالتالي توسيع مناطق الجذب السياحي و زيادة حصتها من السوق الدولية و بالتالي جعل القطاع السياحي أكثر مردودية .

ت. المقارنة حسب الدولة المصدرة للسياح :

لتوضيح أكثر، نستعين بالشكل الموالي، و الذي يبين عدد السياح الأجانب مع إشارة لبلدهم الأصلي :

الشكل رقم (3) : عدد السياح بدول المقارنة حسب السوق السياحية سنة 2015



- البنك الدولي على الموقع : www.albankaldawli.org
- أطلس بيانات العالم على الموقع : ar.knoema.com
- موقع وزارة السياحة المغربية : www.tourisme.gov.ma
- الديوان الوطني للسياحة التونسية من خلال الموقع : www.tunisietourisme.com.tn
- موقع وزارة السياحة الجزائرية : www.mta.gov.dz
- المعهد الوطني للإحصاء بالمغرب

يلعب عامل القرب الجغرافي دور كبير في تحديد السوق المصدرة للسياح في دول المقارنة مما يظهر أهمية السياحة البينية التي تجاوزت نسبتها عالميا 82% ، حيث نجد الجزائر و ليبيا كأهم سوق مصدرة للسياح لتونس بأكثر من مليون سائح لكل منهما ، و بالنسبة للجزائر فتونس و المغرب من أهم الأسواق المصدرة للسياح ، بالنسبة للمغرب فيعتبر الاتحاد الأوروبي أول مصدر للسياح و مع إتجاه نسبته للإخفاض مؤخرا يسعى المغرب للتركيز على أسواق بديلة و إلغاء التأشيرات عن بعض الدول كالصين التي تعد من أهم الأسواق إنفاقا و أول سوق مرسل للسياح حسب تقرير منظمة السياحة العالمية ب 26 % سنة 2015

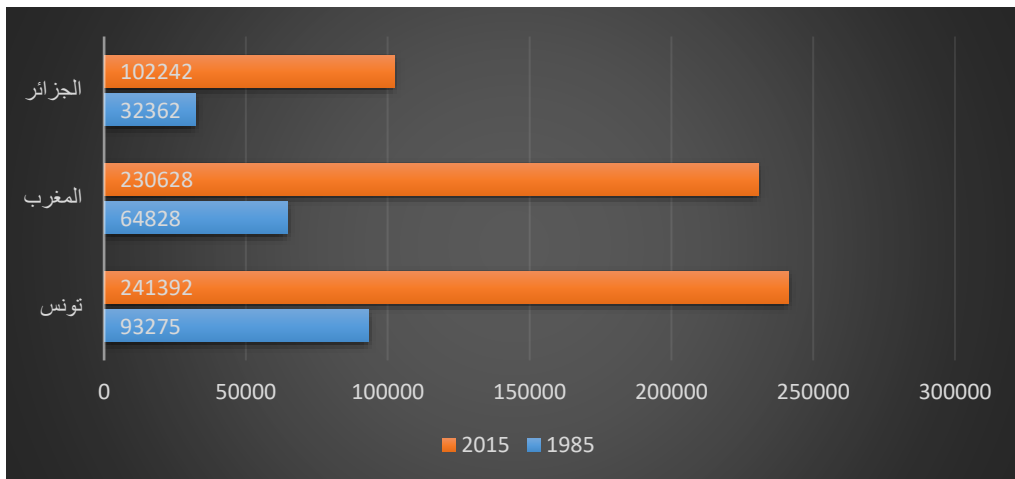
2.1. المقارنة حسب العرض السياحي :

يعتبر العرض السياحي أحد طرفي المعادلة السياحية ، و يشمل كل ماتستطيع المنطقة أن تقدمه لقاصديها من السياح الفعليين و المتوقعين متمثلا بسلسلة متصلة و متكاملة من المغريات و الجوانب الطبيعية و البشرية و من التسهيلات و الخدمات و المنشآت التي من الممكن أن تترك في الأثر في نفوس قاصديها لزيارتها و المكوث فيها لمدة من الزمن دون غيرها (الدباغ، 2008) ، و بالتالي فهو يشمل كل من المقومات الخام طبيعية كانت أو ثقافية و كذا مقومات صناعية بما فيها البنية التحتية و التسهيلات و الخدمات التكميلية ، و الهدف من تحليل مقومات العرض السياحي و مقارنتها على مستوى الدول الثلاث هو تحديد فرص التنمية الحالية و المستقبلية مع تحديد القدرة التنافسية للقطاع السياحي .

أ. الطاقة الإيوائية :

و من ضمن المقومات المادية الهامة التي تعد لبنة أساسية للتطوير السياحي نجد الطاقة الفندقية ، و قد سعت كل من تونس و المغرب لتعزيز الطاقة الفندقية منذ الإستقلال مما ساهم بشكل كبير في تطوير الجذب السياحي و فيما يلي إستعراض لطاقة الإيواء بدول المقارنة لسنوات مختارة .

الشكل رقم 4 : تطور عدد الأسرة بدول المقارنة لسنوات مختارة



المصدر : موقع وزارة السياحة المغربية : www.tourisme.gov.ma

- الديوان الوطني للسياحة التونسية من خلال الموقع www.tunisietourisme.com.tn:

- موقع وزارة السياحة الجزائرية: www.mta.gov.dz

- المعهد الوطني للإحصاء بالمغرب

من خلال الشكل السابق ، يظهر لنا التطور الحاصل في عدد الأسرة بدول المقارنة ، بالنسبة لتونس فقد تضاعف العدد ب 2.5 خلال 30 سنة بمعدل نمو سنوي 5.29%، بالنسبة للمغرب فقد تضاعف عدد الأسرة ب 3.5 بمعدل نمو سنوي 8.52%، أما بالنسبة للجزائر فقد تضاعف العدد ب 3.1 خلال 30 سنة الماضية بمعدل نمو سنوي 7.19% ، يبقى تفسير هذه المعدلات مرتبط بالطاقة الإيوائية لكل بلد فبإجراء مقارنة بسيطة نجد أن الطاقة الإيوائية بالمغرب و تونس تمثل ضعف الطاقة الإيوائية بالجزائر هذا مايعكس ضعف قدرة إنجاز الهياكل السياحية و تهميشها ضمن البرامج الحكومية بالإضافة لتوقف العديد من المشاريع السياحية المبرمجة ضمن المخطط التوجيهي للسياحة و عدم فتح المجال للاستثمار الأجنبي المباشر. لقياس كثافة النشاط السياحي بدول المقارنة سنستعين بمعامل الوظيفة السياحية (كافي، 2009) من خلال الجدول التالي :

الجدول رقم 1: معامل الوظيفة السياحية

الجزائر	تونس	المغرب
0.25%	2.19%	0.67%

المصدر : من إعداد الباحثة

حسب الجدول السابق تم قياس النشاط السياحي و كثافته بدول المقارنة بالإستيعانة بمعامل الوظيفة السياحية معامل الوظيفة السياحية = عدد الأسرة المتاحة / إجمالي عدد سكان المنطقة × 100 ، كلما كانت قيمة هذا المعامل كبيرة دل ذلك على أن المنطقة ذات نشاط سياحي كبير و العكس صحيح) الذي يحسب من خلال

مقارنة عدد الأسرة بعدد السكان ، فنجد أن قيمة هذا المعامل بتونس 2.19% مما يدل على كثافة النشاط السياحي بالمنطقة ، إلا أن تفسير هذا المعامل يبقى محدود لإختلاف المساحة وكذا عدد السكان بالدول الثلاثة .

ب. المقارنة حسب القدرة التنافسية للقطاع السياحي بالدول الثلاثة :

يساهم مفهوم التنافسية على المستوى الكلي في تحسين الأداء و الإستمرارية في التطور و الابتكار كما يعبر عن قوة الإقتصاد السياحي ، حيث لا يقتصر التدقيق التنافسي على مؤشرات الأداء السياحي كالحصة السوقية و الأرباح المحققة و الدخل السياحي بل لابد من توسيع قاعدة التدقيق لتشمل العناصر المكونة للمنتج السياحي (نقصد بذلك العرض السياحي) لذلك سنعتمد على التدقيق التنافسي من خلال تقرير المنتدى الإقتصادي العالمي (منتدى دافوس) الذي يقوم بتصنيف 141 دولة ضمن 14 مؤشر منفصل لمعرفة تنافسية القطاع السياحي بالجزائر و موقعه مقارنة بالوجهات السياحية المنافسة (المغرب و تونس) ، و فيما يلي جدول يوضح ذلك :

الجدول رقم 2: تنافسية القطاع السياحي بدول المقارنة

الترتيب عربيا	الجزائر	المغرب	تونس
12	04	08	
الترتيب دوليا	123	62	71
المؤشر الأول : البيئة التمكينية	99	71	75
المؤشر الثاني : السياسات و الظروف الملائمة	135	62	50
المؤشر الثالث : البنية التحتية	133	68	76
المؤشر الرابع :الموارد الطبيعية و الثقافية	90	45	99

المصدر : المنظمة العربية للسياحة عبر الموقع : www.arab_tourismorg.org

رغم موارد الجذب السياحي الخام التي تزخر بها الجزائر و التي تعد متشابهة تقريبا بدول المغرب العربي ، إلا أن ترتيبها سواء على المستوى العربي أو الدولي يعد الأخير بالنسبة لدول المقارنة و هذا راجع لكون الميزة النسبية التي تمتلكها الجزائر في هذا المجال لا يمكن أن تتحول لميزة تنافسية دون سياسات و إستراتيجيات داعمة ، فالميزات التنافسية لا تعتمد على الموارد الخام بقدر إعتمادها على الموارد المبتكرة من خلال السياسات الداعمة . (بلقاسم، 2008) مثلا نلاحظ أن الجزائر متقدمة عن تونس في المؤشر الخاص بالموارد الطبيعية و الثقافية إلا أن هذا لم يمنع تونس من تحقيق القيمة المضافة لإقتصادها من خلال السياحة على غرار الجزائر ، كون الصناعة السياحية عملية معقدة و لا تكفي بالموارد الخام كما أشرنا و إنما تحتاج لسياسات داعمة و إستراتيجيات تسويقية فعالة ، بالنسبة للمؤشر الأول البيئة التمكينية و الذي إحتلت فيه الجزائر المرتبة 99 دوليا و المرتبة الأخيرة بدول المقارنة رغم تفوقها على تونس و المغرب في المؤشر الفرعي الصحة و النظافة و تفوقها على تونس في المؤشر الأمن و السلامة إلا أن سبب تراجعها في هذا المؤشر يرجع للمؤشرات الفرعية بيئة العمل ، الموارد البشرية لما للعنصر البشري من أهمية في القطاع الخدمي و تكنولوجيا المعلومات حيث تشكل السياحة الإلكترونية القسم الأكبر من حجم التجارة

الإلكترونية و تعد أحد الأدوات الهامة التي يستعان بها اليوم لتسويق الوجهات السياحية و هي تساهم في خفض التكاليف ، تحسين الأداء و زيادة التنافسية. بالنسبة للمؤشر الثاني السياسات و الظروف الملائمة فقد إحتلت الجزائر المرتبة 135 دوليا من ضمن 141 دولة ، و قد جاء هذا الترتيب المتأخر إلى ضعفها في نتائج المتغيرات الفرعية المكونة للمؤشر ، خاصة أولويات السفر و الإنفتاح الدولي لذلك لابد من خلق مناخ إستثماري ملائم لتشجيع الإستثمار الخاص المحلي و الأجنبي مع إعادة النظر في السياسات و الأنظمة المعمول بها في القطاع و الإستدامة البيئية في حين قد تحصلت على نتائج متقدمة بخصوص تنافسية الأسعار و هذا راجع لإنخفاض تكاليف المعيشة و كذا إنخفاض تكاليف أسعار الوقود التي تساهم في خفض تكاليف السفر. بالنسبة للمؤشر الثالث البنية التحتية فقد إحتلت الجزائر كذلك المرتبة الأخيرة مقارنة بتونس و المغرب لضعف المؤشرات الفرعية المتعلقة بالبنية التحتية (النقل الجوي كعدد المطارات و عدد شركات الطيران و عدد الرحلات الدولية ، النقل البري و النقل البحري كنوعية شبكة الطرقات البرية و البحرية بالإضافة لبنية الخدمات السياحية التي تركز على طاقة الإيواء و مدى توفر شركات تأجير السيارات و الصراف الألي ATMS) مما يدل أن البنية التحتية للقطاع السياحي بالجزائر لم ترتقي إلى المستوى المطلوب و مازالت هناك أشواط طويلة قبل الوصول لما يتم تحقيقه بدول الجوار.

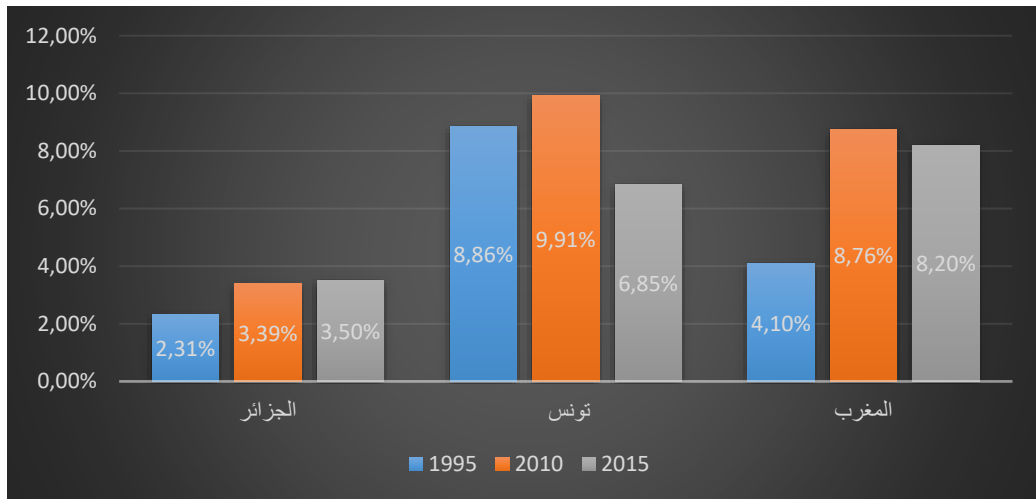
2. الدور الإقتصادي للسياحة الدولية بدول المغرب العربي:

نحاول تقييم الدور الإقتصادي لقطاع السياحة الدولية في اقتصاديات بلدان المقارنة ، و يتم ذلك من خلال الإعتماد على مؤشر الناتج المحلي الإجمالي كمؤشر للنمو و كذلك من خلال حساب موازنة السياحة الدولية أي بخصم نفقات السياحة الدولية من عائداتها ، في الفترة الممتدة من 1995-2015 و هي الفترة التي تتوفر حولها المعطيات بالنسبة للدول الثلاثة. ثم نقوم بفحص المساهمة الصافية لقطاع السياحة الدولية عن طريق ربط موازنة السياحة الدولية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي و يتم أيضا تقييم القطاع كمصدر لعائدات النقد الأجنبي من خلال ربط عائدات السياحة الدولية كنسبة مئوية من إجمالي الصادرات و بالتالي تبيان دوره في ميزان المدفوعات ، بالإضافة لأحد المتغيرات التي تعد رئيسية و هي المساهمة في التشغيل .

1.2 مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي :

يزداد دور السياحة في الإقتصاد في الدول ذات الجذب السياحي المهم إلا أنه أحيانا تتطلب هذه الصناعة الترفيهية جهودا دؤوبة و متواصلة تنهض على ثقافة الخدمة و بدونها لا يمكن تحقيق الأثر الإيجابي المرجو ، حيث يتبين لنا من خلال دراسة الدور الإقتصادي لقطاع السياحة الدولية في إقتصادات بلدان المقارنة من حيث صافي مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي أن السياحة الدولية نشاط رئيسي في كل من المغرب و تونس و في المقابل ليس له دور ذو أهمية في الجزائر .

الشكل رقم 5: المساهمة المباشرة لقطاع السياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي



المصدر : قاعدة بيانات العالم أطلس على الموقع : www.knoema.com

أولى المغرب خلال العقدين الأخيرين مكانة هامة للسياحة ، بحيث يساهم النشاط السياحي بشكل كبير في خلق الثروات باعتباره ثاني مساهم في الناتج المحلي الإجمالي بطلب سياحي إجمالي يمثل حوالي 11% من الناتج المحلي الإجمالي ، و مساهمة مباشرة تقدر حوالي 8% و قد سجلت مساهمة السياحة في الناتج الداخلي الإجمالي تباطؤا طفيفا نتيجة ظرفية عالمية صعبة على مستوى أهم الأسواق التقليدية المصدرة للسياح بإتجاه المغرب (المندوبية السامية للتخطيط، 2012).

بالنسبة لتونس فتعتبر السياحة من أهم العناصر الداعمة للإقتصاد بعد قطاع النسيج بمساهمة مباشرة في الناتج المحلي الإجمالي تتجاوز 6% رغم أنها في إنخفاض منذ 2010 و هي تعتبر كسنة مرجعية لأحداث الربيع العربي التي قصفت بقطاع السياحة في تونس بالإضافة لعدة عوامل أخرى منها إرتباط السياحة بالساحل و نقص التنوع في المنتج السياحي و كذا الإرتباط بالأسواق الأوروبية التقليدية المصدرة التي يتجه معدلها للإنخفاض خصوصا بعد الأحداث الإرهابية لسنة 2015 .

بالنسبة للجزائر لايمكن إعتبار النشاط السياحي كمساهم و داعم للتنمية الإقتصادية حيث أنه طيلة سنوات الدراسة تأرجحت المساهمة المباشرة بين 2 ل 3% من الناتج المحلي الإجمالي و هذا حسب إحصائيات المجلس العالمي للسياحة و السفر في حين نجدها لا تتجاوز 1.6% حسب إحصائيات وزارة السياحة الجزائرية ، و يرجع ضعف مساهمة النشاط السياحي لهيمنة قطاع المحروقات على الإقتصاد الجزائري الذي يفتقر لتنوع مصادر الثروة و من جهة أخرى عدم الإهتمام الجدي بالسياحة من خلال البرامج الحكومية المتبناة من طرف السلطات المعنية.

2.2: أثر السياحة على ميزان المدفوعات:

ميزان المدفوعات يعتبر بمثابة الحساب الذي يسجل قيمة الحقوق و الديون الناشئة بين بلد معين و العالم الخارجي وذلك نتيجة المبادلات و المعاملات التي تنشأ بين المقيمين في هذا البلد ونظرائهم بالخارج خلال فترة زمنية عادة ما

تكون سنة. كما يمكن تعريفه بأنه سجل لحقوق الدولة وديونها خلال فترة معينة. وهو عبارة أيضا عن تقدير مالي لجميع المعاملات التجارية والمالية التي تتم بين الدولة والعالم الخارجي خلال فترة زمنية معينة غالبا ما تكون سنة. ولميزان المدفوعات أهمية كبيرة لأنه من خلال دراسة مفرداته يعكس درجة التقدم الاقتصادي في هذا البلد، ويمكننا من تحديد مركزه المالي بالنسبة للعالم الخارجي. (الكريم، محاضرة). و تدخل السياحة ضمن الصادرات غير المنظورة في ميزان المدفوعات و تتحدد أهميتها من خلال الميزان السياحي، إذ يتضح حجم مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات من خلال الإيرادات السياحية و التي تتمثل في الإنفاق أو الدخل السياحي و هو ما يمثل الأثر الإيجابي للنشاط السياحي، كما تؤثر الحركة السياحية على جانب المدفوعات و التي تمثل الإنفاق السياحي في الخارج و تجدر الإشارة أن النشاط السياحي لا يقتصر على حركة إنتقال السياح دوليا و مايرافقها من إنفاق مباشر بواسطة السياح على السلع و الخدمات بل يتعدى ذلك إلى نشاط المنتجين أصحاب المشاريع السياحية و مايتطلبه نشاطهم من إنتقال للسلع الإستهلاكية و الإنتاجية و القوى العاملة بالإضافة لإنتقال رؤوس الأموال عبر الحدود. (كريشان، إحصائيات السياحة في الأردن) و الجدير بالإشارة أن مجرد الإطلاع على الميزان السياحي و الذي يتحدد من خلال الفرق بين الإيرادات و النفقات السياحية تتضح لنا صورة واضحة عن النشاط السياحي في بلدان المقارنة، و فيما يلي عرض لتطور رصيد الميزان السياحي في كل من الجزائر، تونس و المغرب و كذا تقدير أثره على ميزان المدفوعات.

الجدول رقم 3: تقدير أثر النشاط السياحي في ميزان المدفوعات الوحدة : مليون دولار

السنوات المختارة	رصيد الميزان السياحي		
	الجزائر	المغرب	تونس
1995	155.1-	1114	1546
2000	91-	1774	1670
2005	185.7-	4431	2348
2010	355.2-	7070	2869
2015	373-	5880	1103

المصدر :

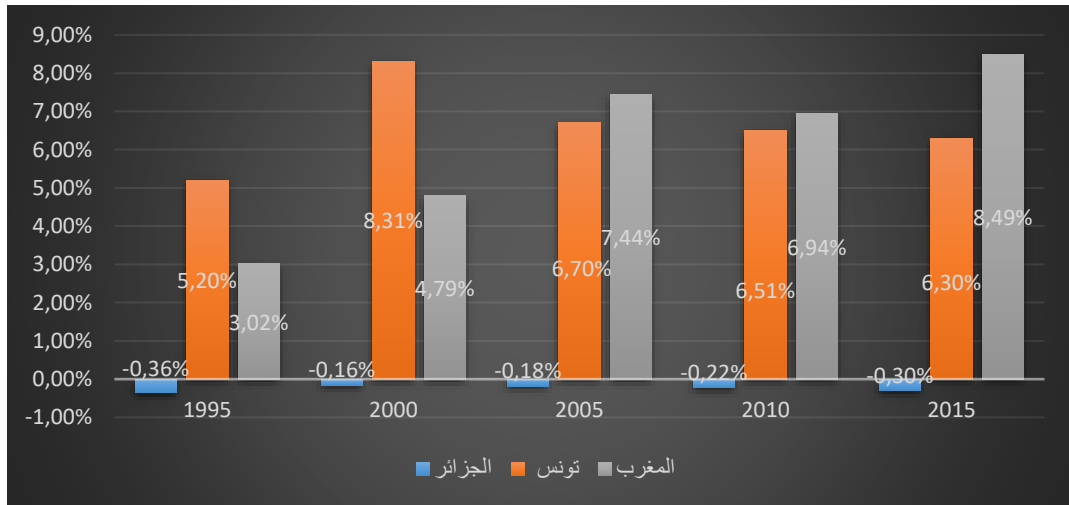
- موقع وزارة السياحة الجزائرية : www.mta.gov.dz

- موقع البنك الدولي : www.data.albankaldawli.org

أوضح الميزان السياحي الجزائري عجزا مستمرا متزايدا حيث و بمقارنة الإنفاق السياحي بالإيرادات السياحية نجد أن مقدار العملات الأجنبية التي ينفقها المواطنون في الخارج أعلى من حجم العملات الأجنبية الناتجة عن تدفقات السياح غير المقيمين، و هو ما يؤثر سلبا على ميزان المدفوعات و هذا راجع بالأساس لإنخفاض عدد السياح و تدني متوسط فترة الإقامة التي لا تتجاوز ليلتين و كذلك إنخفاض متوسط الإنفاق السياحي، بالنسبة

لدول المقارنة فلاحظ تسجيل رصيد إيجابي و تسجيل معدلات نمو إيجابية بين 1995-2010 إلا أن الفترة بين 2010-2015 تعرف إنخفاض رصيد الميزان السياحي و تسجيل معدل نمو سلبي الذي يعد بالغ الأهمية في تونس حيث يتجاوز -60% . ومن أجل التعمق أكثر في الدور الإقتصادي للسياحة في كل من الجزائر ، تونس و المغرب إعتدنا على إحصائيات البنك الدولي لتحديد صافي مساهمة قطاع السياحة الدولية بحساب ميزان السياحة الدولية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي .

الشكل رقم 6: ميزان السياحة الدولية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي



كون الميزان السياحي في الجزائر يعاني من عجز طيلة السنوات المختارة فبالتالي لن يكون للنشاط السياحي من دور يذكر في الناتج المحلي الإجمالي ، في حين نلاحظ المساهمة الفعالة للنشاط السياحي في كل من المغرب و تونس التي تبلغ على التوالي 8.49% و 6.30% و نستطيع إستنتاج أن القطاع السياحي في المغرب إستطاع الإستفادة من الظرفية الصعبة التي تمر بها السياحة في تونس حيث نلاحظ تحقيق معدل نمو إيجابي بين 2010 و 2015 يتجاوز 22% .

3.2 المساهمة في التوظيف :

يعتبر عنصر العمل من أهم العناصر التي تساهم في العملية الإنتاجية لأي نشاط إقتصادي و من أهمها النشاط السياحي و هذا ناتج عن القابلية الفائقة لقطاع السياحة على توليد فرص العمل كونه ينتمي للقطاع الخدمي و الذي يعتمد بالأساس على العامل البشري .

إلا أنه توجد تحديات كبرى في إستخلاص أرقام دالة بشأن العمالة في الصناعات السياحية ، و تتمثل هذه التحديات في الطابع الموسمي للعمل و التغير الكبير في ظروف العمل و المرونة و الإفتقار إلى الطابع الرسمي في كثير من عقود العمل . (OMT، 2009).

كما توصف السياحة بأنها صناعة تمتاز بكثافة الأيدي العاملة ، و تتولد فرص العمل في هذا القطاع سواء بشكل مباشر و تشمل فرص العمل لدى الفنادق و المطاعم و مكاتب ووكالات السفر و السياحة بالإضافة لجميع العاملين بالمؤسسات و المنظمات السياحية الحكومية و غير الحكومية ، أو بشكل غير مباشر و تتضمن جميع فرص العمل المستحدثة في كافة القطاعات الاقتصادية الأخرى المرتبطة بالنشاط السياحي ، و تعد الطريقة المباشرة هي المؤشر الأساسي عن حجم و تطور العمالة في صناعة السياحة ، إذ تأتي الفنادق و المطاعم في مقدمة القطاعات الاقتصادية من حيث حجم و نوع العمل الذي يتركز عليه النشاط السياحي ، أما حجم فرص العمل و الوظائف غير المباشرة فيصعب تقديرها لذلك غالبا لا يتم الإشارة إليها في العديد من الدراسات التطبيقية . (الراوي، 2009) من خلال الجدول و الشكل الموالي سنحاول توضيح المساهمة المباشرة لقطاع السياحة و السفر في التوظيف كنسبة من إجمالي العمالة في دول المقارنة :

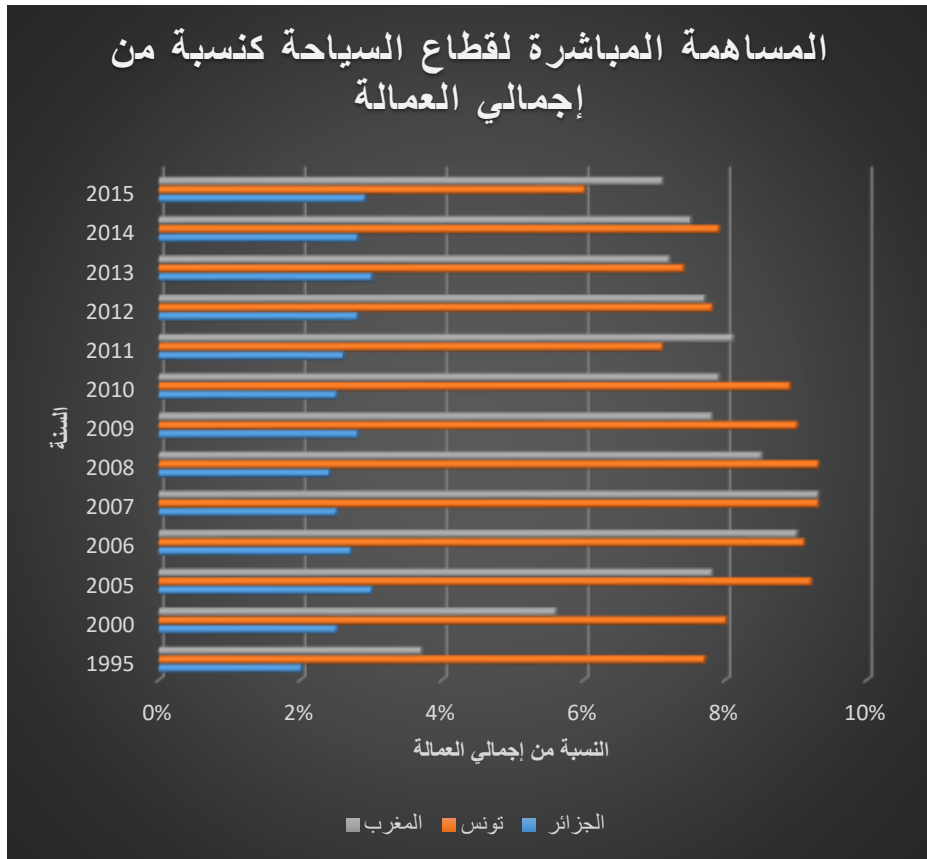
الجدول رقم 4 : المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في التوظيف كنسبة من إجمالي العمالة

السنة	الجزائر	تونس	المغرب
1995	2%	7.7%	3.7%
2000	2.5%	8%	5.6%
2005	3%	9.2%	7.8%
2006	2.7%	9.1%	9%
2007	2.5%	9.3%	9.3%
2008	2.4%	9.3%	8.5%
2009	2.8%	9%	7.8%
2010	2.5%	8.9%	7.9%
2011	2.6%	7.1%	8.1%
2012	2.8%	7.8%	7.7%
2013	3%	7.4%	7.2%
2014	2.8%	7.9%	7.5%
2015	2.9%	6%	7.1%

المصدر : قاعدة بيانات العالم أطلس على الموقع : www.knoema.com

و لتوضيح أكثر نستعين بالشكل التالي :

الشكل رقم 7 : المساهمة المباشرة لقطاع السياحة كنسبة من إجمالي العمالة



المصدر : من إعداد الباحثة بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الشكل و الجدول السابقين ، يتضح لنا دور القطاع السياحي في تقليص البطالة و الحد من الفقر في كل من المغرب و تونس ، حيث يقدر المعدل المتوسط للمساهمة المباشرة لقطاع السياحة في التوظيف بتونس بـ 8.21% و في المغرب 7.48% و هي نسب متقاربة و قريبة من المعدل العالمي المقدر بـ 11% ، و يجدر بالإشارة أن المساهمة المباشرة لقطاع السياحة و السفر بكل من تونس و المغرب تسجل معدلات نمو سلبية في السنوات الأخيرة ، لكن رغم ذلك تحتفظ دول المقارنة بمكانتها الريادية بالمقارنة مع الجزائر التي تتأرجح فيها المساهمة المباشرة بين 2 ل 3% من إجمالي العمالة و هي نسبة ضعيفة جدا و تدل على عدم إستفادة المجتمعات المحلية من فرص العمل التي يوفرها القطاع السياحي باعتباره صناعة متشابكة مع العديد من القطاعات ، كذلك يسمح لنا الشكل السابق باستنتاج فشل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية الذي يعتبر كاستراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي الجزائري في تحقيق الأهداف المتعلقة بجعل السياحة أحد مكونات النمو الإقتصادي من خلال المساهمة في

إنشاء مناصب شغل جديدة و هذا راجع لضعف إنجاز الهياكل القاعدية من جهة و لتوقف بعض المشاريع الإستثمارية التي تم تبنيتها من خلال SDAT2030.

الخاتمة:

إن صناعة السياحة في العالم ليست مجرد فندق و إنما هي ترفيه و خدمات راقية المستوى و معتدلة الأسعار و تتطلب بيئة مناسبة من حيث الإستقرار السياسي و الأمني (العزیز، 2012) و إستراتيجية مناسبة مبنية على أسس مدروسة نابعة من تشخيص علمي ، كون السياحة نشاط و صناعة ترفيهية لا تحتكر على الدول و الأقاليم التي تمتلك مقومات طبيعية فحسب ، و إنما تتطلب جهود دؤوبة و متواصلة تستمد من ثقافة الخدمة خصوصا في ظل محيط تنافسي كشمال إفريقيا .

و يبرز دور السياحة إقتصاديا من خلال تأثيره على عدة متغيرات أهمها التشغيل ، ميزان المدفوعات ، تشكيل الدخل الوطني و إعادة توزيعه ، الإستثمار في البنى التحتية و غيرها ¹ . لذا نجد العديد من الدول تستثمر في السياحة على أساس أنها أحد الركائز الأساسية لبناء إقتصاد قوي و منتج على غرار التجربتين التونسية و المغربية ، حيث يؤدي نمو هذا القطاع إلى نمو العديد من القطاعات الأخرى مما ينعكس بالإيجاب على الإقتصاد الوطني ككل . و قد توصلنا من خلال تحليل مختلف المؤشرات السياحية بدول المقارنة إلى أن المؤشرات الإقتصادية للقطاع السياحي بالمغرب و تونس إيجابية كون الإهتمام بالقطاع السياحي في كل من المغرب و تونس تم بعد الإستقلال مباشرة بتبني برامج تهدف لتطوير القطاع و تخصيص ميزانيات هامة و العمل على مواصلة الإستثمار في القطاع الفندقي و إستهداف السوق الأوروبية في مرحلة أولى ، إلا أننا لاحظنا و من خلال تتبعنا للسياسة السياحية المتبعة من طرف الجزائر منذ الإستقلال تهميش القطاع و لحق ذلك عشرية اللأمن مما أفضى لنتائج سلبية لحد ما و بغية الإستفادة من تجربي تونس و المغرب نقترح مقارنة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المتبنى منذ 2008 مع رؤية 2020 للسياحة بكل من تونس و المغرب من خلال تحليل الأهداف و كذا الأليات المتبعة و الورشات الكبرى للإستراتيجيات .

المراجع المستعملة:

- أبو رمان ، أسعد و الراوي ، عادل .(2009)، السياحة في الأردن ، الأردن ، إثراء للنشر و التوزيع.
- اسماعيل محمد علي الدباغ و آخرون .(2008)، العلاقة بين العرض و الطلب السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها ، مجلة الإدارة و الإقتصاد ، العراق ، جامعة المستنصرية ، العدد الثاني والسبعون.
- الحساب الفرعي للسياحة .(2009)، الإطار المنهجي الموصى به ، المنظمة العالمية للسياحة ، العدد 80 ، منشورات الأمم المتحدة.
- العباس بلقاسم .(2008)، برنامج سياسات تطوير القدرة التنافسية ، الكويت ، المعهد العربي للتخطيط.
- المغربي محمد الفاتح محمود.(2016)، تسويق خدمات السياحة ، عمان ، دار الجنان للنشر و التوزيع.
- المندوبية السامية للتخطيط .(2012)، المغرب، مذكرة إخبارية حول نتائج حسابات السياحة.
- عراب عبد العزيز .(2012)، إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر ، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية و الإنسانية ، العدد 8 .
- عماد الدين الفاضل عبد الكريم ، إقتصاديات السياحة البيئية ، درس.
- فؤاد كريشان.(2014) ، محاضرة بعنوان " إحصائيات السياحة في الأردن "، الأردن ، جامعة الحسين بن طلال.
- كافي مصطفى يوسف.(2009)، صناعة السياحة و الأمن السياحي ، الأردن ، دار رسلان للنشر و التوزيع، ط1.
- UNWTO. (2016), Faits saillants OMT du Tourisme, p2.