

مقومات العرض السياحي وسبل ترفيته لتحقيق الجذب السياحي دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب

The components of the tourist offer and the means to promote it to achieve tourist attractiveness - Comparative study between Algeria and Morocco

Les composantes de l'offre touristique et les moyens de la promouvoir pour atteindre l'attractivité touristique - Etude comparative entre l'Algérie et le Maroc

بوشوشة هبة*¹، بن محمد هدى²، طوبال ابتسام³

تاريخ النشر: 2022/12/02

تاريخ القبول: 2021/06/60

تاريخ الإرسال: 2021/03/01

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مختلف المقومات والمؤشرات التي تعكس طبيعة القطاع السياحي في كل من الجزائر والمغرب، من خلال دراسة واقع العرض السياحي على مستوى البلدين، إذ تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم وطبيعة الدراسة. ولقد توصلت هذه الدراسة إلى أن العرض السياحي الجزائري يتميز بتنوع مقوماته الطبيعية والثقافية مع تسجيل نشاط ملموس في بيئته الاستثمارية خاصة البنى التحتية كشبكة الطرقات، إلا أنه يعاني قصورا في عدد منشآت الفندقية، الأمر الذي خلق فجوة كبيرة في مؤشرات أداء قطاع السياحة الجزائري مقارنة مع قطاع السياحة المغربي الذي يعرف نموا وتطورا ملموسا على الرغم من محدودية مقوماته السياحية مقارنة بالجزائر، إذ تم الاستثمار بصفة كبيرة على توفير خدمة الايواء من خلال دعم القطاع الفندقي بصفة خاصة والعرض السياحي المغربي بصفة عامة. وبالتالي توصي الدراسة بضرورة صياغة برامج وخطط فعالة وتبني استراتيجيات بناءة من أجل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر وبالتالي تنويع القطاع الاقتصادي ككل في ظل تراجع الاقتصاد الريعي الذي يعتمد على المحروقات.

الكلمات المفتاحية: القطاع السياحي، مقومات العرض السياحي، الجذب السياحي.

Abstract :

This study aims to identify the various components and indicators that reflect the nature of the tourism sector in both of Algeria and Morocco, by studying the reality of the tourism offer at the two countries. This study concluded that the Algerian tourist offer is characterized by the diversity of its natural and cultural components and the recording of tangible activity in its investment environment, especially infrastructure such as the road network, but it suffers from a shortcoming in the number of its hotel facilities, which created a large gap in the performance indicators of the algerian tourism sector compared to the moroccan one, who knows tangible growth and development despite the limitations of its tourism components compared to Algeria, a large investment was made to provide accommodation service by supporting the hotel sector in particular and the Moroccan tourism offer in general. Therefore, the study recommends the need to formulate effective programs and plans and adopt constructive strategies for the advancement of the tourism

*المؤلف المراسل

¹ Bouchoucha Hiba, University of Constantine2-Abdelhamid Mehri, Algeria, hiba.bouchoucha@univ-constantine2.dz

² Benmohamed Houda, University of Constantine2-Abdelhamid Mehri, Algeria, houda.benmahamed@univ-constantine2.dz

³Toubal Ibtissem, University of Constantine2-Abdelhamid Mehri, Algeria, ibtissem.toubal@univ-constantine2.dz

sector in Algeria and thus Diversification of the economic sector as a whole in light of the decline in the rentier economy that depends on hydrocarbons.

.Keywords: The tourism sector, Elements of the tourist offer, Tourist attractions.

Résumé :

Cette étude vise à identifier les différentes composantes et indicateurs qui reflètent la nature du secteur touristique tant en Algérie qu'au Maroc, en étudiant la réalité de l'offre touristique au niveau des deux pays. Cette étude a conclu que l'offre touristique algérienne se caractérise par la diversité de ses composantes naturelles et culturelles et l'enregistrement d'une activité tangible dans son environnement d'investissement, notamment les infrastructures telles que le réseau routier, mais elle souffre d'une insuffisance dans le nombre de ses installations hôtelières, ce qui a créé un écart important dans les indicateurs de performance du secteur touristique algérien par rapport au secteur touristique marocain qui connaît une croissance et un développement tangibles malgré les limites de ses éléments touristiques par rapport à l'Algérie, car un investissement important a été réalisé pour fournir un service d'hébergement en soutenant le secteur hôtelier en particulier et l'offre touristique marocaine en général. Par conséquent, l'étude recommande la nécessité de formuler des programmes et des plans efficaces et d'adopter des stratégies constructives afin de faire progresser le secteur touristique en Algérie et ainsi diversifier le secteur économique dans son ensemble, compte tenu du déclin de l'économie rentière qui dépend des hydrocarbures.

Mots clés: Le secteur du tourisme, Les éléments de l'offre touristique, Les attraits touristiques.

مقدمة

تعد السياحة من الصناعات العالمية والقطاعات الاقتصادية الرائدة في عالمنا المعاصر، فهي تساهم بشكل فعال في تنشيط الاقتصاد وتحسين وضعية ميزان المدفوعات من خلال امتصاص البطالة، ترقية الاستثمارات ودعم البنى التحتية إضافة إلى البعد الإنساني والحضاري الذي تجسده من خلال تبادل الإرث الثقافي فيما بين الشعوب.

لقد تزايد الاهتمام بالسياحة في مختلف دول العالم، على غرار دول المغرب العربي التي تتنافس فيما بينها لاستقطاب أكبر عدد من السياح من خلال تنمية وترقية مواردها ومقوماتها السياحية الضخمة، والعمل على استغلالها استغلالاً أمثلاً لجعلها مناطق إستراتيجية للجذب السياحي العالمي.

تمتلك الجزائر موارد سياحية كبيرة ومقومات عرض سياحي متنوعة خاصة المقومات الطبيعية والثقافية، الأمر الذي يستوجب استغلالها استغلالاً جيداً للنهوض بقطاع السياحة والاتجاه نحو التقليل من الاعتماد الكلي على قطاع المحروقات من خلال وضع إستراتيجيات بناء لهذا القطاع، واستغلال مقوماته لجذب أكبر عدد من السياح خاصة في ظل التنافس الشديد الذي تشهده الجزائر من طرف دول الجوار، خاصة المغرب الذي يعرف طفرة نوعية في هذا القطاع. من خلال ما تقدم جاء هذا البحث لدراسة الإشكالية التالية:

ما هو واقع العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب؟ وما هي سبل ترفيته؟

حتى تتسنى لنا الإجابة على هذا التساؤل الرئيسي تم طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية والمتمثلة في:

- ما هي أوجه الاختلاف بين مقومات العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب؟
- ما هي أهم الاستراتيجيات التي تم وضعها لترقية العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب؟

● فرضيات البحث لبحث:

للإجابة على إشكالية البحث إرتئينا وضع الفرضية الرئيسية الآتية:

- ان ترقية مقومات العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب يجعل منهما مناطق جذب سياحي بامتياز. ويندرج من خلال هذه الفرضية فرضيتين فرعيتين هما:
- تختلف مقومات العرض السياحي في الجزائر عن مقومات العرض السياحي في المغرب.
- تعمل كل من الجزائر والمغرب لترقية عرضهما السياحي واستقطاب أكبر عدد من السياح في المنطقة .

● أهمية البحث:

للبحث أهمية خاصة تتمثل في:

- التعرف على مقومات العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب.
- تحديد الفروقات الجوهرية بين كل من القطاع السياحي المغربي والقطاع السياحي الجزائري.
- إبراز معوقات أداء القطاع السياحي في كل من الجزائر والمغرب

● أهداف البحث:

- معرفة مدى قدرة الجزائر على مواكبة التطورات التي يشهدها قطاع السياحة في دول الجوار.
- تقييم العرض السياحي ومقوماته في كل من الجزائر والمغرب وطرق ترقيته لتحقيق الجذب السياحي في كل منهما.
- العمل على عرض تجربة البلدين في مجال السياحة لتحقيق التكامل في السوق السياحي فيما بينهما.

● منهجية البحث:

نظرا لطبيعة الموضوع وللإجابة على إشكالية البحث سنعمد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم وطبيعة الدراسة ذلك من أجل محاولة الإجابة على إشكالية البحث.

● محاور البحث:

تم تقسيم بحثنا هذا إلى ثلاثة محاور هي:

- ✓ ماهية العرض السياحي .
- ✓ مقومات العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب .

✓ سبل ترقية العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب .

1- ماهية العرض السياحي

يمثل العرض السياحي في أي دولة من دول العالم مختلف عناصر الجذب والمقومات السياحية الموجودة في سوقها السياحي بالإضافة إلى مختلف الخدمات السياحية التي تقدمها هذه السوق للسائحين القادمين إليها من مختلف أنحاء العالم. وعلى هذا الأساس سنتعرف فيما يلي على ماهية السوق السياحي وكذا العرض السياحي مع إبراز أهم خصائص هذا الأخير ومقوماته.

1-1- تعريف السوق السياحي

يعرف السوق السياحي على أنه "مكان التقاء الطلب السياحي بالعرض السياحي، حيث يمكن أن يكون مكان الالتقاء في دولة السائح أي الدولة المصدرة للسائحين التي تمثل الطلب السياحي، وأيضا في دولة الزيارة المستقبلية لهم وتمثل في نفس الوقت العرض السياحي، بمعنى أن السوق السياحي ينقسم إلى نوعين رئيسيين هما السوق الخارجي تمثله الدول المصدرة للسائح و السوق الداخلي تمثله الدول المستقبلية للحركة السياحية. (شرفاوي، 2015، صفحة 36).

1-2- تعريف العرض السياحي

يعرف العرض السياحي بأنه جميع ما تقدمه وتعرضه المنطقة السياحية لسائحيها الفعليين والمتوقعين، فهو يتضمن عوامل الجذب التي هي من صنع الإنسان أو الطبيعة، وكذلك السلع والخدمات التي قد تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله عن بلد آخر (بوصفصاف، 2015، صفحة 275). و بالتالي يرتبط العرض السياحي بما تقدمه و تعرضه المنطقة السياحية على سائحيها الفعليين والمتوقعين ، إذ يتضمن مختلف عوامل الجذب الطبيعية، التاريخية والصناعية التي قد تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله عن بلد آخر. (فاطمة حوحو، 2017، صفحة 83). وبالتالي يمثل العرض السياحي المكونات الرئيسية للمنتج السياحي كالخدمات و الصناعات ومختلف النشاطات السياحية التي تجعل من تجربة السفر بالنسبة للسائح ناجحة (Robert W. McIntosh, 1995, p. 296)

1-3 خصائص العرض السياحي

- يتميز العرض السياحي بمجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يلي: (بوزاهر، 2017، صفحة 94، بتصرف)
- قلة المرونة وانخفاض قابلية العرض للتغير بسهولة خاصة على المدى القصير.
 - ارتباط العرض السياحي بالعنصر البشري وبالتالي تتأثر جودة المنتج السياحي بالمهارات بدرجة كبيرة.
 - يقدم العرض السياحي عادة في تشكيلة متناسقة من المنتجات أو الخدمات السياحية.

- يمتاز العرض السياحي بكونه خدمات آنية مباشرة في الغالب نظرا لخاصية التلازمية اللي ترافق الخدمة السياحية المقدمة، لذا يجب الاعتماد في النشاط السياحي على الإطار الكفاء و الأفراد المتدربين.
- تعدد وتنوع العرض السياحي يجعل عدد كبير من المنتجين يساهمون في تصنيع المنتج السياحي منهم من داخل القطاع السياحي ومنهم من خارجه.

1-4 مقومات العرض السياحي:

إن مقومات العرض السياحي مرتبطة أساسا بمكونات المنتج السياحي المتمثلة في مجموعه الثروات السياحية التي تجذب الزبون للاستمتاع بها، ومن هنا لا بد من إبراز هذه العناصر والمقومات لجذب السائح مع العمل على إشباع حاجاته ورغباته التي تشكل على الغالب هدفه من الرحلة السياحية. وعلى هذا الأساس يمكن حصر مقومات العرض السياحي في ما يلي:

الجدول رقم 01: مقومات العرض السياحي ومكوناته الجزئية

المقومات	المكونات الجزئية
المقومات الطبيعية	- الموقع الجغرافي، الجبال، الشواطئ، المناخ، المساحة، المياه الجوفية الأنهار، البحيرات، المسطحات المائية، الحمامات المعدنية، الغابات والبساتين...
المقومات الثقافية والدينية	- التراث الأثري المتنوع، المعالم والبنائات الثقافية والدينية، الأعياد المحلية والتقليدية والفنون الشعبية والألعاب التقليدية. - التراث الشعبي والصناعات التقليدية والحرف اليدوية - المتاحف، المنشآت الدينية، المهرجانات الدولية الثقافية والفنية
المقومات الصناعية	- تتمثل هذه المقومات في كل ما صنعه الإنسان وأصبح له قيمة تاريخية وحضارية يمكن الاعتماد عليها بشكل رئيسي كمصدر جذب سياحي
المقومات البشرية:	- يساهم الأفراد بشكل فعال في خلق صورة ذهنية و انطباع إيجابي لدى الزبون نتيجة لعدم ملموسية الخدمة السياحية و العرض السياحي المقدم.
	- مرافق العامة والبنية الأساسية مثل : شبكات الاتصالات، شبكات الطرقات، النقل الجوي، النقل البحري... الخ - الخدمات العامة والسياحية: وتشمل الخدمات الصحية، الخدمات المصرفية والتأمينية، الخدمات الفندقية، المطاعم السياحية، شركات السياحة ووكالات السفر....
	- مستوى المهارة - مراكز التعليم المتخصص - العمالة - الضيافة- مهارات البيع- حسن الاستقبال- العلاقات الاجتماعية- العلاقات العامة .

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على :

- إسماعيل محمد علي الدباغ وآخرون، (2008). العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها، مجلة. الإدارة والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون، ص 212
- صبري عبد السميع، (2006). الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، ص 12

2- مقومات العرض السياحي في كل من الجزائر و المغرب

تمتلك كل من الجزائر والمغرب مجموعة من المقومات السياحية التي تجعلها متميزة عن بعضها البعض وعن باقي الدول المجاورة لها في نفس الوقت وفيما يلي أهم هذه المقومات :

2-1 المقومات الطبيعية في كل من الجزائر، المغرب:

تعتبر المقومات الطبيعية التي يقدمها العرض السياحي من العوامل الرئيسية المحددة للطلب السياحي، ويمكن حصر أهم هذه المقومات لكل من الجزائر والمغرب في الجدول الموالي:

الجدول رقم 02: مقارنة بين المقومات الطبيعية لكل من الجزائر، المغرب

المقومات الطبيعية	الجزائر	المغرب
الشريط الساحلي	- يمتد الشريط الساحلي على مسافة 1400 كلم يطل على البحر الأبيض المتوسط تتخلله شواطئ و خلجان عديدة.	- يمتد الشريط الساحلي على مسافة الساحلي 1835 كيلومتر، ويفصله عن قارة أوروبا واسبانيا مضيق جبل طارق.
المناطق الجبلية	- سلسلة الأطلس التلي التي تمتد من الشرق إلى الغرب، بحيث تمتاز بمناظر خلابة وخصائص طبيعية كالكهوف	- يضم سلاسل جبلية كجبال الريف، الأطلس المتوسط، الأطلس الكبير، الأطلس الصغير الصحراوي ، تعتبر هذه الجبال بمثابة خزان للمياه بالمغرب،
الحظائر والمحميات الطبيعية	- حظيرة جرجرة ، حظيرة القالة ،حظيرة ثنية الحد ، حظيرة بلزمة ،حظيرة تازا ،حظيرة الشريعة ،حظيرة قورايا ببجاية ،حظيرة تلمسان ،حظيرة الهضاب ،حظيرة الهقار،حظيرة طاسيلي ناجر	- محمية المحيط الحيوي لواحات الجنوب، محمية المحيط الحيوي القاري للبحر الأبيض المتوسط، محمية المحيط الحيوي لأرز الأطلس. والعديد من المنتزهات كمنتزه توبقال،منتزه تازكة بإقليم تازة ، وكذا المنتزه الوطني سوس ماسة... الخ
منطقة الصحراء الكبرى	- منطقة ادرار 427000 كلم ² ، منطقة إيليزي: 286808 كلم ² وهي مصنفة كتراث عالمي منذ 1982 من طرف اليونسكو؛منطقة واد ميزاب التي صنفت هذه المنطقة ضمن التراث العالمي	- يمثل جنوب المغرب في منطقة صحراوية، تتميز برمالها وواحاتها المنتشرة في مختلف أنحاء الجنوب،وقد نتج عن التقاء و تداخل بعض المناطق الصحراوية مع الساحل الغربي الجنوبي، لوحة طبيعية غاية في الجمال.
الحمامات المعدنية	- يصل عدد الحمامات إلى 202 منبع حموي - أهمها : محطة بوحنفة في معسكر، ومحطة حمام قرقور في سطيف وحمام المسخوطين في قالمة.	- وجد في منطقة سيدي حرازم وعين الله، ومولاي يعقوب، القرية من مدينة فاس التاريخية، عيون مياه معدنية غنية بالكبريت، دافئة بمواصفات طبية عالمية، تبلغ درجة حرارة المياه عند خروجها من عمق 1200 م، 54 درجة

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على :

- شرفاوي عائشة، (2015). السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير تخصص تسيير، جامعة الجزائر 03، ص 141.
- ابراهيم خليل بظاظو. (2009). جغرافيا السياحية تطبيقات على الأقطار العربية. عمان: مؤسسة الوراق، ص505.
- <http://mapecology.ma> (2017, 11 06). Consulté le 22,02, 2020.

من خلال الجدول رقم 02 نجد أن الجزائر والمغرب تخران بمقومات وموارد طبيعية ضخمة تجعلهما أقطاب جذب سياحي بامتياز خاصة الجزائر التي تعتبر أكبر دولة عربية وأفريقية في المنطقة، الأمر الذي خلق تنوع للعرض السياحي من ناحية المقومات الطبيعية، كما أضحت الشريط الساحلي الجزائري و المغربي يستقطب العديد من السياح من جميع أنحاء العالم في البلدين خاصة المغرب، فهو يطل على واجهتين بحريتين هما البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي. وهو ما يجعل منه وجهة مفضلة للأجانب وحتى المغاربة في ظل توفر المنشآت الفندقية على طول الشريط، أما السياحة الصحراوية فهي تعرف تطورا كبيرا في الجزائر مقارنة بالمغرب نظرا لكبر مساحة الصحراء الكبرى الجزائرية وتنوع الثروة الحيوانية التي تستقطب هواة الصيد البري خاصة من دول الخليج العربي، كما يمتلك كلا البلدين (الجزائر و المغرب) عدد معتبر من الحظائر والمحميات الطبيعية وأيضا الحمامات المعدنية التي تعتبر عنصر جذب فعال للسائح المحلي خاصة في الجزائر.

2-2 المقومات الثقافية لكل من الجزائر والمغرب

يرى العديد من الاخصائيين أن التنوع الاقتصادي أصبح مرتبطا بالمصادقية الثقافية للسلع المنتجة والخدمات المقدمة (مالك، 2019، صفحة 44)، و تمثل المقومات الثقافية التراث الثقافي المادي و الغير مادي، المنقول وغير المنقول مثل المواقع الأثرية والأبنية التاريخية والتقليدية الحرف فيما يلي أهم المقومات الثقافية لكل من الجزائر، المغرب.

الجدول رقم 03: المقومات الثقافية لكل من الجزائر، المغرب

المغرب	الجزائر	المقومات الثقافية
لقد تم تصنيف العديد من المواقع في المغرب ضمن التراث العالمي، من طرف منظمة اليونسكو، على غرار مدينة فاس القديمة ومدينة مراكش. موقع ثمودة، موقع كوطا وهو مجمع صناعي خاص بتعليق السمك...	- تزخر الجزائر بالعديد من المواقع الأثرية كمدينة القصبة التي صنفت كتراث عالمي سنة 1992 بما العديد من المواقع الأثرية، مدينة تيبازة، تيمقاد، الجميلة، قلعة بني حماد، طاسيلي ناجر...	المواقع الأثرية
المتحف الأثري، متحف الخزف، متحف الوداية، متحف بريد المغرب، متحف العملات، والمتحف الإثنوغرافي بلغازي...	- متحف سيرتا، المتحف الجزائري للآثار القديمة والفنون الإسلامية، المتحف الوطني باردو، المتحف الوطني للمجاهد، متحف تيمقاد، متحف هييون، والمتحف الوطني للفنون الجميلة...	المتاحف
- يشمل العادات والأعراف والتقاليد والمهارات المرتبطة بالفنون اليدوية التقليدية، والعلاج الطبي التقليدي، والموسم الخريفية والربيعية والصيفية، والمهرجانات الموسيقية والشعبية والأندلسية والملحونية وأطباق الأطعمة التقليدية بجميع أصنافها.	- الفنون الشعبية: كالفن الشعبي العاصمي، المألوف القسنطيني الغناء الأندلسي الأصيل، فنون شعبية و فلكلورية. كما نجد تنوع سواها في نوعية الأطباق أو حتى في العادات والتقاليد المصاحبة لها مثل المواسم الدينية المختلفة التي يمكن تقديمها كمنتجات سياحية.	التراث الشعبي
- الصناعات اليدوية والحرف مثل السجاد والأقمشة صناعة النحاس بمدينة فاس، حرفة الجلود بالدار البيضاء التي يوجد بها سوق كاملة والتي أصبحت مقصدا سياحيا للوافدين الأجانب، حرفة التزيين بالجبس وإنتاجه بكل المدن المغربية التي يقوم عمرانها على هذه المادة.	- الصناعات التقليدية من فنون زخرفية وتشكيلية، ومن أهمها: صناعة الملابس التقليدية بمختلف أنواعها كاللباس الصحراوي، العاصمي، القسنطيني، القبائلي... و صناعة الأواني الخزفية، النحاسية و الفخارية، وكذا صناعة الزرابي.	الصناعات التقليدية

المصدر: من اعداد الباحثات استنادا الى:

- بوفليخ نبيل، تقروت محمد، (2010). دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، مداخلة ضمن الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق يومي 11-12 ماي جامعة البويرة، ص 13.
 - شرفاوي عائشة، (2015). السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير تخصص تسيير، جامعة الجزائر 03، ص 141.
- من خلال الجدول رقم 03 نجد أن كل من الجزائر والمغرب تشترك في تراثهما الثقافي المادي وغير المادي وهذا راجع إلى التقارب الجغرافي والتاريخي بين البلدين الأمر الذي يشجع على وضع برامج سياحية مشتركة بين البلدين لاستقطاب السائحين من مختلف دول العالم وجعل دول المغرب العربي منطقة جذب سياحي بامتياز .

2-3 المقومات المادية و الصناعية:

إن صناعة السياحة تستوجب مقومات مادية وصناعية حديثة، وكذا معالم عمرانية ومنشآت سياحية تكمل المقومات السياحية الطبيعية والحضارية والتاريخية للبلد السياحي وتتمثل أبرز الإمكانيات السياحية المادية لكل من الجزائر والمغرب فيما يلي:

2-3-1 الطاقة الفندقية

تتمثل الإمكانيات السياحية المؤسساتية في توفير طاقة فندقية باختلاف تصنيف وحداتها لتناسب مع مختلف المستويات الاقتصادية للوافدين (عثمان، 2018، صفحة 121)، كما تمثل الطاقة الفندقية أحد أهم المؤشرات التي تحدد مدى تقدم القطاع السياحي في بلد معين، إذ أنها تعبر عن القدرة الاستيعابية لمختلف المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة السياحية المضيئة لكونها تمثل قدرة المنطقة على امتصاص السياح والتطورات السياحية المصاحبة له (عميش، 2011، صفحة 260).

أ. الطاقة الفندقية للجزائر

فيما يلي عدد المنشآت الفندقية في الجزائر في الفترة الممتدة من 2016-2018 حسب فئة التصنيف وعدد الأسرة :

الجدول رقم 04: وضعية الحظيرة الفندقية للجزائر 2016-2018 حسب فئة التصنيف

فئة الصنف	سنة 2016		سنة 2017		سنة 2018	
	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة
الفنادق 5 نجوم	13	6734	13	6734	13	6734
الفنادق 4 نجوم	12	2810	23	4508	24	4746
الفنادق 3 نجوم	51	5045	59	5678	62	5886
الفنادق 2 نجوم	46	4425	48	4565	52	5185
الفنادق 1 نجوم	158	11295	159	11335	162	11684
الفنادق بدون نجمة	160	8533	160	8533	162	8590
إقامة سياحية 2 نجمة	02	384	02	384	02	384
إقامة سياحية 1 نجمة	01	313	01	313	01	313
موتيل / نزل طريق 2 نجمة	02	93	02	93	02	93
موتيل / نزل طريق 1 نجوم	01	30	01	30	01	30
نزل ريفي 2 نجوم	01	16	01	16	01	16
نزل ريفي 1 نجمة	01	20	01	20	01	20
قرى العطل 3 نجوم	01	274	01	274	01	274
نزل مفروش وحيد الصنف	05	91	05	91	05	91
نزل عائلي وحيد الصنف	10	426	10	426	10	426
محطة إستراحة وحيد الصنف	06	170	06	170	204	9786
هياكل أخرى موجهة للفندقة	196	9381	196	9381	06	170
مجموع الهياكل المصنفة	-	-	688	52551	709	54428
في طريق التصنيف	566	55380	601	59713	659	64727
المجموع	1232	107267	1289	112264	1368	119155

المصدر: من إعداد الباحثات بالاعتماد على إحصائيات وتقارير وزارة السياحة و الصناعة التقليدية.

من خلال الجدول السابق نجد أن عدد المنشآت الفندقية في الجزائر عرف ارتفاعا ملحوظا إذ قدر عدد هذه الأخيرة ب 1368 سنة 2018 وهو عدد قليل مقارنة بالمقومات السياحية الضخمة التي تملكها الجزائر. كما نجد أن عدد غرف

الفنادق من فئة (خمس، أربعة، ثلاث نجوم) تستحوذ على نسبة 14% من إجمالي الغرف في فنادق الجزائر لسنة 2018، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على أن عدد الفنادق المصنفة التي تستقطب السائح الأجنبي قليل جدا مقارنة بعدد الفنادق المتواجدة على مستوى الحظيرة الفندقية. كما يبين الجدول رقم 04 أن المشاريع الفندقية في الجزائر تتضمن إنشاء الفنادق متوسطة التصنيف والغير مصنفة والتي تستقطب وتجذب الضيوف المتوسطي الدخل الأمر الذي يضمن استقطاب أكبر عدد من الضيوف المحليين من مختلف ولايات الوطن.

ب. الطاقة الفندقية للمغرب

فيما يلي عدد المنشآت الفندقية في المغرب في الفترة الممتدة من 2016-2018 حسب فئة التصنيف وعدد الأسرة :

الجدول رقم 05: وضعية الحظيرة الفندقية للمغرب 2016-2018 حسب فئة التصنيف

سنة 2018		سنة 2017		سنة 2016		فئة الصنف
عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	
39715	101	39041	99	58973	94	فندق *5 وفنادق فاخرة
51344	204	50450	196	49025	190	فندق *4
34120	259	33169	250	32549	243	فندق *3
16564	232	16212	299	16025	225	فندق *2
16472	305	16247	299	15945	293	فندق *1
23914	207	22364	193	21242	185	الإقامات السياحية
20975	48	20720	41	20058	37	النوادي الفندقية
30553	2049	29461	1976	27882	1859	دور الضيافة
27599	672	26166	649	25030	607	فئات أخرى (إقامة عقارية، مأوى، فندق عائلي، فندق طرفي (موتيل)، ملجأ ومخيمات)
261256	4055	253830	3910	244971	3 712	المجموع

Source: <http://www.observatoiredu tourisme.ma/wpcontent/uploads/2020/01/Tourisme-en-Chiffres-2018.pdf> date de consultation 15/02/2020.

بلغت الطاقة الإيوائية للفنادق المصنفة سنة 2018 ما مجموعه 261256 سرير أي حوالي 7426 سرير إضافي مقارنة مع سنة 2017. وتشكل الفنادق من فئة *3 و*4 و*5 نسبة 13% من إجمالي عدد مؤسسات الإيواء السياحي المصنفة في المغرب، وهذا راجع للطلب الفندقي الذي عادة ما يكون من طرف سياح أجنبية الأمر الذي يتطلب غرف ومنشآت فندقية راقية لتلبية حاجاتهم من خلال مختلف الخدمات الفندقية المقدمة .

من خلال الجدول رقم 04 والجدول رقم 05 وبالمقارنة بين الحظيرة الفندقية للجزائر والمغرب نجد أن الصناعة الفندقية في المغرب تعرف انتعاشا كبيرا و تطورا ملموسا من خلال العدد الكبير للمنشآت الفندقية التي تم إنشائها على مستوى المملكة الأمر الذي ضاعف الطلب السياحي الفندقي في المغرب من طرف السائح الأجنبي الذي يركز على أماكن الإيواء بدرجة أولى، وقد عرفت المغرب تطورا كبيرا في هذا المجال إذ تحتل مدينة مراكش المرتبة الرابعة عالميا من حيث عدد الوحدات

الفندقية المصنفة حسب تقرير قدمه trivago سنة 2017. في حين نجد أن تجربة الجزائر في هذه الصناعة فنية نوعا ما بحيث نجد أن عدد المنشآت الفندقية خاصة المصنفة منها محدود وأقل بكثير مقارنة بالمغرب ، وذلك راجع إلى عدم توجه الدولة للاستثمار في الصناعة الفندقية والتركيز على قطاع المحروقات في السنوات السابقة، لكن ومن خلال مؤشرات السياحة في الجزائر للسنوات الخمس الماضية نجد أن عدد المنشآت الفندقية والسياحية عرف تطورا ملحوظا، وهذا من خلال تطبيق الإستراتيجية الوطنية للتنمية السياحة "SDAT 2030" الأمر الذي سيساهم في نجاح التنويع الاقتصادي من خلال تطور البنية التحتية التي من شأنها المساهمة في تحسين بيئة الأعمال، وإعطاء دافعا ومحفزا للاستثمار الخاص والأجنبي المباشر (كورتل، 2019، صفحة 08).

2-3-2 وكالات السياحة والسفر

تلعب وكالات السياحة والسفر دوراً هاماً في تشجيع حركة التدفق السياحي ، وهي تعرف على أنها: "المكان الذي يمكن للشخص الحصول على المعلومات أو الاستشارة الفنية وعمل الترتيبات اللازمة للسفر براً أو بحراً أو جواً" (دعبس، 2003، صفحة 113). و بالتالي فهي تساهم في تنشيط التدفق السياحي للسياحة الدولية، و تساعد السائح على ربح الوقت من خلال تعريفه بمختلف الجهات السياحية، مختلف أماكن الإيواء والإقامة وكذا وسائل النقل وذلك من خلال طرحها لبرامج متكاملة تتلاءم مع دخل السائح، وفيما يلي مقارنة لتطور عدد الوكالات السياحية في كل من الجزائر و المغرب .

الجدول رقم 06: تطور عدد وكالات السياحة والأسفار في الجزائر و المغرب 2016-2018

المغرب			الجزائر			عدد الوكالات السياحية
2018	2017	2016	2018	2017	2016	
1479	1 381	1311	2626	2202	2 041	

المصدر: من اعداد الباحثات بالاستناد إلى :

- إحصائيات وتقارير وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية.

- <http://www.observatoiredu tourisme.ma/wp-content/uploads/2020/01/Tourisme-en-Chiffres-2018.pdf>

نلاحظ من خلال ما سبق أن الوكالات السياحية تنشط بصفة كبيرة في الجزائر مقارنة بالمغرب إذ بلغ عدد الوكالات بها 2626 سنة 2018 بزيادة قدرت ب 406 وكالة مقارنة بسنة 2017، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على تنامي ثقافة السياحة والسفر لدى السائح الجزائري وكذا زيادة الطلب الخارجي السياحي على حساب الطلب الداخلي . أما عن عدد الوكالات السياحية في المغرب فنجد أنه يشكل تقريبا نصف عدد الوكالات المعتمدة في الجزائر ويعود السبب إلى اعتماد السائح الأجنبي على مواقع الحجز الالكتروني مع التركيز على الحجوزات الخارجية من طرف السائح الأجنبي، وتوجيه حجوزات الوكالات السياحية للسياحة المحلية وسفر السياح المغاربة إلى خارج المغرب.

2-3-4 النقل السياحي :

يعتبر النقل السياحي أحد العناصر الأساسية للخدمات والتسهيلات السياحية في أي دولة، إذ أن التطور الحاصل في وسائل النقل بمختلف أنواعه ساهم في ترقية السياحة، و تتلخص أهم الخدمات التي تقدمها منشآت النقل السياحي في تزويد المسافرين بكافة المعلومات التي يطلبونها، بيع التذاكر (حجز و مبيعات التذاكر)، الحجز في الفنادق (حسب الدرجة)، تأجير السيارات السياحية، شحن البضائع بمختلف أنواعها، تزويد المسافرين بالمنشورات المتنوعة عن بلد الزيارة وتوفير الدليل أو المرشد السياحي، الحصول على ثقة العميل عن طريق إرضائه وتكرمه، الاستقبال في المطار. (زكرياء، 2019، صفحة 9). ويوضح الجدول رقم 07 مقارنة بين شبكات النقل التي تخدم القطاعين السياحيين الجزائري والمغربي.

الجدول رقم 07: مقارنة بين شبكات النقل في كل من الجزائر، المغرب

النقل	الجزائر	المغرب
النقل الجوي	- تمتلك الجزائر 52 مطار دولي عبر التراب الوطني منها 13 مطار ترقى للمقاييس الدولية 5 مطارات دولية من الدرجة الأولى و 7 مطارات دولية من الدرجة الثانية و 8 مطارات وطنية، 4 مطار جهوي، 19 مطار دولي ذات الاستعمال المحدود منها 04 مطارات مرتبطة نشاطها بالبحث والاستغلال في مجال المحروقات والمناجم.	- تمتلك المغرب 25 مطار أغلبيتها مطارات مدنية، كما توجد مطارات أخرى لا تشغل أي خطوط جوية تجارية فمنها ما يستعمل للترفيه كرياضة القفز بالمضلات.
النقل البري عبر شبكة الطرقات	- يصل طول شبكة الطرقات في الجزائر 102.452 كلم تتمركز أغلبها في شمال البلاد. منها 28.275 كلم طرق وطنية، 23.936 كلم طرق فرعية، 57.251 كلم طرق بلدية، الطريق السيار شرق-غرب على مسافة 1216 كلم، طريق الوحدة الإفريقية.	- يصل طول طرقات المغرب الى أكثر من 50000 كلم منها الطرق المصنفة، الطرق السيارة، طرق وطنية و جهوية، إقليمية
النقل البري عبر شبكة السكك الحديدية	- يقارب طول السكك الحديدية 45.000 كلم حول 200 محطة تأتي معظمها في شمال البلاد تتكون من 1.435 كلم طرق عادي، 1.055 كلم طريق ضيق، 305 كلم طريق مزدوج، 299 كلم طريق مكهرب. - وتمتلك الشركة الوطنية للنقل 200 محطة مفتوحة تختص بنقل السلع والمسافرين و 200 فرع تربط بين الوحدات والمناطق الصناعية بأهم الموانئ (الجزائر، عنابة، وهران، أرزيو، سكيكدة، بجاية).	- الطول الإجمالي للخطوط 2109 كلم خطوط مكهربة 1287 كلم خطوط بسكة منفردة 1410 كلم خطوط بسكة مزدوجة 639 كلم خطوط بسكة ثلاثية 60 كلم - وتمتلك 59 محطة تجارية و 78 محطة تقنية و يقدر عدد المنشآت الفنية قنطرة سلكية 518 ممرات العبور 66 قنطرة طريقية 264 نفق 32.

<p>النقل البحري</p>	<p>- يعتمد النشاط البحري في الجزائر على 13 ميناء للعديد من الخدمات كالتجارة والصيد البحري إضافة إلى ميناءين للمحروقات إلى جانب الكثير من الموانئ الصغيرة للصيد البحري والترفيه وأهم الموانئ: الجزائر، وهران، عنابة، جيجل والتي تستحوذ 75% من حركة الملاحة.</p>	<p>- يتوفر المغرب على حوالي 35 ميناء موزعة كالتالي : موانئ للتجارة الخارجية، موانئ جهوية للصيد، موانئ محلية للصيدو موانئ ترفيهية .</p>
--------------------------------	--	--

المصدر : من اعداد الباحثات بالاعتماد على :

- زكرياء عقاري، وسيم فلاح(2019). أثر البنية التحتية للنقل على النشاط السياحي في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول السياحة تحت عنوان: خدمة السياحة كرافعة للتنمية في الجزائر ، جامعة عنابة، يومي: 02- 03 ماي ، ص 9
- وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك والماء المغرب (2017) تقرير قطاع التجهيز والنقل واللوجستيك بالأرقام.

تمتلك الجزائر مقومات مادية ضخمة في قطاع النقل مقارنة بالمغرب، لكن على الرغم من الجهود المبذولة لتطوير قطاع النقل في الجزائر ورغم حجم الإمكانيات المتوفرة في هذا القطاع إلا أنها تبقى غير كافية وهذا نظرا لكبر مساحة الجزائر وتنوع تضاريسها المعقدة، في حين أن التطور الحاصل في وسائل النقل بمختلف أنواعه في المغرب ساهم في ترقية السياحة خاصة الاستغلال المكثف لشبكة السكك الحديدية التي تربط مختلف المدن السياحية بالموانئ والمطارات الرئيسية لهذا البلد، والتي تتميز بالحدثة والنظافة الأمر الذي يقدم أربحية للسائح عند استغلالها للسفر، على عكس الفرد الجزائري الذي يعزف عن استعمال القطارات للسفر وتركيزه على النقل الجوي والبري، كما أن هناك تطور في شبكات النقل الجوي في المغرب ، فحسب المكتب الوطني للمطارات المغربية نجد ارتفاع عدد المسافرين بمطارات المملكة بنسبة 11.2 في عام 2019 مقارنة بنهاية عام 2018. وبحسب نفس البيان ارتفعت حركة النقل الجوي الدولي بنسبة 9.8% في عام 2019، (ONDA, 2018)، لكن بمقارنة النقل الجوي وعدد المطارات في الجزائر فان هذه الأخيرة تعرف تطورا كبيرا مقارنة بالمغرب التي تملك فقط نصف عدد المطارات في الجزائر .

2-3-5 الاتصالات :

تلعب الاتصالات اليوم دور مهم في تدعيم وتنشيط قطاع السياحة، فهي أداة لربط السائح ببلده وإطلاعها على آخر المستجدات إذ تعتبر وسيلة فعالة للترويج السياحي ، ولقد عرف قطاع الاتصالات في الجزائر تطورا ملحوظا خاصة بعد انفتاح السوق ودخول متعاملين أجنبين سواء من حيث الأسعار أو الخدمات المقدمة خصوصا مع انتشار خدمة الانترنت، وظهور خدمة الجيل الثالث والرابع الأمر الذي أدى إلى تحرير قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية وإحداث ثورة اتصالات (زهية خياري، 2019، صفحة 5). ويوضح الجدول الموالي مختلف مؤشرات قطاع الاتصالات بالجزائر:

الجدول رقم 08 : مؤشرات قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في الجزائر 2016-2018

المؤشر	2016	2017	2018
عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت	4100982	4 158 518	3404709
GSM	20125227	14385131	11629246
3G	24227985	21592863	19239448
4G	1464634	9867671	20621452
تطور كثافة الهاتف النقال	%112,20	%109,95	%122,01

المصدر: من اعداد الباحثات بالاستناد الى : المديرية العامة للاقتصاد الرقمي، مؤشرات تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومجتمع المعلومات، <https://www.mpt.gov.dz>

كما أن قطاع الاتصالات في المغرب يواصل نموه إذ يعد واحدا من رواد إفريقيا فيما يخص الولوج إلى شبكة الانترنت ، إذ عرفت سنة 2017 نموا بالنسبة للهاتف المتنقل بحيث تعززت حظيرته ب 43.9 مليون مشترك بنسبة ارتفاع %126، كما تمتلك اتصالات المغرب حصة 84 % من هذا القطاع، في حين أن استغلال الهاتف الثابت في انخفاض مستمر منذ سنة 2014. (المواصلات، 2017)، وعلى العموم نجد أن قطاع الاتصالات في كل من الجزائر والمغرب يعرف تطورا كبيرا الأمر الذي يدعم قطاع السياحة بصفة عامة و يعزز العرض السياحي بصفة خاصة.

2-4 المقومات البشرية للسياحة في كل من الجزائر والمغرب

للعنصر البشري أهمية كبيرة عند تقديم الخدمة السياحية الأمر الذي يتطلب وضع استراتيجيات وبرامج لتكوين العاملين في القطاع السياحي وبالتالي تعزيز المؤهلات والمكتسبات والمعارف والمهارات التي يملكونها، وعلى هذا الأساس سنركز فيما يلي على المقومات البشرية وسبل تكوينها في مجال صناعة السياحة في كل من الجزائر و المغرب:

2-4-1 المقومات البشرية للسياحة في الجزائر

لقد سطر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال بطاقة التكوين، الخطوط العريضة لإستراتيجية تنمية التكوين في مهن السياحة والفندقة خاصة المتعلقة منها بتطوير كفاءات وقدرات الموارد البشرية لتسيير النشاطات السياحية وفيما يلي طرق التكوين في قطاع السياحة في الجزائر (وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 2018) :

أ. مؤسسات التكوين تحت وصاية الوزارة المكلفة بالسياحة:

- المدرسة الوطنية العليا للسياحة وكذا المعاهد الوطنية للفندقة والسياحة الموجهة نحو مستوى التكوين (تقني سامي والتقني) في مهن الفندقة والسياحة.

ب. بالنسبة للتعاون ما بين القطاعات:

- وزارة التكوين المتواصل من خلال توحيد مدونة المهن في السياحة واعتماد المكتسبات المهنية مع إنشاء معاهد متخصصة في مجال السياحة والفندقة ؛
- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي من خلال إبرام «اتفاقية-إطار» مع الوزارة لتنمية البحث في السياحة؛
- وزارة الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات من خلال إبرام «اتفاقية-إطار» مع الوزارة المكلفة بالصحة من أجل تنمية التكوين المتواصل في المهن المتعلقة بالحمامات المعدنية و المعالجة بمياه البحر؛
- وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي من خلال إبرام «اتفاقية-إطار» مع الوزارة من أجل تنمية الإدماج المهني للشباب المتحصل على شهادة في مهن السياحة و الفندقة والإطعام؛
- وزارة العدل من خلال تنفيذ سياسة إعادة إدماج السجناء من خلال دورات تكوينية التي تشرف عليها غرف الصناعات التقليدية والحرف في العديد من التخصصات الحرفية داخل مؤسسات إعادة التربية.

ج. بالنسبة لتشجيع القطاع الخاص في التكوين:

- من خلال الاعتراف بالشهادات وتأهيلها عبر شراكة «عمومي-خاص» و اشتراك مؤسسات التكوين الخاصة في ميثاق التكوين في مهن السياحة معد ومصادق في إطار تشاوري بين مختلف المتعاملين وإحداث المؤسسات الخاصة للتكوين
- د. التكوين الموجه لحرفيي الصناعة التقليدية:

حيث تمكن هذا البرنامج منذ عام 2005 إلى غاية شهر مارس من عام 2018 بتحقيق ما :

- التكوين لفائدة 14702 حرفي وشباب حاملي المشاريع في مختلف شعب الصناعة التقليدية
- التكوين الإداري في تقنية "كيف أنشئ وأسير مؤسستي" لفائدة 29.806 حرفي .
- التكوين التقني لفائدة 51163 حرفي في مختلف شعب وتخصصات الصناعة التقليدية والحرف مثل: الحلي التقليدي ، تقنيات تقليم الأحجار الكريمة، الصباغة الطبيعية، صناعة الفخار والخزف ، النحاس، الزجاج، الفخار والخزف، الحرف المهددة بالزوال... الخ

2-4-2 المقومات البشرية للسياحة في المغرب:

إن التكوين في قطاع السياحة في المغرب عادة ما يعتمد على المعهد العالي الدولي للسياحة بطنجة قطب التميز في المنظمة العالمية للسياحة إذ تتمثل مهمة المعهد العالي الدولي للسياحة في تكوين أطر عليا مؤهلة قادرة على تسويق المنتج السياحي والمقومات السياحية والفندقية بالقطاع. ويحتضن المعهد بانتظام العديد من الدورات التكوينية، الندوات والمؤتمرات بحيث

حظي بثقة شركاء مرموقين كالمنظمة العالمية للسياحة، البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة لتنظيم فعاليات عالمية وهو يهدف إلى (وزارة السياحة والصناعة التقليدية والنقل الجوي والاقتصاد الاجتماعي، 2020):

- الرفع من جودة التكوين وفقا للمعايير الدولية
- تطابق نظام التكوين بالمعهد مع الإصلاح الجامعي - نظام (الإجازة - الماجستير - الدكتوراه).
- توسيع عرض التكوين ليشمل مهن جديدة جد متخصصة في مجال السياحة والفندقة.
- تطوير المعهد العالي الدولي للسياحة من حيث المعدات والآليات ليواكب التقدم الذي تعرفه مهن السياحة.

3- سبل ترقية العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب

تبنيت كل من الجزائر و المغرب في السنوات الأخيرة استراتيجيات فعالة لتنمية السياحة وترقية العرض السياحي بصفة خاصة والقطاع السياحي بصفة عامة. ومن أبرز هذه البرامج و الاستراتيجيات المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030 بالنسبة للجزائر، وإستراتيجية رؤى 2020 بالنسبة للمغرب وفيما يلي أهم البرامج والاستراتيجيات التي من شأنها ترقية العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب :

3-1 المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030 المعروف ب "SDAT 2030" - الجزائر

يعتبر هذا المخطط الذي أعد سنة 2008 الإطار المرجعي الذي يعول عليه لترقية العرض السياحي وتطوير القطاع السياحي في الجزائر إلى غاية عام 2030. إذ يعتمد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لتطوير السياحة خمس آليات لتطوير السياحة وترقية العرض السياحي هي:

- الآلية الأولى : مخطط وجهة الجزائر
- الآلية الثانية : تطوير أقطاب الامتياز السياحي.
- الآلية الثالثة : مخطط النوعية السياحية
- الآلية الرابعة : مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص.
- الآلية الخامسة : مخطط تمويل السياحة

هذه الآليات الخمسة ستساهم في ترقية مختلف مقومات العرض السياحي على المستوى الوطني من خلال تطبيق وتجسيد الأهداف التالية (بوروي، 2017، صفحة 57):

- تهمين الطاقات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية
- تحسين نوعية الخدمات السياحية والارتقاء بها إلى مستوى المنافسة الدولية .
- تحسين صورة الجزائر السياحية، وإحداث تغييرات في التصور الدولي اتجاه السوق السياحية الجزائرية

- تحسين أداء قطاع السياحة من خلال الشراكة في التسيير.
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية.
- المساهمة في التنمية المحلية والمحافظة على البيئة لتوسيع السياحة البيئية.
- تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج.
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية .

2-3 إستراتيجية رؤى 2020 - المغرب :

- تعتمد رؤية 2020 على رؤية شمولية ودقيقة تهدف إلى ترقية العرض السياحي المغربي وتنمية تنافسية السياحة المغربية من خلال تسطير خطوط عريضة لتحقيق أهداف هذه الإستراتيجية و المتمثلة في (قرارية، 2019، صفحة 161):
- جعل المغرب قوة سياحية تنافسية في السوق العالمي ومن بين أفضل عشرون وجهة سياحية أولى في العالم.
 - مضاعفة عدد السياح من خلال مضاعفة الحصة السوقية في الأسواق الأوروبية التقليدية خاصة في الأسواق الناشئة.
 - مضاعفة عدد الرحلات المحلية وتشجيع السياحة الداخلية.
 - تشغيل حوالي مليون مغربي في قطاع السياحة خلال العشرية.
 - مضاعفة الناتج الداخلي الخام السياحي المباشر.
 - جعل المغرب مرجعا في السياحة المستدامة ولاسيما في حوض البحر الأبيض المتوسط.
 - تحسين البنية التحتية في السياحة بما يتماشى والمعايير الدولية.
 - مضاعفة عدد الرحلات السياحية الدولية وجلب حصة من السياح من الأسواق الصاعدة.
 - مضاعفة الطاقة الفندقية بإنشاء 160 000 سرير جديد و40 000 سرير من منشآت عقارية للإنعاش السياحي (السياحية، 2017).

وبالتالي تهدف هذه البرامج إلى ترقية العرض السياحي من خلال:

- دعم المقومات السياحية الثقافية من خلال الاستثمار والاستغلال الأمثل للتراث المادي والغير المادي.
- دعم التنمية المستدامة من خلال صناعة منتجات سياحية خضراء كالفنادق الخضراء والمطاعم البيئية.
- دعم الأنشطة الرياضية والترفيهية لاستقطاب أكبر عدد من السائحين.
- تشجيع السياحة المحلية وإنشاء مجموعة من المنتجات الخاصة بها.
- تشجيع سياحة الأعمال من خلال تقديم منتجات ذات القيمة المضافة العالية.

الخلاصة

تم التعرف من خلال هذه الدراسة على مقومات العرض السياحي في كل من الجزائر والمغرب وسبل ترفيتها، من خلال مختلف البرامج المعتمدة والاستراتيجيات السياحية الداعمة لتنمية القطاع السياحي في البلدين، وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والمتمثلة فيما يلي:

- الجزائر غنية بمقومات وموارد سياحية طبيعية وثقافية، لكنها تفتقر لأحد أهم الموارد المادية والمتمثلة في المنشآت والفنادق والهياكل السياحية، في حين أن الصناعة الفندقية في المغرب تعرف انتعاشا كبيرا وتطورا ملموسا من خلال العدد الكبير للفنادق الأمر الذي جعل منه بلد سياحي بامتياز على الرغم من محدودية مقوماته السياحية مقارنة بالجزائر.
- يمتلك المغرب سوق سياحي نشط إذ يعرف هذا الأخير تطورا كبيرا في قطاع السياحة، وهذا راجع لخلق فرص استثمارية للاستغلال الجيد للموارد الطبيعية والثقافية والمادية التي تدعم العرض السياحي، وتزيد من حجم الطلب على منتجاته السياحية من مختلف أنحاء العالم.
- يعمل القطاع السياحي في الجزائر على تطبيق آليات فعالة للتسويق للعرض السياحي الجزائري عالميا، من خلال وضع مجموعة من الاستراتيجيات والبرامج لترقية الاستثمارات السياحية، وتطويرها لاستقطاب أكبر عدد من السائحين المحليين والأجانب.
- تعمل الجزائر جاهدة على تحسين القدرة التنافسية في المؤشر الخاص بالبنية التحتية وذلك بالتعاون مع مستثمرين في القطاع الخاص والعام لجعلها وجهة سياحية بامتياز، وبالتالي تقويم صورتها السياحية لمضاعفة جاذبيتها السياحية.
- ركزت مخططات التنمية السياحية في كل من الجزائر والمغرب على تأهيل العنصر البشري الموجه للقطاع السياحي من خلال الاهتمام بإنشاء المعاهد والمدارس الخاصة بالتكوين في مجال السياحة وفق المعايير الدولية في مجال الفندقة خصوصا والسياحة عموما.
- هناك تنافس بين كل من الجزائر والمغرب لترقية مقومات العرض السياحي واستقطاب أكبر عدد من السياح، الأمر الذي يجعل من التنمية السياحية الخيار الأمثل لكسب حصة سوقية للجزائر في المنطقة.
- يساهم تطبيق استراتيجيات التنمية السياحية في كل من الجزائر والمغرب كالمخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030 في الجزائر، استراتيجية رؤى 2020 في المغرب خلال السنوات الأخيرة في تنشيط القطاع السياحي على مستوى البلدين من خلال ترقية العرض السياحي وموارده.

التوصيات:

من خلال ما سبق تتلخص أهم توصيات البحث في مايلي:

- تبادل الخبرات والتجارب في مجال الصناعة الفندقية بين كل من الجزائر والمغرب مع زيادة برامج التكوين في هذا المجال، فعلى كلا البلدين الاستثمار في مختلف مقومات العرض السياحي، وبالتالي تحقيق الجذب السياحي في المنطقة ككل من خلال تجسيد الهوية الثقافية لدول المغرب العربي.
- العمل على تنشيط صناعة الضيافة في الجزائر وتحسين الخدمات المقدمة في المنشآت السياحية الجزائرية. من خلال زيادة الدعم الحكومي للمشاريع السياحية على مستوى القطاع السياحي الجزائري، والاطلاع إلى جذب أكبر عدد من السائحين من مختلف بلدان العالم وبالتالي الاستغلال الأمثل للموروث الثقافي ومختلف الموارد المادية والطبيعية.
- توحيد الجهود بين القطاعين العام والخاص من خلال تحسين نوعية الخدمات السياحية المقدمة وتطوير البنية التحتية لتحقيق نهضة سياحية شاملة.
- الاهتمام بالعنصر البشري من خلال التكوين في قطاع السياحة، وتوجيه الأفراد في الجزائر على ضرورة تبني خيار السياحة واحترام مختلف السائحين الوافدين من خلال تقبل ثقافة الآخر، وهذا لخدمة الصالح العام والنهوض بالاقتصاد الوطني.
- فتح مجال الإبداع والابتكار للطاقت الشبابية من خلال المقاولات من الباطن وجعل المؤسسات السياحية شريك أساسي للمشاريع الصغيرة والمتوسطة خاصة في مجال النقل والإطعام.
- الاهتمام بالتسويق السياحي وتطوير الحملات الترويجية للوجهة السياحية الجزائرية يجعلها المقصد الأول للسياح في المنطقة من خلال الترويج سواء للأجانب أو السكان المحليين، والاستعمال الأمثل للوسائل الترويجية مع مواكبة تطوراتها من خلال المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي.
- الاعتماد على السياحة الذكية، التي تقوم على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وذلك من خلال إنشاء منصات سياحية تكون بمثابة نظام معلوماتي يضم كل المعلومات التي تهم السائح، ويشمل الخرائط، المواقع الأثرية، الفنادق والمطاعم؛ وسائل نقل

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية

- إسماعيل محمد علي الدباغ وآخرون، (2008). العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها، مجلة. الإدارة والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون.
- ابراهيم خليل بظاظو. (2009). جغرافيا السياحة تطبيقات على الأقطار العربية. عمان: مؤسسة الوراق.
- بوراوي ساعد. (2017). تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي. باتنة، الجزائر: جامعة الحاج لخضر
- بوفليح نبيل، تقروت محمد، (2010). دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، مداخلتة ضمن الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق يومي 11-12 ماي جامعة البويرة.

- زكرياء عقاري، وسيم فلاح (2019). أثر البنية التحتية للنقل على النشاط السياحي في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول السياحة تحت عنوان: خدمة السياحة كرافعة للتنمية في الجزائر، جامعة عنابة، يومي: 02-03 ماي.
 - سميرة عميش. (2011). أثر تطور الطاقة الفندقية في الجزائر على إيراداتها المالية. مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير (العدد 11).
 - شرفاوي عائشة. (2015). السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية. الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير: جامعة الجزائر 03.
 - صبري عبد السميع، (2006). الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة
 - صفاء عثمان. (2018). السياحة المحلية في الجزائر: مؤشرات إحصائية لسنة 2016. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (50).
 - عفاف لومايزية، زهية خياري. (2019). سبل استفادة السياحة الجزائرية من التجارب الدولية: تجرب تونس نموذجاً. الملتقى الدولي الرابع حول خدمة السياحة كرافعة للتنمية في الجزائر: وجهة عنابة نموذجاً.
 - عمار بن مالك. (2019). مساهمة السياحة الرياضية في تحقيق أبعاد الاقتصاد البنفسجي - حالة كأس العالم بروسيا طبعة 2018. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (52).
 - عيساوي سها، حوحو فاطمة. (2017). واقع العرض والطلب السياحي في كل من الجزائر وتونس -دراسة مقارنة-. JFBE مجلة اقتصاديات المال والأعمال، 1 (2).
 - فتيحة قرارية. (2019). الصناعة السياحية في الدول المغاربية. تلمسان، الجزائر: جامعة أبو بكر بلقايد.
 - فوزية بوصفصاف. (جوان، 2015). تشخيص استراتيجيات التسويق السياحي في الجزائر. مجلة رؤى اقتصادية .
 - نجاة كورتل. (2019). الاقتصاد الجزائري بين واقع الاقتصاد الريعي ورهانات التنوع الاقتصادي -دراسة تطبيقية لحساب مؤشر هيرفندال. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية (52).
 - نسرين بوزاهر. (2017). ترقية العرض السياحي الوطني في ظل مشاريع التنمية المستدامة للسياحة. جامعة محمد خيضر بسكرة: أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية.
 - الشركة المغربية للهندسة السياحية. (2017). رؤية 2020. تاريخ الاسترداد 02 14, 2020، من SMIT /MORCCO: <https://smit.gov.ma/%d8%b1%d8%a4%d9%8a%d8%a9-2020>
 - وزارة السياحة و الصناعات التقليدية <http://www.mtatf.gov.dz>
 - يسري دعبس. (2003). صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق. القاهرة: الملتقى المصري للإبداع والتنمية
- المراجع باللغة الأجنبية
- ONDA. (2018). Consulté le 08 13, 2020, sur <http://www.onda.ma/ar>
 - Robert W. McIntosh, C. R. (1995). Tourism Principles. New York: , John wiely and sons INC.
 - <https://mtataes.gov.ma/ar/%d8%mtataes.gov.ma/ar/السياحة/formation>