

الدور الاستراتيجي للقطاع السياحي في التنمية الاقتصادية دأرسة مقارنة بين الجزائر والمغرب

د. مدياني محمد¹

د. محلي كمال²

Abstract:

The tourism plays an important role in supporting the dynamics of economic activity as a vital sector contributing to the formation of the gross domestic product and supporting the growth rates as well as the prosperity of economic activity. The tourism industry is often associated with the travel sector and as a result it is one of the most important sources of income and economic growth in many countries.

In addition to this, the study aims at understanding the role of the tourism sector in Algeria and Morocco and analyzing the strategy adopted for the tourism industry in these countries. The study found that the contribution of the tourism sector in Algeria has not been more than 3% of tourist potential. Therefore, it needs a systematic tourist strategy and an effective plan of action for the promotion of the tourism sector, which in turn will contribute significantly to economic development.

Keywords: tourism sector, tourism industry, economic development, tourism.

المخلص:

يؤدي قطاع السياحة دورا مهما ورئيسيا في دعم حركية النشاط الاقتصادي باعتباره قطاعا حيويا يساهم في تكوين الناتج الداخلي الخام، ومن ثم دعم معدلات النمو وازدهار النشاط الاقتصادي، خصوصا لما يشمله من جوانب وأنشطة عديدة يكون لها الاستفادة الكبيرة من رقي وتطور هذا القطاع، ومن ثم التأثير إيجابا على حركية الاقتصاد، وعادة ما يرتبط قطاع السياحة بقطاع السفر ومن ثم يبرزان في شكل قطاع واحد يعتبر من أهم مصادر الدخل والنمو الاقتصادي في عديد البلدان.

تهدف هذه الدراسة الى معرفة دور القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري والاقتصاد المغربي مع تحليل الاستراتيجية المعتمدة لأفاق صناعة السياحة في هذين البلدين، وقد توصلت الدراسة الى ضعف مساهمة القطاع السياحي في الجزائر؛ إذ لم تتجاوز نسبة 3% لأكثر من 20 سنة، وهذا رغم ما تملكه من إمكانيات سياحية، وعليه هي بحاجة لاستراتيجية سياحية ممنهجة، وخطة عمل فعّالة بغرض النهوض بالقطاع السياحي، الذي سيساهم بدوره وبنسبة كبيرة في التنمية الاقتصادية.

الكلمات المفتاحية: القطاع السياحي، صناعة السياحة، تنمية اقتصادية، سياحة.

مقدمة:

لا جدال في وجود علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بمفهومها العام، ففي عالم اليوم أصبحت السياحة صناعة متكاملة قائمة بذاتها تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج، بل وأصبحت أسرع الصناعات نموا ورواجا نظرا للنتائج المطردة التي حققتها في السنوات الأخيرة، كما أنها

1 أستاذ محاضر، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر.

2 أستاذ محاضر، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف - 1، الجزائر.

صناعة متعددة المراحل تتفاعل مع قطاعات الاقتصاد الأخرى وتعتمد عليها، وهذا ما أهلها لتصبح أحد أهم روافد التنمية بكل أشكالها وعلى جميع مستوياتها خصوصا فيما يتعلق بتطور البنى التحتية للاقتصاد. تتطرق هذه الدراسة إلى مساهمة القطاع السياحي في إقتصاد كل من الجزائر والمغرب في محاولة للمقارنة بين البلدين خلال الفترة (2008-2015) من خلال تحليل تطور مؤشرات القطاع السياحي للبلدين، وعليه طرح التساؤل التالي:

ما مدى مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية في كل من الجزائر والمغرب؟
لمعالجة وتحليل هذه الاشكالية وبغية الوصول إلى معرفة مدى مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية على المستوى العالمي، وفي الاقتصاديين الجزائري والمغربي في ظل برامج التخطيط السياحي المسطرة من قبل حكومتي البلدين، نتناول المحاورين التاليين:

المحور الأول: مؤشرات صناعة السياحة بالجزائر والمغرب ومقوماتها:

رغم التقارب الجغرافي بين الجزائر والمغرب إلا أن المؤشرات الطبيعية والمادية والثقافية للبلدين مختلفة مما يؤثر على صناعة السياحة. وهو ما نستعرضه في النقاط الثلاث التالية:

أولاً: المقومات السياحية للبلدين:

تعد الجزائر بوابة إفريقيا المطلة على أوروبا والبحر الأبيض المتوسط، والقلب النابض للدول المغاربية فهي تجمع بين الصفات الافريقية والمتوسطية، كما تعد أكبر بلد إفريقي بمساحة تقدر بـ 2.381.741 كلم²، وشريط ساحلي يقدر بـ 1200 كلم وتحوي تاريخا وحضارة فريدة وعريقة، تعود إلى العصر الحجري الأول. وقد بلغ عدد سكانها خلال 2016 حوالي 40.4 مليون نسمة.

تتميز المغرب بموقع جغرافي استراتيجي، حيث تمتلك واجهتين بحريتين، المحيط الأطلسي في الغرب والبحر المتوسط في الشمال، تتربع على مساحة قدرها 710 850 كلم² إضافة إلى شريط ساحلي يمتد على طول 3500 كلم. كما يتميز بتراث ثقافي وتاريخي يعود إلى عصور ما قبل التاريخ، يعكس أمجاد وحضارات عريقة مرت على المغرب. ويمكن تلخيص أهم ما تملكه كل من الجزائر والمغرب من هياكل قاعدية، التي من شأنها تفعيل النشاط السياحي وزيادة عائداته.

الجدول رقم (01): يبين المقومات المادية والخدمية بالجزائر والمغرب للفترة (2010 - 2015)

المؤسسات الخدمية	الاتصالات	المواصلات	البلد
1184 فندق 29 بنك ومؤسسة مالية 3633 مكتب بريد	3268000 خط هاتفي ثابت 43288000 مشترك بالهاتف المحمول 1838000 مشترك انترنت	118567 كلم طرق برية 4200 كلم سكك حديدية 55 مطار منها 12 مطار دولي 17 ميناء واسطول بـ 74 سفينة	الجزائر
3006 فندق 20 بنك و مؤسسة مالية 1802 مكتب بريد 270868 صندوق بريدي	3516000 خط هاتفي ثابت 36554000 مشترك بالهاتف المحمول 3182000 مشترك انترنت	42613 كلم طرق برية 2110 كلم سكك حديدية 33 مطار منها 18 دولي 27 ميناء	المغرب

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات: تقارير جامعة الدول العربية. وعبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية، العدد 4، جوان 2016، ص 6.
-وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك المغربي.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) التباين الكبير بين البلدين، وخاصة ما يتعلق بعدد الفنادق وحجم المواصلات، وهو ما تتميز به المملكة المغربية على الجزائر.

ثانياً: المؤشرات السياحية للبلدين

تضم المؤشرات السياحية المادية كل من مؤشر الطاقات الايوائية (الفنادق والمؤسسات المماثلة لها) والذي يبين إمكانية البلد على استيعاب السواح، ومؤشري الليالي السياحية إضافة ونسبة الاشتغال السريري واللذان يبينان مدى الطلب على المؤسسات الايوائية، ومدى الانفاق من قبل السواح على طلب المبيت.

1- مؤشر طاقات الايواء:

عرفت كل من الجزائر والمغرب تطوراً في هذا المجال ولو انه متباين جداً بين البلدين، وهذا يتبين من الجدول التالي:

الجدول رقم (02): يبين تطور إجمالي عدد الفنادق خلال الفترة (2008-2014)

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الجزائر	1147	1151	1152	1184	1155	1176	1185
المغرب	1720	1806	2171	2375	2754	3019	3199

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات: معطيات وزارة السياحة الجزائرية، معطيات الديوان الوطني للإحصائيات ONS، - إحصائيات السياحة بالمغرب observatoire du tourisme.ma، معطيات وزارة السياحة المغربية

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن هناك زيادة بسيطة في إجمالي عدد الفنادق في الجزائر خلال الفترة المدروسة، ففي 2008 كان إجمالي عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة لها 1147 مؤسسة إيوائية، ليصبح في 2014 ما عدده 1185 مؤسسة إيوائية؛ أي بزيادة قدرها 3.31% خلال 6 سنوات، وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بالمقومات السياحية الهائلة التي تملكها الجزائر ولا تحقق الأهداف المرجوة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، وإذا ما قارننا هذه الزيادة في عدد الفنادق مع المغرب؛ حيث انتقل الفنادق والمؤسسات الإيوائية بالمغرب لنفس الفترة من 1720 إلى 3199 وحدة إيوائية بزيادة قدرها 85.98%. الأمر الذي يظهر مدى الفرق الشاسع في الخطط والبرامج والسياسات الرامية إلى النهوض بالقطاع السياحي بالبلدين، ومدى جدية المملكة المغربية في الاعتماد على القطاع السياحي في زيادة مداخيلها والنهوض بالاقتصاد الوطني.

أما تطور عدد الأسرة، نجد بالجزائر قد تم إحصاء 100305 سرير عام 2015 بعد ما كان العدد يقدر بـ 72000 سرير نهاية 2002، ولعل الأهداف التي نص عليها المخطط الوطني للتوجيه السياحي SDAT 2025 إنجاز 55000 سرير خلال المرحلة (2004-2007) وإنجاز 60000 سرير للفترة 2008-2015؛ أي بمجموع كلي قدره 187000 سرير بنهاية المرحلة، وهو الشيء الذي لم يتحقق. أما بالنسبة للأهداف المسطرة في إطار برنامجي رؤية للنهوض بالسياحة في المغرب فقد تم برمجة الحصول على 213000 سرير بنهاية 2010 و256400 سرير بنهاية 2015. إلا أن ما تم إنجازه هو 221911 سرير. مما يدل على أن الواقع مختلف عن الأهداف المسطرة في البرنامجين الخاصين بكل من الجزائر والمغرب.

الجدول رقم(03): تطور القدرة الاستيعابية للمؤسسات الإيوائية المصنفة (الوحدة: سرير)

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الجزائر	85876	86383	92377	92737	96898	98804	99605	100305
المغرب	152936	164612	176630	187827	198211	207572	221622	221911

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات وزارة السياحة الجزائرية، نشرات Observatoire du Tourisme Maroc، نشرات وزارة السياحة المغربية، الديوان الوطني للإحصائيات www.ons.dz

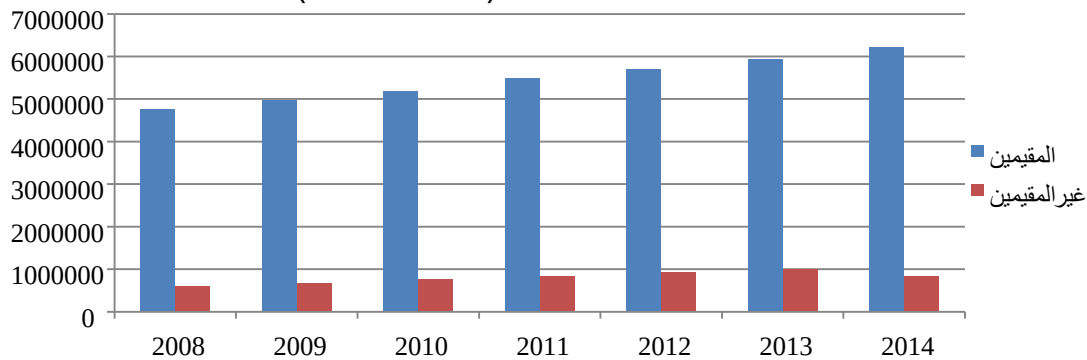
من خلال النتائج التي حققتها الجزائر في 2013 بـ 98804 سرير يظهر العجز بـ 88196 سرير وهو رقم بعيد عن الأهداف المسطرة، كما أنه تم فقط انجاز 12928 سرير، وهي تمثل فقط 21,54% من النسبة المقدرة للفترة 2008-2015.

فيما يخص المغرب فقد حققت نتائج مرضية فبالنسبة لمخطط رؤية 2010 قد تم انجاز ما نسبته 78% من عدد الأسرة المقدرة لنهاية 2010. أما فيما يخص الفترة 2010-2015 فقد حققت زيادة قدرها 68675 سرير، كما أن عدد الاسرة في 2015 يمثل 86,54% من النسبة المقدرة لنهاية 2015.

2- مؤشر الليالي السياحية ونسبة استعمال الاسرة أو الغرف

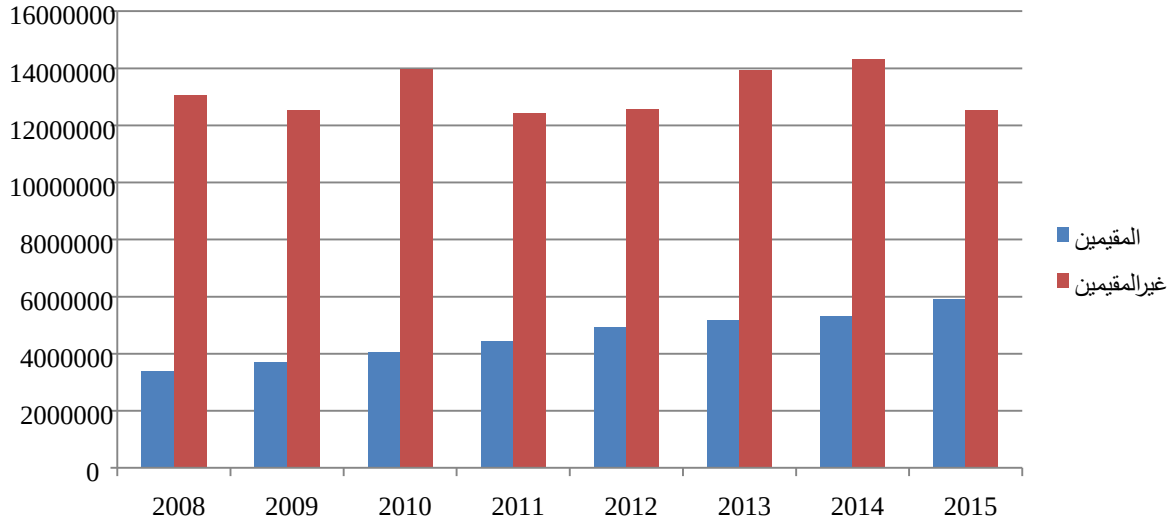
يعتبر مؤشر عدد الليالي السياحية ونسبة استعمال الأسرة أو نسبة اشتغال الغرف مؤشرات تدل على قيمة الطلب السياحي، وعلى حجم العائدات السياحية الناتجة عن الايواء. ولهذه المؤشرات أهمية كبيرة إذ تُمكن من معرفة نوعية الطلب داخلي أو خارجي، كما تبين أنواق ورغبات السواح، مما يساهم في تطوير الفنادق بما يستجيب ورغباتهم. ولعل بنهاية 2015 بلغ عدد الليالي السياحية بالجزائر 8 ملايين ليلة، بينما فاق 18 مليون ليلة بالمغرب. أما فيما يخص نسبة الاشتغال السريري بالجزائر، فهي تتراوح ما بين 60% و70% وهي منخفضة مقارنة بالمغرب التي بلغت نسبة استعمال الاسرة فيها 107%.

الشكل (01) يبين تطور اجمالي الليالي السياحية بالجزائر حسب صنف السواح (2008-2014)



المصدر: من اعداد الباحثين بناء على تقارير وزارة السياحة الجزائرية، وزارة السياحة المغربية، الديوان الوطني للإحصائيات
ons.dz ، observatoiredutourisme.ma

الشكل(02): تطور عدد الليالي السياحية بالمغرب حسب صنف السواح(2015-2008)

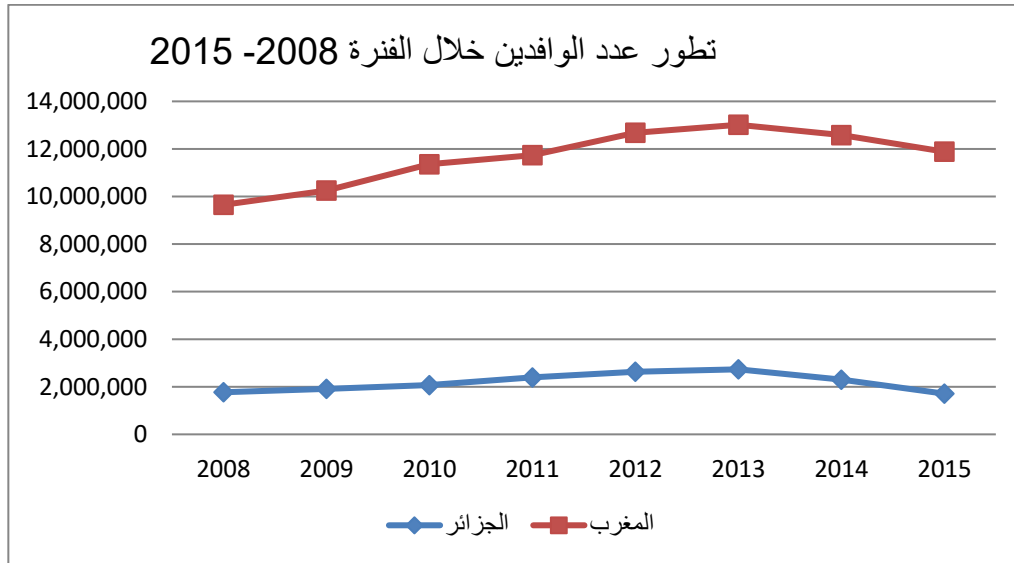


المصدر: من اعداد الباحثين بناء على تقارير وزارة السياحة الجزائرية، وزارة السياحة المغربية، الديوان الوطني للإحصائيات
ons.dz ، observatoiredutourisme.ma

3- تطور عدد السواح (الوافدين أو المغادرين) للبلدين

يظهر لنا من خلال الشكل أدناه التباين الكبير بين عدد السواح الوافدين إلى كل من الجزائر والمغرب؛ الأمر الذي يؤكد ضعف السياسات السياحية الجزائرية في جذب السواح، وعدم نجاعة القطاع السياحي بالجزائر مقارنة بالمساحة الكبيرة للجزائر، والمقومات السياحية الأخرى التي تزخر بها، وهو ما يؤكد عدم بلوغ الأهداف المسطرة في المرحلة المتوسطة من مخطط التهيئة للنشاط السياحي، كما أن عدد السواح الوافدين إلى الجزائر أغلبهم جزائريين مقيمين بالخارج، والسبب في ضعف قدوم الأجانب هو ضعف الخدمات المقدمة وارتفاع الأسعار، بالإضافة إلى ضعف طاقات الايواء وعدم تنوع المنتج السياحي والترويج له، مما ينعكس على إيرادات السياحة ويظهر ضعف مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني. حيث لم تتجاوز نسبة الوافدين الى الجزائر 2.5 مليون سائح بينما تخطت المغرب عتبة الـ 10 مليون سائح.

الشكل رقم (04): تطور عدد السواح الوافدين إلى الجزائر والمغرب خلال الفترة (2008 - 2015)

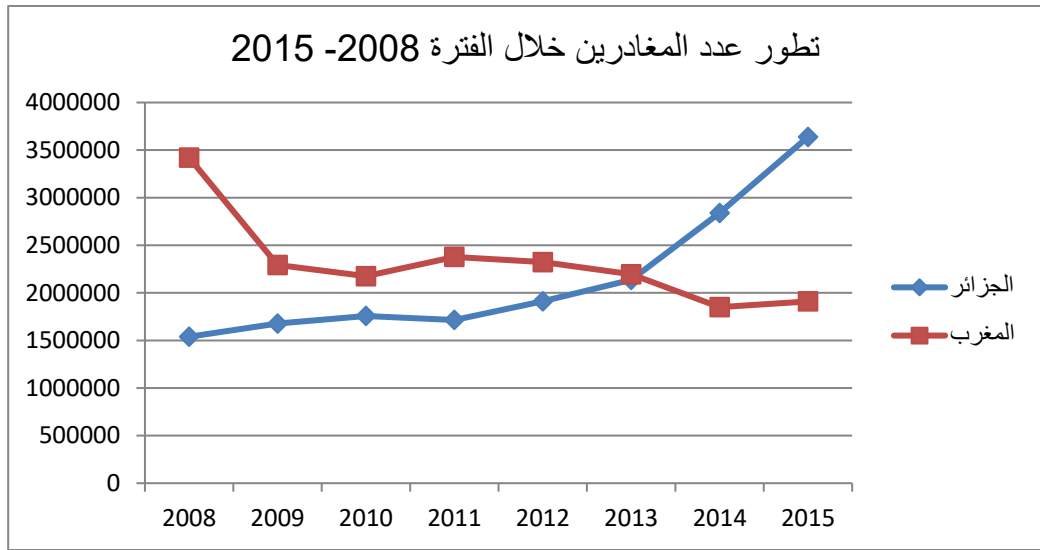


المصدر: من اعداد الباحثين بناء على تقارير وزارة السياحة الجزائرية/ وزارة السياحة المغربية/الديوان الوطني للإحصائيات ons.dz، observatoiredu tourisme.ma و معطيات البنك الدولي.

من خلال تطور عدد الوافدين يظهر لنا مدى حرص المملكة المغربية على العمل على مقومات الجذب السياحي واهتمامها بالاستقطاب المتزايد للسواح سعيا منها على بلوغ الاهداف المسطرة في إطار برنامج رؤية 2010 ورؤية 2020 والمقدرة بـ 13 مليون سائح نهاية 2015، خاصة وأنه يمثل مصدر هام للعملة الأجنبية، تليه عائدات تصدير الفوسفات. فقد عملت السلطات المغربية على الاعلان والترويج المحلي والدولي عبر مختلف الوسائل، إضافة إلى اهتمامها بالبنية التحتية ورفع وتحسين هياكل الاستقبال، ولعل الأزمة السياسية والأمنية الموجود في تونس ومصر ما جعل السواح يفضلون الوجهة المغربية.

أما عن عدد السواح الخارجين باتجاه دول أخرى نجد أن عدد السواح المغادرين بالمغرب تراجع من 3.4 مليون سائح الى 1.8 مليون؛ مما يدل على تفضيل المغاربة للسياحة الداخلية في السنوات الاخيرة، وهو نفس الأمر الذي يبينه تطور عدد السواح المقيمين بالمغرب؛ فقد انتقل عدد الليالي للمقيمين من 3.3 مليون إلى 5.8 مليون لنفس الفترة، الأمر الذي يدل على تحسن ظروف الاستقبال والبنى التحتية للمغرب والاستغلال الجيد للطاقات السياحية الموجودة بالمغرب.

الشكل رقم (05): تطور عدد المغادرين خلال الفترة 2008 - 2015



المصدر: من اعداد الباحثين بناءا على معطيات البنك الدولي

API_ST.INT.DPRT_DS2_ar_excel_v2.xls

<http://api.worldbank.org/v2/ar/indicator/ST.INT.DPRT>

كما ان عامل الأسعار يلعب دورا كبيرا في توجيه الطلب السياحي فالاستقرار النسبي للدرهم مقابل كل من الدولار واليورو وبعض العملات الأخرى، كما ان انخفاض أسعار المنتجات السياحية المغربية وتحسن جودتها يدفع المغاربة للطلب عليها.

من جهة أخرى نرى أن عدد المغادرين بالجزائر يفوق عدد السواح الوافدين وخصوصا نحو دول الجوار (تونس والمغرب) نظرا لانخفاض أسعار المنتجات السياحية مقارنة بالجزائر وجودتها. كما أن الثقافة السياحية غائبة بأغلب مدن الجزائر ما يجعل الجزائريين يفضلون مغادرة البلد.

ثالثاً: المؤشرات القياسية للسياحة للبلدين

تستخدم هذه المؤشرات لمعرفة مدى مساهمة القطاع السياحي في اقتصاد دولة ما، ومدى استجابة اقتصاد هذا البلد للنهوض بالقطاع السياحي وجذب واستيعاب السواح.

1- مؤشر ديفرت DF

يقيس هذا المؤشر العلاقة الموجودة بين عدد الأسرة التي توفرها المنشآت الفندقية، وعدد سكان الدولة. يحسب وفقا للعلاقة التالية: $DF = NP (100) / P$ ؛ حيث :

DF: مؤشر ديفرت، NP: عدد الأسرة، P: عدد سكان الدولة

وبحسابنا لمؤشر ديفرت لكل من الجزائر والمغرب للفترة المدروسة نحصل على ما يلي:

الجدول رقم (04): مؤشر ديفرت لكل من الجزائر والمغرب للفترة 2008 - 2014

البلد	السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الجزائر	ع/السكان	34811059	35401790	36036159	36717132	37439427	38186135	38934334
	ع/الأسرة	85867	86383	92377	92737	96898	98804	99605
	DF	0,24666	0,24400	0,25634	0,25257	0,25881	0,25874	0,255821
المغرب	ع السكان	31350544	31714958	32107739	32531964	32984190	33452686	33921203
	ع/الأسرة	152936	164612	176630	187827	198211	207572	221622
	DF	0,48782	0,51903	0,55011	0,57736	0,60092	0,62049	0,65334

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول (03) ومعطيات

http://data.albankaldawli.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=MA&year_high_desc=false

يظهر الجدول رقم (04) أن نتيجة المؤشر للجزائر تتراوح بين 0.24 و 0.25 على مدى سبع سنوات، وهذا له عدة دلالات أهمها الركود في الاستثمار السياحي؛ بحيث لم يختلف المؤشر كثيرا منذ عام 1997 حيث كان 0.23%. أما فيما يخص المغرب فنلاحظ أن المؤشر انتقل من 0.48 عام 2008 إلى 0.67 عام 2015، مع انه لازال ضعيفا على المستوى العالمي، إلا ان يمكن القول أن هناك حركية ونشاط في مجال الاستثمار السياحي؛ مما يحقق تنمية اقتصادية مستدامة.

2- مؤشر تنافسية السياحة والسفر TTCI

جاء في تقرير التنافسية لعامي 2013 و 2015 ترتيب الجزائر والمغرب على النحو التالي:

الجدول رقم (15-2): مؤشر تنافسية السياحة والسفر للجزائر والمغرب.

السنة	2013		2015	
البلد	الجزائر	المغرب	الجزائر	المغرب
قيمة المؤشر	3.07	4.03	2,93	3,8
المركز العالمي	132	71	123	62
المركز الاقليمي	14	5	14	4

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي، تقرير 2015 تقرير 2013

من خلال تقرير التنافسية 2015 والذي شاركت فيه 141 دولة حيث احتلت اسبانيا المركز الأول بـ 5.31 نقطة والتشاد المرتبة الأخيرة بـ 2.43 نقطة، نجد أن المغرب احتلت المرتبة 62 عالميا والمرتبة الـ 4 في شمال افريقيا والشرق الأوسط، بينما تأتي الجزائر في اخر القائمة بتواجدها في المرتبة 123 عالميا و 14 أقلما

من أصل 16 دولة بمؤشر تنافسية 2.93 نقطة، الأمر الذي يدعو الجزائر إلى مراجعة سياساتها وخططها على المستوى الكلي للإقتصاد.

المحور الثاني: الدور الاستراتيجي للسياحة في الاقتصادين الجزائري والمغربي

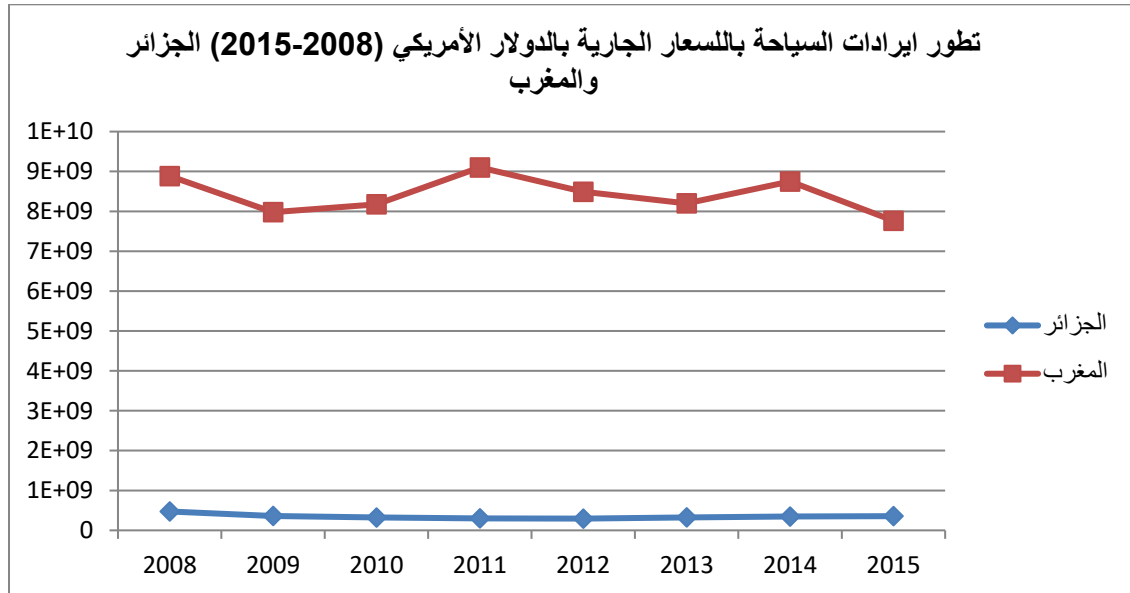
يعتبر قطاع السياحة من القطاعات الحيوية الذي يؤدي دورا رياديا في عملية التنمية، وهو يمثل حاليا أحد أهم مورد اقتصادي في العديد من دول العالم، بما يحققه من تدفقات مالية وخلق لفرص عمل وبديل للاستثمار الأجنبي... الخ، غير أن الأمر يتطلب توفير البيئة السياحية الملائمة للنهوض بهذا القطاع الفعال. نحاول في هذا المحور بيان دور القطاع في كل من الجزائر والمغرب من خلال عدة مؤشرات، وكذا استراتيجية وأفاق تطوير هذا القطاع.

أولاً: تطور مساهمة القطاع السياحي في اقتصاد البلدين

1- تطور نصيب البلدين من الإيرادات السياحية الدولية

بلغ الأيراد العالمي للسياحة عام 2014 ما قيمته 7.6 ترليون ن دولار، اما فيما يخص الجزائر، فقد كان أدائها ضعيفا ونمطيا، مما حال دون حصولها على حصة معتبرة من الإيرادات السياحية، مقارنة دائما مع المغرب والتي كان أدائها جيدا بعوائد معتبرة من العملة الصعبة.

الشكل رقم (06): تطور إيرادات السياحة للجزائر والمغرب بالأسعار الجارية بالدولار الأمريكي للفترة (2008-2015)



المصدر: من اعداد الباحثين بناء على معطيات البنك الدولي

2- المساهمة في الناتج الإجمالي الخام

يعد الناتج المحلي الإجمالي من أكثر المقاييس شيوعاً واستخداماً لقياس الأداء الاقتصادي سواء محلياً أو عالمياً، أي يعكس مستوى النمو الاقتصادي. وتشير إحصائيات المجلس العالمي للسفر والسياحة إلى أن متوسط مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي العالمي بلغت 9.7% خلال الفترة (2000-2015)، ومن المتوقع أن ترتفع هذه النسبة إلى 10,8% بحلول عام 2026¹ قدرت المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (GDP) للجزائر 230 مليون دولار سنة 2013، أي ما يعادل 3% من إجمالي الناتج، إذ تعد نسبة ضعيفة مقارنة بدول الجوار، ففي المغرب نسبة المساهمة قدرت بـ 9.1%، منها 70.1% إنفاق السياح الأجانب والباقي إنفاق السياح المحليين.

3- المساهمة في التوظيف

يعد قطاع السياحة من أبرز القطاعات القادرة على خلق وتوفير مناصب الشغل في العالم، لأن الإنفاق على النشاط السياحي يؤثر في قطاعات متعددة في الاقتصاد الوطني، والوظائف التي تخلقها السياحة لا تشترط وجود مهارات خصوصاً في مستوياتها الدنيا²، والجدول التالي يظهر تطور العمالة في القطاع السياحي بكل من الجزائر والمغرب للفترة (2008-2015).

الجدول (06): تطور العمالة بالقطاع السياحي للجزائر والمغرب (2008-2015)

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الجزائر	320000	370000	396000	411000	420000	436000	453000	454000
المغرب	---	421000	449283	467283	479283	499283	694283	701000

المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات وزارة الساحة الجزائرية و observatoire du tourisme

نلاحظ من خلال الجدول زيادة في عدد العمال بالقطاع السياحي بكل من الجزائر والمغرب، إلا أن نسب هذه الزيادة متفاوتة. ولا تحقق الأهداف المرسومة في المخططات التنموية المسطرة، أما فيما يخص المغرب فالزيادة معتبرة وملحوظة خصوصاً من عام 2013 إلى عام 2014 والمقدرة بـ 195000 منصب. وقد احتلت الجزائر المرتبة 86 عالمياً لسنة 2011 والرتبة 117 ضمن مؤشر المساهمة الإجمالية لقطاع السياحة في التشغيل. وحسب وزارة السياحة الجزائرية يمكن تقدير عدد مناصب الشغل في قطاع السياحة بالعلاقة

¹ ECONOMIC IMPACT 2016 WORLD, The World Travel & Tourism Council (WTTC) ; P 3, Delivered by <http://www.wttc.org/>.

² بعابشة نبيل، أهمية القطاع السياحي وأثره على الاقتصاد الوطني -دراسة مقارنة بين: الجزائر، تونس، المغرب-، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2012-2013، ص 38.

التالي: عدد المناصب المحدثة = عدد الأسرة $10,5 \times$. ويتوقع أن يساهم في التشغيل سنة 2022 بـ 7.2 % من مجموع العمالة².

ثانياً: استراتيجية وآفاق صناعة السياحة في الجزائر والمغرب

1- استراتيجية وآفاق السياحة بالجزائر

منذ عام 2010 تسعى الجزائر لتنويع مصادر الدخل الوطني وبغية تحقيق مكانة مرموقة في سوق السياحة العالمي، وذلك بإعداد خطة لتطوير صناعة السياحة إيماناً منها في مساهمة السياحة في النهوض بالتنمية الاقتصادية الشاملة للبلاد، إضافة إلى العوائد التي تدرها من النقد الأجنبي، وتتمثل هذه الخطة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2030.

بعد عامين من تنفيذ مخطط أعمال التنمية السياحية المستدامة في الجزائر أفاق 2010 كان ضروريا إدخال بعض التغييرات عليه ليصبح مخطط أعمال لأفاق 2013. وفي 2008 قامت وزارة السياحة والبيئة وتهيئة الاقليم ببعث المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025؛ إذ يعتبر جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الاقليم SNAT2025 والذي أصبح بعدها SNAT203، ويهدف هذا المخطط إلى خلق توازن لتموقع السكان عبر التراب الوطني وكذا تطوير جاذبية الأقاليم، ويرتكز خصوصا على تنظيم فضاءات للبرمجة الاقليمية وإنشاء أقطاب جاذبة أخرى للتنمية الصناعية وكذا مدن جديدة يتم من خلالها تنفيذ آليات تسمح بتعميم النمو عبر الأقاليم.

تم بالمقابل تعديل المخطط ليصبح بعدها SDAT2030 في رؤية جديدة للحكومة الجزائرية لقطاع السياحة مع الحفاظ على الأهداف والحركيات الخمس اضافة الى الأقطاب السياحية للجزائر؛ والتي جاء بها مخطط 2025، وهو بذلك يشكل الاطار المرجعي لإستراتيجية السياحة بالجزائر كونها قطاع ذا أولوية في مخطط عمل الحكومة وذلك من خلال عرض رؤية الحكومة للتنمية السياحية لمختلف الأفاق من خلال مفهوم جديد للسياحة الجزائرية؛ حيث يرمي هذا المفهوم إلى التموقع في الفروع السياحية الجديدة الواعدة والاستفادة من تجارب البلدان المنافسة في حوض البحر الأبيض المتوسط.³

تتمثل أهدافه الرئيسية في:

- تثمين الوجهة السياحية للجزائر؛
- وضع خطة نوعية للسياحة؛
- تطوير وتأهيل العرض عن طريق الاستثمار في الأقطاب والقرى السياحية المتميزة؛

¹ شويكات محمد، تسويق الخدمات السياحية وأثرها على التنمية المحلية في ظل الإصلاحات الاقتصادية، رسالة ماجستير في الاقتصاد الكمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004.

² World Travel & Tourism Council (2012), "Algeria: Travel & Tourism Economic Impact 2012 : key facts".

³ - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، "قطاع السياحة"، الموقع الإلكتروني للوكالة، أفريل 2017

- مخطط الشراكة ما بين القطاع العام والخاص لتعزيز السلسلة السياحية؛
- توفير التمويلات؛

2- استراتيجية وأفاق السياحة بالمغرب

بانخراطها في إطار استثمارية «رؤية 2010» تطمح رؤية 2020 الجديدة إلى الرفع من مستوى النشاط السياحي بالمغرب، وجعله من بين العشرين وجهة الأولى على الصعيد العالمي، كما يتجلى هدفه الرئيسي في مضاعفة عدد الزائرين بحلول 2020. أما من حيث العائدات، فمن المتوقع أن ترتفع إلى 140 مليار درهم مسجلة بذلك نموا سنويا قدره 9,6%. من بين التوجهات الكبرى لـ «رؤية 2020»، هناك تنويع المنتجات والوجهات المتاحة للسياح، والتي تشجع على تثمين جميع الموارد الطبيعية لبلادنا، مع الحفاظ عليها، والحرص على احترام الخصوصية السوسيو- ثقافية للمواقع السياحية.

وفيما يتعلق بالحكمة تم توقيع خمسة عشر عقود- برامج جهوية، وذلك في إطار توافقي يجمع بين السلطات السياحية والفاعلين المحليين. وبالمقابل، فإن الهيئة العليا للسياحة ووكالات التنمية السياحية، باعتبارهما أداتين لحكمة الاستراتيجية السياحية «رؤية 2020» لم تظهر للوجود بعد وينبغي أن تحدث وكالات التنمية السياحية بصفة تدريجية في 8 مجالات سياحية لضمان نجاح الاستراتيجيات الترابية والسياسة السياحة الجهوية.

وفيما يتعلق بالجهود المبذولة في مجال تعزيز الوجهة، واصل المكتب الوطني المغربي للسياحة ONMT حملاته المتصلة بالعلاقات العمومية من خلال المشاركة في مختلف المعارض والتظاهرات السياحية في أهم البلدان المصدرة للسياح، مع البحث في الوقت ذاته، عن أسواق جديدة، وخاصة الهند وأفريقيا جنوب الصحراء. ومن شأن عائدات الرسوم المتعلقة بالتأهيل السياحي تعزيز الجهود المبرمجة من أجل تحسين جاذبية المغرب، ولا سيما مشروع تطوير «علامة المغرب» الذي تمكّن من تنسيق وتوحيد الجهود لتأهيل صورة المغرب على الصعيد الدولي. وفي مستوى آخر، عملت عدة إجراءات على تعزيز الربط الجوي للمغرب. يتعلق الأمر، على وجه الخصوص بتوقيع المكتب الوطني المغربي للسياحة، في شهر يونيو 2014، اتفاقية شراكة مع مؤسسة (ترانسافيا وهي شركة تابعة لشركة إير فرانس- كي إل إم) التي تلتزم بتعزيز رحلاتها المباشرة إلى البلد. من جانبها، وبالموازاة مع تطوير الروابط الجوية مع الأسواق الرئيسية المصدرة والصاعدة (فتح روابط جديدة مع البرازيل وجزر الكناري، وتعزيز عدد الرحلات...)، شرعت الخطوط الجوية الملكية خلال 2014 في تدشين العديد من الخطوط الجوية الداخلية ومع ذلك ينبغي الإشارة إلى أن هذه الجهود ينبغي أن تتعزز، وذلك لسد الحاجة إلى الربط الجوي من أجل تحقيق أهداف رؤية 2020 التي تتوقع ربطاً جويًا يتراوح ما بين 1032 - 1079 رحلة في الأسبوع : سوس- الصحراء

المحيط الاطلسي / الجنوب الأطلسي الكبير 30,8%، الشمال 17,5%، وسط المغرب 15,7%، الأطلس والواحة 15,5%، ومراكش الأطلسي 14%¹.

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة تبين أن الجزائر رغم ما تملكه من إمكانيات سياحية هي اليوم بحاجة لاستراتيجية سياحية ممنهجة، وخطة عمل فعالة بغرض النهوض بالقطاع السياحي الذي سيساهم بدوره وبنسبة كبيرة في التنمية الاقتصادية للبلد مما يجعل اقتصادها متنوع وقوي. ويعبر مخطط التهيئة السياحية عن نية الحكومة الجزائرية في النهوض بالقطاع السياحي، إلا أن الاستراتيجيات العملية ليست مدروسة الخطى؛ بحيث يتم تعديل المخطط كل عامين تقريبا بسبب عدم نجاعة السياسات المطبقة في تنفيذ المخطط. وتبين أيضا من الدراسة أن الصناعة السياحية بالمغرب باتت تعرف نهضة حقيقية وعمل ممنهج يساهم بجد في اقتصادها ويجعلها تحذو حذو الدول الكبرى. هذا ما إذا قارنا المخطط الجزائري بمخطط رؤية المغربي نستنتج ما يلي:

بالنسبة للجزائر:

- هشاشة القطاع السياحي بالجزائر وضعف هيكله مقارنة بالمغرب.
- ضعف مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني.
- انعدام الرؤية الواضحة والموضوعية لبرامج التخطيط السياحي الجزائري، وعدم نجاعتها وتعثر استمراريته.
- غياب دور المؤسسات السياحية في النهوض بالقطاع السياحي.
- ارتفاع أسعار المنتجات السياحية وعدم كفاءتها وملائمتها للطلب السياحي الداخلي دفع الجزائريين للعزوف عنها.

بالنسبة للمغرب نجد:

- كفاءة وفعالية الهياكل السياحية وتطور أعدادها مقارنة بالجزائر.
- المساهمة الايجابية والمتزايدة للسياحة في الاقتصاد الوطني المغربي.
- تناقص السياحة للخارج وتفضيل المغاربة للسياحة الداخلية بسبب تطورها وانخفاض أسعارها.

¹ - المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، "رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 80 - 14 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية، إحالة رقم 2015 / 16 . www.cese.ma

- رؤية واضحة المعالم ومحسوبة النتائج لخطط التنمية السياحية.

توصيات:

- تفعيل القطاع السياحي بالجزائر من خلال تفعيل دور المؤسسات المسيرة له كالديوان الوطني للسياحة، والمرصد الوطني للسياحة.
- وضع خطط فعلية وعملية تقوم على أساس علمي واقتصادي للنهوض بالسياحة
- في الجزائر.
- ضرورة توفير قاعدة بيانات بخصوص جميع الاحصائيات والأرقام المتعلقة بصناعة السياحة في الجزائر.
- إعادة الاعتبار للمقومات الطبيعية والتاريخية التي تزخر بها الجزائر وحمايتها من
- التخريب بغرض استغلالها في النهوض بصناعة السياحة وتحقيق عوائد مادية من خلالها.
- الاهتمام بتكوين مختصين في المجال السياحي بمعايير عالمية تتجاوب وتطور الطلب السياحي عالميا.
- نشر الوعي السياحي في المجتمع من خلال تدريس ثقافة السياحة بالمدارس وتبيين أهميتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمع.

المراجع:

1. بعابشة نبيل، أهمية القطاع السياحي وأثره على الاقتصاد الوطني -دراسة مقارنة بين: الجزائر، تونس، المغرب-، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2012-2013.
2. شويكات محمد، تسويق الخدمات السياحية وأثرها على التنمية المحلية في ظل الإصلاحات الاقتصادية، رسالة ماجستير في الاقتصاد الكمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004.
3. عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية، العدد 4، جوان 2016.
4. المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، "رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 14 - 80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية، إحالة رقم 16 / 2015. www.cese.ma
5. إحصائيات السياحة بالمغرب observatoire du tourisme.ma، معطيات وزارة السياحة المغربية
6. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، "قطاع السياحة"، الموقع الإلكتروني للوكالة ، افريل 2017

7. تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي 2013.
8. تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي 2015.
9. نشرات وزارة السياحة المغربية.
10. الديوان الوطني للإحصائيات www.ons.dz
11. World Travel & Tourism Council (2012), "Algeria: Travel & Tourism Economic Impact 2012 : key facts"
12. ECONOMIC IMPACT 2016 WORLD, The World Travel & Tourism Council (WTTC) ; Delivered by <http://www.wttc.org/>
13. API_ST.INT.DPRT_DS2_ar_excel_v2.xls
<http://api.worldbank.org/v2/ar/indicator/ST.INT.DPRT>
14. http://data.albankaldawli.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=MA&year_high_desc=false