

الدور التنموي للسياحة في البلدان المغاربية

The development role of tourism in the Maghreb countries

أ.د علي حميدوش

جامعة المدية - الجزائر

Hamidouche_a2013@yahoo.fr

أ. رشيد هولي

المركز الجامعي بميلة - الجزائر

Rachidhoulitaher@gmail.com

Abstract

Tourism and its foreign currency, and labor employment, make it a strategic sectors as a result of the creation of the linkages between many sectors, making it an integrated industry in itself, based on the internal tourism components, natural and civilization, provided that the necessary factors, such as infrastructure , Security conditions, and complementary services. In order to keep pace with the leading innovative tourism models, it is necessary to create means and economic environments that is capable of exploiting the available tourism components and finding effective strategies that will make the tourism sector a leader in development, contributing to economic growth in a distinctive way.

For the Maghreb countries, they have common natural and cultural features, due to the identical geographical location of the Mediterranean, which is far from isolation and climate extremes, which can be reached from a wide range of countries, to its Arab extension, to Africa, and near to Europe which is considered the largest tourist market, as well as it owning the natural and climatic diversity, and the cultural and civilizational heritage resulting from the succession of ancient civilizations, which left monuments, buildings and castles, indicating the region's heritage, making it the most attractive tourist destination and respond to demand.

Key word: Tourism, strategic sectors, attractive tourist, tourist market.

مقدمة:

تعد السياحة من الظواهر الاجتماعية التي ظهرت مع حركة الإنسان وتطورات، وسعيه الدائم وراء أسباب الحياة، من الأكل والشرب والملبس والمأوى، أو من تبادله للمعارف والسلع والخدمات، والتجارب والخبرات مع مجتمعات إنسانية أخرى، أو من إقامة روابط أسرية و علاقات سياسية أو اقتصادية أو ثقافية.

ولقد تحولت أهداف هذه التحركات، من تحقيق الاحتياجات وتلبية الرغبات، إلى أهداف ثقافية اجتماعية اقتصادية، متضمنة بعد المتعة، وحب الاستكشاف والراحة والنزهة، أو العلاج والرياضة وهو ما عرف فيما بعد بمصطلح السياحة، والتي تطورت في مفهومها وأهدافها وأهميتها الاقتصادية حتى تجاوزت معظم الصناعات الكبرى في العالم، وأصبحت من أكبر المصادر المالية للنقد الأجنبي لكثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية.

إن السياحة وما تجلبه من عملة أجنبية، وتشغيل اليد العاملة، وامتصاص نسبة كبيرة من البطالة، والمساهمة في رفع الناتج الداخلي الخام للاقتصاد الوطني، جعلها من القطاعات الإستراتيجية نتيجة خلقها لقوة الدفع الخلفية والأمامية في مجالات متعددة، وتشكيل الارتباطات بين كثير من القطاعات، ومساهمتها في نمو اقتصاديات كثير من الدول، على غرار القطاعات الخدمية كقطاع النقل والإيواء، والإطعام والكهرباء والاتصالات، أو غيرها من القطاعات المنتجة، كالقطاع الزراعي والصناعي، خاصة الغذائي منها.

فالتنمية السياحة، لها تأثيرات مباشرة وغير مباشرة، مع كثير من المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية والبيئية، في البلد المقصد، أو الجهة أو المرفق المزار، ولها تأثيرات مباشرة أيضا بأداء القطاعات الأخرى، نتيجة التشابكات الخلفية، مع القطاعات الخدمية، التي لا يمكن استيرادها من الخارج، وإحلالها محل المنتجات الداخلية.

إن الارتباطات السالفة الذكر، جعل من السياحة صناعة متكاملة قائمة بذاتها، تتضمن التخطيط والاستثمار والترويج والتسويق، مرتكزة على المقومات السياحية الداخلية، الطبيعية أو الحضارية، لأن المنتج السياحي غير قابل للتصدير أو الاستيراد أو المنافسة الخارجية، شريطة أن تتوفر في هذه الصناعة العوامل الضرورية لقيامها، كالبنية التحتية الأساسية، من طرق ومطارات وهياكل الإيواء والإطعام والترفيه، وشروط الأمن والسلامة والاستقرار السياسي، وغيرها.

كما تتميز الخدمات السياحية بديمومة التطور والتغيير، مرتبطة بالجودة العالية في الأداء، لمواجهة المنافسة الخارجية في هذا الجانب، ولتلبية الطلب المتنوع والمتزايد، على المنتجات السياحية خاصة الترفيهية. ولمسايرة النماذج السياحية الرائدة المبتكرة، في الدول المتقدمة، لا بد من خلق وسائل وبيئة اقتصادية، قادرة على استغلال المقومات السياحية المتاحة، وإيجاد استراتيجيات فعالة تجعل القطاع السياحي، رائدا في التنمية الاقتصادية، مساهما في النمو الاقتصادي بشكل مميز. والدول المغاربية الجزائر وتونس والمغرب من الدول ذات الموقع المتميز، التي تمتلك المناخ المتنوع والتضاريس المختلفة، ولها عناصر سياحية متعددة، تساعد في القيام بأنشطة سياحية طوال السنة، معتمدة على الميزة التنافسية للمقومات السياحية التي تمتلكها. ومن هذا المنطلق يمكن صياغة إشكالية البحث في التساؤل الرئيسي التالي: كيف تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية في البلدان المغاربية الثلاث،

الجزائر، تونس والمغرب؟

وتحت هذا التساؤل تنضوي التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهو واقع السياحة المغاربية؟
- ماهي العناصر السياحية التي تمتلكها الدول المغاربية؟
- هل للسياحة أهمية في الاقتصاد الجزائري؟

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية البحث في الدور المتعظم للسياحة في الاقتصاديات الدولية، سواء في الدول المتقدمة أو النامية على حد سواء، مقابل اعتماد الجزائر في تمويل برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية على مصادر ناضبة غير متجددة، متمثلة في إيرادات قطاع المحروقات، والذي عرف بدوره هزات وأزمات دورية نتيجة التبعية المطلقة للاقتصاد الوطني للخارج سواء من حيث تحديد أسعار الصادرات (البترول والغاز) التي تحدد في الأسواق الدولية، أو من حيث ضعف المنتجات الوطنية وعجزها أمام المنافسة الخارجية، مما يحتم البحث عن مصادر أخرى، لا تخضع للشروط الموضوعية أمام الصادرات نحو الدول المتقدمة، ولعل منتجات القطاع السياحي تكون إحدى أحسن البدائل المطروحة والفعالة لتمويل الاقتصاد الوطني بالعملة الأجنبية والتقليل من حدة البطالة، وتحقيق التوازن في ميزان المدفوعات.

هدف الدراسة :

يهدف هذا البحث إلى تحديد الدور الفعال للسياحة، في التنمية الاقتصادية في البلدان المغاربية، و ضبط أوجه التشابه والاختلاف بين البلدان الثلاث، فيما يتعلق بالقطاع السياحي، وتحديد التحديات التي تواجه تطور الأنشطة السياحية فيها.

منهج الدراسة :

من أجل الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع، تم الاعتماد على المنهج الوصفي، في إعطاء مفاهيم حول السياحة وأنواعها، ودورها في التنمية الاقتصادية، كما استخدم المنهج التحليلي، في حصر المقومات السياحية، وتحديد مساهمة السياحة في اقتصاديات الدول المغاربية الثلاث .

خطة الدراسة :

للإجابة على التساؤلات السابقة سنتناول المحاور التالية :

المحور الأول: التنمية الاقتصادية و السياحة

المحور الثاني: المقومات السياحية للبلدان المغاربية

المحور الثالث: مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلدان المغاربية

المحور الأول: التنمية الاقتصادية والسياحة

إن التنمية لا تشتمل على جانب واحد معين وفقط، بل تشتمل على جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وإن كان الجانب الاقتصادي هو الحلقة الأهم وهو الركيزة الأساسية، التي تعتمد عليه، لانعكاسه المباشر على المجالات الأخرى، وعلى الرفاه الاجتماعي والثقافي، وتلبية الحاجات المستمرة والمتزايدة لأفراد المجتمع.

تعتبر السياحة جزء من الإستراتيجية الاقتصادية للدول، فلا يمكن إيجاد تنمية سياحية منفصلة عن التنمية الاقتصادية والاجتماعية، لارتباطها بالقطاعات الأخرى، كالبنية الأساسية، والزراعة والصناعة، والنقل وإقامة الهياكل السياحية وغيرها من القطاعات التي لها ارتباط مباشر بها.

أولاً: التنمية والتنمية الاقتصادية

1- التنمية: إن مصطلح التنمية ظهر في ستينيات القرن الماضي لمعالجة المشاكل الاقتصادية والاجتماعية في الدول النامية، ومحاولة اللحاق بركب الدول المتقدمة في جميع جوانب الحياة، خاصة بعد التقدم التكنولوجي الذي عرفته هذه الأخيرة، مما خلق فوارق واضحة المعالم في المستوى المعيشي للسكان، فالتنمية "عملية شاملة تتناول جميع جوانب الحياة الاجتماعية المتعددة، معتمدة على تخطيط شامل للجوانب الاقتصادية والاجتماعية لتحقيق أهداف واضحة المعالم، ويتطلب مشاركة واعية من جميع أفراد المجتمع، لتحقيق الرفاه الاجتماعي وإشباع الحاجات الخاصة والعامة"¹. فالتنمية تلمس جميع شؤون الحياة وجميع المجالات الثقافية والسياسية والفكرية والاقتصادية والاجتماعية، بما يجعلها تلمس جميع أفراد المجتمع ويساهم فيها هؤلاء دون استثناء، لأن الهدف واحد ويكون مشتركاً بينهم، وهو تحسين مستوى المعيشة لكل الأفراد والجهات.

كما عرفت بأنها "الانتقال من مستوى إلى مستوى آخر أعلى بكثير من المستويات السائدة، تكون في صورة تدفقات وقفزات غير منتظمة ومفاجئة، تهدف بالأساس إلى تحسين مستوى معيشة الأفراد"². فالتنمية تمر بمراحل، تنتقل من مستويات أقل إلى مستوى أعلى إلى غاية الوصول إلى الهدف المخطط له.

يلاحظ من التعريفين السابقين أن التنمية عملية شاملة تهدف بالدرجة الأولى إلى تحقيق أهداف واضحة، أقصاها تحسين مستوى المعيشة والانتقال من مستوى معيشي منحط إلى مستوى أعلى وأفضل نتيجة تلبية الحاجات وإشباع الرغبات. وعلى هذا الأساس يرى الاقتصادي "مايكل تودارو" مؤلف كتاب "التنمية الاقتصادية في العالم الثالث" أن التنمية يجب أن تكون عملية متعددة الجوانب متضمنة للتغيرات الرئيسية في البنية الاجتماعية والمواقف الشعبية والمؤسسات القومية، كما تستهدف تعجيل النمو الاقتصادي وتقليل عدم التساوي في الدخل وتخفيف حدة الفقر. والتنمية في جوهرها يجب أن تمثل كل السلسلة المتكاملة للتغيير، بجانب التوفيق بين الحاجات الأساسية ورغبات الأفراد والمجموعات الاجتماعية، من خلال نظام اجتماعي متكامل، والتقدم نحو وضع أفضل للحياة مادياً ومعنوياً³.

2- التنمية الاقتصادية: التنمية الاقتصادية، هي جزء من التنمية، وإحدى الوسائل الهامة لتحقيق أهدافها، والتي تعتمد على الموارد المتاحة وتهدف بالدرجة الأولى إلى تغيير الهيكل الاقتصادي حتى يتم رفع متوسط دخل الفرد بما ينعكس إيجاباً على مستوى معيشة السكان.

فتعرف التنمية الاقتصادية بأنها "كل السياسات والإجراءات المقصودة والمخططة، التي تهدف إلى تحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي، والتي تقوم بإحداث تغيرات في هيكل الاقتصاد القومي، القصد منها تحقيق زيادة سريعة ودائمة في متوسط دخل الفرد الحقيقي، يستفاد منها غالبية أفراد المجتمع"⁴. فالتنمية الاقتصادية موجودة ووضعت في الدول التي تعاني من التخلف الاقتصادي والاجتماعي، ولها اختلال في الهيكل الإنتاجي، بحيث تركز صادراتها على المواد الأولية سواء الباطنية أو الفلاحية، والهدف الأساسي هو تحقيق زيادة مستمرة ودائمة في الدخل الوطني يتجاوز زيادة معدل النمو السكاني.

وعرفت أيضاً بأنها "العملية التي يحدث من خلالها تغيير شامل ومتواصل مصحوب بزيادة في متوسط الدخل الحقيقي وتحسن توزيع الدخل لصالح الطبقة الفقيرة، وتحسن في نوعية الحياة وتغير هيكل في الإنتاج"⁵. فالتنمية هنا تعني الانتقال من مرحلة اقتصادية راهنة إلى درجة أعلى منها، تؤدي بشكل مباشر إلى تحسين الجانب المادي للفرد، وتغيير نوعية الحياة نتيجة تغيير الهيكل الاقتصادي مركزة في أهدافها على الطبقة الفقيرة.

- وتهدف التنمية الاقتصادية إلى تحقيق الرفاهية الاجتماعية للأفراد وهذا من خلال:⁶
- **تغيير الهيكل الاقتصادي:** إن ما يميز اقتصاديات الدول النامية، أنها تعتمد بالدرجة الأولى على الصناعات التصديرية للمواد الأولية، وتغييرها يتم من خلال تنويع الصادرات، وإشراك جميع القطاعات الصناعية والفلاحية والخدماتية في العملية الإنتاجية، وإحلال المنتجات المحلية محل المنتجات الأجنبية.
 - **رفع متوسط دخل الفرد:** إن تغيير الهيكل الاقتصادي للدولة يؤدي بالضرورة إلى زيادة الدخل الوطني نتيجة مساهمة بقية القطاعات في العملية الإنتاجية، مما يؤدي إلى تنويع وزيادة الدخل بالعملة الوطنية أو الأجنبية.
 - **الرفع من مستوى معيشة السكان:** إن زيادة الدخل الوطني، تؤدي بالضرورة إلى تحسين مستوى المعيشي للأفراد و التقليل من التفاوت الطبقي بين الأفراد وبين الأقاليم المختلفة، وخلق التوازن بين الزيادة في معدل النمو الاقتصادي والنمو السكاني.
- وفي إطار تحقيق هذه الأهداف، يجب الأخذ في الاعتبار عند وضع الخطط التنموية حقوق الأجيال اللاحقة، من الموارد الطبيعية الموجودة في باطن الأرض وظواهرها، والحفاظ على التوازن البيئي، وهو ما يعرف بالتنمية المستدامة، والتي أصبحت من بين أهداف التنمية.

3- دور قطاع الخدمات في التنمية الاقتصادية

إن قطاع الخدمات وما يحتويه من مجالات متعددة، أصبح يلعب دورا فعالا في اقتصاديات الدول، وله أهمية كبيرة ويعكس ذلك أرقام نسبة مساهمة الخدمات في الاقتصاد العالمي، وفي مكونات اقتصاد أي دولة، سواء في الناتج المحلي أو المساهمة في التقليل من البطالة أو التوظيف، وتطوير هيكل قطاع الخدمات.

ففي فرنسا مثلا وفي السنوات الأخيرة تجاوزت نسبة مساهمة قطاع الخدمات في الناتج المحلي 78%، ففي سنة 2011 وصلت نسبة 78,3% يقابله 19,8% في القطاع الصناعي ونسبة 1,8% للقطاع الفلاحي، في حين بلغت سنة 2014 نسبة 78,9% في قطاع الخدمات، أي بزيادة قدرها 0,6% يقابله 19,4% في القطاع الصناعي، ونسبة 1,7% في القطاع الفلاحي أي بانخفاض 0,4% و 0,1% على التوالي وهو ما يبين التطور الإيجابي في مساهمة قطاع الخدمات في الناتج المحلي يقابله التغير السلبي للقطاعات الآخرين بين سنتي 2011 و 2014، وهو نفس الملاحظة مع الولايات المتحدة التي تجاوزت نسبة 78% من الناتج المحلي وكثير من الدول المتقدمة.⁷

أما في الدول المغاربية الثلاث، المغرب، تونس والجزائر، فقد شكل قطاع الخدمات الجزء الأكبر من الناتج القومي، وتجاوزت نسبة 56% في كل من المغرب وتونس، وتراوحت النسبة بين 38% و 43% في الجزائر، بسبب اعتمادها الكبير على الريع والجباية البترولية، والجدول التالي يبين نسبة مساهمة قطاع الخدمات في الناتج القومي الإجمالي للدول الثلاث:

الجدول رقم: (01): نسبة مساهمة قطاع الخدمات في الناتج القومي للدول المغاربية من سنة 2011 إلى 2014

الدولة	2011	2012	2013	2014
المغرب	56.5	58	56.6	57.5
تونس	59.3	59.5	61.3	61.9
الجزائر	38.7	39.3	41.6	43.3

Source : <http://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TETC.ZS>.

يلاحظ من خلال الجدول أن نسبة مساهمة قطاع الخدمات في الناتج القومي الإجمالي هي الأكبر في الدول الثلاث مقارنة ببقية القطاعات، وهي في تطور مستمر، إذ كانت سنة 2011 تمثل 59,3% لتصل نسبة 61,9% بزيادة قدرها 2,6%، في حين بلغت في المغرب نسبة 56,6% سنة 2011 ووصلت سنة 2014 نسبة 57,5% بزيادة قدرها 1%، أما الجزائر فهي الأضعف في نسبة مساهمة قطاع الخدمات في الناتج القومي بين الدول المغاربية الثلاث من سنة 2011 إلى 2014، وإن كانت في تطور مستمر، فبعدها كانت 38,7% سنة 2011، وصلت 43,3% سنة 2014، بزيادة قدرها 4,6%، في

مقابل قطاع الصناعة الذي بلغت نسبة مساهمته 52,7% سنة 2011، لتتخفص سنة 2014 إلى 45,7% بانخفاض قدره 7% في حين كانت النسبة سنة 2011 في القطاع الفلاحي 8,6% لترتفع سنة 2014 إلى 11,1% بزيادة قدرها 2,5%. إن الانخفاض في مساهمة القطاع الصناعي عوّض بالزيادة في المساهمة في القطاع الفلاحي وقطاع الخدمات. هذه النسب تفسر الاعتماد الكبير للدول المتقدمة والنامية على قطاع الخدمات في تكوين الهيكل الاقتصادي لها.

ثانيا: السياحة

1 - مفهوم السياحة

إن كلمة tourist ظهرت لأول مرة في اللغة الإنجليزية سنة 1800م ، وفي اللغة الفرنسية سنة 1816م ، وتعني الذين يقومون " بالجولة الكبرى" في القارة الأوروبية باتجاه مدن فرنسية وإيطالية، ومصطلح السياحة "tourism" عرض لاحقا سنة 1811 والتي تتضمن نظرية ممارسة الرحلة الممتعة.⁸

إن مفهوم السياحة لم يحدد بدقة في بداية الأمر، نتيجة اختلاف رؤى المنظرين للسياحة، والزاوية التي ينظر إليها منها، باعتبارها ظاهرة تمس الفرد والدولة وتؤثر على الجانب الاجتماعي، السياسي، الاقتصادي والثقافي، وحتى النفسي باعتبارها من الحاجات النفسية التي يجب إشباعها حسب القدرة المادية والمعنوية. فقد عُرِّفت بأنها " ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث تركز على الانتقال من مكان الإقامة للاستحمام والاستمتاع بحمال الطبيعة والإحساس بالمتعة في مناطق طبيعية خاصة".⁹ هذا التعريف لصاحبه "غويير فرويلر" وهو من أول التعاريف التي تطرقت لمفهوم السياحة والذي حصرها سنة 1905 في نوع واحد وهو السياحة التي تشتمل على بعد المتعة دون التطرق لأنواع الأخرى و الشروط اللازم توفرها حتى تسمى سياحة والقائم بها سائحا وهذا لحدثة الظاهرة والمفهوم معا.

وفي عام 1943 ظهر كتاب بعنوان " النظرية العامة للسياحة " من تأليف الكاتبين هونزكر « hunziker » وكرافت « kraft » واعتبرا السياحة بأنها " المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية، التي تنتج عن إقامة السائحين، شريطة أن لا تؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من أنواع العمل، سواء كان عملا دائما أو عملا مؤقتا ".¹⁰، وركز هذا التعريف على العلاقات الطبيعية، التي تنتج بين السياح الوافدين والسكان المقيمين في الوجهات المقصودة، مع اشتراطه إبعاد السفر المتضمن هدف العمل والإقامة الدائمة. ويعد هذا التعريف شاملا إلى غاية هذا التاريخ، وذلك لاحتوائه على العلاقات الطبيعية وما ينتج عنها من ظواهر التي تنتج عن إقامة السياح، وكذا اشتراطه أن يكون ذلك ليس بصفة مستمرة ودائمة.

أما من حيث اعتبار السياحة إحدى فروع الخدمات والصناعات الاقتصادية التي تركز على خدمات مقدمة في السفر خارج مقر الإقامة فقد عرفت بأنها: " السياحة تضم مجموعة نشاطات الإنتاج و الاستهلاك التي تستلزم تنقلات معينة، خارج الإقامة اليومية ".¹¹

وجاء تعريف الأمم المتحدة عام 1963 للسياحة بأنها "السفر لمدة 24 ساعة أو أكثر من ليلة، لأغراض قضاء وقت الفراغ، أو التجارة، أو الشؤون العائلية، أو زيارة الأصدقاء، أو القيام بمهمات رسمية".¹² وفي هذه المرحلة بدأ يتضح التعريف العام للسياحة وأنها تشتمل على أبعاد أخرى غير التنزه والمتعة، بل تتضمن السفر في المهمات الرسمية كالبعثات الدبلوماسية وغير رسمية كالتجارة وزيارة الأقارب والأصدقاء.

وعرفت المنظمة العالمية للسياحة سنة 1991 السائح بأنه " الشخص الذي يسافر من بئته المعتادة إلى مكان خارجها على أن لا تتعدى المدة سنة ولا تقل عن 24 ساعة لأي عرض من الأغراض سوى العمل والكسب".¹³ تضمن تعريف منظمة السياحة الشروط الواجب توفرها للتمييز بين المسافر السائح وبين المسافر غير السائح والمتمثلة في:

- أن يكون الشخص مسافرا إلى خارج مكان إقامته الدائمة، وأن لا يكون معتاد السفر إليها يوميا أو أسبوعيا (يتجلى بعد الإقامة والعادة).
- أن تكون المدة متتالية ومتواصلة وأن لا تقل عن 24 ساعة وأن لا تزيد عن السنة، فإن قلت أعتبر متجولا أو متنزها، وإن زادت صار مقيما دائما (يتضح بعد المدة).
- أن يكون السفر لغرض غير مزاوله العمل والكسب بأجر وإنما لتحقيق أهداف غير ذلك، رسمية كانت وغير رسمية (هنا بعد الغاية أو الهدف).

2- أسباب انتشار السياحة

- إن انتشار السياحة يعود لعدة أسباب وعوامل وظروف يمكن إجمالها فيما يلي:
- تقليل ساعات العمل وظهور الإجازات المدفوعة الأجر، والتي كان لها الأثر الكبير في تطوير السياحة والتي ظهرت بفرنسا سنة 1936 وكانت أسبوعين لتصل إلى خمسة أسابيع سنة 1982 والتي أضفت الطابع الديمقراطي على السياحة، ومهد الطريق أمام الإقامة القصيرة إلى جانب العطلة المعتادة.¹⁴
 - التقدم الكبير الذي عرفته وسائل النقل والاتصال، وخاصة بعد نهاية الحربين العالميتين، وتحول الصناعة الحربية لهذه الوسائل إلى صناعة مدنية، والتنافس الكبير بين الشركات العملاقة في إنتاج وسائل مما انعكس إيجاباً على الصناعة السياحية.
 - زيادة الطلب على الخدمات عموماً نتيجة التقدم في المستوى المعيشي للسكان، وعلى الخدمات السياحية.
 - ظهور المدن السياحية الحديثة، وإعادة بعث المدن والعمران القديم.
 - انتشار الأمن والاستقرار السياسي بين الدول وظهور منظمات دولية لها تأثيرات على قرارات الدول، تسعى للرفي بحياة الفرد والمجتمع.

المحور الثاني: المقومات السياحية للبلدان المغاربية

إن السياحة باعتبارها منتجا غير قابل للتصدير، تعتمد في تنافسيتها على ما يمتلكه البلد المستقبل من مقومات سياحية، وما يميزها من إمكانيات طبيعية وحضارية وأخرى مكملتها، يجعلها تمتلك قدرات تنافسية، ويجعلها قادرة على خلق عرض سياحي وأنواع معينة من السياحة فلما تجدها في دول أخرى، وإن كان هذا العرض مرتبط بأسس وخدمات تؤثر مباشرة على الطلب السياحي الذي يقابله. ويمكن تقسيم المقومات السياحية إلى:

أولاً: المقومات الطبيعية

تعدد هذه العناصر ما بين الموقع الجغرافي والعناصر الطبيعية المتاحة التي تجذب السياح إلى موقع معين، يتميز عن غيره من الأماكن بمناخ مميز، وتضاريس معينة، وحياة بيئية بارزة، وتوزيع المياه والنبات والحيوان. ويعتبر الموقع الجغرافي من أهم ركائز التدفق السياحي، لتحديد خصائص عناصر الجذب السياحي الطبيعية للبيئة الحية وغير الحية (المناخ، أشكال النبات، أنواع الحيوانات)، الموجودة في المحيط المائي أو المحيط البري، والتي تلعب دوراً هاماً في تنشيط الحياة السياحية، واستدامتها وتنوعها، يجعل من المنتج السياحي للبلد يتميز حسب المقومات. ويمكن التمييز بين نوعين من المقومات الطبيعية:¹⁵

1- المقومات الطبيعية المناخية: يعد المناخ من المقومات الطبيعية التي تركز عليها صناعة السياحة، فالطلب السياحي يتجه إلى المناطق ذات العرض الذي يحتوي على المناخ الذي يلائم السياح، ويلبي رغباتهم واحتياجاتهم وبالتالي فهو الموجه الحقيقي لحركة السياح وحجمها وتوطين المنتجعات السياحية. وتبعاً للعلاقة التي تربط بين المناخ والسياحة، يمكن تقسيم مناخات العالم إلى نمطين هما:

- **مناخات هادئة:** هي مناخات تتصف بقلة التقلبات والثبات النسبي لخصائصها الطبيعية وعناصرها البيئية، وتكون غير متطرفة الموقع، كمناخ البحر الأبيض المتوسط، والمناخات السائدة في العديد من النطاقات الغابية، والتي تتسم بالأمطار الموسمية وتساقط الثلوج شتاءً، والجبال السهلة، والوديان السهلة.

- **مناخات متقلبة:** تتسم بالتطرف وتقلب الخصائص المناخية، والاضطرابات الجوية، كالأعاصير والفيضانات، والحرارة المرتفعة، والثلوج الكثيفة، والانخفاضات الجليدية، كما تمتلك تضاريس وعرة كالجبال العالية جداً وكثرة تباين، ومثل هذه المناخات تعيق خلق أنشطة سياحية وتطورها، بسبب تدميرها لوسائل الاتصالات، والمنشآت السياحية أو البنية التحتية.

2- المقومات الطبيعية البيئية: وتتمثل في المحيط المائي واليابسة وما تحويه من عناصر تخلق عليها طلباً سياحياً متميزاً، وهذه العناصر يمكن التمييز بين نمطين:

مقومات المحيط المائي: وتتمثل في البحار والأنهار والشلالات، والحمامات المعدنية الصالحة للاستشفاء والعلاج، ومساقط المياه كما تتضمن أيضاً النباتات والحيوانات البحرية.

مقومات اليابسة: وهي من عناصر الجذب التي تنتشر فيها سياحة الترفيه والاستكشاف لما تتصف به من عجائب وغرائب كالكهوف والمغارات، أو التي تتسم بالراحة والهدوء كالشواطئ والخلجان أو ما يوجد عليها من جبال وحيوانات ونباتات وخاصة النادرة منها.

إن عوامل الجذب السياحية الطبيعية تعتبر من أهم عوامل الجذب التي تتحكم في تدفق السياحة العالمية بدليل أن الدول التي تتسم مناخ معتدل هي التي تستقطب السياحة العالمية.

ثانيا: المقومات الحضارية

تتعرض العناصر البيئية والطبيعية على عادات الناس وثقافتهم وتشكيلاتهم الاجتماعية، والنظم والتقاليد والعقائد الدينية، هذه الأخيرة لها الأثر المباشر على العلاقات الاجتماعية والثقافية وعلى البنيان والأماكن المقدسة، ويتم تصنيف عناصر الجذب السياحي الحضاري تبعا للخصائص الرئيسية المميزة لكل عنصر و تبعا للدوافع و الحاجات التي يشبعها هذا العنصر مما تصنف إلى:

1- المقومات الحضارية التاريخية أو الأثرية

إن العمق التاريخي للبلد المقصد يعتبر عامل جذب لعدد كبير من تيارات السياحة في العالم، وخاصة المواقع الدينية المقدسة التي كان لها إسهاماتها في التاريخ البشري أو التي مازالت لها القدسية الروحية في الوقت الراهن والتي تحضنا باحترام واهتمام أبناء الديانات السماوية، والتي تكون سببا كافيا للقيام بالرحلة السياحية سواء كانت حجاً أو عمرة أو ما شابه ذلك، كونها ترتبط بأبعاد روحية أو نفسية أو كانت استكشافاً للمنطقة وتاريخها.¹⁶

2- المقومات الحضارية الحديثة

يرغب الكثير من السواح عند القيام بالرحلة السياحية، في الحصول على الخدمات السياحية الراقية، والتمتع بها مقابل دفع مستحقاتها، مما يجعل الخدمات السياحية والتسهيلات المقدمة والمعاملة الحسنة من العوامل الرئيسية الموجهة لحركة السياح في العالم، وهو ما يلاحظ من خلال تركز معظم السياحة الدولية في عدد محدود من الدول المتقدمة وعلى رأسها فرنسا وإسبانيا وغيرها. كما أن هناك عوامل حضارية متعلقة بالأمن والاستقرار والمحافظة على حياة وسلامة السائح لأن هذه الأخيرة أهم من القصد السياحي للمنطقة.

ثالثا: المقومات السياحية المكملة

توجد هناك مقومات سياحية مكملة لسابقتها، وإن كانت ضرورية في كثير من الأحيان ولا يمكن الاستغناء عنها بأي حال من الأحوال، وأهما وجود حد أدنى من البنية التحتية يتوفر عليها الموقع السياحي، لأن وجودها له علاقة مباشرة بخدمات النقل وتطورها. كما أن تطور الاتصالات علامة فارقة في الحركة السياحية العالمية لأنها تعتمد على أنظمة الاتصالات الحديثة في عملية تسويق السياحة وتسهيل الإجراءات والأنشطة المرافقة لها.

كما أن هناك قطاعات أخرى لها علاقة مباشرة كتطور النظام المصرفي والمجال التعليمي والعناية بالبيئة وإعطائها صفة جمالية، وتوفير خدمات الطعام والاستراحات وتوفير النشرات الإرشادية والمعلومات التاريخية والحديثة عن المقصد، وكذا توفر الثقافة السياحية الرسمية والشعبية وهذا كله يعطي دفعة قوية للمنطقة السياحية.¹⁷

رابعا: عناصر الجذب السياحي للبلدان المغاربية

وبالنسبة للدول المغاربية الثلاث، فإنها تتميز بمقومات طبيعية وحضارية مشتركة، نتيجة الموقع الجغرافي المتطابق، الممثل في موقع المتوسط المناسب، البعيد عن العزلة والتطرف المناخي، والذي يمكن الوصول إليه بأيسر التكاليف وأسرع وقت، من مجموعة كبيرة من الدول، لامتدادها للعالم العربي، وكونها واجهة إفريقيا مع البحر الأبيض المتوسط وأوروبا، وامتلاكها للتنوع المناخي والطبيعي، والتراث الثقافي والحضاري، الناجم عن تعاقب الحضارات القديمة، التي تركت معالم أثرية ومباني وقلاع، تدل على عراقية المنطقة، مما يجعلها الأكثر جذبا للسياح وتلبية للطلب الإقليمي والدولي.

المقومات السياحية في الجزائر:

تعتبر الجزائر الأكبر من حيث المساحة والتضاريس، يحدها شمالا البحر الأبيض المتوسط، مما جعلها تمتلك 1200 كلم من السواحل، تتخللها مجموعة كبيرة من أروع الشواطئ، وأربعة تضاريس، تمتد من الشمال إلى الجنوب، تحتوي على سهول وهضاب وسلاسل جبلية، متفاوتة الارتفاع والميزات، مختلفة في النباتات والحيوانات. وتحتل الصحراء الشاسعة 80% من المساحة، والتي تتخللها جبال بركانية، وسلاسل من الجبال تحمل رسوما لبقايا الحيوانات المختلفة التي عاشت خلال العصور الغابرة، وكذلك تمتلك الواحات والرمال الذهبية.¹⁸

وبالنسبة للمناخ الحموية فإن الجزائر تعتبر من أغنى الدول، لامتلاكها أكثر من 202 منبعاً حموياً، منها المستغل ومنها غير المستغل، الصالحة لعلاج الكثير من الأمراض العضوية والنفسية.¹⁹

ومن حيث المدن السياحية والمواقع الأثرية فإن موقع "التاسيلي" في تمنراست، من أهم المدن الجيولوجية العالمية، الذي يعود تاريخها إلى 6000 قبل الميلاد، إضافة إلى العاصمة التي تحوي القصة العتيقة التي يعود تاريخ إنشائها إلى العصر العثماني، وما فيها من منازل وقصور، ومساجد مثل مسجد "كتشاوة" و"المسجد الكبير" الذي بني في عهد المرابطين. كما تعتبر مدن وهران، قسنطينة، تلمسان، غرداية وباتنة، من أغنى المدن الجزائرية لاحتوائها على قصور ومساجد ومتاحف تعود للعهد النوميدي والروماني والعهد الإسلامي والعثماني... إلخ، والتي يصنف الكثير منها ضمن التراث الإنساني.²⁰

هذه المقومات الطبيعية والحضارية التي تمتلكها الجزائر تجعلها قادرة على خلق منتج سياحي طبيعي وحضاري، منافساً وجذاباً وملياً للطلب السياحي المحلي والخارجي.

العناصر السياحية في تونس:

أما تونس فهي اصغر الدول المغاربية، يحيط بها البحر الأبيض المتوسط من الجهة الشمالية والشرقية لمسافة تمتد 1300 كلم، تتوزع على طولها أقطاب سياحية، توفر شواطئ نظيفة، وملاعب للرياضات المتنوعة، وتمتلك تضاريس وجبالاً أقل وعورة من نظيرتيها الجزائر والمغرب، وتمثل الصحراء 22% من أراضيها، التي تتخللها سهوب وهضاب ووحدات تقام فيها حفلات البدو الصحراوية. كما تضم متاحف أشهرها "متحف باردو" الذي يضم أكبر عدد من التحف الرومانية في العالم، إضافة للمدينة العتيقة التي صنفها منظمة اليونسكو ضمن التراث الإنساني. وتحتضن تونس عدة مهرجانات السنائية، المسرحية، الفنون التشكيلية، مهرجان القصور للعادات الشعبية، وغيرها، وأشهرها أيام قرطاج السنائية منذ 1966.²¹

هذا التنوع الممزوج بالجو المعتدل طوال السنة، جعلها مؤهلة لتنشيط السياحة الترفيهية والشاطئية. أما السياحة الإستجمامية والعلاجية فقد تفوقت فيها تونس نتيجة امتلاكها منذ القدم للحمامات المعدنية، حتى أصبحت القطب الثاني بعد فرنسا في معالجة الكثير من الأمراض العضوية والنفسية باستعمال المياه المعدنية والبحرية، وتمتلك أكثر من 20 مركزاً للعلاج، كما أن التقدم الطبي الحديث جعل منها مقصداً للعلاج والسياحة.²²

وفي المدن الحضارية ذات الكثافة السكانية، توجد سلسلة من الفنادق السياحية الفخمة التي تمتلك تجهيزات ووسائل النقل والاتصالات المتقدمة، ومرافق رياضية وترفيهية متنوعة، يقابلها عدد كبير من الفنادق ذات التكلفة الأقل في الإيواء، تجعلها قادرة على جذب السياح الذين تتماشى دخولهم مع التكلفة، وهي بدورها تقدم خدمات ممتازة من حيث نوع الإقامة والنظافة والنقل والطعام الملائم لذوق السائح.

عناصر الجذب السياحي في المغرب:

وبالنسبة للمغرب الذي تبلغ مساحته 710650 كلم² ويقع شمال إفريقيا فإنه يبعد عن أوروبا 14 كلم التي تعتبر أكبر سوق سياحي (900 مليون سائح في العالم سنة 2009 نصفهم من الأوروبيين) والذي يمتلك واجهتين بحريتين الأولى في الشمال مع البحر الأبيض المتوسط، والثانية في الغرب مقابل المحيط الأطلسي، ويعتبر موقعه مفترق للتأثيرات التجارية والثقافية والمناخية ولا تمثل حدوده البرية سوى 200 كلم بمحاذاة الجزائر وموريتانيا، وتقع فيه أعلى قمة جبلية في العالم العربي (قمة جبل طوبقال 4167م) الموجودة في سلسلة الأطلس الكبير والوسطى والصغير، والتي تمتلك مناظر طبيعية مميزة، وجبال تكسوها الثلوج وتندفق منها الأودية تخلق أنواعاً من الهوايات كتسلق الجبال والتزلج على الثلوج.²³

وبالنسبة للمناخ فهو متنوع حيث يكون معتدلاً في المناطق الساحلية (مناخ البحر الأبيض المتوسط شمالاً) وقاري في الداخل، حيث يكون الصيف دافئاً وممتع على السواحل والجبال وحار في الصحراء وبعض المدن، يقابله شتاء معتدل على السواحل وبارد على بقية التضاريس الأخرى، مما يجعل لكل فصل مميزات إيجابية تجعل السواح تتوافد طوال السنة. أما الصحراء فتحتل نسبة 61.5% من المساحة الإجمالية للبلد، والتي تتخللها واحات ووديان جافة وكثبان رملية ومنتجات سياحية، قادرة على منافسة سياحة المدن.²⁴

ومن حيث المدن فإن المغرب يمتلك مدن حضارية عتيقة وحديثة بها كنوز تاريخية وحديثة، أشهرها على الإطلاق "مدينة فاس" التي تعتبر العاصمة الروحية والفكرية والثقافية والتي تأسست سنة 789م من قبل إدريس الأول وبها كنوز أندلسية وأسواق

تقليدية. كما أن مدينة مراكش والمقسمة إلى جزئين المدينة القديمة والمدينة الحديثة، وهي عاصمة المصنوعات اليدوية القديمة، وتحتوي على أكبر سلسلة فنادق. كما أن مسجد الحسن الثاني الذي تم بناؤه 1988، 1993 والذي يعتبر معلما سياحيا ودينيا له مثدنة بطول 200م وهو من أكبر مساجد العالم وضع فيه جميع فنون المباني المغربية والأندلسية التقليدية.

أما السياحة العلاجية فهي منتشرة عبر التراب المغربي لانتشار الحمامات، وأشهرها "حمام مولاي يعقوب" وتتميز بالخصائص الإستشفائية للمياه المعدنية المتعارف عليها دوليا، يجعلها قادرة على تلبية الطلب المحلي والدولي.²⁵

المحور الثالث: مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في البلدان المغاربية

حسب بيانات المنظمة العالمية للسياحة، فقد عرفت السياحة تطورات هامة وسريعة منذ القرن الماضي، حتى أصبحت تنافس كبريات الصناعات الدولية، وتحلى ذلك في تطور توافد السياح بين الدول، إذ كان عددهم 674 مليون سائحا سنة 2000 ليصل إلى 1,133 مليار سائحا سنة 2014 وبمعدل نمو سنويا يتجاوز غالبا 4% .

أولا: المساهمة الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في الجزائر

عرفت السياحة في الجزائر انتعاشا واضحا في العقد الأخير مقارنة بسنوات القرن الماضي، وهذا بعد الشروع في تطبيق الإصلاحات الواردة المخطط الخماسي للتنمية السياحية، وهو ما تشير إليه المؤشرات السياحية التالية:²⁶

السياحة الوافدة

في سنة 2008 كان عدد السياح الوافدين إلى الجزائر 1,77 مليون سائح ليصل العدد لأكثر من 2,3 مليون سائح سنة 2014 مسجلا انخفاضا عن سنة 2013 بنسبة 15,78% والتي سجلت دخول 2,73 مليون سائح. وبالنسبة للجزائريين المقيمين بالخارج ودخلوا الجزائر فقد بلغ عددهم 1,21 مليون سائح ليرتفع العدد إلى 1,76 مليون سائح لينخفض بنسبة 23,03% وهو ما يمثل 1,76 مليون سائح، في حين بلغ سنة 2008 عدد الأجانب 0,557 مليون سائح ليرتفع إلى 0,964 مليون سائح لينخفض سنة 2014 إلى 0,94 مليون سائح.

وبالنسبة لجنسية السائحين سنة 2014 فإن تونس تأتي في المرتبة الأولى من حيث تصدير السياحة إلى الجزائر 473956 سائح، تليها فرنسا 121272 سائح .

ومن حيث نوعية السياحة فإن سياحة الاستجمام والنزهة بلغ عدد السياح الأجانب فيها 611568 سائح، يمثل 65,05% من إجمالي عدد الوافدين، والسبب في ارتفاع هذا النوع هو الاضطرابات التي حصلت في الدول السياحية التقليدية مصر وتونس، يليه النوع الثاني هو سياحة الأعمال حيث تمثل 34,81% حيث بلغ عدد الوافدين 327218 سائح سنة 2014 بزيادة قدرها 13,22% عن سنة 2013، هذه الزيادة ترجع إلى انحاز برامج الإنعاش الاقتصادي للمخطط الخماسي 2009-2014، حيث كان في بدايته سنة 2009 عددهم 208076 سائح. أما النوع الثالث فهو سياحة المهام والتي بلغ عددهم سنة 2014 عدد 1339 سائح تمثل 0,14%، مسجلا أكبر انخفاض وتراجع لرجال المهام بنسبة 56,01% عن سنة 2013، وكان عددهم سنة 2009 وصل 18878 سائح وفي سنة 2010 عدد 9516 سائح.

السياحة المغادرة

عرف عدد الجزائريين المغادرين التراب الجزائري تطورا بين سنة 2008 و2014 حيث كان عددهم أكثر من 1,5 مليون سائح ليصل العدد إلى أكثر 2,83 مليون سائح سنة 2014 بزيادة قدرها 84,47%، وفي سنة 2013 وصل 2,13 مليون سائح. وعن الوجهة المفضلة للجزائريين نجد في سنة 2014 تونس في المرتبة الأولى بنسبة 43,5% من العدد الإجمالي لأنها تتماشى مع دخولهم من جهة ولأنها دولة مجاورة والحدود البرية مفتوحة والإجراءات الجمركية جد سهلة، إضافة للاهتمام المتزايد بالسوق السياحية الجزائرية من طرف المسؤولين التونسيين، لتأتي فرنسا في المرتبة الثانية بنسبة 25,50%، نظرا للعلاقات التاريخية والاقتصادية التي تربط البلدين والعربية السعودية في المرتبة الثالثة بنسبة 7,48% لزيارة الأماكن المقدسة (الحج والعمرة).

وبمقارنة عدد السياح الوافدين والمغادرين نجد أنه منذ 1999 كان عدد المغادرين دائما أكبر من عدد السياح الوافدين، حتى سنة 2005 أين تعادل عدد الوافدين مع عدد المغادرين (1500000 سائح)، ومنذ ذلك الحين وعدد السياح الوافدين أكبر من عدد المغادرين، لتنعكس الوضعية مجددا سنة 2014 وأصبح عدد السياح المغادرين 2839104 سائح في حين كان عدد الوافدين 2301373 سائح بفارق سلبي قدره 537731 سائح.

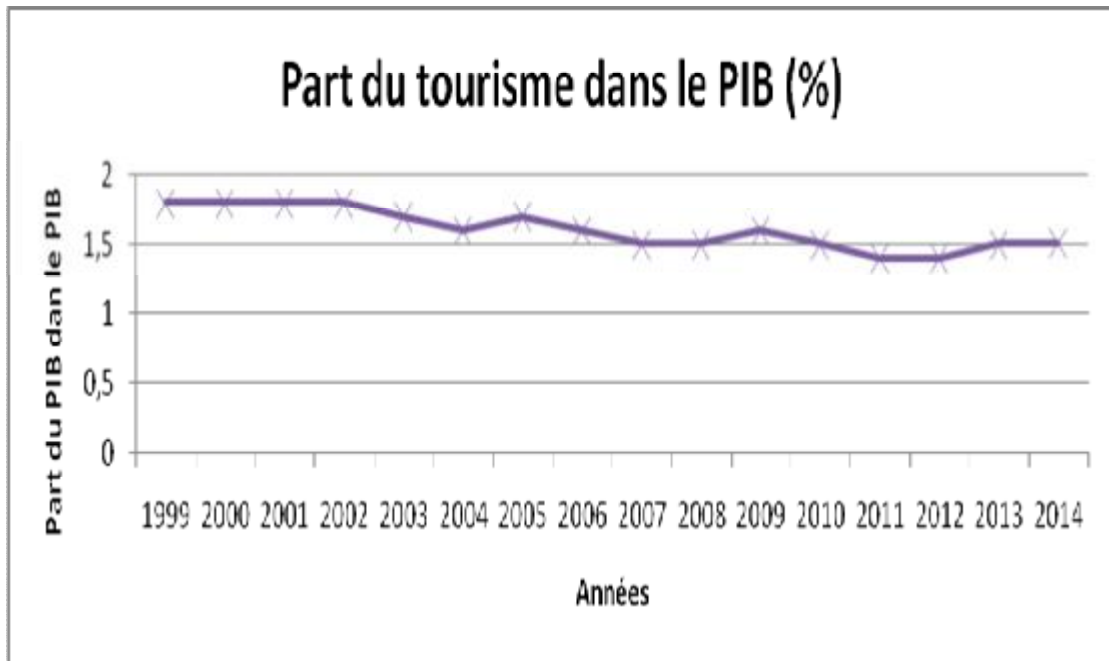
تطورات ميزان المدفوعات

بمقارنة الإنفاق في السوق السياحي الجزائري، يتبين أن مجموع المبالغ بالعملة الأجنبية المدفوعة للخارج، من طرف الجزائريين، أكبر من مجموع المبالغ المتحصل عليها من الأجانب، ويتجلى هذا من خلال العجز في الميزان التجاري فرع السياحة خلال المدة 2008 – 2014. حيث كانت سنة 2008 الإيرادات السياحية 325 مليون دولار في مقابل المدفوعات لنفس السنة 469 مليون دولار، وهي نفس الحالة سنة 2013 حيث كانت الإيرادات 230 مليون دولار والمدفوعات 410 مليون دولار، وفي سنة 2014 كانت الإيرادات 258 مليون دولار والمدفوعات 611 مليون دولار، مع ملاحظة أن الإيرادات السياحية لا يمكن أن تحدد من خلال وظيفة السفر فقط (poste voyage) لأن جزء كبير من الجزائريين يتبادلون العملات الأجنبية في السوق الموازي وليس الرسمي.

مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام

تشير المعطيات المقدمة إلى ضعف مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام حيث تراوح خلال الفترة 2008-2014 بين 1,4 % و 1,6 % كأقصى مساهمة مسجلة سنة 2009 والشكل التالي يوضح مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام:

الشكل رقم 01: مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام



Source: ministère l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat, Quelques indicateurs de tourisme algérienne, période 2008-2014, octobre 2015.

مساهمة القطاع السياحي في التوظيف

يعتبر القطاع السياحي من أكبر القطاعات توظيفا لليد العاملة في العالم، وينافس كبرى الصناعات في التقليل من البطالة، من خلال خلق فرص التوظيف المباشرة وغير المباشرة، إلا أن السياحة في الجزائر لا تساهم إلا بشكل ضئيل جدا، والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم 02: مساهمة القطاع السياحي في التوظيف خلال الفترة 2000-2014



Source: ministère l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat, Quelques indicateurs de tourisme algérienne, période 2008-2014, octobre 2015

ثانيا: مساهمة السياحة في الاقتصاد التونسي

بالرغم من المنافسة الشديدة الموجودة على ضفتي البحر الأبيض المتوسط، إلا أن القطاع السياحي التونسي حقق نتائج ايجابية، وذلك من خلال دلائل المؤشرات السياحية المحصلة. فبعد الأزمة المالية 2008 والتي تعرف بأزمة الرهن العقاري، وضعت إستراتيجية تنفذ سنتي 2009، 2010 تتركز أساسا حول تنويع وابتكار العرض، الرفع من مستوى تكنولوجيا المعلومات والاتصال، تحديث الإطار المؤسساتي... الخ، ساهمت في رفع مردودية القطاع السياحي، والتقليل من الآثار السلبية للأزمة العالمية.²⁷

ففي سنة 2008 وقبل ظهور بؤابر الأزمة كان يزور تونس أكثر من 7,04 مليون سائح، يشكل الأوروبيون 58,23%، والسياح المغرب العربي 39% وبإيرادات سياحية إجمالية 3390,2 مليون دينار تونسي، وخلق أكثر من 95398 وظيفة مباشرة و286194 وظيفة غير مباشرة، واستثمار أكثر من 253 مليون دينار.

وفي سنة 2009 وهي السنة التي انعكست عليها آثار الأزمة العالمية، إلا الاستراتيجية الموضوعة قللت من أثارها بدليل أن عدد السياح انخفض بمعدل 1,98% عن السنة الماضية (140000 سائح)، إلا أن الإيرادات السياحية زادت وبلغت 3471,9 دينار تونسي، ووصلت سنة 2010 مبلغ 3522,5 دينار، وتوظيف مباشر لأكثر من 96611 عامل، وغير مباشر 289,833 وظيفة، واستمر هذا التحسن في المؤشرات السياحية حتى سنة 2014. لكن بعد الهجمات الإرهابية سنة 2015 (باردو، سوسة، حافلة الحرس الرئاسي)، مرت السياحة التونسية بمراحل صعبة إذ انخفض إجمالي عدد السياح عن سنة 2014 بنسبة 25,2%، و35,9% سنة 2015 و2016 على التوالي حيث سجل 5,35 مليون سائح و5,52 مليون سائح بعدما كان في سنة 2014 سجل 7,16 مليون سائح زاروا تونس، وكان انخفاض السياح الأوروبيون عن سنة 2014 بنسبة 55,7%، والسياح المغرب العربي بنسبة 36%، باستثناء السياح الجزائريين الذين قل عددهم بنسبة 0,4% فقط سنة 2015، يقابل هذا الانخفاض في عدد السياح انخفاض الإيرادات بنسبة 35,1% حيث قدرت 2354,6 دينار تونسي، بعدما سجل هذا المؤشر مبلغ 3625,6 دينار تونسي سنة 2014.²⁸

وعن مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام فإنها تبقى ضعيفة تتراوح ما بين 8% و4% حيث انخفضت للأسباب السالفة الذكر، وتنعكس أيضا في حجم الاستثمارات السياحية والمقدرة 214,9 مليون دينار تونسي سنة 2014 و200,9 مليون

دينار تونسي سنة 2015 مما يبين تخوف من حساسية القطاع والاستجابة المرنة والسريعة للأحداث الأمنية والاضطرابات السياسية التي مرت بها تونس..²⁹

ثالثا: المساهمة الاقتصادية والاجتماعية للسياحة المغربية

إن صناعة السياحة المغربية تتأثر كثيرا خلال الفترات القصيرة، بسبب العوامل السياسية والاقتصادية الدولية بوجه عام والعربية بوجه خاص.³⁰، ويلاحظ هذا من خلال معدلات نمو القطاع، إذ سجل 13,1% خلال الفترة الممتدة من 1988 إلى الفترة 1992، لينخفض في الفترة 1998 و1997 إلى معدل -11,3% ليحقق معدل نمو متواضع 2,65% خلال الفترة الموالية 1998 و2002، وهذا راجع كله إلى اعتماد وتركز السياحة المغربية على خمسة دول أوروبية هي: فرنسا بالدرجة الأولى، إنجلترا، إسبانيا، ألمانيا، إيطاليا..³¹

وفي سنة 2003 وبالرغم من هجمات الدار البيضاء وصل عدد الوافدين 4,76 مليون سائحا، و5,84 مليون سائحا سنة 2005، وفي سنة 2006 ولأول مرة يكون عدد السياح الأجانب أكبر من عدد السياح المغاربة الذين يقيمون بالخارج. إن الإستراتيجية الموضوعة سنة 2001 كانت تطمح للوصول إلى 10 مليون سائحا سنة 2010 إلا أن الأزمة المالية الدولية 2008 حالت دون تحقيقها كاملة ووصل عدد السياح الذين زاروا المغرب 9,3 مليون سائحا.

في السنة الموالية عدد السياح 9,35 مليون سائحا يشكل الأجانب أكثر من 5 مليون سائحا، يمثل الأوروبيون أكثر من 80% منهم، أغلبهم فرنسيون بنسبة 36%، مما يبين درجة تركيز السياحة المغربية على السوق السياحي الأوروبية خاصة الفرنسية منها، مما يجعلها عرضة للتقلبات السياسية والاقتصادية والأمنية التي تحدث فيها. وبلغت الإيرادات 59 مليار درهم، واحتلت السياحة المركز الثاني في خلق فرص العمل 470000 وظيفية مباشرة.

وفي سنة 2015 بلغ عدد السياح 10,17 مليون سائح، بقي الفرنسيون يشكلون 33% من إجمالي الوافدين الأجانب، واستفاد القطاع السياحي بإيرادات بلغت 61,5 مليار درهم. وفي سنة 2016 بقي القطاع السياحي المغربي في تحسن مستمر من حيث الإيرادات ومن حيث عدد السياح الوافدين، إذ قدرت هذه الأخيرة بأكثر من 10,33 مليون سائحا أي بزيادة قدرها 1,5% عن السنة الماضية، وإيرادات بلغت 63,34 مليار درهم أي بزيادة قدرها 3,4%، وبقي السوق الفرنسي هو المصدر الأول للسياحة المغربية لعقود من الزمن، بلغت نسبته لهذه السنة الأخيرة 32%.

خاتمة

تبقى السياحة من الصناعات الإستراتيجية، التي تعتمد عليها كثير من الدول للنهوض بالاقتصاد الوطني، والاستعانة بها في رفع معدلات النمو الاقتصادي، والتقليل من حدة الأزمات الاجتماعية التي تعاني منها، بالرغم من المرونة الشديدة التي تتميز بها اتجاه الأزمات المالية الدولية والإقليمية وللأحداث السياسية والأمنية، التي تحدث داخل الدولة وخارجها، فهي تتضمن التخطيط والاستثمار والتسويق، وتحتاج إلى بنية أساسية وخدمات مكاملة وقطاع مالي متقدم، ووعي شعبي ورسمي تضاف إلى المقومات الطبيعية والحضارية. فوجود مقومات سياحية لا يعني بالضرورة أن البلد سيصير مقصدا سياحيا، وستكون فيه صناعة سياحية متقدمة، وإن كان لهذه الأخيرة دورا فعالا في إبراز العناصر الطبيعية والتاريخية والحضارية، وحماتها وتطويرها واستغلالها والعمل على التقارب بين الشعوب والحفاظ على الموروث الشعبي لكل منطقة.

والبلدان المغاربية ورغم المقومات المشتركة الموجودة بينهم من حيث الموقع والمقومات الطبيعية والحضارية إلا أن هناك تباين في استغلالها، حيث قطعت تونس والمغرب مراحل في تطوير مقوماتها السياحية واستغلالها وجعلها جذابة ومنافسة وأخذت لها حصة في السوق السياحي الدولي، وتطمح لتلعب الأدوار الأولى من خلال وضع استراتيجيات ومخططات لتحقيق ذلك وإن كانت هناك عوائق وتحديات تحول دون تحقيق كل الأهداف المسطرة. ولا تزال الجزائر بعيدة عن ذلك ويأتي تطوير القطاع السياحي بعيدا عن الأولويات، بالرغم من الحاجة الملحة، خاصة أمام الأزمات الاقتصادية التي تعاني منها، لاعتمادها على الإيرادات البترولية، في تمويل المشاريع الاقتصادية، وتلبية الحاجات العامة، وسيطرة القطاع العام على كل الأنشطة الاقتصادية بما في ذلك القطاع السياحي.

إن القطاع السياحي لكل من المغرب وتونس، ورغم الظروف الأمنية الصعبة الداخلية والإقليمية، التي تمر بها المنطقة العربية، وشمال إفريقيا، والأزمات الاقتصادية الدولية، استطاع أن يتعافى بسرعة، ويحافظ على مكانته كوجهة مفضلة لكثير من السياح، خاصة أمام تركيز دول المصدر في الدول الأوروبية خاصة فرنسا.

- توصيات البحث: ومما سبق ومن خلال النتائج السابقة، فإنه يمكن صياغة بعض التوصيات المتمثلة فيما يلي:
- يجب استغلال ما تزخر به الجزائر من مقومات طبيعية، قلما تجدها في أي دولة والاستفادة من تجارب الدول التي سبقتها خاصة التي لهل نفس المقومات السياحية.
 - زيادة الاستثمارات السياحية وترميم المقومات الأثرية، وترقية المنتج السياحي، لزيادة القدرة التنافسية.
 - خلق وزيادة الوعي السياحي لدى فئات الشعب والسلطات الرسمية.
 - عدم التركيز على سوق سياحي واحد، والتوجه لبقية الأسواق خاصة الواعدة منها كالصين والخليج العربي.
 - وبالنسبة للجزائر وفي ظل الأزمة الراهنة فإن بعث القطاع السياحي، يجب أن يكون ضمن أولويات الخطط التنموية، للخروج من التبعية المطلقة للإيرادات المتأتية من البترول، والتقليل من البطالة المتفشية بين أوساط الشباب.

قائمة المراجع

- 1- سعد إبراهيم حمد، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة ننوى، رسالة دكتوراه، جامعة سانت كلمنتس، 2008، ص ج ج.
- 2- محمد عبد العزيز عجمية ، محمد علي الليث، التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، الإسكندرية، 2001 ، ص.91
- 3- محمد شريف بشير، جامعة بتر، ماليزيا، إسلام أون لاين، www.islamonline.net.
- 4- نوفل محمد نبيل، التعليم والتنمية الاقتصادية، المكتبة الأنجلو أمريكية، القاهرة، 1979، ص.55
- 5- عبد القادر محمد عطية، اتجاهات حديثة في التنمية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2003 ، ص.17
- 6- كامل ابكري ، التنمية الاقتصادية ، دار النهضة العربية ، بيروت ، لبنان ، 1986 ، ص، ص.70، 71.
- 7- <http://www.worldbank.org/reference/?lang=fr>.
- 8- François Bédaro, l'Agent de voyages à l'ère du commerce électronique une profession à réinventer, Presse de l'université du Québec, Québec, 2001, P39.
- 9- Graham dann, the sociology of tourism European origin and developement, London, emerld group publishing, 2009,p89.
- 10- أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2006 ، ص.34.
- 11- G. P. lozoto, Géographie du tourisme, maison Paris, 1990, p13.
- 12- حسين الديساوي، مدخل إلى السياحة و الاستجمام و التنزه، دار النظم للنشر، الأردن، 1998، ص.14
- 13- صليحة عشي، الأداء والدور الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011، ص.31
- 14- Gérard Ruiz, Claud zarnet, le poids économique et sociale du tourisme, conseil national du tourisme, France 2010, p21).
- 15- أحمد الجلاد، التنمية السياحية المتواصلة، عالم الكتب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2000، ص.52.
- 16- زياد سليمان العبيسات، السياحة والمعالم الدينية في الأردن، المكتبة الوطنية، عمان، 2010، ص.41
- 17- زياد سليمان العبيسات، مرجع سبق ذكره ص.43
- 18- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، الديوان الوطني للسياحة.
- 19- نفس المرجع السابق.
- 20- عبد الرحمان بن محمد الجليلي، تاريخ الجزائر العام، دار المكتبة، بيروت، 1965، ص.83
- 21- وزارة الثقافة والمحافظة على التراث، mcu@ministères.tn.
- 22- مجلة إفريقيا قارتنا، العدد السادس، يونيو 2013، ص.02

23- الموسوعة العربية، التاريخ والجغرافيا والآثار.

24- l'influence du tourisme sur l'économie marocaine, Maroc & tourisme.

25- صليحة عشي، مرجع سبق ذكره، ص. 73.

26- ministère l'aménagement du territoire du tourisme et de l'artisanat, Quelques indicateurs de tourisme algérienne, période 2008-2014, octobre 2015.

27- ministère du commerce et du tourisme, le tourisme tunisien en chiffres, 2010, p10.

28- ministère du commerce et du tourisme, op cit, p12.

29- office national du tourisme tunisien, 28/03/2017.

30- Hillali Mimoun, risque politique et tourisme au Maghreb, teorros, vol 23 n01, p38.

31- Maroc & tourisme, l'influence du tourisme sur l'économie marocaine, 08/022009.