الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحي – جيجل–

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

العنـوان:

تطوير القطاع السياحي ومساهمته في تفعيل التنمية الاقتصادية

دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب

مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: اقتصاد وتسيير سياحي

إعداد الطالبين:

- بوجريدة عبد الحكيم
- بوعسيلة ياسر

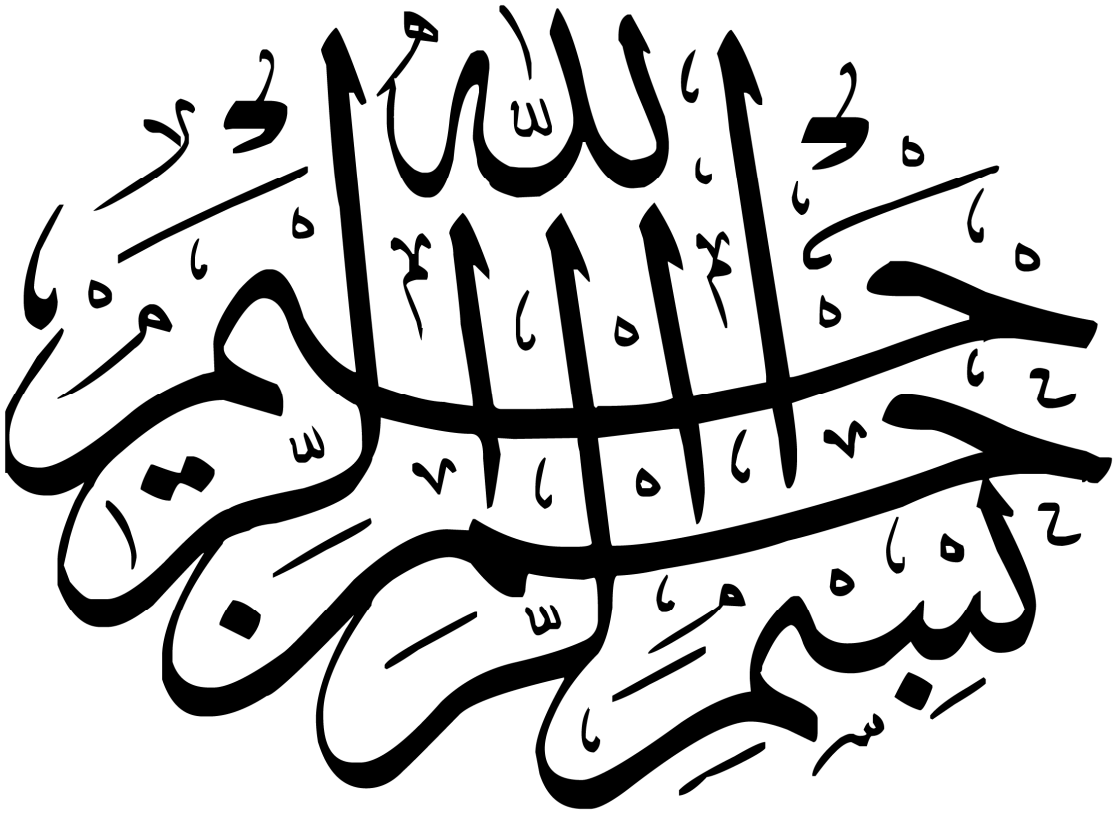
إشراف الأستاذ:

- كعواش محمد

لجنة المناقشة

الأستاذ: زايدي أبو سفيان	جامعة جيجل	رئيسا
الأستاذ: كعواش محمد	جامعة جيجل	مشرفا ومقررا
الأستاذة: بوشويط فيروز	جامعة جيجل	مناقشا

السنة الجامعية: 2017/2016


بسم الله الرحمن الرحيم

شكـر وتقـدير

إن الشكر والحمد لله وحده، نحمده ونشكره على تفضله علينا بإتمام هذا العمل المتواضع فله الحمد كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه.

وعملا بقوله صلى الله عليه وسلم: "**من لم يشكر الناس لم يشكر الله**"

وكون أن الاعتراف بالجميل لأهل الفضل واجب أكيد.

نتقدم بعميق شكرنا وفائق امتنانا وتقديرنا إلى الأستاذ المشرف

"محمد كعواش"

على تفضله على إشرافه على هذه المذكرة، وعلى ما قدمه من اهتمام جميل، عون كبير، نصح وفير، وتوجيه سديد طيلة فترة إنجاز هذا العمل.

كما نشكر الأستاذ " **سمير سالمي** "

الذي لم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته، له كل الاحترام والتقدير.

كما لا يسعنا أن نتوجه بالشكر إلى السادة أعضاء اللجنة الموقرة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة وعلى تكرمهم بتخصيص جزء من وقتهم الثمين في سبيل قراءتها وتقييمها.

كما نشكر كل من قدم لنا يد المساعدة أو أسدى لنا كلمة تشجيع أو حتى كلمة طيبة.

إلى كل هؤلاء

شكرا جزيلا

إهـــــداء

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما سندا لي في هذه الدنيا

إلى من شاركوني حلو الحياة ومرها إخوتي، أخواتي

إلى من لاقاني بهم القدر وجعلنا أصدقاء

إلى كل من ساندني ولو بكلمة طيبة

إلى كل هؤلاء أهذي ثمرة جهدي.

ياسر

إهـــــداء

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله وأدامهما سندا لي في هذه الدنيا

إلى من شاركوني حلو الحياة ومرها إخوتي، أخواتي

إلى من لاقاني بهم القدر وجعلنا أصدقاء

إلى كل من ساندني ولو بكلمة طيبة

إلى كل هؤلاء أهذي ثمرة جهدي.

حكيم

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
بسملة	
شكر وتقدير	**I**
إهداء	**II**
فهرس المحتويات	**III**
فهرس الجداول	**VII**
فهرس الأشكال	**XI**
مقدمة	أ- خ
الفصل الأول: الإطار الفكري والنظري للتنمية الاقتصادية	
تمهيد	**9**
المبحث الأول: ماهية التنمية الاقتصادية	**10**
المطلب الأول: مفهوم التنمية الاقتصادية	**13-10**
المطلب الثاني: أهداف التنمية الاقتصادية	**14-13**
المطلب الثالث: أبعاد التنمية الاقتصادية	**16-15**
المبحث الثاني: متطلبات، عقبات ومؤشرات التنمية الاقتصادية	**16**
المطلب الأول: متطلبات التنمية الاقتصادية	**19-16**
المطلب الثاني: عقبات التنمية الاقتصادية	**22-19**
المطلب الثالث: مؤشرات التنمية الاقتصادية	**24-22**
المبحث الثالث: الاتجاهات النظرية للتنمية الاقتصادية	**24**
المطلب الأول: نظرية الدفعة القوية	**25-24**
المطلب الثاني: نظرية النمو المتوازن والنمو الغير متوازن	**28-25**
المطلب الثالث: نظرية أقطاب النمو والتغيير الهيكلي	**29-28**
المطلب الرابع: نظرية مراحل النمو والنظرية التبعية	**31-29**
خلاصة	**32**
الفصل الثاني: المكانة التنموية لتطوير القطاع السياحي	
تمهيد	**34**
المبحث الأول: أساسيات حول السياحة	**35**
المطلب الأول: مفهوم السياحة	**38-35**

المطلب الثاني: مقومات السياحة	**39-38**
المطلب الثالث: أنواع السياحة	**41-39**
المطلب الرابع: أسس السياحة	**48-4**
المبحث الثاني: ماهية التنمية السياحية	**48**
المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية	**51-49**
المطلب الثاني: أشكال وأنواع التنمية السياحية	**35-51**
المطلب الثالث: محددات التنمية السياحية ومتطلباتها	**55-53**
المطلب الرابع: خطة التنمية السياحية، معوقاتها وعوامل نجاحها	**61-55**
المبحث الثالث: دور التنمية السياحية في التنمية الاقتصادية	**61**
المطلب الأول: أثر السياحة على المتغيرات الاقتصادية الكلية	**70-61**
المطلب الثاني: تنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم	**71-70**
المطلب الثالث: خلق وتنمية علاقات بين القطاعات الاقتصادية وبين القطاع السياحي	**74-71**
خلاصة	**75**
الفصل الثالث: تشخيص واقع تطوير القطاع السياحي ومساهمته في التنمية الاقتصادية بالجزائر، تونس والمغرب	
تمهيد	**77**
المبحث الأول: المقومات السياحية في الجزائر، تونس والمغرب	**78**
المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر	**82-78**
المطلب الثاني: المقومات السياحية في تونس	**87-82**
المطلب الثالث: المقومات السياحية في المغرب	**91-87**
المطلب الرابع: مقارنة المقومات السياحية للجزائر تونس والمغرب	**93-91**
المبحث الثاني: استراتيجية تطوير القطاع السياحي في كل من الجزائر، تونس والمغرب	**93**
المطلب الأول: الاستراتيجية السياحية في الجزائر " آفاق 2025"	**98-93**
المطلب الثاني: الاستراتيجية السياحية في تونس" آفاق 2016 " و" 2017-2020 "	**104-98**
المطلب الثالث: الاستراتيجية السياحية في المغرب " رؤية 2020 "	**108-105**
المطلب الرابع: مقارنة استراتيجيات تطوير القطاع السياحي لكل من الجزائر، تونس والمغرب	**110-108**

المبحث الثالث: مؤشرات السياحة ومساهمتها في التنمية الاقتصادية بالجزائر تونس والمغرب	**110**
المطلب الأول: مؤشرات السياحة ومساهمتها في قضايا التنمية بالجزائر	**117-110**
المطلب الثاني: مؤشرات السياحة ومساهمتها في قضايا التنمية بتونس	**124-117**
المطلب الثالث: مؤشرات السياحة ومساهمتها في قضايا التنمية بالمغرب	**131-124**
المطلب الرابع: مقارنة مؤشرات السياحة ومساهمتها في التنمية الاقتصادية بالجزائر، تونس والمغرب	**135-131**
خلاصة	**136**
خاتمة	**144-138**
قائمة المراجع	**152-146**
ملخص	

قائمة الجداول

قائمـــــــة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين خلال الفترة (2007-2015)	41
02	توزيع عدد السياح الدوليين الوافدين حسب الأقاليم لسنة 2015	42
03	الدول العشر الأولى عالميا من حيث الطلب السياحي عليها لسنة 2015	43
04	الدول العشر الأولى عالميا من حث النفقات السياحية لسنة 2015	45
05	تطور الإيرادات الدولية من السياحة خلال الفترة (2005-2015)	45
06	توزيع الإيرادات السياحية حسب الأقاليم السياحية الدولية لسنة 2015	46
07	الدول العشر الأولى عالميا حسب الإيرادات السياحية لسنة 2015	47
08	تطور حجم الاستثمارات في قطاعي السياحة و السفر خلال الفترة (2006-2016)	48
09	تطور عدد مناصب العمل في قطاعي السياحة و السفر في العالم خلال الفترة (2006-2016)	63
10	تطور نسبة مساهمة قطاعي السياحة و السفر في الناتج الإجمالي العالمي خلال الفترة (2006-2016)	67
11	المواقع التراثية في الجزائر	79
12	تطور عدد المؤسسات السياحية وعدد الأسرة خلال في الجزائر خلال الفترة (2005- 2014)	81
13	أهم المناطق التاريخية والأثرية في تونس	84
14	عدد المؤسسات السياحية وعدد الأسرّة في تونس خلال الفترة (2005-2015)	86

15	أهم المناطق التاريخية والحضرية في المغرب	88
16	تطور عدد المؤسسات السياحية وعدد الأسرة في المغرب خلال الفترة (2005-2015)	90
17	تطور عدد الأسرّة في الجزائر تونس والمغرب خلال الفترة (2005)	92
18	المواقع السياحية في الجزائر حسب الأولوية السياحية	95
19	خطة الأعمال السياحية في الجزائر لآفاق 2015	98
20	تقديرات السياح الدوليين الوافدين إلى تونس(2000-2016).	103
21	تقدير الاحتياجات للأسرة خلال الفترة (2001-2016)	103
21	تقدير حجم العمالة لفترة الخطة (1999-2016).	104
22	إنجازات وتوقعات أهداف رؤية 2010	106
23	الأهداف الكمية لرؤية 2020 للسنوات (2010، 2015، 2020)	108
	الأهداف الكمية للجزائر2015، تونس2016 والمغرب2015	109
26	تطور السياح الدوليين إلى الجزائر للفترة (2005-2015) حسب الجنسية.	111
27	تطور الليالي السياحية بالجزائر للفترة (2005-2014)	113
28	تطور عدد العاملين المباشرين في القطاع السياحي خلال الفترة (2005-2013)	114
	تطور الإيرادات السياحية بالجزائر خلال الفترة (2005- 2014)	115
30	تطوير نسبة مساهمة إيرادات قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (2005-2016)	116
31	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2006-2015) حسب الجنسية	117
32	تطور عدد الليالي السياحية في تونس خلال الفترة (2005-2015)	120

33	تطور عدد العاملين في القطاع السياحي في تونس خلال الفترة (2005 -2015)	121
34	تطور الإيرادات السياحية في تونس خلال الفترة (2005-2015)	122
35	تطور نسبة مساهمة إيرادات قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي في تونس خلال الفترة (2005-2016)	123
36	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى المغرب خلال الفترة (2005-2015) حسب الجنسية	125
37	تطور عدد الليالي السياحية في المغرب خلال الفترة (2005- 2015)	127
38	تطور عدد العاملين المباشرين في القطاع السياحي في المغرب خلال الفترة (2005- 2015)	128
39	تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة (2005-2015)	129
40	تطور نسبة مساهمة إيرادات قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب خلال الفترة (2005-2016)	130
41	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2005- 2015)	131
42	تطور الإيرادات السياحية للدول المقارنة للجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2005-2015)	133
43	تطور نسبة مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2005- 2016)	134

قائمة الأشكال

قائمـــــــة الأشكـــال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	مفهوم السائح	37
02	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين خلال الفترة (2005-2015)	42
03	تطور إيرادات السياحة الدولية خلال الفترة (2005-2015)	46
04	تطور حجم الاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2016)	48
05	تطور عدد مناصب العمل لقطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2016)	64
06	تطور نسبة مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج الإجمالي العالمي خلال الفترة (2006-2016)	67
07	خلق وتنمية العلاقة بين القطاعات الاقتصادية والخدمات وقطاع السياحة	73
08	تطور عد الأسرة في الجزائر خلال الفترة (2005-2014)	82
09	تطور عدد الأسرة في تونس خلال الفترة (2005-2015)	86
10	تطور عدد الأسرة في المغرب خلال الفترة (2005-2015)	91
11	الأبعاد والاستراتيجيات الوطنية عند السياحة "رؤية 2020"	107
12	تطور السياح الدوليين الوافدين للفترة (2005- 2015)	111
13	عدد السياح الدوليين الوافدين حسب الجنسية لسنوات (2005، 2010، 2014)	112
14	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2006- 2015)	118
15	عدد السياح الدوليين الوافدين إلى تونس حسب الجنسية لسنوات (2006، 2011، 2015)	119
16	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى المغرب خلال الفترة (2005-2015)	125
17	تطور عدد السياح الدوليين الوافدين الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2005-2015)	132

مقدمة

مقدمة:

تعد السياحة من أهم الظواهر الاجتماعية والاقتصادية الحديثة والتي ظهرت بصورة واضحة ابتداءا من النصف الأخير من القرن العشرين، وقد أصبح قطاع السياحة في وقتنا الحاضر من أهم وأسرع القطاعات نموا على مستوى العالم، حيث أصبحت السياحة صناعة اقتصادية، اجتماعية وحضارية، ولهذا تنامى الاهتمام بها من قبل الباحثين والمختصين باعتبارها وسيلة فعالة للمساهمة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية وترقية المجتمع ككل.

يلعب القطاع السياحي دورا هاما، إذ يساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة، وذلك لأنه يعد مصدرًا هامًا من مصادر الدخل بالعملة الصعبة، وخلق فرص العمل المباشرة، وغير المباشرة في القطاعات المكملة والمرتبطة بالقطاع السياحي، كما يعد مصدرا هاما لزيادة الدخل الوطني، لهذا تتنافس الدول لتطوير وتنمية هذا القطاع الحساس بشتى الطرق والآليات من أجل جذب أكبر عدد ممكن من السياح، وبالتالي تطوير وتنمية القطاع السياحي كأحد الأساليب لتحقيق ودعم المساهمة في التنمية الشاملة، وفي هذا الإطار أصبح قطاع السياحة يمثل أحد أهم القطاعات المعول عليها للمساهمة في دفع النمو الاقتصادي، ومن ثمة تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة، بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يمكن أن يوفرها في الأمدين المتوسط والبعيد، ولما يوفره من فرص لخلق الثروة والتخفيف من حدة الكثير من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية، وقد وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة (السياحة) بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة.

وبالرغم من القدرات الهائلة التي تمتلكها الجزائر في الميدان السياحي، حيث تتميز بمقومات طبيعية ومادية كبيرة تؤهلها إلى احتلال مكانة مرموقة على خريطة السياحة الدولية، وترتب ضمن الدول الأقل جاذبية للسياح، إذ لا تستقطب سوى 1.1% من سوق السياحة الإفريقي، في المقابل تستقطب تونس 19% والمغرب 14.9%، فالقطاع السياحي في الجزائر يعرف تأخرا كبيرا خاصة إذا ما قورن بدول الجوار، تونس والمغرب اللذين يملكان نفس المقومات الطبيعية والحضارية والتاريخية، ومن هذا المنظور تعمل الجزائر على النهوض بالقطاع السياحي، وتوفير مناخ ملائم له، وذلك بتسطير برامج ومخططات موجهة للتهيئة السياحية، وعلى رأسها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يندرج ضمن المخطط الوطني لتهيئة الإقليم لآفاق 2025 والذي يهدف إلى ضمان التوازن الاجتماعي والفعالية الاقتصادية، وحماية البيئة على المستوى الوطني في إطار التنمية المستدامة.

1- إشكالية الدراسة

إن النهوض بالقطاع السياحي يستوجب اتخاذ مجموعة من الإجـراءات، والبرامـج، والخطـط اللازمة، لزيادة الحركية السياحية والمساهمة في التنمية الاقتصادية، كما يستلزم محاكاة البرامج الناجحة في هذا المجال والاستفادة منها، وهذا ما قامت به الجزائر للحاق بدول الجوار خاصة تونس والمغرب اللذان أصبحتا من الدول الرائدة في المجال السياحي، وعليه يمكن صياغة إشكالية بحثنا في التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى مساهمة استراتيجيات تطوير قطاع السياحة في الدفـع بالتنمية الاقتصاديـة في كـل مـن الجزائر، تونس والمغرب؟

وللتحكم أكثر في جوانب الموضوع قمنا بتجزئة الإشكالية إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- إلى أي مدى ساهمت البرامج الموضوعة لتطوير قطاع السياحة بكل من الجزائر، تونس والمغرب في الرفع من معدلات التشغيل وامتصاص البطالة خلال فترة الدراسة؟

- إلى أي مدى ساهمت البرامج الموضوعة لتطوير قطاع السياحة بكل من الجزائر، تونس والمغرب في زيادة الإيرادات من العملة الصعبة خلال فترة الدراسة؟

- إلى أي مدى ساهمت البرامج الموضوعة لتطوير قطاع السياحة بكل من الجزائر، تونس والمغرب في الرفع من طاقات الاستقبال وزيادة عدد الوافدين والليالي السياحية خلال فترة الدراسة؟

- ما مدى مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لكل من الجزائر، تونس والمغرب خلال فترة الدراسة؟

2- فرضيات الدراسة

بعد صياغة وبلورة إشكالية البحث وتحديدها، ووضع الأسئلة الفرعية يمكننا صياغة الفرضيات التالية قصد طرحها للمناقشة واختبار مدى صحتها ومطابقتها للواقع:

- ساهمت البرامج الموضوعة لتطوير قطاع السياحة بكل من الجزائر، تونس والمغرب في الرفع من معدلات التشغيل، وامتصاص البطالة بشكل متفاوت بين الدول؛

- ساهمت البرامج الموضوعة لتطوير قطاع السياحة بكل من الجزائر، تونس والمغرب في زيادة الإيرادات من العملة الصعبة بشكل متفاوت بين الدول؛

- رغم البرامج الموضوعة يعاني قطاع السياحة في الجزائر من عجز كبير في هياكل الاستقبال انعكس سلبا على الوافدين السياحيين والليالي السياحية مقارنة بتونس والمغرب؛

– مساهمة قطاع السياحة الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي تعتبر ضعيفة مقارنة بتونس والمغرب.

3– أهداف الدراسة

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف:

– توضيح وتبيان وتحديد مفهوم السياحة كنشاط اقتصادي؛

– تسليط الضوء على مختلف الإمكانيات والمقومات السياحية التي تزخر بها كل من الجزائر، تونس والمغرب؛

– إبراز واقع تطوير القطاع السياحي في الجزائر، تونس والمغرب ومعرفة مدى مساهمته في التنمية الاقتصادية لدول المقارنة منذ 2005 إلى الآن.

4– أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في تزايد مكانة القطاع السياحي في العديد من الدول، وأهمية التطورات التي شهدتها السياحة العالمية من حيث التدفقات السياحية، والتدفقات النقدية ومناصب الشغل المحدثة المباشرة وغير المباشرة، والدور الذي تلعبه صناعة السياحة في تطويرها ونموها من خلال استغلال الموارد السياحية المتوفرة سواء كانت طبيعية، ثقافية، تاريخية، أو غيرها وكذلك احتواء الجزائر على مقومات سياحية حيث بدأت تولي اهتماما بالقطاع السياحي ما جعلها تعمل على تطوير برامج واستراتيجيات للنهوض بالقطاع.

ومن هذا المنطلق تنبع أهمية الدراسة من الدور الذي يمكن أن يلعبه تطوير وتنمية القطاع السياحي كأحد عناصر التنمية الاقتصادية، وبملاحظة توجهات الجزائر تونس والمغرب في السنوات الأخيرة، والجهود المبذولة للنهوض بالقطاع السياحي للوصول إلى التنمية الاقتصادية نظرا لاعتبارها ركيزة أساسية لبلوغ الأهداف الإنمائية للألفية.

5– دوافع اختيار الموضوع

إن اختيار هذا الموضوع يعود لعدة أسباب:

❖ **دوافع موضوعية:**

– التطورات الكبيرة التي شهدتها السياحة العالمية وخاصة من جانب الإيرادات وتوافد السياح؛

– توفر الجزائر على مقومات سياحية متنوعة وعديدة نادرا ما توجد مجتمعة في دولة واحدة، وبالرغم من ذلك لا يزال أداء السياحة ضعيف؛

– النتائج الاقتصادية المحققة نتيجة للاهتمام بالقطاع السياحي وتطويره في دول الجوار تونس والمغرب التي تملك مقومات سياحية مشابهة للجزائر.

❖ **دوافع شخصية:**

- ارتباط الموضوع وملائمته بمجال التخصص " اقتصاد وتسيير السياحة"؛
- الرغبة في إثراء موضوعي السياحة، والتنمية الاقتصادية نظرا لقلة الدراسات في المجالين؛
- الرغبة في إيجاد الحلول للمشاكل التي يعاني منها القطاع السياحي على المستوى الوطني، ومحاولة الاستفادة من تجارب دول الجوار تونس والمغرب الرائدتان في هذا المجال.

6- حدود الدراسة

❖ **الحدود المكانية:** دراسة حالة تطوير القطاع السياحي في الجزائر، تونس والمغرب، ومساهمته في التنمية الاقتصادية؛

❖ **الحدود الزمانية:** التطرق إلى برامج تطوير القطاع السياحي لدول المقارنة منذ مطلع الألفية، حيث تمتد في الجزائر إلى آفاق 2025، وتونس 2016، والمغرب إلى أفاق 2020 بالإضافة إلى استعراض المؤشرات والآثار على التنمية الاقتصادية لدول المقارنة خلال الفترة (2005-2016).

7- المنهج المعتمد

حتى نتمكن من الإجابة على الأسئلة المطروحة أعلاه، ودراسة الإشكالية وتحليل أبعادها واختبار صحة الفرضيات المتبناة، وبالنظر إلى الموضوع محل الدراسة فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي بالعرض والتحليل، من خلال جمع المعلومات الإحصائية حول موضوع الدراسة وتحليل وتفسير هذه المعطيات إضافة إلى الاعتماد على المنهج المقارن لتناسبه مع طبيعة الموضوع، وهدفه المتمثل في المقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب.

8- وسائل جمع المعلومات

تم استخدام مراجع ذات طبيعة متفرقة في هذه الدراسة، منها الكتب العلمية لإثراء الجانب النظري، ومنها المذكرات والرسائل والأطروحات التي لها علاقة بالموضوع، إضافة إلى المقالات العلمية، المنشورات والمداخلات في الملتقيات العلمية الوطنية والدولية، أما مصادر البيانات والإحصائيات فقد تم الاعتماد على البيانات المصدرة عن الهيئات الرسمية لدول المقارنة، إضافة إلى الهيئات الرسمية الدولية.

9- الدراسات السابقة

إن موضوع تطوير وتنمية القطاع السياحي ومساهمته في التنمية الاقتصادية موضوع شامل، ورغم قلة الدراسات في الموضوع إلا أننا نعتبر دراستنا حلقة من سلسلة البحوث التي سبقتها، وفيما يلي بعض هذه الدراسات التي سبقت وشابهت موضوع دراستنا:

❖ **دراسة الويزة قويدر:** اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية – تخصص تحليل اقتصادي – كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2010، تناولت فيها عنصر النشاط السياحي، الطلب السياحي ومشاكل قطاع السياحة، مخطط التنمية السياحية لآفاق 2025، ومعوقات صناعة السياحة في الجزائر.

وقد توصلت الباحثة إلى أهمية القطاع السياحي في تطوير الاقتصاد الوطني، كما توصلت إلى تحديد مشاكل القطاع، واقترحت بعض الحلول والتوصيات للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.

❖ **دراسة صليحة عشي:** الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية – تخصص اقتصاد التنمية – كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة،2011.

حيث كانت مشكلة الدراسة في إبراز واقع قطاع السياحة في الجزائر ومقارنته بنضيره في تونس والمغرب من خلال الوقوف على الآثار التي أفرزها أداء قطاع السياحة على الجوانب الاقتصادية، والاجتماعية في هذه الدول.

وتوصلت الباحثة في خاتمة البحث إلى عدة نتائج كان أهمها ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري يعود إلى إهمال برامج التنمية الاقتصادية وأسباب عديدة أخرى، وهذا ما يختلف عن كل من تونس والمغرب إذ يوصف أداء القطاع السياحي بالايجابي من خلال النتائج المحققة.

❖ **دراسة عامر عيساني:** الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص تسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلـوم التسيـير، جامعـة الحـاج لخضر، باتنة، 2010.

حيث كانت إشكالية هذه الدراسة تتمحور حول التنمية السياحية المستدامة وأهميتها الاقتصادية في الجزائر ومقارنتها بمصر وتونس.

وجاءت هذه الدراسة تأكيدا لأهمية التنمية السياحية في الجزائر مع الإشارة إلى تجارب بعض البلدان التي تمثل وجهات منافسة بحكم موقعها الجغرافي وقدراتها السياحية مع الجزائر، لذا من الضروري معرفة وإدراك الاستراتجيات التي اختارتها تلك البلدان وإمكانية الاستفادة منها.

10- تقسيم الدراسة

استنادا إلى الهدف المرجو من هذه الدراسة تم تقسيمها إلى ثلاثة فصول متكاملة مسبوقة بمقدمة ومذيلة بخاتمة ويسبق كل فصل تمهيد وينتهي بخلاصة، يتناول كل فصل مجموعة من المباحث المختلفة كما تم تقسيم كل مبحث إلى مجموعة من المطالب وهي كالتالي:

❖ **الفصل الأول:** تحت عنوان **الإطار الفكري والنظري للتنمية الاقتصادية**، حيث سوف نقوم في **المبحث الأول** بإعطاء تعاريف متعددة للتنمية الاقتصادية وبعض المفاهيم المرتبطة بها، وبالنسبة **للمبحث الثاني** فسوف نستعرض بعض أهداف التنمية الاقتصادية، أما **المبحث الثالث** فسوف نتناول فيه أبعاد التنمية الاقتصادية.

❖ **الفصل الثاني:** الذي سوف يخصص لدراسة السياحة وتنميتها وتطويرها وأهمية ذلك اقتصاديا تحت عنوان **المكانة التنموية لتطوير القطاع السياحي.**

وسيتم تقسيمه إلى ثلاث مباحث حيث أن **المبحث الأول** نتناول فيه بعض الأساسيات حول السياحة، مفهومها، أنواعها وأسسها، أما **المبحث الثاني** فسيتم التطرق فيه إلى ماهية التنمية السياحية، مفهومها، أشكالها، أنواعها، محدداتها ومتطلباتها، بالإضافة إلى التطرق إلى مفهوم خطة التنمية السياحية، معوقاتها وعوامل نجاحها، أما في **المبحث الثالث** فسوف يخصص لاستعراض الأهمية الاقتصادية لتطوير قطاع السياحة ومختلف الآثار المباشرة وغير المباشرة للسياحة على بعض المتغيرات الاقتصادية.

❖ **الفصل الثالث:** في هذا الفصل سنقوم باستعراض المقومات السياحية، استراتيجيات تطوير القطاع السياحي ومؤشرات السياحة ومساهمتها في قضايا التنمية في الجزائر، تونس والمغرب، بالإضافة إلى تحليلها والمقارنة بينها، تحت عنوان **تشخيص واقع تطوير واقع القطاع السياحي ومساهمته في التنمية الاقتصادية في الجزائر، تونس والمغرب.**

بحيث سوف نتطرق في **المبحث الأول** إلى مختلف المقومات السياحية الطبيعية، الحضارية والتاريخية، الأثرية ومقومات البنية التحتية لدول المقارنة، أما **المبحث الثاني** فسوف نتناول فيه الاستراتيجيات السياحية للجزائر تحت مسمى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2025، أما في **المبحث الثالث** فسوف نستعرض مؤشرات السياحة ومساهمتها في قضايا التنمية، وسنقوم بالمقارنة بين البلدان الثلاث في كل مبحث من خلال المقومات، الاستراتيجيات والمؤشرات السياحية.

11- صعوبات الدراسة

كل دراسة جامعية أو كل بحث لا يخلو من العراقيل، ومما لاشك فيه أنه يتعرض إلى جملة من الصعوبات والمعوقات التي تنعكس سلبا على الموضوع محل البحث، وتجعله دائما بحاجة إلى دراسة وتطوير من أجل تغطية أوجه القصور بالإلمام بجوانب الموضوع والوصول إلى نتائج أكثر دقة، ومن بين هذه الصعوبات نذكر:

- محدودية المدة الممنوحة لإنجاز هذه الدراسة، والتي تتطلب معلومات كثيرة نظرا لاتساع وتشعب مضامينها؛

- صعوبة الحصول على البيانات والإحصائيات المتعلقة بموضوع البحث، وتضاربها، واختلافها في بعض الأحيان بين المصادر الرسمية الوطنية والدولية وعدم مصداقيتها في بعض الأحيان.

الفصل الأول:

الإطار الفكري والنظري

للتنمية الاقتصادية

الفصل الأول: الإطار الفكري والنظري للتنمية الاقتصادية

تمهيد

تشكل التنمية الاقتصادية محور اهتمام الباحثين، ومتخذي القرار في ظل التغييرات والأحداث المتصارعة التي يشهدها العالم اليوم، وتسعى الدول على اختلاف مقوماتها الاقتصادية، إلى التركيز على قطاعات معينة من أجل توجيه المسار التنموي بالشكل الذي يتماشى فيه، والمتغيرات الراهنة على المستوى المحلي والاقتصادي والدولي، من خلال جهود التنمية، واستعمال أساليبها المتعددة لدعم الاقتصاد والعبور من فجوة التخلف والتأثير على مستويات الدخل، الصحة، التعليم وتحقيق الرفاهية الاقتصادية.

على هذا الأساس قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث وهي:

- **المبحث الأول: ماهية التنمية الاقتصادية.**
- **المبحث الثاني: متطلبات، عقبات، ومؤشرات التنمية الاقتصادية.**
- **المبحث الثالث: نظريات التنمية الاقتصادية.**

المبحث الأول: ماهية التنمية الاقتصادية

لقد احتل موضوع التنمية الاقتصادية منذ الحرب العالمية الثانية مكان مرموق بين الدراسات الاقتصادية، وبدأ يستحوذ على اهتمامات الاقتصاديين والسياسيين في البلدان المتقدمة والنامية، وفي المنظمات الإقليمية والدولية.

المطلب الأول: مفهوم التنمية الاقتصادية

لقد تعددت التعريفات بين الكتاب والاقتصاديين، وللوصول إلى تحديد الإطار المفاهيمي للتنمية الاقتصادية لابد لنا من تعريف التخلف الاقتصادي والتنمية والنمو ألاقتصادي.

1- تعريف التخلف الاقتصادي

يعرف البعض التخلف الاقتصادي بأنه: "ذلك البلد الذي يعاني من ندرة شديدة في رأس المال"، في حين البعض الآخر يرى أنه: "البلد الذي يسيطر فيه الإنتاج الأولي على نسبة مهمة من الناتج القومي، بينما تنخفض نسبة مساهمة الصناعة التحويلية في تكوين هذا الناتج، ويتم الربط في هذه الحالة بين حالة التقدم والتخلف، وبين إسهام هذا القطاع وهيمنة الإنتاج الأولي (الصناعة الاستخراجية، الزراعة) على الاقتصاد".

يعرف التخلف الاقتصادي أيضا بأنه: "ظاهرة تسود الدول التي يزيد سكانها عن معدل نمو الموارد المتاحة، مما يؤدي إلى انخفاض مستويات الدخول، وعدم القدرة على توفير الحاجات الأساسية للسكان".[1]

2- تعريف التنمية

تعتبر التنمية من أكثر المفاهيم اتساعا في العصر الحالي، ومن هذه التعاريف نذكر ما يلي:

- عرفتها هيئة الأمم المتحدة بأنها: "العملية التي بمقتضاها توجه جهود الأهالي، والحكومة، لتحسين الظروف الاقتصادية، والاجتماعية في المجتمعات المحلية لمساعدتها على التقدم والاندماج في حياة الأمم".[2]

- وعرفتها الجمعية العامة للأمم المتحدة كالآتي: "إن التنمية عملية اقتصادية، اجتماعية، ثقافية وسياسية شاملة تستهدف التحسين المستمر لرفاهية جميع السكان والأفراد، على أساس مشاركتهم النشطة والحرة

---

[1] فليح حسن خلف، **التنمية والتخطيط السياسي**، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006، ص ص 15- 18.

[2] محمد لمين مراكشي، **فعالية نظام التدريب في تنمية الموارد البشرية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2011، ص 78.

والهادفة والتوزيع العادل للفوائد الناجمة عنها".[1]

– وعرفت أيضا بأنها: "العملية التي يحدث من خلالها تغيير شامل ومتواصل مصحوب بزيادة في متوسط الدخل الحقيقي، وتحسين نوعية الحياة، وتحسين في توزيع الدخل لصالح الطبقات الفقيرة، وتغيير هيكلي في الإنتاج".[2]

من خلال ما سبق يمكن تعريف التنمية بأنها تعني نقل المجتمعات من حالة أو مستوى إلى حالة ومستوى أفضل، ومن نمط تقليدي إلى نمط متقدم كما ونوعا ولا تعد بديلا عنه في مواجهة المتطلبات الوطنية في ميدان إنتاج السلع والخدمات من خلال إنماء المهارات، والطاقات البشرية وخلق تنظيمات أحدث، تعمل على توفير الشروط الضرورية لزيادة متواصلة في رفاهية المجتمع.

3- تعريف التنمية الاقتصادية

يعرفها البعض على أنها: "العملية التي يتم بمقتضاها الانتقال من حالة التخلف إلى حالة التقدم، هذا الانتقال يقتضي إحداث العديد من التغيرات الجذرية، والجوهرية في البنيان، والهيكل الاقتصادي". [3]

– وتعرف التنمية الاقتصادية أيضا بأنها: "عملية يرتفع بموجبها الدخل الحقيقي خلال فترة من الزمن، وإذا كان معدل التنمية أكثر ارتفاعا من معدل نمو السكان الصافي ارتفع الدخل الحقيقي للفرد".[4]

– كما عرفت بأنها: "العملية التي من خلالها تحقيق أقصى ناتج إجمالي ممكن، بحيث يؤدي ذلك إلى بناء علاقات إنتاجية تؤدي إلى تحقيق العدالة الاجتماعية".[5]

– وهناك من يرى أن التنمية الاقتصادية هي: "تنشيط الاقتصاد الوطني وتحويله من حالة الركود والثبات إلى الحركة، والديناميكية، عن طريق زيادة مقدرة للاقتصاد الوطني لتحقيق الإنتاج، ووسائله ومستوى العمالة وتزايد الاعتماد على القطاع الصناعي والحرفي بمقابل انخفاض الأنشطة التقليدية". [6]

---

[1] عبد الرزاق مقري، **مشكلات التنمية والبيئة والعلاقات الدولية الراهنة– دراسة مقارنة بين الشريعة الإسلامية والقانون الدولي حول مشكلات التنمية والبيئة في ظل العلاقات الدولية الراهنة**–، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2008، ص 147، 148.

[2] محمد عمر، حماد أبو دوح، **التناسق والتناقض بين التنمية الاقتصادية وعدالة توزيع الدخول في إطار الفكر الإسلامي والوضعي**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 54.

[3] مدحت القريشي، **التنمية الاقتصادية– نظريات وسياسات وموضوعات**–، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 2007، ص 122.

[4] محمد صفوت قابل، **نظريات وسياسات التنمية الاقتصادية**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 64.

[5] علي جدوع الشرفات، **التنمية الاقتصادية في العالم العربي**، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص 5.

[6] الطيب داودي، **الاستراتيجية الذاتية لتمويل التنمية الاقتصادية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2008، ص5.

من خلال التعاريف السابقة نلاحظ أنه هناك من يركز في تعريفه للتنمية الاقتصادية على الناحية الكمية منها، وهناك من يركز على الجانب الاجتماعي، وهناك من يركز على الجانب النوعي للتنمية الاقتصادية.

وبصفة عامة تعرف التنمية الاقتصادية بأنها: "عبارة عن التغيرات الهيكلية التي تحدث في الاقتصاد القومي بأبعادها المختلفة الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والتنظيمية، من أجل تحسين نوعية الحياة وتوفير حياة كريمة ورفاهية أفضل لجميع أفراد المجتمع".[1]

4- تعريف النمو الاقتصادي

يمكن إعطاء تعريفين للنمو الاقتصادي وهما:[2]

- "الزيادة في الناتج القومي الإجمالي الحقيقي، أو في الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي بين فترتين"، حيث يقيس هذا المفهوم معدل نمو الاقتصاد بين فترتين.

- "ارتفاع معدل الدخل الفردي، ويعرف معدل الدخل الفردي على أنه الناتج القومي الحقيقي مقسوما على عدد السكان في الدولة"، وهذا المفهوم يشير إلى معدل أو متوسط النمو الحقيقي للدخل الفردي في مجتمع ما.

هذا ويشمل الفرق بين التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي فيما يلي:

النمو الاقتصادي يشير إلى مجرد الزيادة الكمية في متوسط الدخل الفردي الحقيقي الذي لا يرتبط بالضرورة بحدوث تغيرات هيكلية اقتصادية، أو اجتماعية، والمفهوم العكسي للنمو الاقتصادي هو الركود أو الكساد.

أما التنمية الاقتصادية فهي ظاهرة مركبة تتضمن النمو الاقتصادي كأحد عناصرها الهامة، ولكنها تتضمنه مقرونا بحدوث تغيير في الهياكل الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية والعلاقات الخارجية، بل ويمكن القول بأن التنمية تتمثل في تلك التغيرات العميقة في الهياكل الاقتصادية والسياسية والاجتماعية للدولة، وفي العلاقات التي تربطهم بالنظام الاقتصادي الدولي التي يكون من شأنها تحقيق زيادات تراكمية

---

[1] عبد المطلب عبد الحميد، **النظرية الاقتصادية – تحليل جزئي وكلي للمبادئ**–، الدار الجامعية، القاهرة، 2001، ص 472.

[2] خالد واصف الوزني، أحمد حسين الرفاعي، **مبادئ الاقتصاد الكلي بين النظرية والتطبيق**، دار وائل للنشر والتوزيع، ط8، عمان 2008، ص 381.

قابلة للاستمرار في الدخل الفردي الحقيقي عبر فترة ممتدة من الزمـــن، إلى جانــب عدد من النتائج الأخرى غير الاقتصادية والمفهوم العكسي للتنمية هو التخلف.[1]

منه يمكن استخلاص الاختلافات التالية:

- أن النمو يحقق تلقائيا، والتنمية عملية مصطنعة؛
- النمو الاقتصادي يحدث تلقائيا ولا يحتاج إلى تدخل حكومي؛
- التنمية عملية وليست حالة؛
- التنمية الاقتصادية أشمل وأوسع من النمو الاقتصادي؛
- النمو الاقتصادي يكون في الدول المتقدمة أما التنمية الاقتصادية تكون في الدول المتخلفة.

المطلب الثاني: أهداف التنمية الاقتصادية

للتنمية الاقتصادية أهداف عديدة تدور حول رفع مستوى معيشة السكان، وتوفير أسلوب الحياة الكريمة ولا ينظر إلى التنمية باعتبارها غاية في حد ذاتها، وإنما ينظر إليها على أنها وسيلة لتحقيــق غايــات أخــرى، ومن الصعب تحديد أهداف معينة في هذا المجال نظرا لاختلاف ظروف كل دولة، واختلاف الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية، والسياسية، ومن أهم هذه الأهداف ما يلي:[2]

1- زيادة الدخل القومي الحقيقي

تسطر الدول النامية الأولوية في أهدافها لزيادة الدخل القومي الحقيقي، فنجد أن هذه الدول تعاني من الفقر، وانخفاض مستوى معيشة سكانها، وتفاقم المشكلة السكانية، والأوضاع الصحية والتعليمية المشهورة، وتجاوز هذه الأوضاع لن يكون إلا بزيادة الدخل الحقيقي الذي يساعد في التغلب تدريجيا على جميع المشاكل التي تعاني منها الدول النامية غالبا، وخاصة إذا تحققت زيادة الدخل مع إحداث تغيرات عميقة وهيكلية في البنيان الاقتصادي، فالزيادة في الدخل القومي لأي بلد تحكمه بعض العوامل كمعدل الزيادة في السكان، والإمكانيات المادية والتكنولوجيا الملائمة.

---

[1] عصام عمر مندور، **التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتغيير الهيكلي في الدول العربية**، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2011 ص 32، 33.

[2] علي توبين، **النمو الديمغرافي وأثره على التنمية الاقتصادية – حالة الجزائر- (1970- 2002)**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004، ص ص 05- 07.

2- رفع مستوى المعيشة:

يعتبر تحقيق مستوى مرتفع للمعيشة من بين الأهداف الهامة التي تسعى التنمية الاقتصادية إلى تحقيقها في الدول النامية، وذلك لأنه من المتعذر لتحقيق الضروريات المادية للحياة من مأكل وملبس ومسكن وغيره، وتحقيق مستوى ملائم للصحة، والثقافة ما لم يرتفع مستوى معيشة السكان في هذه المناطق وبدرجة كافية لتحقيق مثل هذه الغايات.

إن تحقيق هذه الأخيرة لا يقف عند خلق زيادة في الدخل القومي فحسب، بل يجب أن ترتبط هذه الزيادة بتغيرات جذرية في هيكل الزيادة السكانية لأن زيادة السكان بنسبة أكبر من زيادة الدخل القومي تجعل من المتعذر لتحقيق زيادة في متوسط نصيب الفرد من هذا الدخل، ومن ثم انخفاض مستوى المعيشة.

3- تقليل التفاوت في الدخول والثروات

هذا الهدف من الأهداف الاجتماعية للتنمية الاقتصادية، حيث نجد في معظم الدول المتخلفة ورغم انخفاض الدخل القومي، وانخفاض متوسط نصيب الفرد منه تفاوتا كبيرا في توزيع الدخول، والثروات إذ تجعل طبقة صغيرة من أفراد المجتمع على حصة كبيرة من هذه الثروة.

مثل هذا التفاوت في توزيع الثروات، والدخول يؤدي إلى إصابة المجتمع بأضرار جسيمة، حيث يعمل على تردده بين حالة من الغنى المفرط، وحالة من الفقر المدقع، هذا بالإضافة إلى أنه غالبا ما يؤدي إلى اضطرابات فيما ينتجه المجتمع وما يستهلكه، وكلما زاد هذا الاضطراب كلما كبر الجزء المعطل في رأس مال المجتمع، ذلك أن الطبقة الميسورة التي تستحوذ على كل الثروات ومعظم الدخول، لا تنفق في العادة كل ما تحصل عليه من أموال بسبب صغر ميلها الحدي للاستهلاك، وهي عادة تكتنز الجزء الأكبر مما تحصل عليه من دخول بعكس الطبقة التي يدفعها ارتفاع ميلها الحدي للاستهلاك إلى إنفاق كل ما تحصل عليه من أموال، حيث أن الجزء الذي تكتنزه الطبقة الميسورة يؤدي في الأجل الطويل إلى ضعف قدرة الجهاز الإنتاجي، وزيادة تعطيل العمال، ولهذا يعتبر تقليل التفاوت في الدخول أو الثروات من بين الأهداف الهامة للتنمية الاقتصادية.

4- تعديل التركيب النسبي للاقتصاد القومي

تسعى التنمية الاقتصادية إلى التقليل من سيطرة الزراعة على الاقتصاد وإفساح المجال للصناعة لتلعب دورها إلى جانب بقية القطاعات، وبذلك تضمن القضاء على التقلبات التي تصيب النشاط الاقتصادي القومي نتيجة سيطرتها عليها أو على الأقل تضمن التخفيف من حدتها.

المطلب الثالث: أبعاد التنمية الاقتصادية

إن مفهوم التنمية الاقتصادية يتضمن أبعادا مختلفة ومتعددة تشمل ما يلي:[1]

1- البعد المادي للتنمية

يستند هذا البعد على حقيقة أن التنمية هي نقيض التخلف، وبالتالي فإن التنمية تتحقق من خلال التخلص من سمات التخلف، واكتساب الخصائص السائدة في البلدان المتقدمة، إن المفهوم المادي للتنمية الاقتصادية يبدأ بتراكم قدر من الصناعة اليدوية إلى الصناعة الآلية، وعلى النحو الذي يحقق سيادة الإنتاج السلعي، وتكوين السوق الداخلية، وهذا ما يعرف بجوهر التنمية، فالبلدان المتخلفة تحتاج إلى تحقيق عدد من العمليات لكي تحقق التنمية، وهذه العمليات هي: تحقيق التراكم الرأسمالي، تطوير التقسيم الإجتماعي للعمل، سيادة الإنتاج السلعي، عملية تكوين السوق القومية.

قد ارتبط مفهوم التنمية ارتباطا وثيقا، لأن عملية التصنيع تؤدي إلى تنويع الهيكل الإنتاجي، ولهذا فإن التنمية هي المفهوم الشامل والواسع لعملية التصنيع، ومعلوم أن عملية التصنيع تتطلب إحداث جملة عوامل أهمها ثورة صناعية، وتهيئة القاعدة الصناعية، وخلق الأطر الملائمة لإحداث التغيير في البنيان الاجتماعي.

2- البعد الاجتماعي للتنمية

تتمثل جوانب البعد الاجتماعي في تغييرات في الهياكل الاجتماعية، واتجاهات السكان والمؤسسات القومية، وتقليل الفوارق في الدخول ومحاربة الفقر، وقد تغيرت النظرة إلى الفقر في عقد الستينات وأصبح ينظر إليها بأنها مرتبطة بالبطالة، وأصبح هدف التنمية هو إشباع الحاجات الأساسية، وبهذا تغيرت فلسفة التنمية في كونها مستندة على النمو إلى الفهم المستند على الحاجات الإنسانية، وبذلك أصبحت التنمية هي تحقيق تنمية الإنسان.

3- البعد السياسي للتنمية

يتضمن البعد السياسي للتنمية التحرر من التبعية الاقتصادية إلى جانب التبعية الاستعمارية المباشرة، فإذا كان الواقع قد فرض على البلدان النامية الاستعانة بالمصادر الأجنبية، فإن هذه المصادر يجب أن تكون مكملة للإمكانيات الداخلية الذاتية شرط أن لا تقود إلى السيطرة على اقتصاديات البلدان النامية.

---

[1] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص ص 131- 134.

4- البعد الدولي للتنمية

لقد فرضت فكرة التنمية نفسها على المجتمع الدولي، وقادت إلى تبني التعاون على المستوى الدولي وإلى ظهور الهيئات الدولية كالبنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، ولهذا فقد أطلقت الأمم المتحدة في عام 1961 م عقد التنمية الأول والذي استهدف تحقيق معدل النمو الاقتصادي يبلغ 7% على المستوى الدولي كما شهد عقد الستينات نشأة منظمة الغات **(GATT)** أي الاتفاقية العامة للتجارة والتعرفة الجمركية، وكذلك نشأة منظمة الأونكتاد **(UNCTAD)** أي مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، وتهدف هذه المنظمات جميعها إلى تحقيق علاقات دولية أكثر تكافؤا، ثم جاء عقد التنمية الثاني للفترة (1970-1980) مستهدفا معدلا نسبيا للنمو يبلغ 6% إلا أن مساعي كل هذه الجهات والمنظمات لم تفلح في تحقيق أهدافها الأساسية من وجهة نظر البلدان النامية، ولهذا نجد بأن التفاوت في الدخول فيما بين البلدان الغنية، والفقيرة يزداد على مر الزمن.

5- البعد الحضاري للتنمية

يشمل كل جوانب الحياة ويفضي إلى مولد حضارة جديدة، ويعتبر البعض بأن التنمية بمثابة مشروع لنهضة حضارية، فالتنمية ليست مجرد عملية اقتصادية تكنولوجية، بل هي عملية بناء حضاري تؤكد فيه المجتمعات شخصيتها وهويتها الإنسانية.

المبحث الثاني: متطلبات، عقبات، ومؤشرات التنمية الاقتصادية

من الواضح أن تعاريف التنمية الاقتصادية متعددة، ولكن من المتفق عليه أن للتنمية عدة متطلبات يجب توافرها ومؤشراتها تعكس واقع الاقتصاد، ومعيشة الأفراد، بالإضافة إلى وجود مقومات مختلفة منها ما هو سياسي، واقتصادي وتعرقل نشاط، وطموحات الدولة في تحقيق تنمية اقتصادي شاملة.

المطلب الأول: متطلبات التنمية الاقتصادية

إن تحقيق تنمية اقتصادية يتطلب توافر عدد من المتطلبات التي هي بمثابة أوضاع ضرورية، وشروط جوهرية لإمكانية إنجاز هذه العملية. [1] وتتمثل أساسا في:

1- تجمع رأس المال

تتطلب هذه العملية وجود توفير مناسب من الادخارات الحقيقية، بحيث تقوم بتوفير المواد لأغراض

[1] شوقي أحمد دنيا، **المدخل الحديث إلى علم الاقتصاد**، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006، ص 327.

الاستثمارات بدلا من توجهها نحو مجالات الاستهلاك ووجود أجهزة تمويل قادرة على تعبئة المدخرات لدى الأفراد والجهات المختلفة، وتوفر أجهزة ومؤسسات تتولى المسؤولية.[1]

يمكن التمييز بين نوعين من رأس المال هما:

- **رأس المال (Financial):** والذي يمثل الأموال السائلة التي توجه لشراء الأسهم، والسندات أو تقرض إلى البنوك للاستخدام في الأعمال.

- **رأس المال الحقيقي أو المادي (Real):** الذي يتكون من المصانع، المكائن، المعدات وخزين المواد الخام.

وقد أجمع الاقتصاديون لمختلف مدارسهم الفكرية على أهمية الدور الذي يلعبه تراكم رأس المال في تحقيق التنمية الاقتصادية، وتجدر الإشارة إلى أن تراكم رأس المال ليس مهما بحد ذاته فحسب بل أنه الوسيلة الرئيسية للتقدم في المعرفة والتي بدورها تعتبر محددا رئيسيا للنمو الاقتصادي، إن البلدان النامية تؤكد بشكل كبير أهمية تراكم رأس المال، وتؤكد على الحاجة إلى زيادة مستوى الاستثمار بالنسبة للإنتاج وتعتبر أن تراكم رأس المال هو الشرط الضروري ليكون متقدما، إضافة إلى آليات اجتماعية، واقتصادية كفئة، وينظر إلى رأس المال أيضا على أنه وسيلة للتخلص من الحلقة المفرغة للفقر، حيث أن المستوى المنخفض للإنتاجية هو بمثابة مصدر الحلقة المفرغة، وأخيرا فإن معدلات النمو السكاني في البلدان النامية وافتقارها إلى المواد الحقيقية يجعل قدرة هذه البلدان على تكوين رأس المال ضعيفة، ولهذا يتعين على مثل هذه البلدان العمل على تراكم رأس المال.[2]

2- المواد البشرية

إن الموارد البشرية تعني القدرات، المهارات، والمعرفة لدى الأفراد والتي تدخل كمستلزم في العملية الانتخابية، وللموارد البشرية أهمية كبيرة في عملية التنمية حيث أن الإنسان هو غاية التنمية ووسيلتها في نفس الوقت.

فغاية التنمية تنعكس في كون الهدف النهائي لها هو رفع مستوى معيشة الإنسان، حيث أن الإنسان هو وسيلة للتنمية فهو الذي يخطط وينفذ عملية التنمية وأن ثمار التنمية ناتجة عن النشاط الإنساني، ومن هنا تتبين أهمية الموارد البشرية في عملية التنمية الاقتصادية.

---

[1] بشار يزيد الوليد، **التخطيط والتطوير الاقتصادي -دراسة التطورات الاقتصادية في الدول العربية-**، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1 عمان، ص 115.

[2] مدحت القريشي، مرجع سابق ، ص ص 135- 137.

لما كانت عملية التنمية تهدف إلى الارتفاع في مستوى الإنتاج الحقيقي وضمان زيادته بشكل مستمر، وبما أن نظريات التنمية الاقتصادية تربط الزيادة في الدخل الحقيقي بأربعة عوامل وهي: التراكم الرأسي المالي، النمو السكاني، اكتشاف موارد جديدة، والتقدم التكنولوجي، فإن دور الموارد البشرية يظهر واضحا في كل ذلك، إذ أن الموارد الطبيعية تكتشف وتتطور وتستخدم من قبل الإنسان أن النمو السكاني هو الأساس في نمو الموارد البشرية، وكذلك التقدم التكنولوجي فهو نتيجة لزيادة معارف الإنسان وقدرته ومهاراته، ومما سبق تتجلى بوضوح أهمية الموارد البشرية في عملية التنمية الاقتصادية.[1]

3- الموارد الطبيعية

تعرف الموارد الطبيعية بأنها العناصر الأصلية التي تمثل هبات الأرض، والأمم المتحدة من جهتها تعرف الموارد الطبيعية بأنها أي شيء يجده الإنسان في بيئته، والتي ينتفع بها.

قد اختلف الاقتصاديون حول أهمية الموارد الطبيعية في إطار عملية التنمية، فهناك من يرى بأن الموارد الطبيعية للتنمية تلعب دور أساسيا في عملية التنمية، بحيث يربطون بين تحقيق النمو في بعض البلدان المتقدمة مثل انجلترا، فرنسا وأمريكا، ووفرة الموارد الطبيعية فيها، في حين يرى الآخرون أن الموارد الطبيعية لا تلعب دور حاسما في تحقيق عملية التنمية، رغم أنها يمكن أن تساعدها في ذلك وتسيره، ويعللون ذلك على أن هناك بعض البلدان استطاعت أن تحقق حالة تقدم رغم افتقارها النسبي للموارد الطبيعية، وفي الوقت التي تمتلك فيه العديد من الدول المختلفة موارد طبيعية وفيرة، إلا أنها لم تستطع أن تحقق نجاحات في مجال التنمية الاقتصادية.[2]

4- التكنولوجيا

تعرف التكنولوجيا على أساس أنها الجهد المنظم الراعي لاستخدام النتائج والأنشطة الإدارية، وذلك بهدف التوصل إلى أساليب جديدة يفترض فيها، أنها أجدى للمجتمع وبشكل عام تتضمن التكنولوجيا العديد من العناصر نذكر منها:

- براءة الاختراع، والعلاقات التجارية، والمهارات التي لا تنفصل عن أشخاص العاملين.
- المعرفة التكنولوجية المتجسدة في أشياء مادية، وبصفة خاصة المعدات.

---

[1] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص 137.

[2] نفس المرجع السابق، ص 139.

إن التقدم التكنولوجي يعني تغيرا في المعرفة الخاصة بالإنتاج أو التغير في المنتوج، وقد يعني ذلك تحسين في المنتوج القديم، أو ظهور منتوج جديد، وحيث أن التنمية تتطلب زيادة مستمرة في مقدار السلع والخدمات المنتجة وهذا بدوره يتطلب توسيع العلاقات الإنتاجية للوحدات المنتجة، وعليه فإن تحقيق التنمية الاقتصادية يتطلب حصول تغير، أو تقدم تكنولوجي من أجل توسيع الطاقات الإنتاجية، وتشغيل هذه الطاقات ومن هنا تتجلى أهمية التقدم التكنولوجي في التنمية الاقتصادية.[1]

المطلب الثاني: عقبات التنمية الاقتصادية

تتعرض التنمية الاقتصادية إلى عدة عقبات أمام تحقيقها، وتختلف طبيعة هذه العقبات من دولة إلى أخرى:

1- عقبات اقتصادية

تتمثل أهمها فيما يلي

- **حلقة الفقر المفرغة:** إن صاحب هذه الفكرة هو الاقتصادي **(Nurkse)** الذي يؤكد أن الحلقة المفرغة للفقر تعمل على إبقاء المستوى المنخفض للتنمية في البلدان النامية، وبالتالي تعمل على إبقاء البلد فقيرا، ومن أجل كسر هذه الفكرة يتعين على البلدان النامية أن تكتشف وسيلة لانتزاع كميات أكبر من الادخار للفقراء، وأن تجد الموارد من خارج بلدانها، ويعلق البعض على هذه الفكرة بالقول أنه رغم أن الغالبية من السكان في هذه البلدان هي فقيرة إلا أن هناك فئات ولو أنها قليلة العدد لكنها غنية ويمكن لها أن تدخر وتستثمر، وبالتالي تستطيع أن تكسر هذه الحلقة المفرغة.[2]

- **محدودية السوق:** ترتبط محدودية السوق ارتباطا وثيقا بالتخلف الاقتصادي، وتستند على فكرة أن وفرة الحجم في الصناعة مظهر رئيسي في التنمية الاقتصادية، ذلك أن المنشآت الصناعية يجب أن تكون كبيرة الحجم لكي يستطيع استغلال التكنولوجيا الحديثة فإن حجم السوق يجب أن يكون كافيا يستوعب الحجم الكبير من الأرباح، وبالتالي فإن محدودية حجم السوق في العديد من البلدان النامية يعتبر عقبة في طريق التصنع والتنمية الاقتصادية.[3]

- **الازدواجية الاقتصادية:** الازدواجية ظاهرة مرافقة للنمو الاقتصادي والتي تظهر إما بشكل طبيعي بسبب التخصص، أو تفرض من الخارج من خلال استيراد نظام اقتصادي غريب هو النظام الرأسمالي، ولهذا فإن

[1] فليح حسن خلف، مرجع سابق، ص 197.

[2] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص 152.

[3] نفس المرجع السابق، ص 153.

الازدواجية تتسم بالاختلاف بين العادات الاجتماعية، وكذلك بفجوة بين مستويات التكنولوجيا بين قطاع الكفاف الزراعي، وبين القطاع الصناعي النقدي وربما أيضا بفجوة في مستوى دخل الفرد فيما بين أقاليم البلد الواحد.[1]

- **قيد الصرف الأجنبي:** يرتبط قيد الصرف الأجنبي بالصادرات، والواردات، ذلك أن انفتاح البلدان النامية على التجارة الدولية ازدادت تجارتها بشكل كبير جدا، إلا أنّ ذلك لم يساهم في تنمية بقية أوجه الاقتصاديات النامية، ذلك أن الاعتماد الكبير على الصادرات قد عرض تلك الاقتصاديات وكشفها على الشكليات الدولية في الطلب وفي أسعار المنتجات، خصوصا وأن معظم صادرات هذه البلدان هي من السلع الأولية التي تتميز بانخفاض مرونة الطلب السعرية ولهذا فعندما تنخفض أسعار مثل هذه المواد لا تزداد الكميات المطلوبة منها بأكثر أو بنفس نسبة انخفاض الأسعار.[2]

- **محدودية الموارد البشرية:** تعتبر عدم كفاية الموارد البشرية، وكذلك عدم ملائمة الموارد البشرية عقبة أمام عملية التنمية الاقتصادية في البلدان النامية، حيث ينعكس ذلك في عدم تحقيق معدلات نمو مرتفعة، وكذلك ينعكس في انخفاض مستوى الإنتاجية وضعف حركة عوامل الإنتاج، وأن الندرة النسبية في المهارات، والتخصصات المهنية المختلفة تقف عائقا بوجه تحقيق التنمية، وتوسيع الإنتاج وتنويعه.[3]

2- عقبات ثقافية

تتمثل أهم العقبات الثقافية لعملية التنمية فيما يلي:[4]

- **التقاليد والمعتقدات:** تعتبر التقاليد والقيم في المجتمعات عنصر لا يمكن التخلي عنه، لأنه يعتبر من بين المقومات الشخصية، لهذا فإن المجتمعات ترفض أي تغيير في عملها، وذلك لخوفها من المجهول الذي يسير إليه التغيير.

- **القيم:** إن كل ثقافة من الثقافات تشمل على قيم اجتماعية، وثقافية، ودينية تسود المجتمع، فكثيرا ما تعوق القيم نجاح مشروعات وبرامج التنمية.

حيث نجد في كثير من المجتمعات التقليدية أن مشاكل التغذية، والطعام تعتبر من المشاكل الهامة التي تواجه الهيئات العامة في التنمية.

---

[1] محي الدين عمرو، **التنمية والتخطيط الاقتصادي**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 210.

[2] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص 154.

[3] جمال حلاوة، علي صالح، **مدخل إلى علم التنمية**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 138.

[4] نفس المرجع السابق، ص 157.

3- عقبات اجتماعية

يمكن حصر أهم هذه العقبات فيما يلي:[1]

- **نظام الملكية:** من أهم النظم الاجتماعية المعوقة للتنمية الملكية التقليدية، وهذا نظرا لتشابك حقوق الملكية، وتعاقدها، واختلاف أشكالها التي تظهر في المشروعات والبرامج التنموية التي تتعثر جراء اختلافات قد تنشأ بين مالكي هذا المشروع.

- **نظام القرابة:** يعتبر الارتباط بالجماعة شعور ضروري لغالبية أفراد المجتمع بوجه عام، ويتطلب ذلك الارتباط سلوكا مثاليا إتجاه أعضاء الجماعة من خلال الشعور القوي بالالتزامات المتبادلة.

- **العصبية:** تواجه الدول في مرحلة التحول عقبات في سبيل تحقيق أهداف التنمية، فقد يكون للعصبية دور في هذا الموقف حيث يكون الطرفين متعارضين، وهذا لوجود نزاعات اقتصادية أو سياسية بينهما أو وجود تضامن وتماسك بين بعض الدول ضد دول أخرى، لهذا يكون للعصبية دورا هاما في إعاقة برامج ومشروعات التنمية.

- **تعارض المصالح:** تعتبر الأهداف التي تسعى إليها كل الدول أهداف تنموية تصب في صالحها سواء كانت مشاريع محلية، أو دولية، لهذا فإن كل برنامج تنموي يتعارض مع مصالح تلك الدول يعد بمثابة عقبة أمام تحفي، وازدهار اقتصاد تلك الدول.

4- عقبات الحكومة في طريق التنمية: وتتمثل فيما يلي:[2]

- **عدم الاستقرار السياسي:** والذي ينجم عنه انعدام، وضعف الاستثمار في الاقتصاد المحلي وتوجيه الثروات الشخصية إلى البنوك الأجنبية، وعليه فإن عدم الاستقرار السياسي يعد عقبة في طريق التنمية.

- **عدم الاستقلال السياسي:** إن وجود الاستقلال السياسي يعد أمرا ضروريا لتحقيق النمو الاقتصادي، فهو يمكن البلد من رسم السياسات الاقتصادية الملائمة لمصلحته دون تأثير المصالح الخارجية، وبالتالي يكون انعدامه عقبة في طريق التنمية.

- **ضعف الدعم الحكومي للتنمية:** فتحقيق التنمية في البلدان النامية يتطلب استعداد من طرف الحكومة لاتخاذ القرارات والسياسات المطلوبة التي من شأنها تحفيز الأفراد، والمؤسسات على العمل والتنمية، وأن خلاف ذلك يعد عقبة أكيدة في طريق التنمية.

---

[1] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص 161.

[2] جمال حلاوة، مرجع سابق، ص 160

5- عقبات دولية في طريق التنمية

يؤكد العديد من الاقتصاديين، بأن العقبة الرئيسية للتنمية اليوم تتمثل في العوامل الخارجية أكثر من العوامل الداخلية، وذلك لأن مصالح البلدان الصناعية المتقدمة تخلق ضغوطات تؤدي إلى إعاقة مساعي التنمية، والنمو لدى البلدان النامية والفقيرة، من خلال علاقات التبعية الاقتصادية، والعلاقات التجارية غير المتكافئة التي تعمل ضد مصالح البلدان النامية.[1]

المطلب الثالث: مؤشرات التنمية الاقتصادية

وهي المؤشرات التي يتم بموجبها إعطاء صورة واضحة عن مدى التقدم أو التراجع في تحقيق التنمية الاقتصادية، وبموجبها يتم تقييم إنجاز الدول والمؤسسات المكلفة بتحقيق التنمية والمجالات التي تشملها.

1- مؤشرات الأداء الاقتصادي

تتمحور أهم مؤشرات الأداء الاقتصادي التي تعكس مدى تحقق التنمية الاقتصادية فيما يلي:

- **الناتج المحلي الإجماليGDP:** الناتج المحلي الإجمالي أو **Gross Domestic Product** هو أحد أهم المؤشرات الاقتصادية التقليدية، والذي مازال يستعمل على نطاق واسع كأحد أهم المؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها في هذا المجال، وهو أحد المقاييس المستعملة لقياس النمو الاقتصادي في الدول، لهذا يمكن القول أن النمو الاقتصادي هو مؤشر للتنمية الاقتصادية يمكن الاستدلال عليه من خلال الناتج المحلي الإجمالي، ومن المعروف أنه كلما ارتفع هذا المؤشر كلما كان ذلك دلالة على تقدم اقتصاد الدولة.

- **الناتج القومي الإجمالي GNP:** في البداية اعتبر بأن التنمية إنما تعني زيادة في الناتج القومي الإجمالي خلال فترة زمنية طويلة، وإن هذا المقياس يجب أن يستبعد التغيرات الحاصلة في الأسعار (أي أن يكون GNP بالأسعار الثابتة)، ويؤخذ على هذا المقياس أنه لا يأخذ نمو السكان بنظر الاعتبار، كما أنه لا يظهر الكلفة التي يتحملها المجتمع من جراء التلوث، أو التحضر، والتصنيع ولا يعكس توزيع الدخل بين فئات المجتمع.

- **نصيب الفرد من الناتج الإجمالي:** هذا المؤشر، نصيب أو حصة الفرد من الناتج المحلي الإجمالي والذي يقابله المصطلح الإنجليزي **(GDP Percapita)**، الذي يعبر عن حصة الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، وهو معيار يستخدم غالبا مع المؤشر الأول (الناتج المحلي الإجمالي)، وهذا المؤشر تعبير تقريبي

[1] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص 161.

لقيمة السلع والخدمات التي ينتجها الفرد الواحد في دولة ما، وهو يساوي مجمل الناتج المحلي الإجمالي مقسوما على عدد سكان الدولة، وكلما زاد نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي كلما دل ذلك على نمو الاقتصاد بشكل أفضل.[1]

- **نسبية الاستثمار إلى الناتج المحلي الإجمالي:** هذا المؤشر الذي يسمى بالانجليزية **Share OF Net Ivestement in GDP** يقيس مجمل نسبة الاستثمارات إلى مجمل الناتج المحلي، لذا فهذا المؤشر هو عبارة عن نسبة مئوية تدل على مقدار الاستثمارات بالنسبة إلى الناتج الإجمالي المحلي لدولة ما، وهو بهذا يساوي قيمة صافي الاستثمارات مقسوما على مجمل الناتج المحلي الإجمالي مضروبا في 100%، وهذا المؤشر يقيس الحوافز التي تحفز التنمية الاقتصادية، ويعكس المعدل الذي يحول من خلاله رؤوس الأموال لتمويل عمليات التنمية الاقتصادية، ولهذا فإن ارتفاع هذا المؤشر يعني تمويل جيد للنشاطات الهادفة إلى تحقيق تنمية اقتصادية.

- **نسبة الدين العام الخارجي إلى الناتج المحلي:** يمكن اللجوء إلى نسبة الدين الخارجي العام لأي دولة إلى مجمل ناتجها المحلي الإجمالي كمؤشر مهم من مؤشرات التنمية الاقتصادية في هذه الدولة، ومن الأفضل أن تكون هذه النسبة في أدنى مستوياتها.

- **مستوى التضخم:** يعد مستوى التضخم مؤشر هام على وضعية الاقتصاد.

- **مشاركة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي:** تعتبر مساهمة القطاع الصناعي المرتفعة في الناتج المحلي الإجمالي دليلا مهما على تحقيق التنمية الاقتصادية.

- **الهيكل الاقتصادي:** كلما تحسن الهيكل الاقتصادي للبلد أدى إلى تحقيق التنمية الاقتصادية.

- **مستوى الاستهلاك، الادخار والاستثمار:** فمثلا كلما ارتفع مستوى الاستهلاك يؤدي إلى زيادة الطلب وبالتالي سيؤدي إلى زيادة العرض مما يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية، إضافة إلى ارتفاع الادخار والاستثمار يؤدي إلى ارتفاع العوائد المالية مما يساهم في تنمية الاقتصاد.

- **معدل الفائدة:** ارتفاع معدلات الفائدة على الودائع يؤدي إلى زيادة الادخار وبالتالي يؤثر إيجابا على التنمية الاقتصادية.

- **ميزان المدفوعات والميزان التجاري:** ميزان المدفوعات يسجل المعاملات الاقتصادية للمقيمين بالدولة والمقيمين بالخارج، أما الميزان التجاري فيسجل صادرات وواردات الدولة من السلع، وكلما حقق هذين

[1] علي جدوع الشرفات، مرجع سابق، ص ص 114- 148.

الميزانين التوازن أو الربح ساهم ذلك في تحقيق التنمية الاقتصادية.[1]

2- المؤشرات الاجتماعية: تم تبني هذا المقياس ليعكس الخدمات الصحية على مستوى التغذية، والتعليم والمياه الصالحة للشرب، والسكن والتي تمثل مؤشرات اجتماعية عن حياة الأفراد على مستوى الرفاهية لهم.[2]

المبحث الثالث: الاتجاهات النظرية للتنمية الاقتصادية

تعددت النظريات التي تعالج قضايا التنمية الاقتصادية في مختلف بلدان العالم، والتي لا تتسع بشكل عشوائي بل لابد من أن تستند إلى استراتيجية معينة، وسنتطرق في هذا المبحث إلى أهم هذه النظريات.

المطلب الأول: نظرية الدفعة القوية

تتمثل هذه الفكرة النظرية في أن هناك حاجة إلى دفعة قوية، أو برنامجا كبيرا ومكثفا في حد أدنى من الاستثمارات بغرض التغلب على عقبات التنمية، ووضع الاقتصاد على مسار النمو الذاتي.

ينطلق **(Rodan)** في تبريره للدفعة القوية من فرضية أساسية مغايرة أن التصنيع في سبيل التنمية في البلدان المتخلفة ومجال لاستيعاب فائض العمالة المتعجلة جزئيا أو كليا في القطاع الزراعي على أن تبدأ عملية التصنيع بشكل دفعة قوية من خلال توظيف حجم ضخم من الاستثمارات في بناء مرافق رأس المال الاجتماعي من طرق، ومواصلات ووسائل نقل وقوى محركة، وتدريب القوى العاملة، وهذه المشروعات الضخمة غير قابلة للتجزئة، من شأنها أن تخلق وفرات اقتصادية خارجية تتمثل في توفير خدمات إنتاجية بتكلفة منخفضة ضرورية لقيام مشروعات صناعية، ما كانت تنشأ دون توفر هذه الخدمات، وإضافة إلى ذلك يتعين أيضا توجيه حجم ضخم من الاستثمارات في إنشاء جبهة عريضة من الصناعات تتكامل مشروعاتها لتحقيق التشابك الأفقي والرأسي، الأمر الذي يساعد على تخفيض تكاليف الإنتاج كما يقترح **(Rodan)** أن تتركز الاستثمارات في جبهة عريضة من الصناعات الاستهلاكية الخفيفة، بحيث تدعم بعضها بعض ويكسبها الجدوى الاقتصادية لإقامتها في آن واحد.[3]

يفرق **(Rodan)** بين ثلاثة أنواع من عدم التجزئة والتي تنجم عنها وفورات خارجية:[4]

- عدم التجزئة في دالة الإنتاج.

---

[1] الشريف بقة، عبد الرحمن العايب، **العمل، البطالة كمؤشرين لقياس التنمية المستدامة – حالة الجزائر**-، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الرابع، الجزائر، ديسمبر 2008، ص 103.

[2] علي جدوع الشرفات، مرجع سابق، ص 150.

[3] عصام عمر مندور، مرجع سابق، ص 55.

[4] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص 90، 91.

– عدم التجزئة في الطلب.

– عدم التجزئة في جانب العرض للمدخلات.

❖ **نقد نظرية الدفعة القوية**

من الطبيعي أن يكون لكل نظرية مؤيدون، ومعارضون ومن جملة الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية ما يأتي:

– تتطلب الدفعة القوية رؤوس أموال ضخمة لإقامة القاعدة الصناعية الضرورية، وهي مشكلة بالنسبة للبلدان النامية.

– كما تحتاج الدفعة القوية إلى كوادر كثيرة، ومتنوعة اقتصادية، وإدارية، والتي لا تتوفر في مثل هذه البلدان المختلفة.

– أكدت هذه النظرية على تنمية الصناعة دون التأكيد على تنمية الزراعة والتي تعتبر النشأة السائدة في مثل هذه البلدان.

– تؤكد هذه النظرية على مشكلة ضيق السوق لكن تأكيدها على الصناعات المنتجة للسلع الاستهلاكية للسوق المحلي لا يمكن أن يحل مشكلة ضيق السوق.

– إن توزيع الاستثمارات على جبهة عريضة من الصناعات الاستهلاكية قد يؤدي إلى صغر حجم الوحدات الإنتاجية دون الحجم الأمثل، ولهذا يصعب عليها الاستفادة من مزايا الإنتاج الكبير ووفوراته الخارجية.

– تعيين هذه النظرية يزيد من مستوى الطلب على العديد من السلع، والمواد، ومستلزمات الإنتاج الأمر الذي يولد ضغوطات تضخمية في الاقتصاد.

المطلب الثاني: نظرية النمو المتوازن والنمو الغير متوازن

1- نظرية النمو المتوازن:

صاحب هذه النظرية هو **(Nurkse)** الذي ركز على مشكلة الحلقة المفرغة للفقر، والناجمة عن تدني مستوى الدخل، وبالتالي ضيق حجم السوق، مؤكدا أن كسر هذه الحلقة المفرغة لا يتحقق إلا بتوسيع حجم السوق، والذي لا يتحقق إلا بإنشاء جبهة عريضة من الصناعات الاستهلاكية يتحقق بينها التوازن مع التأكيد على ضرورة تحقيق قدر من التوازن بين القطاع الصناعي، والقطاع الزراعي، وتحقيق التوازن لا بين الصناعات الاستهلاكية المحلية والصناعات الخارجية، وفي النهاية تحقيق التوازن جبهة العرض وجبهة الطلب.

إن النمو المتوازن يتطلب التوازن بين مختلف صناعات سلع الاستهلاك، وبين صناعات السلع الرأسمالية، والاستهلاكية، كذلك تتضمن التوازن بين الصناعة، والزراعة إلى جانب **(Nurkse)** فقد أيد هذه النظرية كل من **(Rodan)** و**(Arther Lewis)** وغيرهم يفسرها كل على هواه، فعند البعض تعني النظرية أن الاستثمار يتم في وقت واحد في كل القطاعات الصناعية، وعند آخرين تعني تنمية متوازنة بين الصناعة والزراعة معا.[1]

- الانتقادات الموجهة للنظرية

وجهت العديد من الانتقادات إلى هذه النظرية، كما وجهت إلى النظريات الأخرى ومن أهم الانتقادات ما يلي:[2]

- أن إقامة الصناعات جميعها في آن واحد قد يؤدي إلى زيادة تكاليف الإنتاج مما يجعلها غير مربحة للتشغيل في غياب العدد الكافي من المعدات الرأسمالية.

- تفترض النظرية سيادة ظاهرة وزيادة الفوائد وإن مثل هذه الفرضية غير صحيحة إذ تم تنفيذ حجم كبير من الاستثمارات في آن واحد وفي مجالات مرتبطة ببعضها.

- يرى الاقتصادي **(A.Hirshman)**، وهو من مؤيدي نظرية التنمية الغير متوازنة، لأن تنفيذ نظرية النمو المتوازن سوف ينتهي إلى فرض اقتصاد صناعي متكامل وحديث على قمة اقتصاد تقليدي راكد لا يرتبط أحدهما بالآخر.

- يعتبرها البعض غير واقعية لأنها تفترض توفير موارد ضخمة لتنفيذ برنامجها، وهذا غير متوفر في البلدان المتخلفة.

- انتقدها البعض لأنها تؤدي إلى عزل البلدان النامية على الاقتصاد الدولي لتركيزها على التنمية من أجل السوق المحلي.

- انتقد البعض مسألة تأجيل إنماء صناعات السلع الإنتاجية لحساب دفعة قوية في إنشاء الصناعات الاستهلاكية الخفيفة.

---

[1] محمد عبد العزيز عجيمة، إيمان عطية ناحف، **التنمية الاقتصادية ودراسات نظرية وتطبيقية**، الدار الجامعية، القاهرة، 2003 ص 121.

[2] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص ص 93- 95.

7- يعتبر البعض أن هذه النظرية فوق قابلية البلدان المتخلفة لأنها تفترض قابلية، ومهارات لدى هذه البلدان في حين أن الواقع يشير إلى عدم توفر مثل هذه المهارات.

8- يرى البعض أن تطبيق هذه النظرية سوف يشجع على الضغوط التضخمية، لأنه يتطلب موارد كثيرة ليست متوفرة لهذه البلدان.

2- نظرية النمو غير متوازن

ترجع هذه النظرية إلى الاقتصادي هيرشمان حيث هاجم الاستراتيجية الأولى، والتي كانت ترتكز على إنماء مجموعة عريضة من الصناعات الاستهلاكية في آن واحد نتيجة لقصور الموارد المالية في الدول النامية، ويرى هيرشمان بدلا من ذلك أنه يجب التركيز على عدد من الصناعات الرائدة التي لها القدرة على حث الاستثمار في الصناعات الأخرى، بمعنى إحداث خلل مقصود في توازن الاقتصاد القومي عن طريق توجيه الاستثمارات إلى عدد محدود من الصناعات الرائدة التي تقوم بدورها في عملية النمو الاقتصادي للاقتصاد القومي ككل، كما يرى هيرشمان أن عمليات اختيار هذه الصناعات يتوقف على مدى قدرتها على حث الاستثمار في المشروعات، والصناعات الأخرى، أي ما يعرف بالتعامل للأمام أو التكامل للخلف فالتكامل للخلف يعني الاستثمار في مشروع ما يؤدي إلى زيادته في مشروع لاحق عليه.[1]

❖ **الانتقادات الموجهة لنظرية النمو غير المتوازن**

يعتبر البعض أن هذه النظرية واقعية، وتأخذ كل أوجه عملية التخطيط التنموي في الاعتبار، ومع ذلك وجهت لها العديد من الانتقادات: [2]

- من بين أهم الانتقادات الموجهة لهذه النظرية هي الافتراض بأن هذه النظرية تجري بصفة أساسية من خلال المبادءة الفردية، والتي تتخذ من اختلال التوازن المحرك للنمو، ومعنى هذا أن التنمية لا تتم في ظل التخطيط الشامل.

- أنها تهمل المقاومة التي تنشأ في الاقتصاد من جراء عدم التوازن، وترتكز فقط على المحفزات للتوسع والتنمية.

- أنها لا تعطي اهتماما كافيا لتركيب واتجاه وتوقيت النمو غير المتوازن، حيث تكمن المشكلة في تحديد أولوية الاستثمار في النشاطات الرائدة.

---

[1] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص 96.

[2] نفس المرجع السابق، ص 97، 98.

4- إن خلق عدم التوازن في الاقتصاد، من خلال الاستثمار في قطاعات استراتيجية، وفي ضوء الشح في الموارد قد يؤدي إلى الضغوط التنموية، ومشكلات ميزان المدفوعات في البلدان النامية.

5- إن هذه النظرية تفترض وجود مرونة عالية في عرض الموارد، وهذا غير واقعي.

6- بخصوص تركيز النظرية على الاختلال في التوازن يتساءل **(Streeten)** بأن المشكلة ليست في إيجاد الاختلال، وإنما في الحجم الأمثل للاختلال.

المطلب الثالث: نظرية أقطاب النمو والتغيير الهيكلي

1- نظرية أقطاب النمو

كان الفرنسي فرانسوا بيرو **(F.Perrox)** هو السباق في شرح أفكار نظرية ما سمي بأقطاب النمو، والتي اعتمدها فيما بعد وطورها هيرشمان كأساس لنظرية النمو غير المتوازن، وبخصوص ظاهرة مراكز النمو فيوضح بيرو بأن مراكز النمو تنشأ بشكل عام حول صناعة رئيسية محفزة، وتتمتع بأسواق تصريف مهمة، وينتج عنها توزيع دخول مرتفعة يكون لها نتاج وآثار إيجابية.

الجدير بالذكر أن اختيار النشاط المحفز يتأثر بعوامل أهمها الثروات الطبيعية، والأيدي العاملة، وحجم الوحدات المنتجة الواجب إحداثها، وحجم الطلب الداخلي والخارجي.

أما بخصوص آلية وحركة النمو بأن لها آثار متعددة أهمها:

- **الآثار الهيكلية:** حيث أن لمراكز النمو آثار مهمة على الهياكل السكانية، إذ ينخفض معدل الوفيات ويرتفع معدل النمو في السكان، كما يظهر عدم التوازن السكاني من جراء هجرة السكان من بعض المناطق التي تتم الهجرة منها باتجاه المراكز المحفزة، وشيخوخة بعض السكان في المناطق الزراعية مع ما يرافق ذلك من اختلاف في معدلات إنتاجية وفي حجم الإنتاج.

- **الآثار الاقتصادية:** حيث يبدأ مفهوم مضاعف الاستثمار بالعمل، إذ أن حجم الاستثمارات يؤدي إلى إعادة توزيع الدخول التي تعود إلى زيادة في الطلب، وبالتالي تحقيق استثمارات جديدة وزيادة في الإنتاج.

بخصوص الأشكال المختلفة لظواهر مراكز النمو فيما بين البلدان المتطورة، والبلدان المتخلفة، ففي الأولى فإن عملية النمو تحدث في المحاور الرئيسية مثلا: المناطق المحيطة بنهر الراين ونهر الصين وحول البحيرات الأمريكية الكبرى، أما النقاط خارج هذه المحاور فيوجد فيها نمو لكنها لا تلعب إلا دورا جزئيا

وبسيطا لتحقيق النمو في المنطقة التي تضم لديها النقاط المذكورة، وفي البلدان المختلفة فإن المدينة هي عبارة عن مركز لتغيير الهيكل.[1]

2- نظرية التغيير الهيكلي

تركز نظرية التغيرات الهيكلية على الآلية التي تستطيع بواسطتها الاقتصادات المختلفة تحويل هياكلها الاقتصادية الداخلية من هياكل تعتمد بشكل كبير على الزراعة التقليدية عند مستوى الكفاف إلى اقتصاد أكثر حداثة وتحضرا، وتنوعا، ويحتوي على الصناعات المتنوعة، والخدمات، وتستخدم هذه النظريات أدوات التحليل الكلاسيكي المحدث لنظرية الأسعار، وتوزيع الموارد، والقياس الاقتصادي الحديث لوصف الكيفية التي تتم بها عملية التحول، وهناك نموذجان ممثلان لهذه النظرية هما نموذج لويس أرثر الذي يستخدم نموذج القطاعين وفائض العمل، ونموذج هوليس تشينري لتحليلات التجريبية لأنماط التنمية، وسنتناول تباعا كل من النموذجين المذكورين:

- نموذج لويس في التنمية

إن نموذج لويس هو نموذج التنمية الاقتصادية بين كيفية حدوث التغيير الهيكلي لاقتصاد نامي حيث يلعب فيه الفائض الرأسمالي الدور الحاسم في عملية التنمية.

- نموذج هوليس تشينري

يستند هذا النموذج على البحث التجريبي الذي قام به الاقتصادي المعروف تشينري الذي يحلل أنماط التنمية لعدد كبير من بلدان العالم الثالث خلال الفترة (1950- 1973)، والذي اعتمد أسلوب تحليلات الانحدار مستخدما أسلوب المقطع العريض، والسلاسل الزمنية لمستويات دخول فردية مختلفة، وقد ساعدت هذه الدراسة على تحديد العديد من الخصائص العامة لعملية التنمية.[2]

المطلب الرابع: نظرية مراحل النمو والنظرية التبعية

1- نظرية مراحل النمو

حيث لخص روشطو نظرية المراحل في كتابه **مراحل النمو الاقتصادي** الذي ظهر عام 1956، ويركز على المنهج التاريخي في تحليله.

حسب روشطو هناك خمس مراحل يمر بها المجتمع وهي:

---

[1] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص 100، 101.

[2] نفس المرجع السابق، ص ص 102- 108.

– **المجتمع التقليدي:** إن أهم ميزة للمجتمع التقليدي هي ضعف مردود الأرض للهكتار الواحد لأنه لا يملك من الإمكانيات التي تسمح له برفع إنتاجية للفرد الواحد فهو لا يقدر على استخدام التكنولوجيا الحديثة.

– **مرحلة التهيؤ للانطلاق:** هذه المرحلة هي بداية استخدام التقدم التقني بصورة موسعة في كل المجالات، وهكذا يعمل على زيادة الاستثمارات خاصة في النقل والمواد الأولية، بالإضافة إلى ظهور البنوك وبعض المؤسسات الخاصة للادخار، فإن نمو هذه المؤسسات يسير ببطء.

– **الانطلاق:** حيث تتميز هذه المرحلة بارتفاع الإنتاج الحقيقي للفرد، يمكن اعتبار هذه المرحلة بالثورة الصناعية حيث تتفوق فيها القطاعات الصناعية، وتتفوق في هذه المرحلة الطبقة المستخدمة لثقافة جديدة والصناعة المتطورة على الطبقة التقليدية، يرى روشطو في هذه المرحلة انتقال معدل الاستثمار من 5% إلى 10% من الدخل الوطني، وكان هذا موجود في كندا قبل 1980 والأرجنتين قبل 1914 حيث كان الاستثمار يفوق 5% من الدخل الوطني.

– **الرواج:** وهي الفترة التي يطبق فيها المجتمع التكنولوجيا الحديثة، ويصبح مستوى اقتصاد ذا مستوى عالي، وتدخل العامل الماهر، وتسمى مرحلة النضوج حيث حجم الاستثمارات يقدر بـ 10% إلى 20% من أجل الدخل الوطني.

– **الإستهلاك الواسع:** يرتفع الدخل الحقيقي للفرد، ويتغلب عدد سكان المدن على عدد سكان الريف. ويتغلب العمال الإداريين على العمال الآخرين، ويصبح التقدم ليس هدف بل يصبح أمرا سهلا، وتسمى هذه المرحلة بالاكتمال.[1]

❖ **الانتقادات الموجهة لنظرية مراحل النمو**

قد وجهت العديد من الانتقادات إلى هذه النظرية من أطراف عديدة نجمل أهمها فيما يلي:[2]

– أن الخصائص لكل مرحلة ليست وحيدة لكل فترة كما أن التفريق بين المراحل ليس واضحا.

– أن الشروط المسبقة للانطلاق قد لا تسبق الانطلاق.

– كما يذكر الاقتصادي **Kaznets** أنه هناك صعوبة لاختيار النظرية.

– ويسأل الاقتصادي **Cairncross** ماذا لو تداخلت المراحل.

– أن تواريخ الانطلاق مشكوك بها في حين أن الشروط الضرورية للانطلاق لها محدودية.

---

[1] جمال الدين لعويسات، **العلاقات الاقتصادية الدولية والتنمية**، دار هومه للطباعة والنشر، الجزائر، 2000، ص 65، 66.

[2] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص 112، 113.

– أن المجتمع التقليدي ليس ضروريا للتنمية في الولايات المتحدة وكندا، نيوزيلندا، أستراليا، ولدت حرة لم تمر بالمرحلة التقليدية، لهذا فإن المرور بهذه المرحلة ليس حتميا.

– إن معامل رأس المال الناتج هو ليس ثابت في حين أن روستو يفترضه ثابتا مما يعني وجود عوائد ثابتة للحجم، وهذا الافتراض قد ينطبق على البلدان المتقدمة وليس النامية.

– يعتبر البعض أن عنصر الغموض في هذه النظرية قائم.

2- النظرية التبعية

ظهرت نظريات التبعية الدولية في أمريكا اللاتينية وفرنسا، وفي السبعينيات بدأت هذه النظريات تكتسب دعما متزايدا وخاصة من مثقفي البلدان النامية، وتعود جذور هذه النظريات إلى الفكر الماركسي، وتنظر هذه النظريات والنماذج إلى البلدان النامية بأنها تعيش حالة من الجمود في النواحي السياسية، والمؤسسية، والاقتصادية محليا ودوليا، وأنها أسيرة التبعية وعلاقات الهيمنة مع البلدان الرأسمالية الغنية، وتفسر هذه النظرية استمرار الفجوة بين البلدان الرأسمالية أو بلدان المركز **(Center)** والبلدان النامية، والتي سميت ببلدان الأطراف **(Pereferie)** بجملة من العوامل أهمها:

– اعتماد بلدان الأطراف على رأس المال الأجنبي، وتصدير الفائض الاقتصادي إلى المركز؛

– الاعتماد على التكنولوجية الأجنبية؛

– الآلية التي تقلل مستوى الأجور الحقيقية في البلدان النامية دون المستوى المطلوب؛

– تدهور نسب التبادل التجاري **(Terms of trade)** لبلدان الأطراف؛

– الجوانب الاجتماعية، والثقافية التي تعيق السير نحو الاستقلال الاقتصادي والاعتماد على الذات.

والتخلف يعتبر هذه النظرية ظاهرة مفروضة من الخارج على عكس نظرية روشطو والنظرية الهيكلية التي تؤكد العقود الداخلية الخاصة بمحدودية الادخارات، والاستثمارات أو ندرة التعليم، المهارات والرسالة الأساسية لنظرية التبعية، إذن هي أن التنمية الأوروبية قد بنيت على التخلف في العالم غير الأوروبي، وقد استندت تنمية أوروبا على التحطيم، الاحتلال، الاستثمار والسيطرة، وانتزاع المجتمعات غير الغربية من سكانها ومن مواردها وفائضها الاقتصادي وبموجب هذه الفكرة فإن العلاقة بين بلدان المركز وبلدان الأطراف هي التي مكنت البلدان المسيطرة من تخفيف النمو الاقتصادي المستدام فيها، في حين أن بلدان الأطراف قد حققت بعض النمو كانعكاس للتحولات الجارية في البلدان المتقدمة.[1]

[1] مدحت القريشي، مرجع سابق، ص ص 113- 116.

خلاصة

تعتبر التنمية الاقتصادية الأداة أو الوسيلة التي تهدف إلى تنمية الإنسان وتقدمه ماديا وروحيا وتواجه عوامل تخلفه، وهي عملية ترفع مستوى الدخل القومي، ومتوسط نصيب الفرد، وقد ظهرت عدة نظريات للتنمية الاقتصادية باعتبار موضوع التنمية مهم في أي دولة حيث اهتم العديد من المفكرين بها وذلك لتعرف على الأبعاد الحقيقية للتخلف الاقتصادي، ولتحقيق التنمية الاقتصادية وجب تحقيق متطلبات متمثلة في رأس المال وموارد بشرية وطبيعية وتكنولوجية، كما توجد عقبات وجب تخطيها لتحقيق التنمية الاقتصادية.

الفصل الثاني:

المكانة التنموية لتطوير القطاع السياحي

الفصل الثاني: المكانة التنموية لتطوير القطاع السياحي

تمهيد

تعكس السياحة مدى التقدم الحضاري والاجتماعي والعلمي للشعوب وذلك لما لها من أبعاد اقتصادية وثقافية واجتماعية، وهي كذلك ظاهرة إنسانية تتصف بالحركة، وتتصل اتصالا وثيقا بالعالم الخارجي وبالمجتمع المحلي داخل حدود الدولة، وقد أصبحت السياحة في عصرنا الحالي غذاء الروح والترفيه عن النفس.

فالسياحة تعد أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية في العالم، لدورها الكبير قي اقتصاديات الدول حيث تحتل مكانا مرموقا واهتماما عاليا من طرف الدول التي أخذت في تطوير وتنمية القطاع السياحي الذي يساهم في التنمية الاقتصادية، وتحسين الهيكل الاقتصادي بما تذره من إيرادات مالية كبيرة على العموم ومصدرا هاما للعملة الصعبة على الخصوص، بالإضافة إلى خلق فرص العمل المباشر في مختلف الأنشطة السياحية، وفرص عمل غير المباشرة داخل القطاعات الأخرى كقطاع الصناعة، والزراعة، وزيادة الدخل الوطني بالإضافة إلى تنشيط الاستثمار وتطوير، وتنمية المناطق السياحية.

وانطلاقا من كل هذا سنحاول التطرق في هذا الفصل إلى النقاط التالية:

- **المبحث الأول: أساسيات حول السياحة**
- **المبحث الثاني: ماهية التنمية السياحية**
- **المبحث الثالث: دور التنمية السياحية في التنمية الاقتصادية**

المبحث الأول: أساسيات حول السياحة

عرفت السياحة منذ العصور القديمة أهمية كبيرة لدى معظم الدول، وحظيت باهتمام معظم الباحثين خاصة وأنها أصبحت تشكل عاملا من عوامل التطور الاقتصادي، وعليه سيتم تسليط الضوء في هذا المبحث على أساسات حول السياحة، من خلال مفهومها، مقوماتها، أنواعها وكذا أسسها.

المطلب الأول: مفهوم السياحة

1-تعريف السياحة

بدأت المحاولات الأولى لتعريف ظاهرة السياحة في الثمانينات من القرن التاسع عشر، وكان أول تعريف للسياحة يعود للعالم الألماني **(GuyerFreuler)** جوييرفرويلر عام 1905 بوصفها على أنها: "ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة، وإلى تغيير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس وإلى الشعور بالمتعة، والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا إلى نمو الاتصالات وعلى الأخص بين الشعوب، وهذه الاتصالات كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة الكبير، والمتوسطة والصغيرة وثمرة تقديم وسائط النقل".[1]

وعرفها الاقتصادي النمساوي **(Vau Schuller)** فونشى وليرن عام 1910 على أن السياحة هي: "كل العمليات المتداخلة خصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة".[2]

عرفها أيضا ماكنتوش وزملائه **(Mcintosh)** "على أنها مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السياح ومنشات الأعمال والدول، والمجتمعات المضيفة وذلك استقطاب واستضافة هؤلاء السياح والزائرين".[3]

تعريف العالميين السويسريين **(Hunziker et kralt)** سنة 1924 بأن السياحة هي:" مجموعة النشاطات الناتجة عن السفر أو انتقال الأفراد من مكان الإقامة الأصلي طالما أن هذا الانتقال لا يدخل في إطار النشاط المربح".[4]

---

[1] يحي سعيدي، سليم العمراوي، **مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد السادس والثلاثون، بغداد، 2013، ص 97.

[2] حميدة بوعموشة، **دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، 2012، ص 18.

[3] حميد عبد النبي الطائي، **أصول صناعة السياحة**، الوراق للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2006، ص 23.

[4] Ahmed tessa, **économie touristique et aménagement du territoire**, opu, Alger, p 21.

كما عرفتها المنظمة العالمية للسياحة بأن:" السياحة تشمل أنشطة الأشخاص اللذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة، ويقيمون فيها لمدة لا تزيد من سنة للراحة أو لأغراض أخرى، وتتألف البيئة المعتادة للشخص من منطقة محددة قريبة من مكان إقامته مضافا إليه كافة الأماكن التي يزورها بصورة مستمرة ومتكررة".[1]

تعرفها الأكاديمية الدولية للسياحة على أنها: "عبارة عن لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة، فالسياحة إلى مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار، أو أنها الصناعة التي تتعاون على إشباع رغبات السائح".[2]

من خلال التعاريف السابقة يفهم بأن السياحة لها أكثر من تعريف واحد وكل منها يختلف عن الأخر اختلاف الزاوية التي ينظر منها إلى السياحة، فالبعض ينظر إليها بوصفها ظاهرة اجتماعية، وآخرون يرونها ظاهرة اقتصادية ومنه من يركز على دورها في تنمية العلاقات الإنسانية والثقافية بين الشعوب، ولكن الأمر الذي اتفق عليه الكثير من التعارف هو أن السياحة تنشأ للحصول على الراحة وليس للعمل، وأنها يجب أن لا تؤدي السياحة إلى إقامة دائمة وأن لا تقل عن 24 ساعة.

2- تعريف السائح

لتعريف السائح أهمية كبرى من نواحي عديدة كالناحية الإحصائية التي تهتم بجمع المعلومات والبيانات الإحصائية الخاصة بعدد السياح، أصنافهم، أغراضهم، مستويات إنفاقهم، أعمارهم ومواهبهم، حيث عرفته هيئة الأمم المتحدة في سنة 1973 بأنه: "كل شخص يكون موجودا بشكل مؤقت في دولة أجنبية ويعيش خارج مكان سكنه الأصلي خلال 24 ساعة أو أكثر".[3]

كما عرفته المنظمة العالمية للسياحة **OMT** بأن السائح هو:" كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل بحيث تكون أسباب الزيارة من أجل الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة أو من أجل القيام بأعمال عائلية، حضور مؤتمرات، ندوات علمية، ثقافية وسياسية".

---

[1] نسيبة سماعيني، **دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة وهران، 2014، ص9.

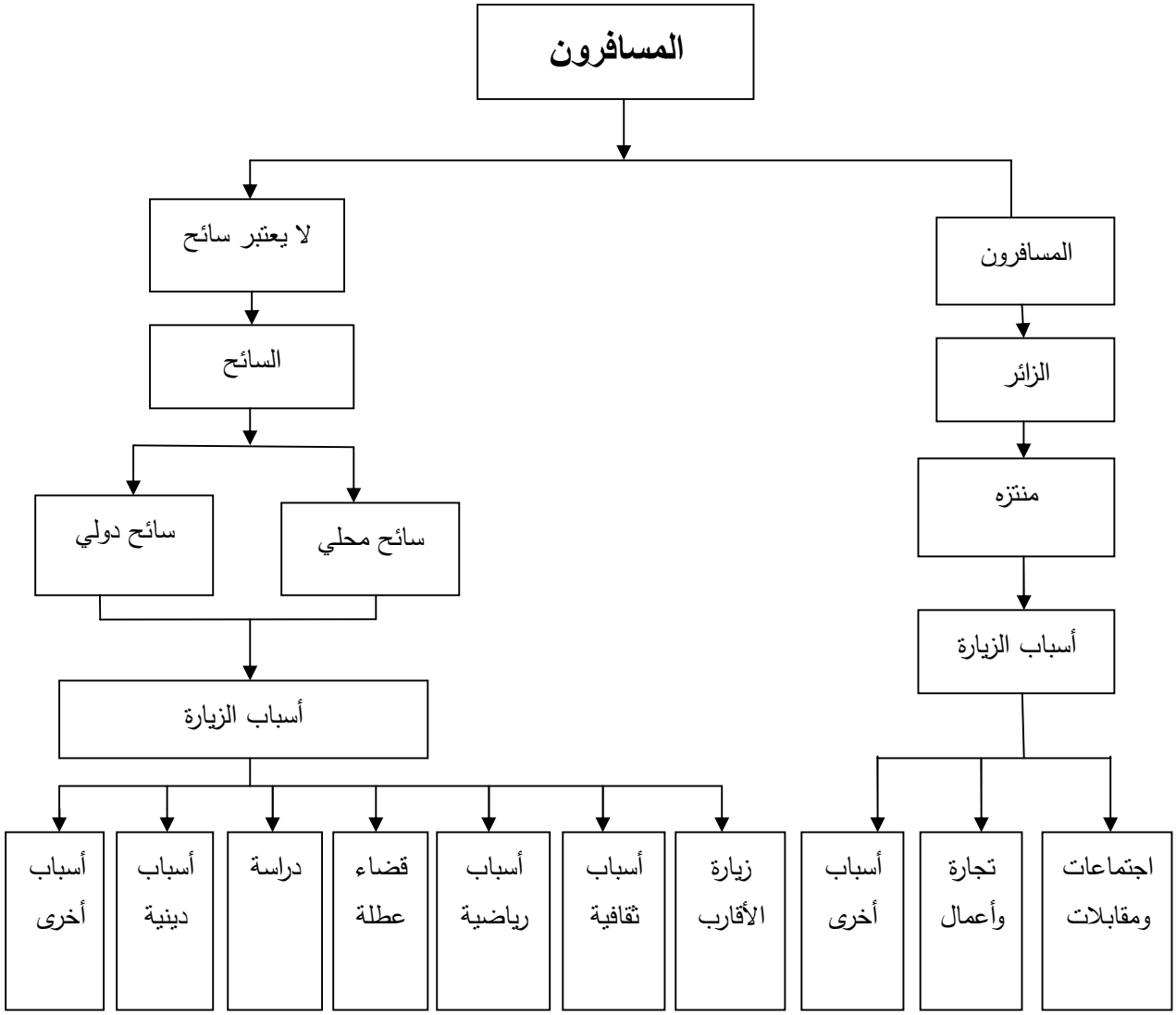
[2] نعيم الطاهر، الياس سراب، **مبادئ السياحة**، دار المسير للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2007، ص 30.

[3] مروان السكر العدوان، **الاقتصاد السياحي**، دار مجدلاوي للنشر، ط1، عمان، 1999، ص 14.

كما عرفت أيضا المتجول المتنزه على أنه:" كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته المعتادة".[1]

لتوضيح أكثر لمفهوم السائح نعتمد على الشكل التالي:

الشكل رقم (01): مفهوم السائح



المصدر: عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، **التخطيط السياحي**، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2003، ص 28.

[1] محمود فوزي شعوبي، **السياحة والفندقة في الجزائر**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007، ص 16.

3- خصائص السياحة

تهدف السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المنطقة أو الدولة كالشواطئ الرملية والمناخ المعتدل والمناطق الجبلية والفضاءات الجليدية والأماكن الدينية والتاريخية والأثرية، وهي بذلك لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى استغلال الموارد الطبيعية المتاحة كالموارد المعدنية والغابات، ويمكن حصر أهم خصائص السياحة فيما يلي: [1]

- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى أخر كما تعتبر من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على منتج بنفسه، من مكان إنتاجه، وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي لا تتحمل نفقات النقل خارج حدودها.

- المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي، لا يباع إلا من خلال السياحة، فهذه الموارد لا تذر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي، وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود سلع وخدمات مساعدة والتي تتمثل في التسهيلات السياحية التي يجب أن تتواجد جنبا إلى جنب مع الموارد السياحية.

- إن المنتج السياحي منتج مركب فهو مزيج مشكل من مجموعة عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض وتتأثر بالقطاعات الأخرى في المجتمع.

- إن السياحة الدولية منتج تصديري يتعرض في بعض الأحيان إلى درجة من عدم الاستقرار لأنه يتعلق بالتأثيرات من القوى الخارجية، ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى المشاكل الموسمية.

المطلب الثاني: مقومات السياحة

تعتمد السياحة على مجموعة من المقومات أهمها:[2]

1- المقومات الطبيعية: وهي تشمل كافة الظروف التي تشكل مقصدا من جمال الطبيعة، والابتعاد عن كل تأثيرات الحياة الحضرية ونجد:

---

[1] فاتح بلقاسم اولاد الهدار، **دور الصناعة السياحة في إبراز المقومات السياحية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر03، 2013، ص09.

[2] عبد الحق بوقفة، بلال العبادي، **نحو صناعة سياحية في إطار رؤية تنموية كخيار استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول**، الملتقي العلمي الدولي حول الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول – نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة–، جامعة جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016، ص 03.

– المناخ: وهو ذلك الجو السائد في بلد معين، إذ يفضل الجو المعتدل الجاف حيث ينتقل السياح إلى المناطق السياحية الدافئة في فصل الشتاء، والمناطق الجبلية والسياحية في فصل الصيف.

– الإمكانيات التاريخية والأثرية: تعتبر المقومات التاريخية والأثرية من الإمكانيات السياحية الهامة، وتوجد بالعالم معالم تاريخية كالأهرامات في مصر، حيث يكتسب السائح متعة ذهنية.

2– المقومات الدينية: تتمثل المقومات الدينية في الأماكن المقدسة والآثار الدينية، وتعتبر مكة المكرمة من أشهر المواقع الدينية في العالم من حيث عدد السياح الذين يقصدونها من كل بقاع العالم، وهذا لأجل أداء مناسك الحج والعمرة.

3– المقومات الثقافية: وتلعب دورا هاما من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات وتقاليد الشعوب، وفنونها الشعبية، والصناعات التقليدية لهذه الشعوب والتظاهرات الثقافية والفنية.

4– المقومات المادية: تعتبر الإمكانيات المادية الركيزة الأساسية لقطاع السياحة في أي بلد، وتتمثل في مدى توفر البنى التحتية الأساسية (مطارات، طرقات، سكك حديدية)، والبنى الفوقية كالفنادق والاتصالات والنقل...الخ.

5– المقومات المؤسساتية: تتمثل في المؤسسات القائمة على القطاع السياحي، ولعبت دورها في مختلف المجالات الخاصة بالسياحة، من خلال سن التشريعات والقوانين، والهياكل التنظيمية العامة ووضع خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة.

المطلب الثالث: أنواع السياحة

1– وفقا للحدود السياسية: وتتكون من سياحة داخلية وسياحة خارجية.

1–1– السياحة الداخلية: وهي تلك الأنشطة المرفقية التي تتضمن تهيئة جميع الظروف السياحية للمواطنين للاستمتاع بأوقاتهم أثناء الفترة السياحية داخل الوطن الواحد.

1–2– السياحة الخارجية: هي تلك الأنشطة المرفقية التي تتفاعل من أجل إفراز مجموعة من الخدمات السياحية للأجانب، ومجموعة إجراءات سياحية أخرى خاصم بانتقال المواطنين إلى الخارج لنفس الغرض.

2– وفقا لمفهوم الرغبة: ويقصد بالرغبة أي رغبة السائحين في الترويح عن النفس وفقا لاتجاهاتهم وظروفهم الاقتصادية والاجتماعية:

2–1– سياحة الاستجمام: وهي السياحة التي يقصد بها أوقات استمتاع السائح خاصة، وذلك من خلال انتقاله إلى أماكن جذابة طبيعية مثل مناطق البحر الأحمر، شرم الشيخ، الساحل الشمالي، أي أنها سياحة المناطق الهادئة.

2-2- السياحة الدينية: وهي الانتقال إلى الأماكن الدينية القديمة، والتي يتفاعل معها الإنسان بمشاعر روحانية تريح النفس البشرية، وهذه الأماكن كثيرة على سبيل المثال: مكة والمدينة المنورة.

2-3- سياحة رجال الأعمال: وهي نوع جديد من السياحة برز في القرن الماضي ويتمثل في عقد المؤتمرات لزيادة الأسواق والمعارض التي تتضمن خصائص أثرية وتحف لا تقدر بثمن، وكذا حضور المؤتمرات الدولية التي تتضمن جميع التوجهات السياحية الداخلية ومن أمثلة ذلك سوق القاهرة الدولي.[1]

2-4- السياحة العلاجية: وهذا النوع من السياحة يهدف إلى الاهتمام بالناحية الصحية والعلاجية للسائحين من خلال مناطق للعلاج الطبيعي.[2]

ويمكن تعريف السياحة العلاجية على أنها انتقال الأشخاص من بلدانهم الأصلية إلى بلدان أخرى بهدف الاستفادة من العناصر الطبيعية التي وهبها الله لهذه المناطق في مجال العلاج والاستشفاء.[3]

2-5- السياحة الرياضية: أصبحت السياحة الرياضية في العصر الحالي من أهم أنواع السياحة لما توفره من إيرادات هامة إلى جانب التعرف بمختلف أشكال السياحة الأخرى، وباقي القطاعات الأخرى في الدول المصدرة لهذا النوع من السياحة، وتعتمد على مجموعة من النشاطات الرياضية على غرار أنشطة سباق السيارات والتزحلق على الثلوج، وغيرها من الأنشطة الرياضية.

2-6- السياحة الثقافية: يقصد بها كل استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف التراث العمراني على غرار المعالم التاريخية والدينية أو التراث الروحي على غرار التقاليد والعادات الوطنية والمحلية.

2-7- السياحة الترفيهية: يتمثل الدافع الأساسي وراءها برغبة الشخص في الاستمتاع والترفيه عن النفس، فهذا النمط من السياحة يتضمن ممارسة الهوايات المختلفة على غرار الصيد والغوص في البحار والتزلج على الثلوج، كما يتضمن زيارة المناطق الجبلية والصحراوية، وشواطئ البحر التي تبعث الهدوء في النفس، ويركز هذا النوع على فرعين أساسيين هما: سياحة الشواطئ والسياحة الصحراوية.

3- وفقا لعدد الأشخاص المسافرين: حسب هذا المعيار نجد الأنواع التالية:[4]

---

[1] أحمد عبد السميع علام، **علم الاقتصاد السياحي**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية، 2008، ص ص25-27.

[2] نفس المرجع السابق، ص 27.

[3] ياسر عبد الرحمان، حمزة شباح، **صناعة السياحة في الجزائر الواقع والتحديات وأفاق النهوض**، الملتقى العلمي الدولي حول الصناعة السياحية بين الواقع والمأمول -نحو الاستفادة من التجارب الدولة الرائدة-، جامعة جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر2016، ص04.

[4] خالد كواش، **أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004، ص 41، 42.

3-1- السياحة الفردية: هي عبارة عن سياحة غير منظمة ولا تعتمد على برنامج منظم أو محدد، يقوم بها شخص أو مجموعة أشخاص لزيارة بلد ما أو مكان ما، وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم، كل سائح من هذه المجموعة له دوافعه ورغباته الخاصة التي جاء من أجل تحقيقها والتي تتوقف على مقدرته المادية.

3-2- سياحة جماعية: وهي عبارة عن سياحة منظمة ويطلق عليها سياحة الأفواج أو المجموعات حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة، وكل سفر أو رحلة لها برنامج خاص وسعر محدد، وتعتمد على تحقيق رغبات المجموعة، إذن تكون هذه الرحلات متعددة ومتنوعة.

المطلب الرابع: أسس السياحة

السياحة كغيرها من العلوم الأخرى لها مجموعة من الأسس تظهر في العناصر التالية:

1- الطلب السياحي

يعتبر الطلب السياحي كرغبة لدى الشخص ذات أهداف متعددة قد تكون مادية أو معنوية ثم تتحول هذه الرغبة إلى تصرف مادي في شكل انتقال وسفر الشخص من مكان إقامته المعتادة إلى الجهة التي يقصدها لإشباع تلك الرغبة، والطلب السياحي ينشأ نتيجة دوافع نفسية وروحانية لدى الشخص اتجاه منطقة معينة، والذي يتأثر بعدد من العوامل منها: ارتفاع مستويات المعيشة، تحسين ظروف العمل على المستوى العالمي وما نتج عنها من استفادة القوى العاملة بالعطل وأوقات الفراغ، التطورات التكنولوجية في وسائل النقل والاتصال، وعوامل أخرى ساهمت في نمو الطلب السياحي العالمي، مما فتح مجالات واسعة للتنقل والسفر وانعكاس ذلك على نمو الحركة السياحية الدولية في العالم.[1]

الجدول رقم (01): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين خلال الفترة (2007-2015)

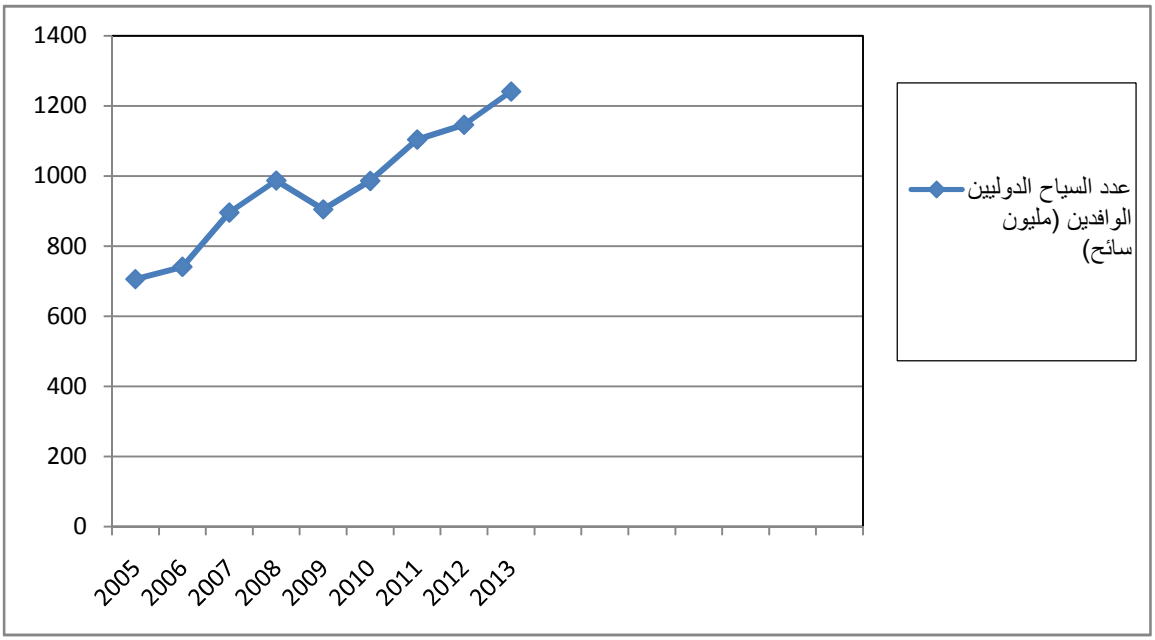
الوحدة= مليون سائح

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2103	2014	2015
عدد السياح الدوليين الوافدين	911	928	892	950	994	1040	1088	1134	1185
نسبة التغيير	%6.8	%1.87	%3.9	%6.5	%4.6	%4.6	%4.6	%4.2	%4.6

La source : UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2016, p6**.**

[1] محمد يسري دعبس، **التربية السياحية والتنمية الشاملة**، دار المعارف، القاهرة، 1993، ص57.

الشكل رقم (02): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين خلال الفترة (2005-2015)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم(01).

نلاحظ من خلال الجدول رقم(01) والشكل رقم(02) أنه يوجد تطور في حركة السياحة الدولية والتوافد الدولي للسياح من سنة 2007 أي كانت بـ 911 مليون سائح إلى سنة 2015 الذي قدر عدد السياح الدوليين الوافدين خلالها بـ 1186 سائح، مع وجود بعض التذبذبات خاصة سنة 2009 فنلاحظ بانخفاض بنسبة 3.9-% مقارنة بسنة 2008 وهذا بسبب تداعيات الأزمة المالية العالمية لسنة 2008، وتفاقم الركود وانتشار مرض الأنفلونزا عبر العديد من الدول السياحية في العالم.

هذا وتختلف حصيلة الأقاليم من السياحة الدولية، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(02): توزيع عدد السياح الدوليين الوافدين حسب الأقاليم لسنة 2015

الوحدة=مليون سائح

الأقـــاليم	أوروبا	أسيا والباسيفيك	أمريكا	إفريقيا	الشرق الأوسط
إجمالي السياح الوافدين	607.7	279.2	192.6	53.5	53.3
النسبة المئوية من إجمالي حركة السياح الدوليين الوافدين	%51	%24	%16	%4	%4

La source : UNWTO, Op.cit , p 2.

نلاحظ من الجدول أن الطلب السياحي يتوزع على الأقاليم بنسب متفاوتة، حيث نجد أوروبا في صدارة الأقاليم الدولية من حيث الطلب السياحي عليها بنسبة 51% من حجم الطلب السياحي الدولي، وتليها آسيا والباسيفيك بـ 24%، ثم الأمريكيتين بـ 16 %، وفي الأخير نجد إفريقيا بـ 4 %، والشرق الأوسط بـ 4% هذا وتوجد بلدان رائدة في حجم الطلب السياحي عليها.

الجدول رقم(03): الدول العشر الأولى عالميا من حيث الطلب السياحي عليها لسنة 2015

الوحدة= مليون سائح

الدول	عدد السياح الدوليين الوافدين
1- فرنسا	84.5
2- الولايات المتحدة الأمريكية	77.5
3- إسبانيا	68.2
4- الصين	56.9
5- إيطاليا	50.7
6- تركيا	39.5
7- ألمانيا	35
8- المملكة المتحدة	34.4
9- المكسيك	32.1
10- روسيا	31.3

La source : -UNWTO, OP.cit, p6.

نلاحظ من الجدول أن فرنسا تتربع على عرش الدول من حيث الطلب السياحي عليها بـ 84,5 مليون سائح سنويا سنة 2015، تليها الولايات المتحدة الأمريكية بـ 77,5 مليون سائح ثم إسبانيا بـ 68,2 مليون سائح، ثم الصين بـ 56,9 مليون سائح، ونلاحظ أيضا تواجد 6 دول أوروبية في العشر الدول الأولى عالميا من حيث التوافد السياحي وهذا ما يؤكد الجاذبية السياحية الكبيرة للدول الأوروبية.

1- العرض السياحي

يتضمن العرض السياحي جميع ما تعرضه وتقدمه المنطقة السياحية على سياحها الفعليين والمتوقعين ويتضمن العرض السياحي عوامل جذب الطبيعة، التاريخية الصناعية، وكذلك الخدمات والسلع التي قد تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين وتفضيله على بلد أخر، من مكونات العرض السياحي مايلي:

- المناخ؛
- التضاريس؛
- المراكز الصحية الطبيعية؛
- النباتات المختلفة.[1]

2- التسويق السياحي

يقصد بالتسويق السياحي "ذلك النشاط الإداري والفني، الذي تقوم به المنظمات والمنشآت السياحية داخل الدولة أو خارجها لتحديد الأسواق السياحية المرتقبة، والتعرف عليها، والتأثير فيها بهدف تنمية الحركة السياحية القادمة منها، وتحقيق أكبر قدر من الإيرادات السياحية".[2]

3- الإنفاق السياحي

يشير إلى المبالغ المدفوعة مقابل حيازة السلع والخدمات الاستهلاكية، وكذلك الأشياء الثمينة لاستعمال الزائر أو للتصرف فيها أثناء زيارته وهو يشمل إنفاق الزائر نفسه بالإضافة إلى الإنفاق النقدي على السلع والخدمات الاستهلاكية التي يدفعها الزائر مباشرة، ويشمل الإنفاق الاستهلاكي، والإنفاق يعد بمثابة عائدات سياحية للدول المضيفة ويدون في جانب المتطلبات في ميزان المدفوعات، ويتوقف حجم الإيرادات على حجم ما ينفق داخل الدولة المضيفة وذلك حسب مجموعة متغيرات منها عدد الليالي التي يقضيها السائح ونوعية الإقامة وغيرها.[3]

هذا ويختلف الإنفاق السياحي من دولة إلى أخرى، وفيما يلي جدول يمثل الدول العشر الأولى عالميا من حيث الإنفاق على السياحة سنة 2015.

---

[1] حميدة بوعموشة، مرجع سابق، ص 33.

[2] إلياس سراب وأخرون، **تسويق الخدمات السياحية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2002، ص 11.

[3] حميدة بوعموشة، مرجع سابق، ص 35، 36.

الجدول رقم (04): الدول العشر الأولى عالميا من حيث النفقات السياحية سنة 2015

الوحدة=مليار دولار

الدول	الإنفاق السياحي
1- الصين	292.2
2- الولايات المتحدة الأمريكية	112.9
3- ألمانيا	77.5
4- المملكة المتحدة	63.3
5- فرنسا	38.4
6- روسيا	34.9
7- كندا	29.4
8- كوريا الجنوبية	25
9- ايطاليا	24.4
10- استراليا	23.5

La source : UNWTO, Op.cit , p13.

4- الإيرادات السياحية

تمثل الإيرادات السياحية مصدرا هاما للعملات الأجنبية للكثير من الدول المتقدمة والنامية التي أولت أهمية لقطاعها السياحي، وتعرف الإيرادات السياحية على أنها كافة ما تحققه الدولة من إيرادات من السياح وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي، وما يحققه الأفراد والشركات الوطنية والمؤسسات العمومية الخاصة في حقل السياحة والفنادق والطيران والملاحة نظير لما يؤدونه من الخدمات السياحية المختلفة.[1]

هذا وقد سجلت الإيرادات السياحية العالمية نموا متزايدا، والجدول التالي يوضح الإيرادات الدولية من السياحة خلال الفترة 2005 و2015.

الجدول رقم(05): تطور الإيرادات السياحية الدولية خلال الفترة (2005-2015)

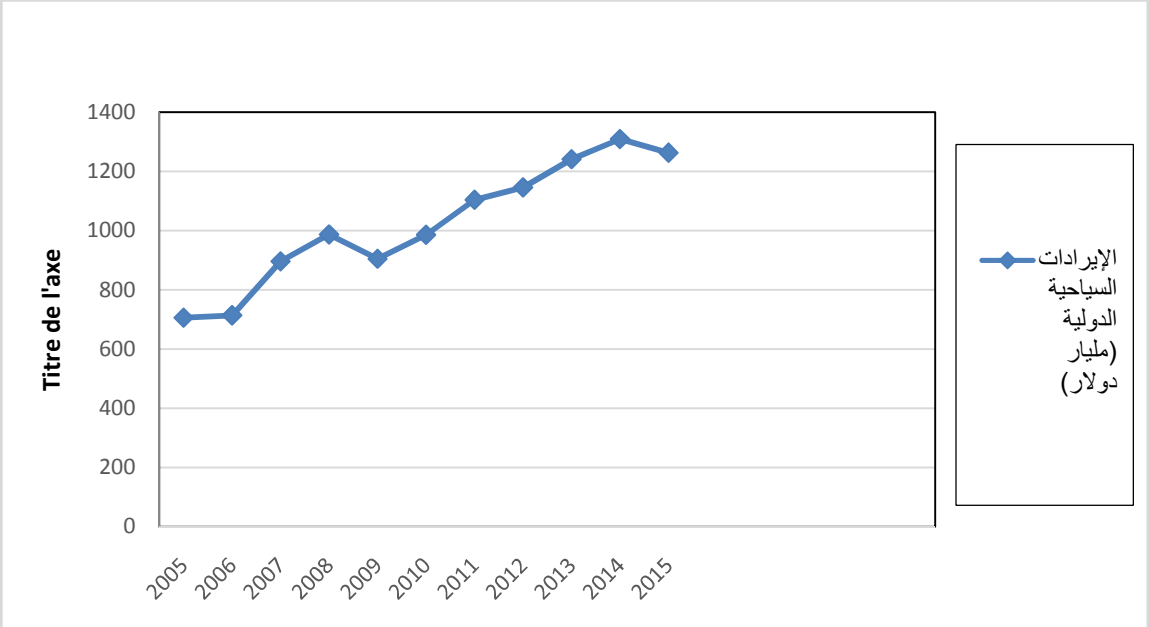
الوحدة= مليار دولار

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الإيرادات السياحية الدولية	706	741	896	987	905	986	1104	1146	1241	1309	1260

La source: UNWTO, Op.cit , p6.

[1] صليحة عشي، **الآثار التنموية للسياحة- دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، المغرب-**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2005، ص 26.

الشكل رقم (03): تطور الإيرادات السياحية الدولية خلال الفترة (2005-2015)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم(05).

نلاحظ من الشكل أن الإيرادات السياحية الدولية شهدت تزايدًا مستمرًا بنسبة متفاوتة ماعدا سنة 2009 والتي تكبد فيه قطاع السياحة انخفاض ملحوظا بسبب الآثار السلبية للأزمة المالية العالمية لسنة 2008، وكذا الركود الاقتصادي الذي تبع الأزمة، إضافة إلى انتشار بعض الأمراض على غرار مرض الإنفلونزا الذي انتشر في العديد من الدول.

هذا وكانت الإيرادات السياحية متفاوتة بين الأقاليم السياحية الدولية، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم(06): توزيع الإيرادات السياحية حسب الأقاليم السياحية الدولية لسنة 2015

الأقـاليم	أوروبا	أسيا والباسيفيك	أمريكا	الشرق الأوسط	إفريقيا
الإيرادات السياحية	450.7	418.3	303.7	54.4	33.1
النسبة المئوية من إجمالي الإيرادات السياحية الدولية	%36	%33	%24	%4	%3

La source: UNWTO, Op.cit , p 2.

نلاحظ من الجدول أن الإيرادات السياحية تختلف من إقليم لأخر، حيث نجد أوروبا في الصدارة بإيرادات سياحية قدرت سنة 2015 بـ 450.7 مليار دولار ما نسبة 36 % من إجمالي الإيرادات السياحية الدولية، وتليها أسيا والباسيفيك بـ 33% ثم الأمريكيتين 24%، وفي الأخير نجد الشرق الأوسط وإفريقيا

بنسبة 4% و3% على التوالي، هذا وتوجد دول رائدة في مجال السياحة، والجدول التالي يوضح الدول العشر الأولى عالميا من حيث الإيرادات السياحية.

الجدول رقم (07): الدول العشر الأولى عالميا حسب الإيرادات السياحية لسنة 2015

الوحدة= مليار دولار

الدول	الإيرادات السياحية
1- الولايات المتحدة الأمريكية	204.5
2- الصين	114.1
3- اسبانيا	56.5
4- فرنسا	45.9
5- المملكة المتحدة	45.5
6- تايلاندا	44.6
7- إيطاليا	39.4
8- ألمانيا	36.9
9- هونغ كونغ (الصين)	36.2
10- ماكاو(الصين)	31.3

La source: UNWTO, Op.cit , p6.

5- الاستثمار السياحي

يعد الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة التي تتيح فرص استثمارية قادرة على التنافسية في السوق السياحية العالمية، وذلك أن رواج صناعة السياحة يؤثر بشكل مباشر على اقتصاديات الدول، ونمو الصناعات والأنشطة المرتبطة بصناعتها.

والاستثمارات السياحية شأنها شأن أي نشاط استثماري في قطاعات أخرى تبحث عن ركيزتين أساسيتين لمباشرة نشاطها في أي مكان وتتمثلان في الضمانات والحوافز، كتوفير الاستقرار السياحي الذي يشكل مناخا ملائما للاستثمار، إلى جانب محفزات عديدة أهمها القوانين والتشريعات المتعلقة بالاستثمار المحلي والأجنبي، وأيضا توفير البنية التحتية الملائمة وانتشار وعي سياحي بين مختلف شرائح المجتمع.[1]

وحسب تقديرات المجلس العالمي للسياحة والسفر كان من المتوقع أن يجذب قطاعي السياح والسفر استثمارات بقيمة 774.6 مليار دولار سنة 2015، وهذا التوقع ارتفع بـ 4.7 % سنة 2016، ومن المتوقع أن ترتفع بنسبة 4.5% في السنوات العشر المقبلة إلى 1245 مليار دولار في سنة 2026.[2]

[1] صليحة عشي، مرجع سابق، ص26.

[2] WTTC, **Travel &Tourism, Economic Impact** 2016 world, London, p 5.

وفيما يلي نظرة عن حجم الاستثمارات المحققة في قطاعي السياحة والسفر.

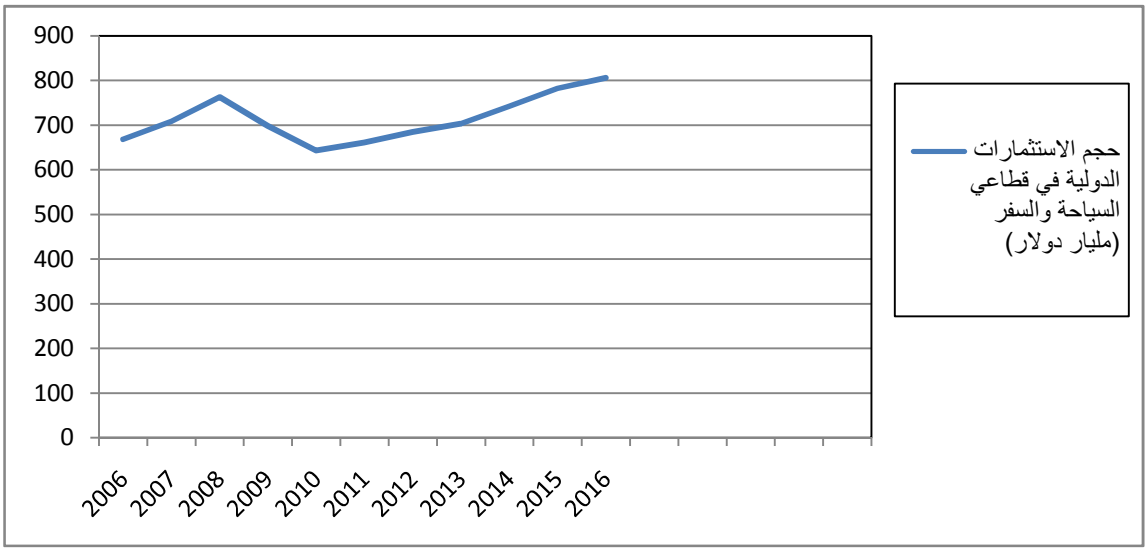
الجدول رقم (08): تطور حجم الاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2016)

الوحدة= مليار دولار

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
رأس المـــال المستثمر	668	708	763	698	643	661	685	703	742	782	806

La source: WORLD Travel&Tourism Council, www.wttc.org/datagetway. consulté le 15/04/2017 .

الشكل رقم(04): تطور حجم الاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2016)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم(08).

نلاحظ من الشكل التزايد المستمر والملحوظ للاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2016)، حيث انتقلت من 668 مليار دولار سنة 2006 إلى 806 مليـار دولار سنـة 2016، مع وجود بعض التذبذبات سنة 2009 و2010 حيث انخفضت الاستثمارات، وهذا الانخفاض كان من تبعات الأزمة المالية العالمية لسنة 2008، والركود الاقتصادي الحاد الذي تبعها، لكن ابتداء من سنة 2012 بدأت الاستثمارات في قطاعي السياحة والسفر بالتعافي وقد استمرت بالنمو والتزايد حتى سنة 2016.

المبحث الثاني: ماهية التنمية السياحية

التنمية السياحية أحدث ما ظهر من أنواع التنمية، وهي متعلقة بكل عناصر التنمية المختلفة، فكل المكونات التي تنطوي عليها التنمية الشاملة هي نفسها مكونات التنمية السياحية، ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية

هناك تعاريف متعددة للتنمية السياحية، وفيما يلي سنتطرق إلى بعض التعاريف بالإضافة إلى إبراز أهداف وأهمية التنمية السياحية.

1- تعريف التنمية السياحية

تعرف التنمية السياحية بأنها: "الاستخدام الأمثل أو تفعيل كافة موارد البيئة السياحية المتاحة لزيادة التدفق السياحي الرشيد وذلك من خلال الأخذ بمختلف البرامج والخطط التي تهدف إلي تحقيق التنمية السياحية المتواصلة، وتعني تعظيم النتائج والآثار الايجابية، وتقليص الآثار السلبية للسياحة، والعمل على تحقيق التنسيق والتوازن بين مختلف القطاعات المرتبطة بالسياحة من خلال التخطيط العلمي، والاستفادة من تجارب دول أخرى".[1]

ويعرفها أحمد الجلاد بأنها: "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي".[2]

وتعرف أيضا على أنها: "تعظيم الدور الذي يمكن أن يلعبه القطاع السياحي في نمو الاقتصاد من حيث تحسين ميزان المدفوعات وزيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية والمحلية وخلق فرص عمل جديدة مباشرة وغير مباشرة والزيادة في التوسع العمراني عن طريق خلق مناطق جذب سياحية وسكانية في المناطق النائية".[3]

وتعرف أيضا على أنها: "توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل أيضا بعض تأثيرات الساحة مثل إيجاد فرص عمل جديدة، فهي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها".[4]

ومما سبق نخلص إلى صياغة التعريف التالي:

التنمية السياحية تعني تطور المناطق والمدن التي تتمتع بإمكانيات سياحية من خلال مختلف الجهود والخطط والبرامج التي تهدف إلى التطوير المستمر والمتوازن، والاستغلال الأمثل لخدمة السياح والمواطنين على حد سواء.

---

[1] يسرى دعبس، **التنمية السياحية المتواصلة**، البيطاش للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2009، ص 511.

[2] أحمد الجلاد، **السياحة المتواصلة البيئية**، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 2002، ص43.

[3] أحمد فوزي ملوخية، **التنمية السياحية**، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2007، ص 45.

[4] عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، مرجع سابق، ص 54.

2- أهداف التنمية السياحية

تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها:[1]

- تقديم إطار عمل لرفع مستوى المعيشة للأفراد من خلال الفوائد الاقتصادية المترتبة من السياحة؛
- تحقيق منظومة متكاملة بهدف تنمية مكونات المنتج السياحي؛
- رفع مستوى خدمات البنية الأساسية، وتوفير كافة الخدمات والمرافق الضرورية لتلبية احتياجات السياح؛
- العمل بفعالية من أجل تعظيم قدرة البلد على جذب أكبر قدر من حركة السياحية الدولية وذلك من خلال تهيئة المناخ المناسب لجذب الاستثمارات الأجنبية؛
- إعداد برنامج التنمية يتواكب مع فلسفة الحكومة والمجتمع المضيف ثقافيا واجتماعيا واقتصاديا؛
- تحقيق التنسيق والتوازن بين مختلف القطاعات المرتبطة بالسياحة والعمل على تنشيطها.

3- أهمية التنمية السياحية

تتمثل أهمية التنمية السياحية فيما يلي:[2]

- إن السياحة صناعة تصديرية تسلم فورا في المقصد السياحي بصورة مباشرة دون تحمل أي نفقات (النقل والتخزين) وبالتالي تحقيق زيادة في ميزان المدفوعات؛
- الاستخدام الأمثل للبيئة الطبيعية والاجتماعية من خلال إيجاد البدائل المناسبة للاستخدام البشري لموارد البيئة الطبيعية، كما هو الحال في مناطق المحميات الطبيعية كنمط من أنماط السياحة البديلة أو المتوافقة مع البيئة واستخدامها استخداما أمثل مع المحافظة على التراث الطبيعي والثقافي؛
- تحقيق الانتعاش الاقتصادي لدول المقصد السياحي عن طريق تنمية حصيلة العلاقات الأجنبية مما يساهم في تغطية احتياجات التنمية السياحية للبلد من المكونات الإنتاجية اللازمة للنشاط الإنتاجي في جميع القطاعات؛
- المساهمة في تخفيف عبئ البطالة وتوفير فرص عمل كثيرة لأن السياحة تعتمد على العنصر البشري وتتطلب اليد العاملة؛
- المساهمة في التنمية المحلية والعمرانية، وذلك عن طريق تنمية مناطق جديدة للجذب السياحي في مجالات مختلفة، مما يساهم في تحقيق نمو متوازن في الاقتصاد الكلي وتحقيق العدالة في توزيع الدخل القومي بين الأقاليم المختلفة؛

---

[1] يسرى دعبس، مرجع سابق، ص 513.

[2] عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، مرجع سابق، ص54.

– تساعد التنمية السياحية على تحسين البنية التحتية والهياكل القاعدية، وهذا يؤدي إلى تحسين الخدمات السياحية بمختلف الأنواع؛

– الارتقاء بأماكن الإيواء السياحي والفندقي من مختلف الدرجات من خلال التركيز على المقاصد السياحية ذات الخصوصية الطبيعية والثقافية؛

– تؤدي التنمية السياحية إلى تطوير حركة النقل والإيواء السياحي والصناعات المرتبطة بقطاع السياحية.

– تسيير عمليات المعاصرة أو الحداثة بتعليم الشباب والمجتمع وتساعد في تلاقي الحضارات والثقافات المختلفة وتشجيع الاتصال الثقافي؛

– تنمي لدى المواطن الشعور بالانتماء إلى الوطن، وتزيد من فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كل المجتمع المضيف والزائر ؛

– توفير التمويل اللازم للحفاظ على تراث المباني والمواقع الأثرية والتاريخية؛

– تنشيط الصناعات الشعبية والتقليدية باستخدام الموارد المحلية لأن هذه المنتجات تعتبر منتجات فنية ثقافية يقبل عليها السائح؛

– تساعد في انشاء المنتزهات، وتعمل على المحافظة على البيئة ومحتوياتها،

– تحقيق إدارة جديدة للنفايات للتخلص منها بشكل علمي سليم،

– اعطاء الأجانب الفرصة للتأثير والتأثر الحسي في منطقة الجذب التي لا يعرفون عنها الكثير.

المطلب الثاني: أشكال وأنواع التنمية السياحية

1- أنواع التنمية السياحية: للتنمية السياحية أنواع أهمها:[1]

– **التنمية السياحية الشاملة:** وهي تمنية شاملة للنهوض بجميع القطاعات الوطنية (الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية، الحضارية والسكانية)، والتي تتطلب الكثير من الأموال والجهود.

– **التنمية السياحية المستدامة:** وهي العمل على استخدام الموارد البيئية، السياحية، الطبيعية والثقافية والاجتماعية وصيانتها والمحافظة عليها، وعلى فطرية هذه الموارد، لأنها ليست ملكا للأجيال الحاضرة فقط.

– **التنمية المكانية:** وتنقسم على أساس المستوى المكاني إلى:

– **تنمية سياحية محلية:** تتضمن خدمات البنية التحتية، مناطق الجذب السياحي، شبكات النقل وتوزيع الخدمات.

[1] يسرى دعبس، مرجع سابق، ص 520.

- **تنمية سياحية إقليمية:** ترتكز على كافة الخدمات السياحية والسياسية والاستثمارية والتشريعات والهياكل السياحية.

- **تنمية سياحية دولية:** تركز على عناصر الجذب السياحي، وخدمات النقل والتسيير وقدوم الأفواج السياحية عبر مختلف المعابر الحدودية والموانئ والمطارات.

2- أشكال التنمية السياحية:

إن أشكال التنمية السياحية متعددة نذكر منها:[1]

- **تطوير المنتجات السياحية:** هذا النوع من التنمية يركز على سياحة الإجازات والعطل وتعرف المنتجات على أنها المواقع التي تتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستجمام.

- **القرى السياحية:** وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة بكثرة في أوروبا كما بدأت تنتشر في العديد من دول العالم، فالحياة في القرية نموذج يختلف عن الحياة في المدن وهي بذلك تستهوي سكان المدن حبا في التغيير والبساطة.

إن قيام القرى السياحية يعتمد على وجود أنشطة التزلج، الجبال، الحدائق العامة، الأسواق والمناطق التجارية، مواقع طبيعية، مواقع تاريخية أثرية، مواقع علاجية، أنشطة رياضية وترفيهية... الخ.

- **منتجعات المدن:** يتطلب هذا النوع من المنتجعات دمج برامج استعمالات الأراضي المخصصة للمنتجات وبرامج التنمية الاجتماعية المنتظرة، مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاريع في المنطقة وتحتاج عملية إقامة هذا النوع من المنتجعات إلى وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في المواقع مثل: التزلج على الجليد، الشواطئ، أنشطة سياحية، علاجية، مواقع أثرية ودينية.

- **منتجعات العزل:** أصبح هذا النوع من المنتجعات من بين المناطق السياحية المفضلة في جميع أنحاء العالم نظرا ليما تتميز به من صغر حجمها ودقة تخطيطها وشموليتها، وعادة يتم اختيار مواقعها في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة مثل الجزر الصغيرة أو الجبال والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة.

- **السياحة الحضرية:** وتوجد في المناطق الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيد في المنطقة، وتشكل مرافق الإقامة والسياحة جزء لا يتجزأ من الإطار الحضري

[1] نجاة مسمش، فريد عبيد، **دور التخطيط السياحي في التنمية السياحية**، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يومي 09 و10 مارس 2010، ص ص 16-18.

العام للمدينة، وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذا السياح القادمين إليها، وقد أخذت الكثير من الحكومات حاليا على عاتقها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن توفيرها مثل المواقع الأثرية والتاريخية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى.

- **سياحة الرياضة البحرية:** يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود ماء (البحر، البحيرة)، حيث تتفاوت المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضة البحرية المختلفة مثل: الغوص، التزلج على الماء، سباق القوارب...الخ.

المطلب الثالث: محددات التنمية السياحية ومتطلباتها

1- محددات التنمية السياحية

فضلا عن المحددات الأساسية للنمو السياحي، والتي تتمثل أهمها في مستوى الدخل وتوزيعه ومستويات التعلم ودرجة التحضير والهياكل الاجتماعية والانجازات فإن هناك محددات أخرى يبدو بصفة خاصة في الأمور التالية:[1]

❖ **توفير التسهيلات بأسعار مناسبة:** فضلا عن مشروعات البنية الأساسية الواجب توفيرها من اتصال، جودة، خدمات المرافق... الخ، فإنه من الضروري توفير التسهيلات المتعلقة بالإضافة والإطعام والنقل السياحي وبيع الهدايا والتذكارات بحيث يكون بنوعية جيدة وتناسبية من حيث السعر ومقارنة من المناطق السياحية الأخرى.

❖ **الموقع الجغرافي:** يلعب الموقع الجغرافي دورا هاما في التدفق السياحي إلى المناطق المختلفة، ويعتبر الموقع المناسب القريب من الأسواق المصدرة للسياحة عاملا أساسيا في صناعة السياحة الناجحة نظرا لأهمية معرفة تكاليف النقل فإن الموقع بالنسبة للسائح يعتبر محددا هاما لتحديد نفقات الرحلة، وعليه فإن الموقع الجغرافي يلعب دورا كبيرا في حركة السياحة الدولية لاعتبارات التوفير في الوقت وانخفاض التكلفة فضلا عن تنويع وسائل النقل والمواصلات.

❖ **طبيعة ومصدر الاستثمار في السوق السياحي:** نظرا إلى أن الاستثمارات التي تخدم السياحة مباشرة مثل: الاستثمار في الفنادق يتطلب حجما كبيرا من التمويل، فإن المستثمرين في القطاع الخاص خاصة في

[1] محيى محمد مسعد، **الاتجاهات الحديثة في السياحة**، المكتب الجامعي الحديث، ط1، الإسكندرية، 2008، ص ص44-46.

البلدان النامية يكونون مترددين بشأن الاستثمار السياحي والفندقي، نظرا للاعتبارات التي تحيط بالطلب السياحي إضافة إلى عدة اعتبارات منها:

- بقاء الاستثمار في أصول ثابتة لمدة طويلة مع مخاطر ما يحدث من تغيرات في ظروف السوق بالإضافة إلى التغيرات السياسية والاجتماعية؛
- موسمية الطلب في المناطق السياحية وهو ما يعني تحقيق أرباح غير مرضية؛
- العائد الصافي من الاستثمار في المشروعات السياحية والفندقية يكون ضعيف وهذا لا يغري المستثمرين الذين يرغبون في تحقيق معدلات أكبر.

❖ **تقديم حوافز للمشروعات السياحية:** من الضروري الاستثمار في المشروعات السياحية والفندقية، وتنوع صور المساعدات المالية للمستثمرين في هذا القطاع فيمايلي:

- **الإعانات بنوعيها:** النقدية المتمثلة في مبالغ نقدية تقدمها الحكومة للمستثمرين لإقامة المشروعات السياحية في المناطق التي تستهدف تنميتها السياحية، أما العينية فتتمثل في تقديم الأراضي سواء بدون مقابل أو تقديمها بأسعار منخفضة أو في شكل حتى الانتقال لمدة معينة وبشروط مقبولة.
- **القروض طويلة الأجل:** وبأسعار فائدة منخفضة هذا النوع يكون خاصة في الدول النامية تتراوح آجال القروض من 20 إلى 25 سنة بفائدة من 2 % إلى 3%.
- **الإعفاءات الضريبية والجمركية:** تلجأ إليها بعض الدول بغرض تشجيع الاستثمار التجاري أو الصناعي لفترة معينة بدءا من تاريخ الاستغلال.
- **المساعدات الفنية للمشروعات:** خاصة منها السياحية والفندقية، وتدريب العاملين في المجال السياحي في المعاهد الخاصة ومراكز التدريب.
- **تقديم مزايا للاستثمار الأجنبي:** تعمل العديد من الدول على جذب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المجالات السياحية والفندقية من خلال تقديم حوافز متنوعة وتوفير المناخ المناسب للاستثمار الأجنبي وإرساء عوامل الاستقرار الاقتصادي والسياسي فيها، وأن تحمي رؤوس الأموال من التأميم والمصادرة مع وضع القواعد التي تكفل تحويل الأرباح بسهولة.

2- متطلبات نجاح التنمية السياحية

إن التنمية السياحية مثلها مثل أي تنمية أخرى تقوم على متطلبات لابد من توافرها لكي تكون تنمية حقيقية لهذه المتطلبات في:[1]

[1] منير حجاب، **الإعلام السياحي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2002، ص 43، 44.

❖ **متطلبات تنظيمية:** وهي التي تتعلق بالعوامل التنظيمية والإدارية التي تحدد القواعد والضوابط التي تهتم بالنشاط السياحي، سواء وزارة الثقافة أو القطاع السياحي بأكمله من تحديد الاختصاصات والمسؤوليات بين الأجهزة المعنية المختلفة.

❖ **متطلبات بيئية:** وهي التي تختص بحماية البيئة والحفاظ عليها لكي يكون المناخ ملائما للنشاط السياحي واستقبال السياح، فالتنمية البيئية مرتبطة بالتنمية السياحية ارتباط وثيقا لما لها من دور فعال في عمليات الجذب السياحي متضمنة حماية الآثار والموارد السياحية الطبيعية من أخطار تلوث البيئة.

❖ **متطلبات إدارية:** وهي تلك المتعلقة بإدارة النشاط السياحي والعاملين في المجال السياحي من عمال مهندسين وإداريين، حيث يجب أن تتوافر فيهم الكفاءة والفعالية والإلمام بالعمل السياحي ككل وخاصة بما يتعلق بالفنادق والإقامة والتنقل ومواصفتها التي يجب أن تتوافر فيها.

❖ **متطلبات عامة:** وتتضمن الخدمات التي تقدمها الدولة ووضعها في خطتها العامة مثل: الخدمات التي تقدم لتنمية الحركة السياحية لتنمية صناعتها السياحية من مطارات وتشريعات وقوانين وتسهيلات للمشروعات السياحية والجمركية وغيرها.

المطلب الرابع: خطة التنمية السياحية، معوقاتها وعوامل نجاحها

1- خطة التنمية السياحية

1-1- تعريف خطة التنمية السياحية: تنحصر خطة التنمية السياحية في أنها: "رسم صورة تقديرية مستقلة للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية معينة، وهذه العملية تقضي حصر الموارد السياحية في الدولة انطلاقا من قاعدة قوية من المعلومات والمعطيات والإحصائيات تضمن تحديد أهداف واضحة، وإعداد برنامج متناسق بشمول فروع النشاط ومناطق الدولة السياحية".[1]

1-2- الأهداف التي تسعى خطة التنمية السياحية لتحقيقها

للتنمية السياحية خطة تسعى من ورائها لتحقيق مجموعة من الأهداف منها:

- تطوير النشاط السياحي عن طريق توظيف المنهج العلمي الذي ينضم إدارة النشاط السياحي بكل عناصره ويوفر إطار عمل مشترك لاتحاد القرارات؛

- تزويد الجهات المسؤولة عن النشاط بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها مما يسهل عملها ويوفر كثيرا من الجهد الضائع؛

[1] نور الدين هرمز، **التخطيط السياحي والتنمية السياحية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد29، العدد3، اللاذقية، 2006، ص 19.

– توحيد جميع الوحدات المسؤولة، وتنسيق عملها لتقليل من ازدواجية القرارات، وتوجيهها ناحية الهدف العام من النشاط؛

– تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل؛

– تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وتساعد على رسم السياسات ووضع الإجراءات التنفيذية لها؛

– تساعد على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى والعمل على تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها؛

– تساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع كما تقلل من سلبيات السياحة؛

– تساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط، والتأكيد على ايجابيته.

1-3- مراحل إعداد خطة التنمية السياحية

تشمل عملية إعداد خطة التنمية السياحي على عدد من الخطوات المتسلسلة والمترابطة كالتالي:[1]

– إعداد الدراسات الأولية؛

– تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار؛

– جمع المعلومات وإجراء المسموحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية؛

– تحليل البيانات (المسموحات): وتشتمل هذه المرحلة على تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من خلال المسموحات وتوليفها والخروج بحقائق وتعميمات تساعد في إعداد الخطة، ورسم خطواتها العامة والتفصيلية؛

– اعدد الخطة: وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه البدائل لاختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، كذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة؛

– تنفيذ الخطة بتوصيتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة؛

– تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذا تطلب الأمر ذلك.

2- مقومات التنمية السياحية: توجد العديد من العوامل التي تحول دون تحقيق التنمية السياحية ويمكن تلخيص هذه العوامل فيما يلي:[2]

---

[1] صالح بزة، **تنمية السوق السياحية بالجزائر**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة المسيلة، 2006، ص43.

[2] أيمن برنجي، **الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس، 2009، ص ص 59-61.

❖ **معوقات خاصة بالتخطيط السياحي:** ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- غياب قاعدة محكمة للبيانات والإحصائيات السياحية في مختلف البلدان؛
- عدم تحديد خريطة دقيقة لمناطق التوسيع والمناطق ذات الأولوية في المجال؛
- ندرة البحوث والدراسات العلمية في المجال السياحي؛
- نقص الخبراء والمختصين وضعف التأييد الحكومي للقطاع السياحي.

❖ **انخفاض الوعي السياسي والثقافي:** وترجع أسباب ذلك إلى ما يلي:

- ارتفاع نسبة الأمية بين الشعوب؛
- عدم اهتمام وسائل الإعلام المختلفة بالتنمية السياحية؛
- غياب الحملات التحسيسية للتعريف بأهمية النشاط.

❖ **سوء توجيه الاستثمارات:** ويرجع ذلك إلى نقص خبرة القائمين على تخطيط هذه الاستثمارات من جهة، ومن جهة أخرى سياسات وبرامج الحوافز المقدمة (الجباية والمالية) التي لا يتم تصميمها وفقا للمتطلبات الحقيقة لخطة التنمية.

هذا الخلل التوجيهي للسياسات يمكن أن يترجم بعدم وجود معايير واضحة لتفرقة بين المشروعات وفقا للجدوى الاقتصادية والمنافع الاجتماعية لكل مشروع، ويضاف إلى ذلك عدم كفاءة رؤوس الأموال المخصصة للاستثمار السياحي، وكذا صعوبة الحصول على العقارات، هذا راجع إلى تعقد الإجراءات الإدارية لملفات الاستثمار وتضارب الاختصاصات بين العديد من الوزارات.

❖ **البيروقراطية وفشل الإدارة الفندقية**

لقد أسهمت البيروقراطية الإدارية والأنظمة المالية والتجارية وعدم توافر الخدمات والمهارات الإدارية خاصة الفندقية منها إلى حد كبير في تخلف التنمية السياحية بصفة عامة، وزيادة على ذلك فإن العديد من القوانين الخاصة بالمنشآت السياحية لا تواكب التطورات السارية للعصر الحديث لاسيما في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتكفي الإشارة هنا إلى سوء الخدمات الفندقية هي أحد مظاهر أو نتائج البيروقراطية والنقص بشكل عام.

❖ **عدم فعالية التسويق السياحي وغياب الهوية السياحية الخارجية للبلدان:** ليست العبرة بما يتوافر لدى الدولة من مقومات وموارد سياحية تميزها تميزا مطلقا أو نسبيا، بل الأمر يتوقف على مدى نجاح الدولة وقدرتها على تسويق هذه المقومات داخليا وخارجيا.

❖ **الاستقرار السياحي والأمني والاجتماعي:** تتعدد الأزمات في المجال السياحي ولكنها لا تختلف من ناحية التأثير السلبي الكبير في هذا النشاط سواء كانت العلاقات مابين الدول أو الحروب بكل أنواعها المحلية والإقليمية والعالمية، أي اللاستقرار السياسي داخل الدول، ومشاكل الإرهاب، والاضطرابات أو الأزمات الطبيعية ومخلفاتها (الكوارث الطبيعية المفاجئة التي تهدد المواقع والأماكن السياحية والحياة البيئية)، دون أن ننسى الكوارث البشرية التي تنجم عن نشاط الإنسان من تلوث مناخي ناتج عن الصناعة والتوسع العمراني اللامسؤول.

❖ **معوقات أخرى للتنمية السياحية:** وتتمثل فيمايلي:

– العوامل الاقتصادية كارتفاع البطالة، مستوى التضخم، ارتفاع الدخل الفردي، العجز الدائم في ميزان المدفوعات، وكذا الانخفاض المستمر في قيمة العملات في أسواق النقد الأجنبي؛

– عدم قيام خطط التنمية السياحية في أسس واضحة ومحددة وغياب الرؤية الشاملة والمتواصلة لها إضافة إلى عدم توافقها مع الثقافة التنظيمية للمجتمعات وعاداتهم؛

– تراجع الخدمات المصرفية في البنوك والافتقار إلى مهارات التعامل والتحكم في اللغات؛

– انخفاض القدرة التنافسية للصناعات المحلية في الأسواق العالمية، وعدم الاهتمام بالموروث الثقافي للبلدان؛

– عدم وجود أساليب علمية متقدمة لتقييم الأثر البيئي لكافة المشاريع السياحية قبل الشروع في تنفيذها وتحديد البدائل الممكنة؛

– تدني مستوى الخدمات المرافقة، الاتصال، النقل... الخ، وعدم الاهتمام باستيفاء النظافة في المحيطات والأحياء يؤثر على الصورة السياحية للموقع.

2-1- وسائل الحد من معوقات التنمية السياحية

على ضوء المعوقات السابقة سنحاول استخلاص أهم الوسائل التي تساهم في الحد من عراقيل التنمية السياحية والنهوض بها عموما في:[1]

❖ **تشجيع الاستثمار في قطاع السياحة والفندقية:** يعتبر الاستثمار من أهم عوامل التنمية السياحية سواء كان هذا الاستثمار محليا أو أجنبيا، لذلك لا بد من وضع منظومة من التحفيزات الجبائية والقانونية والتسهيلات الجمركية بالنسبة للأجهزة والمعدات التي يحتاجها المشروع السياحي، بالإضافة إلى تقديم

[1] Samir grimes, **stratégie de développement du tourisme durable**, rapport confinancé par le programme life-pays tiers de la commission européénne, agence national de développement du tourisme, alger, 2006, p12.

القروض الطويلة الأجل لشركات الاستثمار السياحي، وزيادة الإنفاق الحكومي المخصص لمشاريع البنى التحتية، والحرص على ضمان استمرارية هذه الاعتمادات المالية وعدم توافقها عند موازنات محددة.

❖ **تطوير الموارد البشرية:** على اعتبار أن النشاط السياحي يعتمد بدرجة كبيرة على العنصر البشري فهو يستدعي تأهيل وتكوين مستمر للموارد البشرية العاملة في قطاع السياحة، لذلك يجب الاهتمام بالمدارس والمعاهد والكليات السياحية والاستفادة من الخبرات الدولية في هذا المجال، وأيضا تشجيع الإبداع والابتكار والمبادرة الحرة.

❖ **تطوير قطاع النقل:** يعتبر من مكونات المنتج السياحي، وهو يتوافق مع خصائص السياحة التي تستدعي تنقل السائح إلى مكان تواجد المنتج السياحي، حيث أن الخدمات السياحية لا ترسل ولا تنقب، لذلك يجب العمل على توفير خدمات النقل بمختلف أنواعه، وتنظيمه من حيث الاستغلال والأمن.

❖ **تبسيط إجراءات الدخول والإجراءات الجمركية:** ما دامت السياحة تستدعي حضور الزبون المستفيد(السائح)، فيجب العمل على تسهيل إجراءات الدخول، والحصول على التأشيرة، وإمكانية إصدارها في النقاط الحدودية البرية والبحرية والجوية، لأن صعوبة الحصول على التأشيرة تؤدي بالسائح للبحث عن وجهة سياحية أخرى، بالإضافة إلى تسهيل وتبسيط الإجراءات الجمركية للبضائع التي يحتاجها السائح.

❖ **تنشيط وترقية السياحة:** هذه الترقية لا تتم إلا إذا كانت في إطار شراكة متكافئة ما بين القطاعيين العام والخاص وتعمل على الاهتمام الكافي بالنشاط السياحي من خلال:

- إعطاء الفعاليات الثقافية والشعبية المحلية بعدا سياحيا ودينيا، إقليميا وعالميا؛
- تحقيق المشاركة النشيطة للسكان المحليين في التنمية وتفعيل السياحة الداخلية؛
- إقامة المهرجانات الثقافية، الرياضية، الفنية وإقامة المسابقات الدولية، المعارض والتظاهرات التجارية الدولية؛
- وضع الخطط الإعلامية المستحقة المرنة والواقعية وتنظيم حملات إعلامية مستمرة ومتابعات دورية.

❖ **تشريع قانوني سياحي:** يعتبر التشريع الإطار العام المنظم لأي نشاط، وعلى باقي غرار الأنشطة يحتاج النشاط السياحي إلى قانون واضح منظم، يحمي السائح والمواطن من الغش والخدع والاستغلال لذلك يجب إصدار تشريعات سياحية قانونية تنظم العمل والنشاط السياحي.

❖ **تطوير وسائل السلامة والأمن:** لضمان تدفق سياحي مشجع يجب توفير كل الشروط الأمنية للسياحة وتوفير الأمن الداخلي بصورة دائمة ومحلية.

❖ **تحسين وتوسيع الخدمات السياحية:** لتنمية السياحة يجب على الدولة السياحية أن تعمل على توسيع هيكل الخدمات السياحية من وسائل الإقامة إلى وسائل النقل إلى وسائل وهياكل الاستقبال، كالمطارات والموانئ التي يجب العمل على زيادة طاقتها الاستيعابية بمختلف الخدمات الضرورية للسياح على اعتبار أنها أول نقطة يصادفها السائح، وتعطي الانطباع الأول عن البلد الذي يزوره، هذا بالإضافة إلى التركيز على تكامل مشروعات الخدمات السياحية في المركز الواحد وتنوع المغريات السياحية من ضمان استجاباتها للجودة المطلوبة.

❖ **نشر الوعي السياحي:** يجب على الدولة السياحية أن تعمل على تثقيف السياح عن طريق الإعلام والترويج، من خلال إصدار النشرات والكتابات، والخرائط السياحية وتوزيعها على السياح أثناء دخوله معبر المطارات، الموانئ والحدود البرية مجانا، يجب كذلك تثقيف العاملين بالسياحة عن طريق عقد دورات تثقيفية، لكسب معارف وتقنيات جديدة والاطلاع على تجارب الدول المنافسة، والدول المتقدمة سياحيا، بالإضافة إلى تثقيف مواطني البلد وتحسيسهم بمدى أهمية السياحة في تطوير البلد، واستفادة مواطني البلد منها.

❖ **القضاء عل السوق السوداء في التعامل بالعملة:** من بين أهداف التنمية السياحية هو الحصول على إيرادات بالعملة الصعبة، والتي تمر عبر القنوات الرسمية أي الجهاز المصرفي، فانتشار السوق الموازية للعملة ليس من مصلحة الدولة ويؤدي إلى إضعاف القيمة الحقيقية للسياحة وكذلك يؤدي إلى ضعف ثقة السائح بالبلد، لذلك يجب تنظيم ومراقبة التعامل بالعملة الصعبة بصورة قانونية وواضحة لغرض القضاء على السوق السوداء التي تهدم الاقتصاد الوطني.

من خلال كل ماسبق يمكننا القول أنه من أجل تحقيق التنمية السياحية سواء على المستوى الكلي أو المستوي الجزئي، لا بد من توفير مجموعة من المحددات والشروط، والتي تتعلق أساس بتوفير مقومات ومواقع الجذب السياحي، مثل: النقل والاتصالات، المياه والكهرباء، الخدمات الصحية والمالية ...الخ.

3- عوامل نجاح التنمية السياحية: من أجل الوصول إلى تنمية سياحية ناجحة يجب مراعاة عدة اعتبارات، من أهمها مايلي:[1]

- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاجه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب،

[1] قدور بن نافلة، عاشور مزريق، **التنمية السياحية في خدمة الدول المتقدمة والناجحة على السواء**، الملتقي الدولي حول اقتصاديات السياحية ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يومي 09، 10 مارس 2010، ص 7.

– المحافظة على حقيقة المواقع الأثرية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد يعتمد عل المناخ أوالطبيعة أو التاريخ أو عامل أخر تتميز به المنطقة السياحية؛

– إجراء دراسات شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية السياحية المقترحة، وفيما إذا كان الاستثمار سيدر أرباحا أم لا؛

– دعم الدولة للقطاع السياحي مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط؛

– تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث ظرف معين؛

– دراسة السوق السياحية المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين، وما هي تفضيلا تهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان؛

– توفير شبكة من الفنادق المناسبة لطل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات خاصة المناسبة منها لدوي الدخل المحدود، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء؛

– رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لأنهما يؤديان دورا هاما في تطوير التنمية السياحية، وفي حين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

المبحث الثالث: دور التنمية السياحية في التنمية الاقتصادية

ترجع الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي إلى تأثيره على العديد من المتغيرات الاقتصادية الكلية، من حيث كونه مصدرا مهما للدخل بصفة عامة، وموردا من موارد العملة الصعبة بصفة خاصة، كما يعد عنصرا مؤثرا في تنشيط الاستثمار، وخلق فرص عمل جديدة، والمساهمة في الناتج المحلي، وتنمية التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم، إضافة إلى تنشيط قطاعات اقتصادية أخرى وتفعيل التنمية الاقتصادية على وجه العموم، ومن هنا تنبع الأهمية الكبيرة التي أولتها بعض الدول خاصة الغير بترولية منها لتطوير القطاع السياحي.

المطلب الأول: أثر السياحة على المتغيرات الاقتصادية الكلية

احتلت السياحة مكانة هامة ضمن السياسة الاقتصادية للعديد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء حيث تشكل عوائد السياحة نسبة كبيرة من الناتج الداخلي الخام، وتعود أسباب الاهتمام بهذا القطاع في

مختلف دول العالم للآثار الاقتصادية التالية:

1- الآثار الاقتصادية المباشرة

1-1- أثر السياحة على العملات الأجنبية وتحسين ميزان المدفوعات: يقصد بميزان المدفوعات لبلد ما ذلك السجل الذي يوضع قيمة جميع العمليات الاقتصادية بين المقيمين في هذا البلد وبقية العالم خلال فترة زمنية عادة ما تكون سنة، والسياحة تمثل جزء من المعاملات غير المنظورة وتأخذ مكانها ضمن مختلف الصادرات غير المنظورة كالملاحة والتأمين والمعاملات المصرفية ويؤثر الدخل السياحي على الميزان التجاري تأثيرا مباشرا[1]، حيث تأثر حركة السياحة على ميزان المدفوعات من خلال الإيرادات السياحية التي تحصل عليها الدولة المضيفة، كما تؤثر الحركة السياحية على جانب المدفوعات عن طريق تحويلات المواطنين إلى الخارج بغرض السياحة، وذلك فضلا عما يستورده قطاع السياحية من الخارج، من سلع في شكل صناعات غذائية وأثاث ومفروشات.

كما تهدف أغلب السياحة إلى الحصول على نصيب متزايد من الطلب السياحي والعالمي من أجل تحقيق فائض من العملات الأجنبية تستعين بها في تمويل احتياجاتها من النقد الأجنبي اللازم لسداد مدفوعاتها الخارجية.[2]

إذ تعرف صادرات السياحة بأنها: إنفاق السائح الأجنبي في البلد المضيف يأخذ هذا الإنفاق صور متعددة أهمها:

- الإقامة في الفنادق؛
- استخدام وسائل النقل الجوي، البحري، والبري؛
- الإنفاق الاستهلاكي الضروري للحياة؛
- رسوم التأشيرات المفروضة على السياح؛
- رسوم الهبوط والمغادرة الموانئ والمطارات التي تحصل من الشركات؛

---

[1] عبد القادر بودي، **أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص 52.

[2] أحمد عبد السميع علام، مرجع سابق، ص 348.

– الإنفاق اليومي للسياح مقابل الخدمات السياحية، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب وعلى السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.[1]

ولقياس مساهمة السياحية في تحسين ميزان المدفوعات يجب أن نقوم بحساب الميزان السياحي، وهو:"المتمثل في الفرق بين الإيرادات السياحية ونفقات المقيمين على السياحة في الخارج"، فمثلا الولاية المتحدة الأمريكية تحصل إيرادات سياحية لسنة 2015 تقدر بـ 204.5 مليار دولار، وتقدر تحويلات المقيمين للسياحة في الخارج بمجموع إنفاقات سياحية بـ 112.9 مليار دولار، وبحساب الفرق بينهما نجد أن نتيجة الميزان السياحي تقدر بـ 91.6 مليار دولار وهي نتيجة ايجابية جدا تحسن كثيرا من ميزان المدفوعات.

1-2- أثر السياحة على التشغيل: إن القطاع السياحي كثيف التشابك والترابط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزه بمستلزمات الإنتاج.

فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من أغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية فهي توظف أكثر من 4 مرات بالنسبة لصناعة السيارات و10 مرات قطاع البناء، فمثلا فندق بـ 50 غرفة (100 سرير) يوظف على الأقل 5 عمال دائمين و10 عمال موسميين و10 عمال مؤقتين، والمجموعة يكون 12 منصب عمل دائم مباشرة يضاف لها مناصب العمل غير المباشرة.[2]

وفيما يلي لمحة عن مساهمة قطاعي السياحة والسفر في خلق وتوليد مناصب العمل، حيث ينمو الرقم من عام إلى أخر.

الجدول رقم (09): تطور عدد مناصب العمل لقطاعي السياحة والسفر في العالم خلال الفترة (2006-2016)

الوحدة= مليون منصب عمل

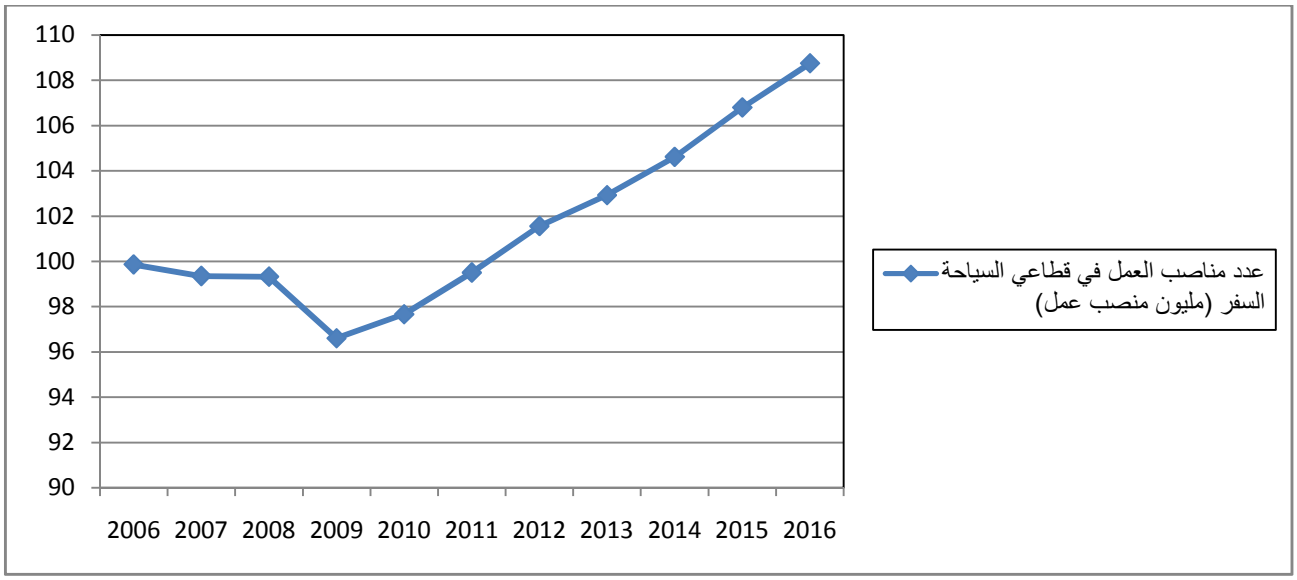
السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
عدد مناصب الشغل	99.86	99.35	99.32	96.6	97.66	99.5	101.55	102.91	104.61	106.79	108.74

la source : World Travel &Tourism Council, www.wttc.org/datagetway consulté le : 15/04/2017.

[1] محمد فوزي شعوبي، مرجع سابق، ص 24.

[2] Jean Michel Hoerner, **géographie de l'industrie touristique**, ellipses, edition marketing, 1997,p 40.

الشكل رقم(05): تطور عدد مناصب العمل لقطاعي السياحة والسفر خلال الفترة (2006-2016)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم(09).

نلاحظ من خلال الشكل والجدول أن السياحة تساهم بشكل كبير في خلق مناصب العمل حيث تطورت من سنة 2006 بحوالي 99 مليون منصب عمل إلى سنة 2016 بحوالي 108 مليون منصب عمل مع وجود بعض التذبذبات الطفيفة، ولكن الأكيد أن السياحة هي القطاع الأكبر من حيث نسبة التشغيل، وبحسب المجلس العالمي للسياحة والسفر قطاع السياحة لديه منصب عمل من كل 11 منصب عمل في جميع القطاعات وهي نسبة كبيرة مقارنة بالقطاعات الأخرى.

1-3- أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل

توجد المناطق ذات الأهمية السياحية عموما على الشواطئ في الجبال، الريف، الصحراء، أماكن الآثار البعيدة، وهي الأماكن الأقرب إلى الطبيعة منها العمران(المدن) ويعيش أغلب أهل هذه المناطق على نظام إنتاج بسيط يعتمد على الزراعة، تربية المواشي، وبعض الصناعات الحرفية مما يؤدي إلى ضعف المستوى الاقتصادي والمعيشي للسكان.[1]

فيما يمكن للسياحة وبمقوماتها الخاصة وآثارها الاقتصادية الرافعة أن تصبح موردا مهما لأهل هذه المناطق من خلال تنمية سياحية لهذه المناطق التي سوف تؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة، وبالتالي مداخيل جديدة، فهي تعمل على توزيع الدخل على كافة المناطق بدلا من تركيزه في المراكز الحضرية الرئيسية، فالأجور المدفوعة للعاملين بالمنشآت السياحية المقامة في هذه المناطق والأرباح والمداخل المحققة

[1] عبد القادر بودي، مرجع سابق، ص 54.

لمالكي المشاريع وحتى منتجي السلع والتجهيزات التي يحتاجها النشاط السياحي تؤدي إلى زيادة الدخول فيها وبالتالي إعادة توزيعه بين المدن وهذه المناطق السياحية كما ينتج عن ذلك الحد من الترويج الريفي الناتج من جراء البطالة.[1]

1-4- أثر السياحة على الإنفاق

يمكن تعريف الإنفاق السياحي بأنه التقويم الاقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة إلى السائحين، بمعنى أن كل إنفاق من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها كالإنفاق على الخدمات الفندقية والتي تشمل الإيواء والإطعام وعلى مختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفنادق، هذا الإنفاق يمثل انتقال الأموال من السياح إلى أصحاب المؤسسات الفندقية، ويتفرع على هذا الإنفاق سلسلة أخرى من النفقات، وهي إنفاق القائمين على الصناعة الفندقية فيما يخص اقتناء وتجديد تجهيزات الأزمة للفنادق وبالتالي انتقال جزء من دخول القائمين على صناعة الفنادق إلى عملائهم الذين يمولونهم بالسلع والخدمات كما يذهب جزء من دخول أصحاب الفنادق إلى موردي الأطعمة المختلفة.[2]

وما يقال عن الخدمات الفندقية يقال عن سائر الخدمات المتصلة بالنشاط السياحي لخدمات النقل بكل أنواعها، كما يؤدي كذلك نشاط الحركة السياحية إلى زيادة الإنفاق على السلع التذكارية والاستهلاكية، وزيادة الاستثمار، كما أن الخزينة العمومية للدولة تستفيد من رسوم التأشيرات، الضرائب على الأرباح الصناعية والتجارية، الضرائب على الدخول، رسوم الترخيص بمزاولة المهن والأعمال المتصلة بالسياحة.

وتجدر الإشارة إلى أن حجم الحركة السياحية يتوقف على المجهودات التي تبدلها الدولة السياحية، لاجتذاب أكبر قدر ممكن من السياح، ومن أبرز هذه المجهودات هو إظهار الإمكانيات السياحية للدولة عن طريق حملات التسويق، الترويج والدعاية التي تقوم بها.[3]

1-5- أثر السياحة على المستوى العام للأسعار

يؤدي رواج صناعة السياحة في منطقة معينة إلى تزايد معدلات الإنفاق السياحي فيها مما ينتج عنه في النهاية ارتفاع متباين المستوى في أسعار السلع والخدمات المتاحة في المنطقة، فالمنتجات والسلع المعروضة في أسواق المنطقة السياحية تصل أسعارها إلى الارتفاع مع تزايد إقبال السياح عليها وخاصة أن

---

[1] زهير بوعكريف، **التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة-دراسة حالة الجزائر-**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة قسنطينة، 2012، ص 26.

[2] نوال دماد، **الاستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2010، ص 22.

[3] زهير بوعكريف، مرجع سابق، ص 24.

تجارة التجزئة يسعون إلى تحقيق هامش ربح كبير أثناء فترات الدورة التي تتخلل الموسم السياحي لتعويض انخفاض حصيلة المبيعات خلال باقي أشهر السنة، ويعاني من مثل هذه الأسعار المرتفعة السكان المحليين للمنطقة السياحية، وتنطبق نفس الحقيقة على سيارات الأجرة ووسائل النقل التقليدية وإيجار المساكن والمحلات وخاصة ذات الموقع المتميز، وكذلك بالنسبة للأسعار الأراضي الخاصة بإقامة المشاريع السياحية.[1]

1- 6- أثر السياحة على زيادة القيمة المضافة والناتج القومي

يقصد بالقيمة المضافة الفرق بين المنتج، وبين مستلزمات الإنتاج التي استخدمة في هذا المنتج.

والمنتج السياحي يعادل الإيرادات الناتجة عن استخدام السائح لجميع الخدمات مثل الإقامة في الفنادق والقرى السياحية وبيوت الشباب والشقق المفروشة، كما تشمل الإيرادات المحققة من الإرشاد السياحي ومن وسائل النقل التي يستخدمها السائقون الأجانب.[2]

أما مستلزمات الإنتاج للقطاع السياحي، فهي تشمل جميع النفقات التي أنفقت على قطاع السياحة مثل النفقات التي أنفقت على الفنادق، والشقق المفروشة، والقرى السياحية حتى أصبحت خدمة تؤدي دورها بنجاح، كما أن الأجور المدفوعة للعاملين بالمنشآت والمشاريع السياحية، والأرباح والدخول التي تتحقق لملاك المشاريع والتدفقات المالية الأخرى، وإنشاء المشروعات الجديدة الخاصة بإنتاج المستلزمات السلعية والخدمات المختلفة للفنادق، كما أن النجاح في تحقيق درجة عالية من التكامل على مستوى القطاع السياحي أو بينه وبين القطاعات الاقتصادية الأخرى، على أن يؤدي إلى زيادة القيمة المضافة والناتج القومي للدولة.[3]

هذا وتساهم السياحة بشكل كبير في الناتج الإجمالي العالمي والجدول التالي يوضح ذلك أكثر:

---

[1] خالد كواش، مرجع سابق، ص 106.

[2] أحمد عبد السميع علام، مرجع سابق، ص351.

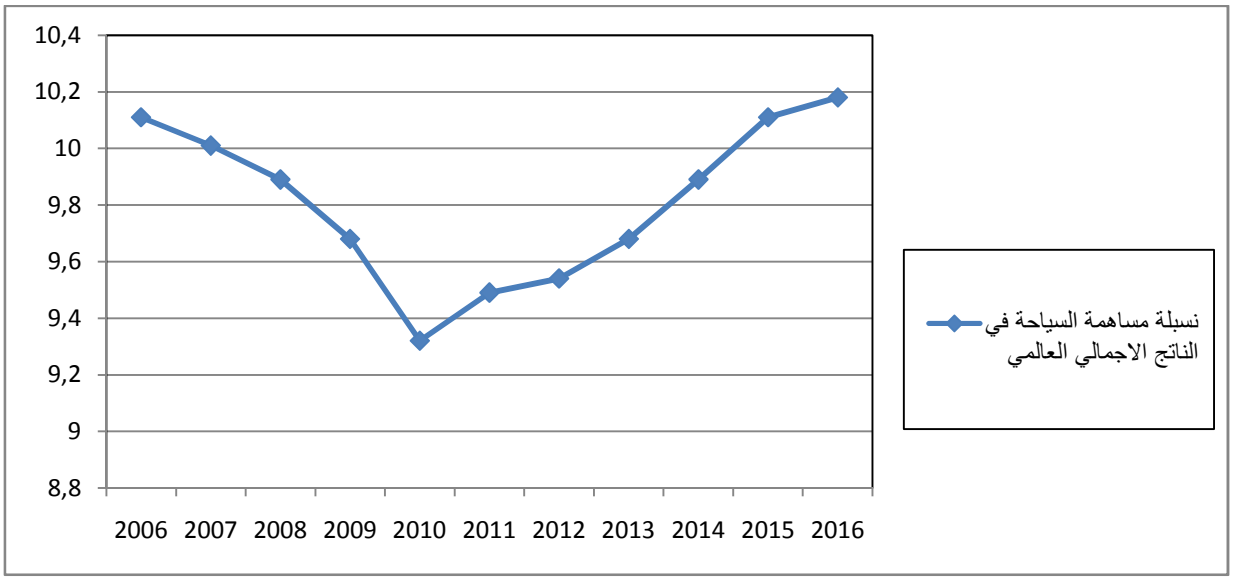
[3] عبد السلام أبو قحف، **إدارة المنشآت السياحية والفندقية- بين النظرية والتطبيق**-، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية 2004، ص 31.

الجدول رقم (10): تطور نسبة مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج الإجمالي العالمي خلال الفترة (2006-2016)

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
نسبة مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج الإجمالي العالمي (%)	10.11	10.01	9.89	9.68	9.32	9.49	9.54	9.68	9.89	10.11	10.18

La source: World Travel& Tourism Council, www.wttc.org/datagetway, consulté le : 15/04/2017.

الشكل رقم (06): تطور نسبة مساهمة قطاعي السياحة و السفر في الناتج الإجمالي العالمي للفترة خلال الفترة (2006- 2016).



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم(10).

نلاحظ من الشكل انخفاض نسبة مساهمة السياحة والسفر في الناتج الإجمالي العالمي من سنة 2006 إلى سنة 2010 وذلك بسبب الأزمة المالية العالمية لسنة 2008 وتداعياتها السلبية على كل القطاعات الاقتصادية ومنها قطاع السياحة والسفر بالإضافة إلى انتشار مرض أنفلونزا الخنازير H1N1 في العالم الذي أثر بشكل كبير على حجم الحركة السياحية الدولية، عاودت الارتفاع بداية من سنة 2011 إلى غاية 2016 إلى حدود 10% وهي نسبة جيدة لقطاعي السياحة والسفر.

2- الآثار الاقتصادية الغير مباشرة

2-1- أثر السياحة على المضاعف

إن الفكرة الأساسية لمضاعف الإنفاق السياحي هي أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الاقتصاد الوطني دورات تعدد بحسب قوة هذا الاقتصاد، ويكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي، حيث يؤدي الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي وكذا الإنفاق الاستهلاكي من جانب السياح في مقابل الحصول على الخدمات السياحية المختلفة إلى تنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى وتفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة ودفع المرتبات والمكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة للسياحة، تستخدم العملات التي تحصل عليها الدولة.[1]

إلا أن الدخل الأولي غالبا ينقسم إلى شريحتين، الأولى تخرج نهائيا من مجرى التداول في الاقتصاد حيث تحجز لمواجهة بعض المدفوعات في صور استيراد السلع اللازمة للتشغيل أو معدات وتجهيزات أو في صورة تحويلات من جانب العمالة الأجنبية أو كأرباح للمستثمرين الأجانب، أما الجزء الثاني فيستخدم في التداول ويبقى داخل الاقتصاد ويتكرر الإنفاق عدة مرات ولذلك يسمى مضاعف الإنفاق، وقد دلت الدراسات على ارتفاع قيمة المضاعف السياحي في المناطق المتقدمة بما يعادل 5 مرات، في حين يكون في الدول النامية من 1.2 إلى 2، ويرجع السبب في ذلك إلى مدى اعتماد الاقتصاد الوطني على ذاته، فكلما حققت الدولة السياحية التكامل في قطاعاتها قل التسرب وارتفع أثر المضاعف.[2]

2-2- أثر السياحة على تنشيط حركة المبيعات لبعض السلع

أبرزت بعض الأبحاث والدراسات السياحية التي قامت بها المنظمة العالمية للسياحة أن السياح يحتفظون بجزء كبير من ميزانياتهم السياحية وهو حوالي الثلث لإنفاقها على المشتريات في الدولة التي يزورونها ليس لشراء الهدايا والتذكارات السياحية فقط، بل شراء بعض المنتجات المحلية التي يجدونها مناسبة.[3]

ولا شك أن إقبال السائح على شراء تلك السلع يؤدي إلى زيادة الطلب عليها، وبالتالي ارتفاع أسعارها في موسم السياحة وتزداد السوق بتلك السلع، بل يشجع منتجين آخرين إلى الدخول في سوق المنافسة لزيادة الطلب بصورة كبيرة لعدم مرونة الطلب على مثل هذه السلع، فيقبل السائح على شرائها مهما ارتفعت

---

[1] سهيل الحمدان، **الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية**، دار الرضا للنشر، ط1، عمان، 2001، ص 61.

[2] صلاح الدين خربوطي، **السياحة صناعة العصر**، دار حازم للطباعة والنشر، ط1، دمشق، 2002، ص 206.

[3] خالد كواش، مرجع سابق، ص87.

أسعارها.[1]

2-3- أثر السياحة على زيادة الاستثمار الوطني والأجنبي

على اعتبار السياحة صناعة مركبة تضم وترتبط تنميتها بالعديد من النشاطات الاقتصادية، والتي تساهم في تنشيط السياحة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فإن القطاع السياحي يعتبر قطاع هام يساهم في جلب وتنمية الاستثمارات، وذلك بتوفير مجالات متعددة للاستثمار كمراكز الاستشفاء، المراكز الرياضية، المطاعم، وكالات السفر، الفنادق، وسائل النقل وغيرها، وكل هذه المجالات تتطلب استثمارات إضافية إلى الاستثمارات في المشاريع الكبرى، كتهيئة المناطق السياحية وتطويرها سواء عن طريق المستثمرين المحليين أو الأجانب، وهذا ما تسعى إليه الجزائر حاليا باتخاذ إجراءات تحفيزية عديدة لتسهيل الاستثمار الوطني والأجنبي على حد سواء لتنمية وتطوير القطاع السياحي الجزائري.[2]

2-4- نقل التقنيات التكنولوجية

التقنية سوق احتكاري ليس من السهل شراء، واكتساب، والشركات التي تستثمر في الخارج يفترض أنها تمتلك قدرات فنية غير متاحة للآخرين.

فعلى المستوى السياحي يمكن أن يدفع وجود الشركات الأجنبية في مجال التسويق، وإنتاج الخدمات السياحية حتى تستطيع الاستثمار في السوق.[3]

إذ تعتبر عملية التكنولوجيا خاصة عن طريق الشركات الأجنبية من أحد الموضوعات المثيرة للجدل ويدور هذا الجدل حول عدد المحاور الرئيسية مثل:

- مدى ملائمة المستوى التكنولوجي الذي تجلبه الشركات الأجنبية مع التغيرات البيئية داخل الدولة؛
- مدى توافر المهارات اللازمة لتشغيل الأجهزة أو المعدات والأنظمة المختلفة للإنتاج؛
- طرق تقديم وتسويق المنتوج ومدى ملائمته مع المعتقدات، والقيم الثقافية، والخدمات المرفقة؛
- التكلفة التكنولوجية والآثار المرتقبة على العمالة.

ويمكن القول أن السماح للشركات الدولية بالدخول في المشروعات الاستثمارية السياحي يمكن أن يحقق درجة التقدم التكنولوجي بالجزائر، لأن إذا نظرنا إلى اليد العاملة المستخدمة في قطاع السياحة

---

[1] أحمد عبد السميع علام، مرجع سابق، ص 357.

[2] زهير بوعكريف، مرجع سابق، ص 27.

[3] يحي سعيدي، سليم العمراوي، **قطاع السياحة ورهان المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية**، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة ورهان التنمية المستدامة، جامعة البليدة، يومي 24 و25 أفريل 2012، ص07.

وبالأخص الفنادق هي يد عاملة غير مكونة في أغلبها تكوينا عاليا في تقنيات السياحة، ويمكن أن تستفيد الجزائر من خلال الشركات الأجنبية المستثمرة في العديد من الطرق أهمها:

- نقل فنون وطرق تسيير الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية؛
- إدخال تجهيزات(آلات ومعدات) جديدة يمكن استخدامها إما في تسهيل تقديم الخدمات السياحية بأنواعها المختلفة أو إنتاج سلع صناعية للأغراض السياحية بالإضافة إلى الخدمات المرفقة المختلفة؛
- تطوير وتحسين العمل الحالية في الأنشطة السياحية بالإضافة إلى برامج التدريب للقوى العاملة؛
- القيام ببحوث التنمية والتحديث في المجالات المختلفة للنشاط السياحي.

وهناك عدد أخر من المزايا الناجمة عن وجود مثل هذه الشركات الأجنبية يمكن أن يدفع الشركات الوطنية إلى تحديث وتطوير أنظمتها الحالية حتى تستطيع الاستمرار في سوق الخدمة.[1]

2-5- أثر السياحة على الاستثمار في البني التحتية

تؤدي التنمية في قطاع السياحة إلى زيادة الاستثمارات في البنية التحتية المتمثلة في المطارات والطرقات، الموانئ، المتاحف، المراكز الطبيعية وغيرها مما يؤدي إلى زيادة مستويات الرفاه الاقتصادي للمقيمين والسياح على حد سواء، وكذا خلق مناصب شغل جديدة.

المطلب الثاني: تنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم

يقصد بالإقليم "الرقعة الجغرافية التي يتواجد فيها منتج سياحي مميز أو خليط معقد من المنتجات لإشباع حاجات ورغبات السياح". [2]

في حالة إنشاء الدولة وتوزيع المشروعات السياحية الجديدة سواء كانت وطنية أو مملوكة للدولة أو أجنبية في الأقاليم المختلفة (خاصة المختلفة حضريا) فإن هذا يمكن أن يؤدي إلى تنمية وتطوير هذا الإقليم.

أي أن ذلك يؤدي على خلق فرص عمل، وتحسين مستوى المعيشة وتطوير استغلال الموارد الطبيعية المتوفرة في هذه الأقاليم، وتنمية وخلق مجتمعات حضرية جديدة، وإعادة توزيع الدخول بين المناطق الحضرية والريفية... الخ، وإضافة إلى ذلك إحداث منافع اقتصادية للأقاليم في الدولة والتي تساهم في تحقيق التوازن الاقتصادي بين الأقاليم في الدولة وحل الكثير من المشكلات فيها.[3]

---

[1] نبيل الروبي، **اقتصاديات السياحة**، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1985، ص 98.

[2] معروف هوشيار، **تحليل الاقتصاد الإقليمي والحضري**، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 36.

[3] زيد منير عبوي، **الاقتصاد السياحي**، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، ص 30.

كما لايمكن تجاهل الآثار الاقتصادية المتوقعة لتطوير النشاط السياحي في زيادة مجالات التعاون بتطوير العلاقات بين القطاعات الأخرى، والتي ينجم عنها مجموعة من المنافع كتشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية، وتنويع استخداماتها واستغلال الموارد الطبيعية وخلق استخدامات جديدة لها، مما يسمح بارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات كتوسيع وزيادة الضرائب مما يساهم في إعادة توزيع الدخول بين كافة أفراد المجتمع وتنمية القطاعات الأخرى المساعدة للقطاع السياحي.[1]

تعمل السياحة على جلب المشاريع التنموية إلى الأقاليم الريفية والنائية، وتتجلى الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة على تنمية الأقاليم الريفية والنائية بما يلي:[2]

- إقامة منشآت سياحية مختلفة في هذه الأقاليم، هذا يعني وصول أحد أنواع التنمية إليها؛
- إن طبيعة التشابك القطاعي المكثف للنشاط السياحي ومساهمة العديد من القطاعات الاقتصادية بتصنيع السياحي، سوف يعمل على خلق العديد من الصناعات والخدمات التكميلية في هذه الأقاليم، لتجهيز السياحة بمستلزمات الإنتاج؛
- كما تعمل على بعض الصناعات الحرفية والفلكلورية في هذه الأقاليم؛
- إقامة مثل هذه المشاريع السياحية وغير السياحية تتطلب بالضرورة إقامة العديد من مشاريع البنى التحتية المتمثلة بالماء والكهرباء... الخ؛
- كما تتطلب إقامة هذه المشاريع المزيد من القوى العاملة، وتوفر الخدمات التعليمية والصحية والأسواق...الخ.

المطلب الثالث: خلق وتنمية علاقات بين القطاعات الاقتصادية وبين القطاع السياحي

إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية وكذلك تطوير المشروعات الحالية بإمكانه أن يؤدي إلى تحقيق درجة معينة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى وقطاع السياحة أو على مستوى قطاع السياحة في حد ذاته، فالتوسع في إنشاء المشروعات السياحة يساعد على:

- توسع أو ظهور مشروعات جديدة تمارس أنشطة اقتصادية وخدمية أخرى لمقابلة الزيادة في عدد السياح.
- زيادة الطلب على الموارد الغذائية اللازمة لإعداد الوجبات.
- زيادة في الطلب على الأسرة وملحقاتها.

---

[1] يحي السعيدي، سليم العمراوي، **مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، مرجع سابق، ص 102.

[2] فاتح بلقاسم أولاد الهدار، مرجع سابق، ص 16.

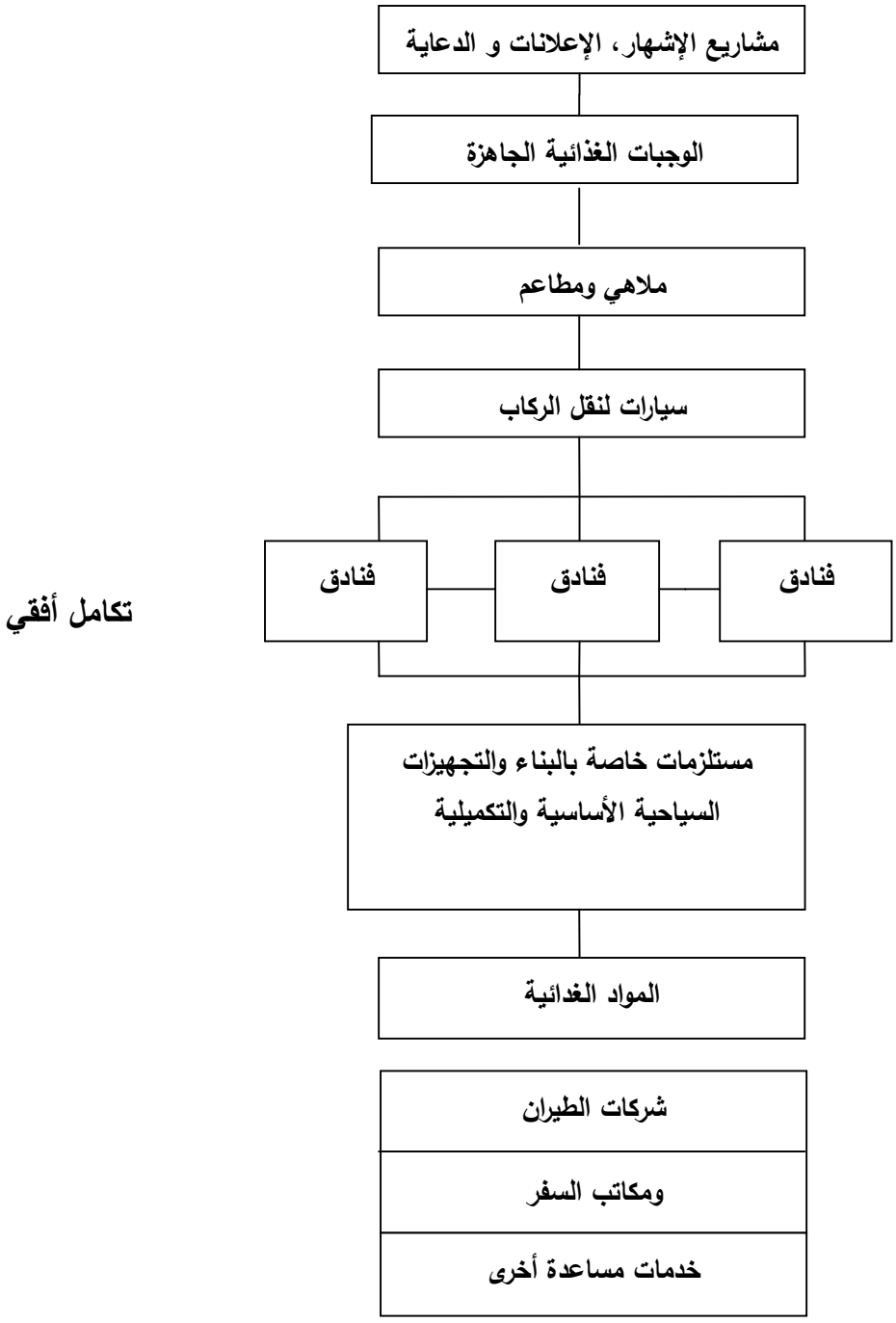
كل هذا من شأنه أما أن يؤدي إلى دخول موردين جدد أولا لإنشاء مشروعات جديدة لتزويد الفنادق بمثل هذه المستلزمات أو توسع أنشطة وحجم الأعمال الخاصة بالموردين الحاليين.

إن تكامل القطاعات الاقتصادية بين المشروعات السياحية والأنشطة الاقتصادية الداخلية والخدمات الأخرى، لايمكن تجاهل الآثار الاقتصادية والاجتماعية المتوقعة لتطور النشاط السياحي وتنمية في خلق أنواع متعددة من العلاقات الداخلية بين القطاعات الاقتصادية الأخرى.[1]

والمخطط التالي يوضح لنا هذا التكامل:

[1] زيد منير عبوي، مرجع سابق، ص 28، 29.

شكل رقم (07): خلق وتنمية العلاقة بين القطاعات الاقتصادية والخدمات وقطاع السياحة.



المصدر: عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 28.

وتندرج عدة منافع من علاقات التكامل التي تنتج بين مختلف المشروعات السياحية والأنشطة الاقتصادية الداخلية والخدمات الأخرى، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- خلق فرص عمل جديدة؛
- تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتنويع استخداماتها في مشروعات جديدة؛
- ارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات السيادية والجبائية مما يمكنها من خلق فرص جديدة؛
- تطوير وتوسيع القطاعات الخدمية الأخرى المساعدة للقطاع السياحي كالنقل بمختلف أنواعه والإطعام والصناعات الغذائية وقطاع الفلاحة؛
- زيادة قدرة الحكومة على خلق فرص عمل جديدة عن طريق إنشاء مشاريع اقتصادية جديدة.[1]

لكن من أجل تحقيق هذه المزايا لا بد من وضع جملة من الضوابط خاصة فيما يخص الاستيراد فإذا كانت قوانين الدولة لا تتحكم بدرجة كبيرة في عملية الاستيراد مع عدم وجود رقابة على نفس العملية، فإنه سوف يكون ميال من المشروعات السياحية لاستيراد المستلزمات الخاصة بالخدمات والتجهيزات الأساسية والتكميلية بدلا من شرائها من الداخل، كما أن تحقيق التكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية والخدمية الأخرى مبني على:

- مدى قدرة هذه الأخيرة على تلبية حاجيات القطاع السياحي من الناحيـــة الكميـــة والنوعيـة وكذلك التوقيت، فأي خلل في هذه المعايير الثلاثة قد يدفع القطاع السياحي إلى الاستيراد؛
- في حالة وجود شركات أجنبية تعمل في قطاع السياحة فلا بد أن يؤدي هذا إلى خلق المشاريع السياحية الوطنية، وتشجيع استثمار رأس المال الوطني.[2]

---

[1] زيد منير عبوي، مرجع سابق، ص29.

[2] الويزة قويدر، **اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 2010، ص 254.

خلاصة

تعتبر السياحة من بين النشاطات الخدمية الهامة، وتشمل عدة أنواع منها السياحة، الترفيهية، العلاجية والرياضية... الخ، وهي ترتكز على مجموعة من المقومات منها المقومات الطبيعية، الدينية، الثقافية، المادية والمؤسساتية... الخ، إضافة إلى قيامها على عدة أسس اقتصادية كالطلب والعرض السياحي، التسويق السياحي، الإنفاق والإيرادات السياحية والاستثمار السياحي.

اكتست السياحة طابعا اقتصاديا فصارت من أهم وأكبر الصناعات التي تساهم في تفعيل التنمية الاقتصادية، حيت أنها تعتبر إحدى العمليات المهمة في تنمية الإقليم اقتصاديا، اجتماعيا، ثقافيا، دينيا وذلك لا يتحقق إلا بتضافر الجهود والبرامج والخطط التي تهدف إلى تطوير وتوازن الموارد السياحية، وتعميق ترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي.

يعتبر تطوير وتنمية القطاع السياحي ذو أهمية بالغة في التنمية الاقتصادية لمعظم دول العالم، كونها تؤمن مورد مالية إضافية للسكان وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات فهي تتمثل في الصادرات الهامة غير المنظورة، وعنصرا أساسيا من عناصر النشاط الاقتصادي، وترتبط بالتنمية ارتباطا وثيقا، هذا ويعتبر تطور وتنمية القطاع السياحي مصدرا هاما لتخفيف من البطالة وخلق فرص عمل، إضافة إلى إعادة توزيع الدخل على الدولة ومختلف فئات المجتمع، وتحسين القيمة المضافة والناتج القومي وأثرها الايجابية على مختلف المتغيرات الاقتصادية الكلية المباشرة وغير المباشرة، بالإضافة إلى خلق وتنمية علاقات بين القطاع السياحي ومختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى، فيما يعتبر القطاع السياحي قطاعا فعال في تحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم.

الفصل الثالث:

تشخيص واقع تطوير القطاع السياحي ومساهمته في التنمية الاقتصادية بالجزائر، تونس والمغرب

الفصل الثالث: تشخيص واقع تطوير القطاع السياحي ومساهمته في التنمية الاقتصادية في الجزائر، تونس والمغرب

تمهيد

لتطوير القطاع السياحي لابد من توفر مجموعة من المقومات، والتي تتمثل أساسا في المقومات الطبيعية والتاريخية والحضارية، إلا أن هذه المقومات غير كافية لجدب السياح، فلابد من توافر عناصر أخرى من شأنها أن ترفع من مستوى الحركة السياحية الوافدة إليها وتتمثل في البنى التحتية المرتبطة بالقطاع السياحي، وخدمات متنوعة كالنقل والاتصال وتوفير الأمن والطمأنينة للسائح وغيرها، وتندرج هذه الأنشطة ضمن استراتيجيات الدولة الهادفة إلى إبراز واستغلال الموارد السياحية، وتفعيل دورها في التنمية الاقتصادية للدولة.

سعت دول المغرب العربي الجزائر، تونس والمغرب إلى النهوض بالقطاع السياحي وتطويره من خلال وضع استراتيجيات وبرامج من أجل تفعيل دوره في تنمية الاقتصادية، والاستفادة من المنافع الاقتصادية المترتبة من تطوير هذا القطاع الذي أصبح من القطاعات الاقتصادية المعمول عليها في عصرنا الحالي.

وفي هذا الفصل سنتطرق إلى المقومات السياحية، استراتيجيات تطوير القطاع السياحي والمؤشرات السياحية ومساهمات القطاع في التنمية الاقتصادية على شكل دراسة مقارنة بين الجزائر تونس والمغرب والوقوف على واقع القطاع السياحي في كل بلد على حدا.

وعلى هذا الأساس قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث وهي:

- **المبحث الأول: المقومات السياحية في الجزائر، تونس والمغرب.**
- **المبحث الثاني: استراتيجية تطوير القطاع السياحي في كل من الجزائر، تونس والمغرب.**
- **المبحث الثالث: مؤشرات السياحة ومساهمتها في التنمية الاقتصادية في الجزائر، تونس والمغرب.**

المبحث الأول: المقومات السياحة في الجزائر، تونس والمغرب

تعتبر المقومات السياحية لأي بلد الواجهة التي تعطي النظرة الايجابية أو السلبية للبلد نفسه، إذ تعتبر الركيزة الأساسية للعرض السياحي وعامل من العوامل الرئيسية المحدد للطلب السياحي ومنها المقومات الطبيعية والمادية والتاريخية والحضارية، التي وجب تنميتها وتطويرها للاستفادة منها وتدعيم دورها في التنمية الاقتصادية، مع العمل على استدامتها وحمايتها من التدهور والاندثار.

المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر

تقع الجزائر في الضفة الغربية لحوض البحر الأبيض المتوسط، تحتل مركزا محوريا في المغرب العربي وإفريقيا والبحر الأبيض المتوسط، بفضل طابعها الجغرافي والاقتصادي ومميزاتها الاجتماعية والثقافية وسمات تميّزها بطبيعتها الأصلية ومواردها المتعددة.

ونظرا لهذا الواقع جعلت الطبيعة من الجزائر ملتقى للتيارات الحضارية القوية والمتنوعة والتي شكل التاريخ مجموعة من أشهر المجموعات في العالم.

1- المقومات الطبيعية

تتميّز الجزائر بثروات زاخرة ومناظرها المتنوعة، فهي تتربع على مساحة تقدر بـ 2381741 كلم^2 أي ما يعادل حوالي 14.5 مرة ضعف مساحة تونس، ونجد فيها الجبال الشاهقة والهضاب العليا الفسيحة، السهول، الصحاري والسواحل البحرية الممتدة على طول 1200 كلم على ضفاف البحر الأبيض المتوسط وهي سواحل ساحرة الحسن والجمال. [1]

وبفعل اتساع مساحة الجزائر فإنّ حدودها تربطها بعدّة دول، فمن الشرق تحدّها تونس على طول 956 كلم، وليبيا بـ 962 كلم، من الغرب المملكة المغربية بـ 1559 كلم والصحراء الغربية بـ 42 كلم، من الجنوب الغربي موريطانيا بـ 463 كلم، من الجنوب مالي بـ 1367 كلم والنيجر بـ 956 كلم، ومن الشمال البحر الأبيض المتوسط بـ 1200 كلم.[2]

أمّا بالنسبة لمناخ الجزائر فهو يتنوّع من جاف إلى شبه جاف، ويسوده طقس معتدل ممطـــر في الشتاء، حار جاف في الصيف بمحاذاة الساحل، ويكون الطقس أكثر جفافا مع شتاء بارد وصيـف حـــار

---

[1] خالد كواش، **مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، د س، ص 215.

[2] محمد الهادي لعروق، **أطلس العالم والجزائر**، دار الهدى، عين مليلة، 2002، ص 44.

في مناطق المرتفعات المنبسطة، وتهب الرياح الجنوبية الحارة المحملة بالأتربة بصورة كبيرة في الصيف.[1]

2- المقومات التاريخية والأثرية

عرفت الجزائر الحضارة عبر مختلف العصور فقد عثر على بقايا وآثار نشاط إنساني تعود إلى نحو سبعة آلاف عام ق.م، واحتكت بعدّة حضارات سجّلها التاريخ كالحضارة الفينيقية التي تعامل معها الأمازيغيون سكان الجزائر أنداك، خضعت الجزائر في القرن السابع ق.م لحكم قرطاج ثم احتلها الرومان سنة 42 ق.م، وفي عام 682م بدأ عصرها العربي الإسلامي.[2]

بالرجوع إلى قائمة التراث العالمي **(World Héritage List)** المدرجة من طرف لجنة التراث العالمي في اليونسكو ضمن واقع التراث الدولية التي يمكن أن تكون هذه المواقع طبيعية كالغابات وسلاسل الجبال، وقد تكون من صنع الإنسان كالبنايات والمدن.

الجدول رقم (11): المواقع التراثية في الجزائر

المواقع التراثية	نوع التراث	تاريخ إدراجه
قلعة بني حماد	ثقافي	1980
جميلة	ثقافي	1982
وادي ميزاب	ثقافي	1980
تسالي ناجير	مختلط	1992
تيمقاد	ثقافي	1982
تيبازة	ثقافي	1982
قصبة الجزائر	ثقافي	1992

La Source : UNESCO, World Héritage List, URL : http://unesco.org/ en/List, consulté le : 15/04/2017.

3- مقومات البنية التحتية

3-1- النقل والمواصلات: تمثل شبكة المواصلات إحدى العوامل الهامة والمؤثرة في التنمية السياحية، بل في التطور الاقتصادي والتنمية الاجتماعية للدول حيث أنّ كفاءة شبكات النقل وكثافتها هي من المؤشرات المحددة لدرجة تقدم الدول أو تأخرها، وتزداد أهمية قطاع النقل والمواصلات في الجزائر نظرا لشساعة مساحتها، والتي تتطلب شبكة واسعة للمواصلات لخدمة النشاط الاقتصادي، وقد حققت الجزائر منجزات

[1] الديوان الوطني للسياحة، جغرافية الجزائر http:// www.ont.dz / Cites-antiques.html. تاريخ التصفح: 2017/04/16.

[2] http:// www.faaqtravel.com/vb/archive/index.php/t.320.Html, Consulté le : 17/04/2017.

هامة في ميدان تطوير وتنمية قطاع النقل والمواصلات فيما يخص النقل البـري، السكـــك الحديديـــة، النقـــل على مستوى العالم العربي.[1]

وتتوزع شبكات النقل والمواصلات في الزائر على النحو التالي:[2]

- **الطرق البرية:** تمتلك الجزائر أكثر من 104 ألف كلم منها 25% طرق ترابية صالحة للسير والحركة والباقي ذو نوعية متوسطة، كما تربط الجزائر مع دول الساحل طريق عابر للصحراء يسمى طريق الوحدة الإفريقية على مساحة 2344 كلم^2 لتسهيل الوصول إلى موانئ الجزائر، كما أنشأت الطريق السيار شرق غرب والذي يربط حدودها مع كل من تونس والمغرب لتسهيل الحركة بين جهات الوطن والذي يبلغ مساحة 1216 كلم^2.

- **السكك الحديدية:** تربط شبكة السكة الحديدية أهم المدن الشمالية ببعضها وتصل خطوطها من مناطق استخراج المواد الأولية إلى وصولها للمدن الصناعية والموانئ، وتعدّ من أهم الدول الإفريقية من حيث كثافة السكك الحديدية، والتي يبلغ طولها 4200 كلم منها 215 كلم خطوط مكهربة، وتغطي 17% من النقل البري.

- **النقل الجوي:** نظرا لشساعة المساحة وبعد المسافات بين جهات الجزائر واتساع مساحة الصحراء أصبح للنقل الجوي أهمية خاصة، ويتكون الأسطول الجوي من 63 طائرة معظمها من نوع بوينغ وإيرباص، وتضمن شركة الخطوط الجوية الجزائرية سنويا نقل 3.6 مليون مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع كما يوجد 55 مطار منها 12 مطار دولي والباقي داخلي جهوي أو خاص أهمها مطار هواري بومدين ومطار وهران.

- **النقل البحري:** يتم النقل البحري عبر 17 ميناء بعضها مخصص لتصدير المحروقات كميناء بجاية وسكيكدة، بينما ميناء الجزائر العاصمة، وهران وعنابة موانئ متعددة النشاطات، كما يتضمن الأسطول البحري 74 سفينة بحرية منها 5 ناقلات بترول، وناقلات الغاز السائل، 7 لنقل المواد الكيميائية و3 لنقل الأفراد والبضائع.

3-2- الاتصالات: إنّ التحولات الاقتصادية الكبرى التي اعتمدتها الجزائر، والتي ارتكزت على الانفتاح على أسواق الدولة إلى تحرير قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية مما أدى إلى ثورة الاتصالات من خلال

---

[1] خالد كواش، **أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة- حالة الجزائر**-، مرجع سابق، ص 117.

[2] اسماعيل بوغازي، لمين تغليسية، **واقع التنمية السياحية في الجزائر وآفاق تطويرها**، ملتقى دولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، - تقييم واستشراف-، جامعة غرداية، يومي 26 و27 فيفري 2013، ص 5.

التطور الكبير الذي عرفه الهاتف المحمول، فبالإضافة إلى المتعامل موبيليس فقد تعززت هذه الوضعية بدخول متعاملين جدد وهما المتعامل الروسي فمبلكوم تحت اسم "جيزي" والقطري كيوتيل تحت اسم "أوريدو" ممّا أدى إلى زيادة المنافسة وازدياد عدد مستعملي الهاتف.

4- الطاقــة الفندقية

تعدّ الطاقة الفندقية من بين أهم المؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها في معرفة مدى تقييم القطاع السياحي في بلد معين، وبالنسبة للجزائر فإنّ الطاقة الإيوائية للهياكل الفندقية التي تمتلكها تمتاز بالضعف والتباين في التوزيع، مما يجعلها بعيدة عن الأسواق السياحية الأخرى، وعدم استغلالها للإمكانيات المتاحة.

من خلال الجدول التالي سنوضح عدد المؤسسات السياحية وعدد الأسرة في الجزائر ما بين (2005-2014)

جدول رقم (12): تطور عدد المؤسسات السياحية وعدد الأسرة في الجزائر خلال الفترة (2005- 2014)

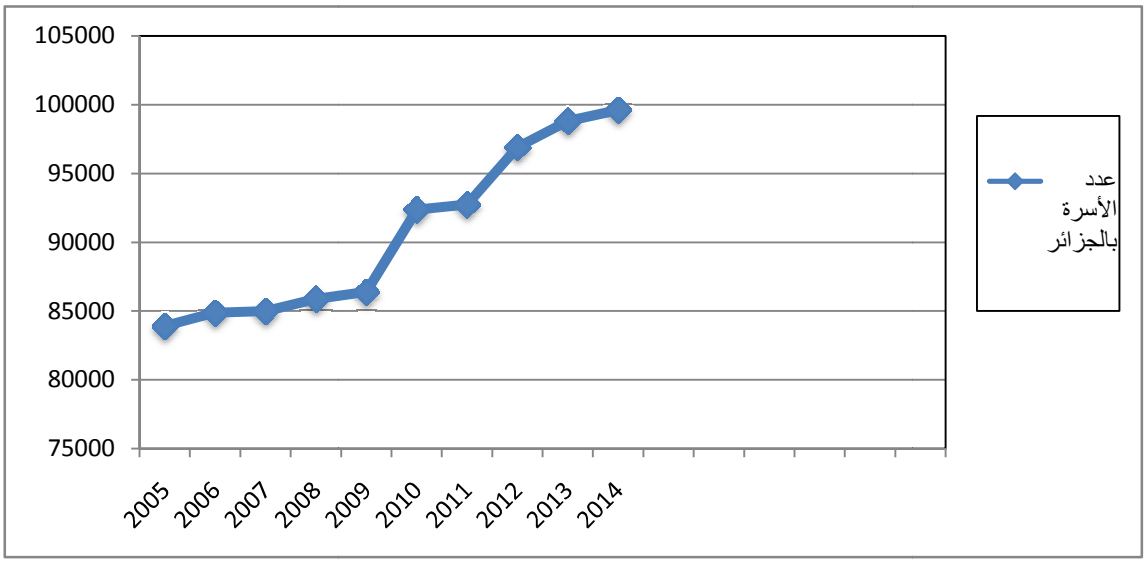
السنوات	عدد المؤسسات السياحية		عدد الأسرّة	
	العدد	نسبة التغيير (%)	العدد	نسبة التغيير (%)
2005	1105	4.54	83895	2.25
2006	1134	2.62	84869	1.16
2007	1140	0.52	85000	0.15
2008	1147	0.61	85876	1.03
2009	1151	0.34	86383	0.59
2010	1152	0.08	92377	6.93
2011	1184	2.77	92737	6.93
2012	/	/	96898	0.38
2013	1176	-0.67	98804	6.54
2014	1185	0.76	99605	0.81

La source ; -Office national des statistiques, www.ons.dz. Consulté le : 20/04/2017.
-Ministère de l'aménagement urbain, le tourisme et de l'artisanat.www.mtta.gov.dz, consulté le 20/04/2017.

من خلال الجدول يتضح بأنّ عدد المؤسسات السياحية في الجزائر لم تشهد زيادة كبيرة، إذ بلغ إجمالي المؤسسات السياحية بالجزائر 1105 مؤسسة سياحية سنة 2005، ثم بعدها كان هناك زيادة ضئيلة سنة 2014 بـ 1185 مؤسسة سياحية.

نفس الأمر بالنسبة لعدد الأسرة حيث يوضحها أكثر الشكل الموالي:

الشكل رقم (08): تطور عدد الأسرة في الجزائر خلال الفترة (2005-2014)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم (12).

من خلال المنحنى البياني يتضح بأنّ عدد الأسرة في الجزائر لم يشهد زيادة كبيرة، وخاصة من سنة 2005 بعدد 83895 سرير إلى 2011 بعدد 92737 سرير ليرتفع العدد نوعا ما سنة 2014 إلى 99605 سرير، وهذا ما يفسّر ضعف الطاقة السريرية في الجزائر مقارنة بما حققته تونس والمغرب، إذ ورغم البرامج الموضوعة لتطوير القطاع السياحي لم نلاحظ النمو الكبير في عدد الأسرة على أرض الواقع على العكس من ذلك نجحت تونس والمغرب في تطوير الطاقة السريرية من خلال البرامج والاستراتيجيات والتطبيق الفعلي لها، إذ يعكس ذلك مدى أهمية القطاع السياحي بالنسبة لدول المقارنة.

المطلب الثاني: المقومات السياحية في تونس

تتمتع تونس بمقومات سياحية جعلت منها بلد مستقبلا للسياح من وجهات مختلفة وبجنسيات متعددة، وهذا ما أثر بصفة إيجابية على التنمية الاقتصادية لتونس بصفة عامة.

1- المقومات الطبيعية

تعتبر تونس من أصغر الأقطار بالمغرب العربي مساحة بـ 163610 كلم^2، وتعد الأكثر تأثرا بالبحر الأبيض المتوسط الذي يحيط بها من الشمال والشرق، وهذا ما انعكس على المجال الطبيعي، تعددت هذه المقومات الطبيعية ما بين الموقع الجغرافي، التضاريس والمناخ، حيث يعتبر الموقع الجغرافي عاملا أساسيا وهاما في التدفق السياحي على المناطق المختلفة، وتتمثل أهميته في تحديد خصائص المناخ وأشكال النبات، إذ يعتبر الموقع الجغرافي لتونس نقطة جذب رئيسية للسياح، حيث تشكل تونس بموقعها الزاوية الشمالية الشرقية لدول المغرب العربي، إضافة إلى موقعها الاستراتيجي على الحوض الجنوبي للبحر الأبيض المتوسط، ما يجعلها نقطة اتصال مهمة بين أوروبا والعالم العربي.

وفيما يخص المناخ فهو معتدل متوسطي في الشمال وعلى طول السواحل، وشبه جاف داخل البلاد وفي الجنوب، وتتميز تونس كذلك بشمسها المشرقة معظم أيام السنة، أمّا درجة الحرارة فيبلغ معدلها في فصل الشتاء نحو 12 درجة مئوية مع سقوط الأمطار، أما في فصل الصيف فيبلغ معدل درجات الحرارة نحو 29 درجة مئوية، تتنوع التضاريس في تونس بين الجبال والشواطئ والصحراء، إلا أن هذه التضاريس قليلة الارتفاع، حيث تصل أعلى قمة في تونس إلى حوالي 1544م وتشمل تضاريسها مجموعة من السهول منها سهول طبرقة، بنزرت، الركبة، وسهل كوكة، أمّا الجنوب التونسي فهو عبارة عن منطقة صحراوية تتميز بانخفاض ارتفاعها إلى حوالي 17م تحت مستوى سطح البحر، ويشكل النبات عنصر هاما من عناصر الجذب السياحي، لما يحققه من تنوع وأشكال ومناظر طبيعية. [1]

2- المقومـــات التاريخية والأثرية

تعتبر تونس من أهم البلدان السياحية رواجا في إفريقيا، وتضم آثار فينيقية وإفريقية وعربية، ويوجد بها جامع الزيتونة الذي يعتبر من أقدس الأمكنة فيها، وقد كان في الفترة 724م وحتى 1958 قبلة لطلاب العلم، وقد عرفت تونس الحضارات التالية، القرطاجيون، الرومان، الوندال، البيزنطيون، العرب والأتراك، وتعتبر المدينة القديمة لتونس العاصمة ومدينة قرطاج، أهم المدن التاريخية في البلاد إضافة إلى ذلك تتميز تونس بصناعاتها التقليدية اليدوية مثل: صناعات النحاس، الفخار، النسيج، الجلود والحلي البربري الأصيل.

ومن بين أهم نقاط الجذب في تونس نجد:

---

[1] عبد القادر عويناني، **السياحة في الجزائر- الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025**-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 2013، ص 106، 107.

الجدول رقم (13): أهم المناطق التاريخية والأثرية في تونس

المناطق	أهم ما يميز المنطقة
تونس العاصمة	الأحياء السكنية العصرية والمعالم الفينيقية والآثار الرومانية، الطابع المعماري الفريد
توزر	صناعة المنتوجات ذات الجودة العالية، السجاد والمنتوجات التقليدية.
المنستير	القلعة الكبيرة، مساحاتها الخضراء وحدائقها الكبيرة.
القيروان	جامع القيروان، سور القيروان العظيم، أسواق السجاد الزاخرة، مقام أبي زمعة.
طبرقة	الطابع المعماري المميز، المتاحف الأثرية ، المهرجان الدولي للجاز.

المصدر: زيد منير عبوي، السياحة في الوطن العربي، دراسة لأهم المواقع السياحية العربية، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص ص 239-244.

3- مقومات البنية التحتية في تونس

3-1- النقل والمواصلات

يعتبر النقل مهما في تطوير السياحة والعكس صحيح، حيث أنّه بدون إمكانية التنقل بصفة مؤكدة ومنظمة فإنه لا يمكن أن يحدث أي تطور سياحي، وبالنسبة لتونس فإنّها تتوفر على بنية تحتية هامة للتنقل، حيث حققت تطورا كبيرا على المستويين الكمي والنوعي فيما يخص النقل البري، البحري والجوي، وتتوزع شبكات النقل والمواصلات بتونس كما يلي: [1]

- **الطرق البرية:** تتوفر تونس على شبكات الطرق طولها 19000 كلم، وطرق سيار طولها 193 كلم موزعة على كافة تراب الجمهورية، ونتج عن تفاقم حجم المبادلات إقرار أشغال هامة من طاقة الشبكة الحالية وتهيئتها باتجاه الجنوب والغرب.

- **السكك الحديدية:** يبلغ طول السكة الحديدية بتونس 2656 كلم وتغطي كامل تراب الجمهورية، وتؤمن السكة الحديدية نقل 39.9 مليون راكب في السنة وما يقارب 13 مليون من البضائع، حيث قامت الجمهورية باقتناء 03 قطارات كهربائية منذ 2010 بالإضافة إلى 10 قطارات جديدة، وقد ساهمت في تحسين خدمات الشركة الوطنية للسكة الحديدية.

- **النقل الجوي:** يوجد بتونس 07 مطارات دولية تغطي جميع الجهات التونسية، وتبلغ طاقة المطارات 10.550 مليون مسافر سنويا مما تحقق 170 رحلة أسبوعيا باتجاه أوروبا، بالإضافة إلى الخطوط الجوية الداخلية.

[1] وزارة التكوين المهني والتشغيل، **النقل والمواصلات في تونس** .http://www.emploi.nat.tn/Fo/ar/global.php. تاريخ التصفح: 2017/04/28.

- **النقل البحري:** تتكون بنية النقل البحري لتونس من 07 موانئ للاستعمالات المختلفة، حيث يسمح تنوع أنشطة هذه الموانئ وتكاملها كذلك مواقعها الفريدة من استيعاب أي صنف من البواخر، وأظهرت إحصائيات حديثة صادرة عن وزارة النقل أنّ توقف الرحلات السياحية البحرية نحو تونس، أدى إلى تقهقر بنسبة 81 % من عدد السياح المتوافين على البلاد عبر الموانئ إذ انخفض عددهم منذ 2011 إلى 6393 سائح مقابل 32792 سائح خلال نفس الفترة من 2010.

3-2 الاتصالات

تعتبر تونس من بين الاقتصاديات الأكثر ديناميكية في إفريقيا في مجال تكنولوجيا الإعلام، كما تعتبر من بين البلدان الإفريقية المتقدمة في هذا القطاع، وفي مجال تصدير الخدمات الإعلامية، واقتصاد المعرفة التي حققت فيه مستوى عالي، حيث بلغ عدد المشتركين في الهاتف الجوال بتونس سنة 2007 حوالي 8 ملايين مشترك، وترجع بداية خدمة الهاتف الجوال إلى مارس 1998، وقد بقيت اتصالات تونس متفردة في السوق إلى سنة 2002، أما بالنسبة لعدد مستعملي الإنترنت حوالي مليون و200 ألف شخص سنة 2007، كما يوجد بالبلاد 281 مركز عمومي للإنترنت.

وقد سطرت وزارة تكنولوجيا الاتصال التونسية خلال الفترة ما بين (2009-2014) ضمن أهدافها المستقبلية بلوغ مليون مشترك جديد بالإنترنت ذات التدفق العالي.[1]

4- الطاقة الفندقية

4-1- عدد المؤسسات السياحية وعدد الأسرة

من خلال الجدول التالي سنوضح عدد المؤسسات الفندقية وعدد الأسرة في تونس ما بين (2005 -2015) كما يلي:

[1] كريمة الماجري: تونس **تحتل المراتب الأولى في قطاع تكنولوجيا الاتصال بإفريقيا**،http:// www.turess.com تاريخ التصفح: 2017/04/29.

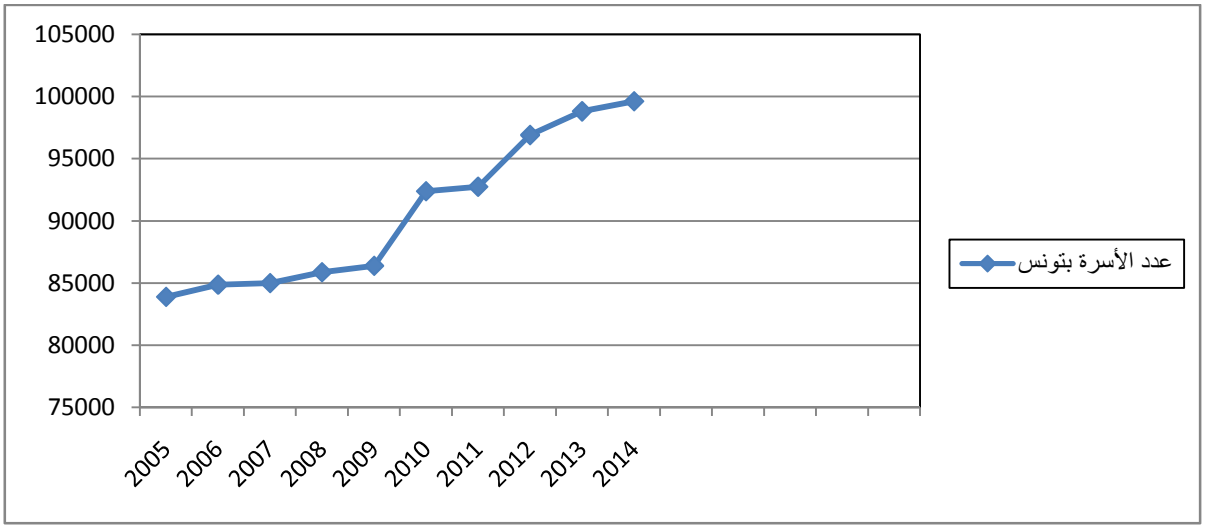
جدول رقم (14): تطور عدد المؤسسات السياحية وعدد الأسرّة في تونس خلال الفترة(2005-2015)

التصنيف	عدد المؤسسات السياحية		عدد الأسرّة	
النسبة	العدد	نسبة التغيير (%)	العدد	نسبة التغيير (%)
2005	816	2	229837	1.62
2006	826	1.22	231838	0.87
2007	834	0.96	235727	1.67
2008	836	0.23	238495	1.17
2009	856	2.39	239890	0.58
2010	856	0	241528	0.68
2011	861	0.58	242146	0.25
2012	846	-1.74	241997	- 0.06
2013	847	0.11	240200	0.74
2014	848	0.11	240000	0.08
2015	862	1.65	241400	0.58

La source : Institut National de statisique – http://www.ins.nat-tn –consulté le : 29/04/2017.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أنّ عدد المؤسسات السياحية بتونس خلال الفترة (2005-2015) في زيادة مستمرة حيث قدرت سنة 2005 بـ 816 مؤسسة سياحية ليصل العدد إلى 862 مؤسسة سياحية سنة 2015.

الشكل رقم (09): تطور عدد الأسرة في تونس خلال الفترة (2005-2015)



المصدر: من إعدادا الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم (14).

من خلال المنحنى البياني يتضح بأنّ الدولة التونسية حققت زيادة كبيرة من ناحية عدد الأسرة، ففي سنة 2005 كان هناك 229837 سرير إلى 241400 سرير في 2015، وهذا ما يفسر التوجه الذي تتبعه الدولة التونسية من أجل تنمية القطاع السياحي من خلال تحسين عدد الأسرة، وتشجيع المستثمرين المحليين والأجانب على الاستثمار في هذا المجال.

المطلب الثالث: المقومات السياحية بالمغرب

يتوفر المغرب على إمكانيات طبيعية وحضارية على درجة كبيرة من الأهمية ساعدته على تطوير قطاعه السياحي، وعلى استقطاب السياحة الإقليمية الدولية، وتظهر هذه الإمكانيات في العناصر التالية:

1- المقومات الطبيعية

يتمتع المغرب بموقع جغرافي مهم، إذ يقع شمال غرب القارة الإفريقية، ويتميز بواجهتين بحريتين المحيط الأطلسي في الغرب والبحر المتوسط في الشمال، ويعتبر موقعه الاستراتيجي من بين المقومات الطبيعية الهامة إضافة إلى شريط ساحلي يمتد على طول 3500 كلم، توفر للزائر إمكانية ممارسة هواياته في السباحة والنزهة وصيد الأسماك.

كما تتخلل مساحته سلاسل جبلية، تتمثل في سلسلة الأطلس الكبرى، إذ يمثل جبل "طوبقال" أعلى قمة في هذه السلسلة بـ 4165، وهي أعلى قمة جبلية في الوطن العربي، وجبال "الريف" والتي تعرف بالأطلس الساحلي، على شكل أقواس واسعة، أعلى قمة بجبل "تدرغين" (2465 في الوسط و1800 في الشرق)، ويعتقد بأن هذه السلسلة هي امتداد لجبال "سيرانيفدا" في إسبانيا، وإنما كانتا ملتصقتين قبل أن يكون مضيق جبل طارق، إلى جانب ذلك توجد سلسلة الأطلس الوسطى وأشهر هذه السلسلة "جبال بربلات" 3190 فوق سطح البحر، وجبل "بوناصر" 3326 الذي يتميز بكثرة البحيرات والشلالات.

وتشمل أراضي المغرب على صحراء تمتد وراء سلسلة الأطلس الصغير جنوبا، تتميز بجفافها وبرمالها وواحاتها المتناثرة عبر مساحتها الصحراوية، وتعتبر الصحراء أحد المنتوجات السياحية التي يسعى المغرب إلى تطويرها وتحسين مستوى الخدمات بها، لتلبية حاجيات طالبي هذا النمط السياحي.[1]

2- المقومات التاريخية والأثرية

يتوفر المغرب على عدد كبير من المواقع الأثرية التاريخية، منها ما يعود إلى العصر الحجري على غرار مقالع طومة ومغارة تافوغالت، ومنها ما يعود إلى ما قبل الإسلام على غرار موقع ثمودة وموقع

[1] صليحة عشي، **الآثار التنموية للسياحة –دراسة مقارنة بين الجزائر تونس والمغرب–**، مرجع سابق، ص 30.

الأقواس الأثري، كما يتوفر المغرب على مواقع أثرية ومعالم تاريخية تعكس الحضارة الإسلامية على غرار موقع القصر الصغير، مدينة سبتة الإسلامية وضريح المعتمد بن عباد ومن أهم نقاط الجذب في المغرب[1]، موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15): أهم المناطق التاريخية والحضرية في المغرب

المناطق	خصائص المنطقة
الرباط	الجامعات والمعاهد العلمية والتقنية، شارع الحسن الثانين صور الأندلس، السوق العتيق.
الدار البيضاء	طابعها المغربي الإنساني، المباني الشاهقة الفخمة، الميناء
فاس	الآثار القديمة، جامعة القرويين، أسواق شعبية
طنجة	معالم تاريخية، حديقة المنوبية، السوق الكبير
مراكش	القصور الفخمة، المساجد الكبيرة، المدارس، الصناعات التقليدية

المصدر: زيد منير عبوي، مرجع سابق، ص ص، 256- 262.

3- مقومات البنية التحتية في المغرب

3-2- النقل والمواصلات

يمتلك المغرب بنية تحتية متواضعة للنقل والمواصلات، لكن تبذل المغرب جهودا كبيرة من أجل تطوير هذا القطاع الذي بات يشهد توسعا يوما بعد آخر وهذا تماشيا مع النمو الاقتصادي للبلاد، وتتوزع شبكات النقل والمواصلات في المغرب كما يلي:

- **الطرق البرية:** يتولى النقل البري في المملكة المغربية نسبة 75 % من إجمالي نقل البضائع، و95 % من نقل المسافرين، ويتوفر المغرب على 57847 كلم من الطرق الرئيسية والثانوية، وتسعى الدولة إلى تسريع وتيرة إنجاز الطرق السيارة بالمغرب حيث وضعت مخططا واسعا لتحديث البنيات الطرقية من أجل فك العزلة على العالم القروي بها، وإدماجها في التنمية.

- **السكة الحديدية:** يمتد طول السكة الحديدية بالمغرب 1907 كلم، وتوجد بها 97 محطة قطار لتخدم 12 مليون راكب في السنة، وقامت المغرب باقتناء 14 قطار فائق السرعة في عام 2010، حيث تمّ تدشين المشروع في أكتوبر 2011، وتعمل المغرب على تطوير قطاع النقل بالسكك الحديدية بإنشاء نفق جبل

[1] وزارة الثقافة المغربية، **مواقع ما قبل التاريخ** http:// www.miniculture.gov.ma تاريخ التصفح: 2017/04/29.

طارق يقترح فيه الربط بين طنجة بالمغرب وإسبانيا تحت مضيق جبل طارق، حيث سيبدأ تشغيله أفاق 2025، بالإضافة إلى مشاريع الخطوط عالية السرعة تكون داخلية.

- **النقل الجوي:** لدى المغرب 23 مطار دوليا، حيث أن أكثر من 07 ملايين راكب يهبطون كل سنة في هذه المطارات، بالإضافة إلى الرحلات التي تكون داخل المملكة، ووضعت الدولة مخططا لتطوير النقل الجوي بالمغرب من خلال الاستثمارات في ميدان سلامة الطيران، واستحداث بنيات جديدة لمواكبة التحولات التي يفرضها تحرير هذا القطاع.

- **النقل البحري:** يتوفر المغرب على موقع جغرافي ملائم وعلى مؤهلات بحرية مهمة تمتد على طول 3500 كلم من الشواطئ ثلثها في البحر الأبيض المتوسط والباقي على المحيط الأطلسي، وسجل عدد المسافرين عبر الموانئ المغربية سنة 2012 زيادة بلغت 3%، حيث بلغ العدد 4 ملايين و158788 مسافر مقابل 4 ملايين و35056 مسافر سنة 2011.

3-2- الاتصالات

وضعت الحكومة المغربية في بداية سنة 2010 مبادئ توجيهية عامة لتطوير البنية التحتية للاتصالات بالمغرب، وذلك من أجل تعميم استفادة جميع أنحاء المملكة دون استثناء من الولوج إلى التقنيات الحديثة للحد من الفجوة الرقمية لتشجيع التنمية على نطاق واسع.

وتشير آخر إحصائيات 2013 بأنه بلغ عدد الهواتف الثابتة مليون و300 ألف خط، بينما يزيد عدد الهواتف المحمولة ليصل إلى أكثر من 9 ملايين و300 خط، أمّا فيما يخص شبكة الإنترنت فيصل عدد مستخدميها إلى أكثر من مليون و200 ألف مستخدم حيث عرفت هذه الخدمة خطوة ضخمة خلال السنوات القليلة الماضية.[1]

4- الطاقة الفندقية

ركزت السلطات المغربية على القيام ببرامج تنموية للنهوض بالقطاع السياحي وتطوير هياكله الفندقية وقدراتها، وذلك بهدف الوصول إلى مستويات المنافسة سواء كانت المنافسة الإقليمية أو الدولية، إلا أنها لا ترقى إلى المستوى الذي يطمح المغرب لتحقيقه.

[1] وزارة الاتصال المغربية، **الاتصالات في المغرب**، http:// www.mincom.gov.ma ، تاريخ التصفح: 2017/04/29.

من خلال الجدول التالي، سنوضح عدد المؤسسات السياحية وعدد الأسرة في المغرب ما بين (2005-2015)

الجدول رقم (16): تطور عدد المؤسسات السياحية وعدد الأسرة في المغرب خلال الفترة (2005-2015)

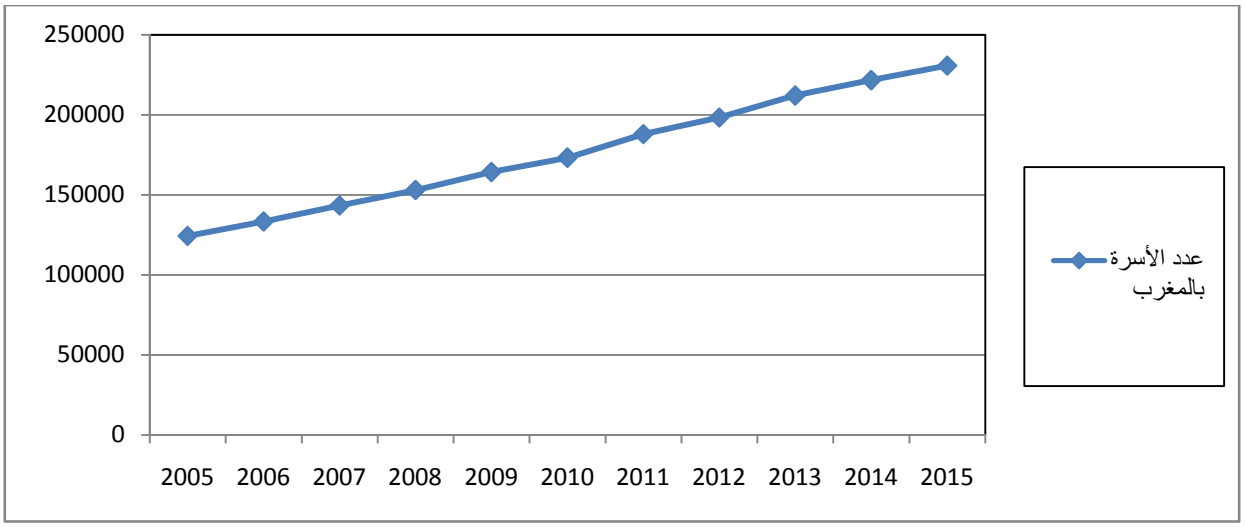
التصنيف	عدد المؤسسات السياحية		عدد الأسرّة	
النسبة	العدد	نسبة التغيير (%)	العدد	نسبة التغيير (%)
2005	1148	%19.86	124270	4.21
2006	1345	%17.16	133230	7.21
2007	1543	%14.72	143221	7.49
2008	1720	%11.47	152936	6.78
2009	/	/	/	/
2010	2003	%8.22	173133	6.60
2011	2375	%18.57	187827	8.48
2012	2754	% 15.95	198211	5.52
2013	2961	%7.51	211974	6.94
2014	3198	%8	221611	4.54
2015	3509	%9.72	230628	4.06

La source: secrétariat chargé du tourisme, le tourisme en chiffres, rabbat, 2015, p 49.
- secrétariat chargé du tourisme, le tourisme en chiffres , rabbat, 2014, p 50.
- secrétariat chargé du tourisme, le tourisme en chiffres, rabbat, 2013, p 50.
- secrétariat chargé du tourisme, le tourisme en chiffres , rabbat, 2015, p 50.

من خلال الجدول يتضح بأن عدد المؤسسات السياحية في المغرب عرفت زيادة في عددها خلال الفترة الممتدة ما بين 2005-2015، إذ بلغ إجمالي المؤسسات السياحية بالمغرب 1148 مؤسسة سياحية سنة 2005، ليصل سنة 2015 إلى 3509 مؤسسة سياحية.

نفس الأمر بالنسبة للطاقة السريرية التي يوضحها أكثر الشكل الموالي:

الشكل رقم (10): تطور عدد الأسرة في المغرب خلال الفترة (2005-2015)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم (16)

من خلال المنحنى البياني يتضح بأن عدد الأسرة في المغرب شهدت زيادة معتبرة من سنة لأخرى، ففي سنة 2005 كان العدد 124270 سرير ليصل العدد سنة 2015 إلى 230628 سرير وهذا ما يبرز التطور الكبير الذي شهده القطاع السياحي من ناحية عدد الأسرّة في المغرب.

المطلب الرابع: مقارنة المقومات السياحية بين الجزائر وتونس والمغرب

لاحظنا من خلال استعراضنا للمقومات السياحية الطبيعية والتاريخية والأثرية والحضارية لدول المقارنة، التشابه الكبير بينها بداية بالمقومات الطبيعية باعتبارها دول جوار فهي تملك نفس المناخ والتضاريس والسواحل إضافة إلى وجود صحراء في كل بلد، ويوجد أيضا تشابه كبير في الجبال والهضاب والسهول، ولكن الاختلاف الوحيد الملاحظ يكمن في المساحة الجغرافية، حيث نلاحظ بأن الجزائر تفوق بكثير المغرب ثم تونس في شساعة مساحتها، وهو ما يعطيها تنوع أكبر بكثير في الموارد السياحية الطبيعية، إضافة إلى طول الشريط الساحلي، والملاحظ أيضا أن المغرب يحوز على واجهتين بحريتين الأولى مطلة على البحر المتوسط والثانية مطلة على المحيط الأطلسي.

بالنظر إلى المقومات التاريخية والأثرية لبلدان المقارنة لاحظنا أيضا التشابه الكبير بين الدول الثلاثة وهذا بحكم التاريخ المشترك والحضارات المتعاقبة على هذه الدول، منها الحضارة الفينيقية، القرطاجية، الوندال، الرومان، العثمان، الاستعمار الفرنسي ... إلخ، وما خلفته تلك الحضارات من آثار ومنشآت متشابهة في المناطق المختلفة في دول المقارنة، إضافة إلى الجذور الأمازيغية المشتركة للسكان، التحدث باللغة الأمازيغية، العربية والفرنسية، وهذا ما يدعم التشابه الكبير.

كما تعتبر مقومات البنى التحتية مهمة أيضا لجذب السياح لكل بلد، وتختلف نوعا ما لدول المقارنة حيث لاحظنا الاختلاف في طول الطرق البرية باعتبار أنّ الجزائر وبحكم شساعة مساحتها تملك أكبر شبكة للطرق البرية تليها المغرب ثم تونس، لكن فيما يخص السكك الحديدية الجزائر تملك أكبر شبكة ثم تليها تونس ثم المغرب، أما فيما يخص النقل الجوي فالجزائر تملك عدد مطارات يقدر بـ 63 مطارا تليها المغرب بـ 23 مطار أمّا تونس فتملك 7 مطارات.

الاختلاف الكبير الملاحظ للمقومات المادية للدول المقارنة يكمن في الطاقة الفندقية والجدول التالي يوضح ذلك أكثر:

الجدول رقم (17): تطور عدد الأسرة في الجزائر تونس، والمغرب للفترة 2005

السنوات	الجزائر		تونس		المغرب	
	عدد الأسرة	نسبة التطور (%)	عدد الأسرة	نسبة التطور(%)	عدد الأسرة	نسبة التطور (%)
2005	83895	2.25	229837	1.62	124270	4.21
2006	84869	1.16	231838	0.87	133230	7.21
2007	85000	0.15	235727	1.67	143221	7.49
2008	85876	1.03	238495	1.17	152936	6.78
2009	86383	0.59	239890	0.58	164187	7.35
2010	92377	6.93	241528	0.68	173133	6.60
2011	92737	0.38	242146	0.25	187827	8.48
2012	96898	4.48	241997	-0.06	198211	5.52
2013	98804	6.54	240249	-0.72	211974	6.94
2014	99605	0.81	240077	-0.07	221611	5.54
2015	/	/	241392	0.55	230628	4.06
متوسط نسبة التطور	/	2.43	/	0.59	/	6.28

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجداول (12)، (14)، (16).

نلاحظ من الجدول بأن الطاقة السريرية لتونس هي الأكبر، حيث انتقلت من 229 ألف سرير سنة 2005 إلى ما يقدر بـ 241 ألف سرير سنة 2005، وهي طاقة سريرية معتبرة تجعل من تونس وجهة سياحية رائدة بامتياز، وهذا يمكن تفسيره بالأهمية الكبيرة التي توليها الدولة التونسية للقطاع حيث عملت منذ وقت طويل على تطوير وتنمية هذا القطاع، أمّا المغرب فيتمتع هو الآخر بطاقة سريرية كبيرة ومعتبرة قدرت سنة 2005 بحوالي 124 ألف سرير حيث تطور الرقم في ظرف 11 سنة بنسبة 85.55% وهذا التطور الكبير يعكس الاهتمام الكبير وعزم السلطات المغربية على تطوير وتنمية هذا القطاع، وفي الأخير نجد الجزائر في ذيل الترتيب بطاقة سريرية متقشفة تقدر بـ 83 ألف سرير سنة 2005، وتطورت إلى 99 ألف

سرير سنة 2015، وبالرغم من المخططات والاستراتيجيات السياحية إلا أنّ الطاقة السريرية لا تزال بعيدة عن المستوى المطلوب وبعيدة كذلك عن الطاقة السريرية لدول الجوار، وهذا نفسره بإهمال الدولة لهذا القطاع وتهميشه بحيث لا توجد إرادة سياسية قوية للنهوض به.

وبالنظر إلى نسبة تطور عدد الأسرة نلاحظ أن المغرب بذل جهود كبيرة لتطوير طاقته السريرية حيث كان متوسط نسبة التطور السنوية تقدر بـ 6.28%، وهي أعلى نسبة تطور سنويا مقارنة بالجزائر وتونس، وهذا ما يؤكد العزم الكبير للمغرب من خلال التسهيلات لإقامة الاستثمارات في المجال السياحي سواء كانت محلية أو أجنبية، ومحاولة استغلال كافة أنواع المنتوج السياحي المغربي، أمّا الجزائر فكانت نسبة التطور المئوية المتوسطة حوالي 2.43% حيث لم يتطور عدد الأسرة في الجزائر بالشكل المطلوب، تليها تونس بأقل نسبة تطور لعدد الأسرة قدر بـ 0.59% سنويا ولكن لا يعني ذلك بأن تونس لا تهتم بتنمية وتطوير قطاعها السياحي، لكن هذا راجع إلى الطاقة السريرية المعتبرة، والتي لا تحتاج إلى تطوير، حيث تلبي حجم الطلب السياحي الدولي المحلي عليها ولهذا لم تنمو بشكل كبير خلال هذه العشرية.

المبحث الثاني: استراتيجية تطوير وتنمية القطاع السياحي للجزائر، تونس والمغرب

تطوير القطاع السياحي يستوجب وضع خطط واستراتيجيات على المدى المتوسط والطويل، من أجل تثمين الموارد السياحية والاستفادة منها في الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية، ولهذا عملت كل من الجزائر تونس والمغرب على وضع الاستراتيجية السياحية الخاصة بها قصد تطوير وتنمية القطاع السياحي، ونستعرض فيما يلي الاستراتيجية السياحية الخاصة بكل دولة.

المطلب الأول: الاستراتيجية السياحية للجزائر آفاق 2025

نظرا لتزايد الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي ودوره التنموي من جهة، والضعف المسجل على القطاع السياحي الجزائري من جهة أخرى، فإنّ الجزائر ومحاولة منها للنهوض بهذا القطاع عمدت إلى صياغة استراتيجية سياحية بدءا من سنة 2008 أطلق عليها، اسم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 وهذا تطبقا للقانون 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001.

1- تقديم المخطط الوطني للتهيئة السياحية

تعرف التهيئة السياحية حسب القانون 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة على أنها مجموعة أشغال إنجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال

استثمارات سياحية تتجسد في الدراسات التي تحدد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة المراد تحقيقها".[1]

ويعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 **(SDAT 2025)** الإطار الاستراتيجي للسياحة في الجزائر، إذ يوضح هذا المخطط النظرة الوطنية للتنمية السياحية على المديين المتوسط والطويل في إطار التنمية المستدامة. [2]

وتجدر الإشارة إلى أنّ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية آفاق 2025 **(SNAT 2025)** الذي يجسد مسؤولية الدولة في تحديد مبادئ وأسس السياسة الوطنية لتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة مثلما حددها القانون 01-20 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتعلق بتهيئة الإقليم وتنميته المستدامة حيث يعتبر المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية أهم أداة لتهيئة الإقليم.

2- **الأهداف الكبرى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:** حدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى لتنفيذ سياسة جديدة وهي:

- تثمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز؛
- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى؛
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي مع مراعاة خصوصية كل التراب الوطني؛
- التوثيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة.

كما يرتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات وهي:[3]

2-1- تثمين الوجهة السياحية: تعاني الجزائر اليوم من بعض الذهنيات السلبية من فوضى وانعدام الأمن والانغلاق وأيضا من غياب الصورة والاستثمارات السياحية، لذلك يجب عليها الاعتماد على مميزاتها القوية من مناخ معتدل ومتنوع ومواقع جذابة وتنوعها الثقافي وسهولة الوصول إليها بغية تقويم صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة،إن تثبيت الجزائر كوجهة كاملة يمر بالضرورة عبر وضع استراتيجيات ترقية واتصال لخلق وجهة سياحية تنافسية تكون أبرز ملامحها الأصالة الابتكار والنوعية، وبعبارة أخرى الأمر

---

[1] القانون 01-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 11، الصادرة بتاريخ 19 فيفري 2003، ص 05.

[2] وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، **تشخيص وفحص السياحة الجزائرية**، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص 04.

[3] يحي سعيدي، سليم العمراوي، مرجع سابق، ص 108، 109.

يتعلق بإعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر بفضل إستراتيجية التسويق السياحي لإعطاء رؤية وقراءة لختم الجزائر، ومن أجل ذلك يجب ابتكار علامة منتج وتسجيله كمنتوج جزائري سياحي مزود بشعار يشكل قاعدة عمل لمخطط التسويق.

2-2- إطلاق أقطاب الامتياز السياحي: إن اختيار تركيز الوسائل في الأقطاب (على المستوى الوطني) إنما يرمي إلى النهوض السياحي لكافة التراب الوطني، وتفعيل السياحة كون هذه الأقطاب تشكل دوافع التنمية السياحية، وقد تم في هذا الصدد الانطلاق في 80 مشروع سياحي في7 أقطاب تمثل المشاريع ذات الأولوية للفترة (2015/2008)، وهي مبينة في الجدول التالي:

الجدول (18): المواقع السياحية في الجزائر حسب الأولوية السياحية

الأقطاب السياحية بامتياز	عدد المشاريع
- الشمال الشرقي	23
- شمال الوسط	32
- الشمال الغربي	18
- الجنوب الغربي (الواحات)	04
- الجنوب الغربي (توات قورارة)	02
- الجنوب الكبير (الهوقار)	01
- الجنوب الكبير (الطاسيلي)	00
المجموع	**80**

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، **الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية**، المخطـــط التوجيهي للتهيئـــة السياحيـــة، كتاب2، الجزائر، جانفي 2008، ص19.

دور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 في تحقيق استراتيجية التنمية السياحية يهدف هذا المخطط إلى إنعاش السوق السياحية في الجزائر عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز أو القرى السياحية المدرجة ضمن المشاريع ذات الأولوية المدعومة بمخطط النوعية والشراكة بين القطاع العام والخاص، إضافة إلى مخطط التمويل السياحي بمخطط النوعية والشراكة بين القطاع العام والخـاص، والدورات السياحية بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية ويستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية وتعدد الأقطاب من خلال دمج العوامل الاجتماعية، الثقافية والأخذ بتوقعات طلبات السوق، وقد حدد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة سبعة أقطاب سياحية وهي:

- **القطب السياحي للامتياز شمال شرق:** عنابة، الطارف، جيجل، سكيكدة، قالمة، تبسه، سوق أهراس.

- **القطب السياحي للامتياز شمال وسط:** الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، البويرة، بجاية، تيزي وزو.
- **القطب السياحي للامتياز شمال غرب:** مستغانم، وهران، عين تيموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غيليزان.
- **القطب السياحي للامتياز جنوب شرق:** الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعة.
- **القطب السياحي للامتياز جنوب غرب:** ألوات، القرارة، طرف القصور، أدرار، تيميمون، بشار.
- **القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير:** طاسيلي، إيليزي، جانت.
- **القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير:** أدرار، تمنراست.

يتم توفير منتجات سياحية متنوعة ومتكاملة من أجل الاستجابة لتوقعات الزبائن وهذا من خلال توفير سياحة متنوعة وتسهيل عملية الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني من خلال إنشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على الاستدامة وتنمية القطاع.

2-3- مخطط النوعية السياحية: يحتاج العرض السياحي إلى تطوير النوعية من أجل المحافظة على تنافسية القطاع من خلال التكوين والتعليم وإدراج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تطوير المنتوج السياحي يشمل مخطط النوعية السياحية على ما يلي:

- تحسين نوعية وتطوير العرض السياحي؛
- منح رؤية جديدة للمحترفين؛
- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية؛
- ترقية وجهة الجزائر كوجهة نوعية؛
- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين؛
- إعداد مقاييس امتياز للتربية والتكوين؛
- ابتكار واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في مخطط النوعية السياحية.

2-4- مخطط الجودة في القطاع السياحي

تعد النوعية مطلبا ضروريا للدول السياحية الكبيرة، فهي الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني والذي يعاني الكثير من النقائص، تهدف الحركية الثالثة من خلال الارتكاز على التكوين والتعليم وإدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم إلى:

– حث المتعاملين في السياحة على العمل بالإجراءات النوعية؛

– إطلاق مخطط النوعية السياحية مع الرغبة في الانضمام لعلامة موحدة النوعية السياحية؛

– التموقع منذ الآن ضمن منظور تحسين النوعية، والعرض السياحي، وتشجيع ترقيته في الجزائر وفي الخارج؛

– بعث ديناميكية التكوين وترقية الوجهة السياحية للخارج.

2-5- مخطط الشراكة العمومية والخاصة

يمكن الحديث عن شراكة عمومية خاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة الأكثر فعالية للطلب الجماعي عن طريق تقسيم الموارد، الأخطار والأرباح، فالدولة تلعب دورا ضروريا في المجال السياحي خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت في المطارات والطرق في خدمة السياحة، كما تسهر على حفظ النظام العام والأمن، أما القطاع الخاص فهو يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي ويثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت التصرف، إن هدف الدولة من خلال هذا المخطط إشراك جميع الفاعلين العاملين في شبكة الإنتاج والتوزيع للمنتج السياحي في مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي.

2-6- تطوير الاستراتيجية للتمويل في قطاع السياحة

يهدف هذا المخطط إلى تسهيل عمليات تمويل المشاريع الاستثمارية السياحية، وفي هذا الصدد تم اتخاذ العديد من الإجراءات سوف تسمح بمرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع في اتخاذ القرار وتقليل المخاطر، بالإضافة إلى تسهيل منح القروض والحسومات وتمديد مدة القروض والهدف من هذه الإجراءات يتمثل في:

– حماية ومراقبة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة؛

– العمل على تجنيب المشاريع السياحية التوقف؛

– جذب وحماية كبار المستثمرين المحليين والأجانب؛

– تسهيل وتكييف التمويل المصرفي للنشاطات السياحية، وبخاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار السياحي

3- الأهداف العامة المادية والنقدية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

3-1- الأهداف العامة: يمكن تلخيصها فيما يلي: [1]

- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى مثل الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة، التشغيل؛
- تحسين التوازنات الكلية (التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي، والاستثمار)؛
- التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية؛
- تثمين التراث الثقافي والتاريخي؛
- التحسين الدائم لصورة الجزائر.

3-2- الأهداف المادية والنقدية: والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (19): خطة الأعمال السياحية في الجزائر لآفاق 2015

السنة	2007	2015
عدد السياح (مليون سائح)	1.7	2.5
عدد الأسرة	84896	159896
المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي	1.7	3
الإيرادات السياحية (مليار دولار)	0.219	1.5 إلى 2
مناصب الشغل	200000	400000

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، مرجع سابق، ص 18.

وتجدر الإشارة إلى أنه تم تمديد الإطار الزمني للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى أفاق 2030، وهذا ما يعتبر إقرارا من الدول بفشل هذه الإستراتيجية

المطلب الثاني: الإستراتيجية السياحية لتونس "آفاق 2016" وخطة "2017-2020"

تعد تونس من أوائل الدول الإفريقية في مجال التنمية السياحية وتطوير القطاع، حيث راهنت على السياحة وباشرت أعمال التنمية في منتصف الستينات بوضع مشروع طموح، وحقت نجاحا كبيرا تؤكده الزيادة الملحوظة في حجم الحركة السياحية الوافدة إليها من 1.6 مليون سائح عام 1980 إلى 5.057 مليون سائح عام 2000، كما ارتفع الدخل السياحي من 201 مليون دولار عام 1980إلى 1.682 مليار دولار سنة

[1] عبد القادر حسين، **إستراتيجية التنمية المستدامة في القطاع السياحي في الجزائر**، على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030- الآليات والبرامج، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد2، 2013، ص 193.

2000، وفيه الحفاظ على المكتسبات المحققة وتطويرها في قطاع السياحة، عمدت الحكومة التونسية إلى إدراج استيراتيجية للتنمية السياحية تمتد على مدى 15 سنة وبدأ تنفيذها سنة 2001 وانتهت سنة 2016.

1- خطة التنمية السياحية لتونس: لقد اعتمدت تونس خطة لتطوير القطاع السياحي وتتكون من خمسة محاور وهي: [1]

1-1- المحور الأول

تعزيز موقع تونس في الأسواق الأوروبية التقليدية والتزامها بسياسة أكثر حرصا على احتلال أسواق جديدة (دول الخليج، الصين، اليابان،... الخ) وذلك عن طريق:

- إنشاء مرصد لجمع وتحليل المعطيات الخاصة بالقطاع السياحي (طلبات، عروض، المداخيل، التشغيل) ثم القيام إثر ذلك بدراسات وإحصائيات للإحاطة بالقطاع مع متابعة تطورات وتحولات الأسواق الخارجية.
- إنشاء صندوق القدرة التنافسية الذي يموله أصحاب النزل يضاف مدخوله إلى الميزانية التي تخصصها الدولة سنويا للتسويق قصد تدعيم وتنويع المنتوج السياحي لدى الأسواق الكبرى؛
- إحداث لجنة وطنية للسياحة برئاسة الوزير الأول مكلفة خاصة بتحديد الأولويات، وتنسيق تطوير السياحة التونسية والنهوض بها في المناطق السياحية وفي الأسواق المصدرة للسياح ؛
- التكنولوجيات الحديثة وخاصة السياحة الالكترونية التي تعرض برنامجا متميزا واضحا للنهوض بالمنتوج السياحي.

1-2- المحور الثاني

تنويع المنتوج للحد من المظهر الموسمي الذي يطبع القطاع السياحي وذلك بـ:

- إنشاء محطات سياحية مندمجة على ساحل البحر تعرض منتوجا متنوعا يكمل منتوج السياحة البحرية المتوفرة حاليا؛
- النهوض بالسياحة الثقافية وذلك بإحياء المواقع الأثرية الموجودة والتي أصبحت شاهدا على مختلف الحضارات التي تعاقبت على تونس؛
- تنمية السياحة البيئية(منتزهات وطنية، محميات طبيعية... الخ)، السياحة الترفيهية، السياحة الإستشفائية، سياحة المناسبات، السياحة الشّاطئية؛

---

[1] الوكالة العقارية التونسية، **آفاق القطاع السياحي في تونس والتحديات المراد رفعها**،
http://www.aft.nat.tn/ar/tourisme_perspectives_defis_tunisie.php. - تاريخ التصفح: 2017/05/10.

– تنويع المنتوج السياحي الصحراوي وتكثيفه مع المحافظة على طابعه الخاص حتى يتمكن من منافسة منتوج بلدان البحر الأبيض المتوسط الأخرى.

1-3- المحور الثالث

تدعيم السياسة الرامية إلى تحسين وتجميل المحيط بالمناطق السياحية الموجودة بـ:

– بعث صندوق حماية المناطق السياحية ممول من طرف مهنيي القطاع بنسبة 1 % من رقم معاملاتهم ومعد لتمويل أشغال التهيئة العمرانية والتشجير الرامي إلى حماية المحيط وإثرائه؛

– التعاون المتناغم بين الهياكل الساهرة على تسيير القطاع السياحي والهياكل المكلفة بالمحيط والتهيئة الترابية.

1-4- المحور الرابع

اعتماد سياسة مشجعة على الاستثمارات السياحية ومعززة لديناميكية تحررية، ومدعمة لتفتح الاقتصاد التونسي على الخارج، ومن خاصيات هذه السياسة ما يلي:

– حرية الاستثمار حيث أنّ المستثمر بمقدوره امتلاك رأس مال المشاريع السياحية إلى حدود 100% بدون ترخيص مسبق؛

– حرية تحويل الأرباح في رؤوس الأموال المستثمرة بما في ذلك القيمة المضافة؛

حماية الاستثمار وعدم الخضوع للأداء المزدوج في إطار المعاهدات الثنائية الموقعة بين الحكومة التونسية والدولة التي ينتسب إليها المستثمر؛

– الاعتراف بالقرارات التحكيمية الأجنبية؛

– تغطية الأخطار غير التجارية باشتراك تونس في الوكالة الدولية للتأمين على الاستثمار.

1-5- المحور الخامس

إرساء أنظمة تضمن النوعية الكاملة للمنتوج التونسي:

– يهتم النظام الأول بتصنيف الفنادق؛

– يهتم النظام الثاني بالتأهيل؛

– يهتم النظام الثالث بالمواصفات وتسليم الشهادات، وهذا في إطار شراكة مع المركز الأوروبي للمواصفات والضوابط الأوروبية مع المواصفات التونسية.

2- استراتيجيات خطة التنمية السياحية

لقد حددت ثلاث أهداف رئيسية (التنافسية، المردودية، الإستدامة)، بحيث كل هدف مبني على ثلاث أو أربع استراتيجيات وكل استراتيجية تعتمد على سلسلة من الأنشطة تهدف إلى التغلب على نقاط ضعف القطاع.[1]

2-1- استراتيجيات تحقيق التنافسية

- استراتيجية إنشاء قطب جذاب وإطلاق مواضيع جديدة على السياحة التونسية.
- استراتيجية تنويع المنتوجات السياحية المعروضة؛
- إستراتيجية إدخال نظرة تسويقية جديدة.

2-2- استراتيجيات تحقيق المردودية

- استراتيجية تحويل المحطات الشاطئية التونسية إلى وجهات ذات تنافسية؛
- استراتيجية تحسين جذري للتكفل بالزوار ولوحات الإشارة في الأماكن السياحية؛
- استراتيجية الإسراع في تنمية الموارد البشرية من أجل تشجيع الإنتاجية.

2-3- استراتيجيات تحقيق الاستدامة

- استراتيجية تسيير جدي للمحيط؛
- استيراتيجية تحسين الهياكل القاعدية؛
- ادخال برامج ومنتوجات تكميلية متجددة.

3- الأهداف الكمية للخطة

لقد تضمنت الأهداف الكمية جملة من العناصر تتمثل فيما يلي:[2]

3-1- تقدير عدد السياح الدوليين الوافدين

لقد ارتكزت عملية تقدير التدفقات البشرية المستهدفة خلال مرحلة الخطة (2001-2016) على تنبؤات المنظمة العالمية للسياحة للتدفقات الصادرة والأسواق المستقطبة لآفاق 2020 بالإضافة إلى اعتبارات أخرى تؤثر على الطلب المستقبلي منها:

- تحسين البنى التحتية المحلية، الإنشاءات والخدمات، كثافة التسويق لترقية المنتج؛

---

[1] عامر عيساني، علي رحال، **التنمية السياحية المستدامة، (دراسة مقارنة الجزائر، تونس)**، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 01، الجزائر، 2012، ص 128.

[2] نفس المرجع السابق، ص 128، 129.

- الأوضاع الاقتصادية بالدول الرئيسية المصدرة للسواح نحو تونس؛
- الاستقرار السياسي بالمنطقة.

وهذا واعتمدت سياسة التنمية السياحية في تونس في تقدير التدفقات المستهدفة على سيناريوهين اثنين:

3-1-1 السيناريو A

يفترض هذا السيناريو وجود مخطط وطني للتنمية السياحية تظهر ملامحه من خلال اعتماده على معدل نمو مرتفع على أساس أنّ المحددات الخارجية لن تشهد تغيير على المدى القصير، وأنّ المنشآت السياحية والخدمات المقدمة وهياكل الاستقبال القاعدية الأخرى سيتم تحسينها بصورة قوية متى تستطيع تلبية احتياجات السيّاح، وهذا ما يؤدي في نفس الوقت إلى بدل جهد من أجل تنمية السوق السياحية.

3-1-2 السيناريو B

يفترض هذا السيناريو عدم وجود مخطط وطني للتنمية السياحية، مع تبني معدل نمو منخفض على أساس أن المحددات الخارجية لن تتغير بشكل جدري على المدى الطويل، كما أنّ المنشآت السياحية الوطنية، الخدمات المقدمة والهياكل السياحية المختلفة للدعم والإسناد ستبقى في مستوى يلبي الحد الأدنى لاحتياجات السياح، وأنّ المجهودات التنموية لقطاع السياحة ستبقى في نفس المستوى الحالي طيلة مدة الإستراتيجية، وفيما يلي التقديرات للسياح القادمين إلى تونس ضمن السيناريو **A** و**B**.

الجدول رقم (20): تقديرات السياح الدوليين الوافدين إلى تونس للفترة(2000-2016).

الوحدة= ألف سائح

المنطقة		1999 (تدفق حقيقي)	2001	معدل النمو (1999-2000)	2006	معدل النمو (2001-2006)	2011	معدل النمو 2011-2066	2016
إجمالي أوروبا	A	3461	3926	% 6.5	5070	% 5.2	6362	% 4.6	7850
	B	3461	3926	% 6.5	4802	%4.1	5668	% 3.4	6581
المغرب العربي	A	1263	1263	-	1429	%2.5	1656	% 3	1967
	B	1263	1236	-	1360	%1.5	1456	% 1.5	1579
أمريكا الشمالية	A	27	32	%8	46	%8	68	% 8	100
	B	27	32	%8	42	%6	57	% 6	76
الدول الأخرى	A	81	83	%1	108	%5.5	152	%7	213
	B	81	83	%1	101	%4	128	% 5	164
المجموع	A	4838	5303	% 48	6653	%4.6	8238	% 44	10130
	B	4832	5304	%48	6305	% 3.5	8318	% 3	8400

المصدر: عامر عيساني، علي رحال، مرجع سابق، ص 129.

3-2- تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة

تمّ تقدير طاقات الإيواء المطلوب إنجازها تماشيا مع أهداف السياسة السياحية وبناءا على توقعات تدفقات السياح الأجانب خلال فترة الخطة، وقد تمت على أساس السيناريو **A** كما شملت التقديرات ثمانية مناطق سياحية، والجدول التالي يوضح تقديرات الاحتياجات في عدد الأسرّة المطلوب توفيرها تماشيا مع مرحلة الخطة.

الجدول رقم (21): تقدير الاحتياجات للأسرة للفترة (2001-2016)

الوحدة= ألف سرير

السنوات	1999 (العدد الحقيقي للأسرة)	2006	2011	2016
عدد الأسرة	192	253.6	303.5	359.6

المصدر: عامر عيساني، علي رحال، مرجع سابق، ص 170.

3-3- تقديم العمالة لقطاع السياحة

في إطار مخطط التنمية الموارد البشرية المرافق لمخطط التنمية السياحية امتداد لفترة الخطة (1999- 2016) وبغية توفير الكادر البشري الذي يسهر على تنفيذ الخطة من جهة، وتدعيم القطاع بكافة الاحتياجات البشرية سواء المرتبطة بالقطاع أو القطاعات المرتبطة بالقطاع غير مباشرة، تم ضبط

الاحتياجات من الموارد البشرية في حدود 5000 عامل جديد سنويا والجدول التالي يبين حجم العمالة المخططة خلال فترة الاستراتيجية.

الجدول رقم (22): تقدير حجم العمالة لفترة الخطة (1999-2016)

السنوات	1999	2006	2011	2016
العمالة المباشرة	90216	119511	145719	173146
العملة غ المباشرة	233737	298109	354138	421019
مجموع العمالة	323953	417619	499857	594164

المصدر: عامر عيساني، علي رحال، مرجع سابق، ص 131.

وهذا قد تم تسطير استراتيجية سياحية جديدة للفترة (2017- 2020) تقوم على ما يلي: [1]

- تثمين الصناعات التقليدية وخصوصياتها وتحسين قدرتها التنافسيّة؛
- النهوض بالإستثمار وحفز المبادرة في الاختصاصات الواعدة؛
- النهوض بتسويق المنتوج وترويجه وتحسين تموقعه في الأسواق العالميّة؛
- التشجيع على الإبتكار والتجديد مع المحافظة على الأصالة والتراث الوطني؛
- تعصير القطاع بتطوير آليّات إدماجه في محيطه الاقتصادي والاجتماعي والثقافي على المستوى الجهوي والوطني؛
- النهوض بنشاط الزربية والحياكة باعتباره أهمّ مكوّن لمنظومة الصناعات التقليديّة.

ولإنجاز هذه البرامج تم وضع جملة من الإجراءات والإصلاحات على غرار:

تحديث الإطار القانوني المنظّم للديوان الوطني للصناعات التقليديّة والمركز الفنّي للزربيّة والنسيج؛

- تأهيل الموارد البشريّة العاملة بالقطاع؛
- تأهيل مؤسّسات الصناعات التقليديّة وتعصير طرق عملها؛
- الترفيع في سقف قروض المال المتداول؛
- التكثيف من إقامة المعارض الجهويّة والمشاركة في المعارض والصالونات الدوليّة؛
- تطوير منظومة الشراكة مع المهنة ؛
- تطوير منظومة الشراكة مع مؤسّسات التعليم العالي والبحث العلمي.

[1] ministère du tourisme et de la l'artisanat , http://www.tourisme.gov.tn/ar/services/actualityos/article. consulté le: 01/05/2017.

المطلب الثالث: الاستراتيجية السياحية في المغرب رؤية 2020

يعتبر المغرب وجهة سياحية تتمتع بعدة مؤهلات وقدرات لا شك فيها، بمناظره المختلفة والمتنوعة ورصيد ثقافي غني (مدن إمبريالية، مدن قديمة، مطبخ، صناعة تقليدية)، ويمثل المغرب تجربة سياحية فريدة ومتنوعة على بعد ساعتين ونصف فقط جوا من مختلف المدن الأوروبية.

هذه المؤهلات جعلت المغرب يحقق مؤشرات إيجابية في مجال السياحة حيث انتقل عدد السياح ما بين 2005 و2009 من 5,08 إلى أكثر من 8.3 مليون سائح، وقارب مبلغ الاستثمارات الأجنبية المباشرة 30 مليار أورو خلال مجموع هذه المدة، ليصبح المغرب البلد الوحيد في حوض البحر الأبيض المتوسط الذي عرف تقدما يفوق 6% على خلاف السوق العالمي التي وصلت إلى 5 %.

1- المخطط الأزرق للنهوض بالسياحة المغربية إنجازات رؤية 2010 وآفاق رؤية 2020

على الصعيد العالمي، يواصل المغرب تنفيذ قطاعه السياحي الذي ما فتى يبرهن على مرونته في وجه مختلف الصدمات الخارجية التي تعود على وجه الخصوص إلى انعدام الاستقرار في المنطقة، وبالفعل فإن قطاع السياحة يكتسي أهمية خاصة على الصعيد الاقتصادي حيث أنه وراء ما يقارب من 7% من النتاج الداخلي الخام، و5% من فرص الشغل في الاقتصاد لكلي لسنة 2014.

1-1- إنجازات "رؤية 2010" أهداف تحققت بصفة جزئية: من أجل النهوض بسياحته، تبنى المغرب رؤية سياحية في أفق 2010 تمثلت في وضع سياسة لتنمية القطاع ديناميكية النمو المستدام والمندمج وقد فتحت عدة أوراش تهدف إلى خلق ديناميكية داخل النشاط السياحي وركزت بالخصوص على تنويع المنتجات وتحرير سوق الربط الجوي، وتقديم صورة جديدة عن المغرب بفضل اعتماد أساليب جديدة للتسويق وإطلاق ورش تكوين الرأسمال البشري.

ومع ذلك فقد سجلت السياحة المغربية في إطار "رؤية 2010" تحولا كبيرا على مستوى الصناعة السياحية للمملكة، مسجلا بذلك تحسنا هاما على المستوى النوعي والكمي مقارنة مع سنة 2010 على الرغم من أنّ الأهداف التي تم تحديدها في البداية لم تحقق إلا جزئيا. [1]

الجدول الموالي يمثل إنجازات وتوقعات وأهداف "رؤية 2010".

[1] أحمد نصير، يونس الزين، مرجع سابق، ص 309.

الجدول رقم (23): إنجازات وتوقعات وأهداف رؤية 2010

البيان	2001	2010	رؤية 2010	الإنجازات (%)
وصول السياح إلى الحدود (بالملايين بما فيهم المغاربة المقيمين بالخارج)	4.4	9.3	10	93
العائدات التراكمية لسياحة (بملايير الدراهم سنة 2000 باعتبارها سنة مرجعية)	51	465	480	97
الطاقة الإيوائية (بآلاف الأسرة)	97	180	230	78
الليالي السياحية (بالملايين، سياح أجانب ومحليين)	12.7	18.5	50	37
مساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام المغربي (بالنسبة المئوية من الناتج الداخلي الخام مباشرة وغير مباشرة)	6.1	8	20	40

المصدر: المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، **رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي**، مشروع القانون رقم 80-14 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية، ص 12.

ومن حيث النتائج سجلت المغرب بصورة فعلية دخول 9.3 مليون زائر في أواخر سنة 2010، محققا بذلك هدف بلوغ 10 مليون سائح المتوقع، أما ما يخص مساهمة السياحة في العائدات بالعملة الصعبة، فقد تمكن القطاع من جلب ما يقارب من 441 مليار درهم في الفترة ما بين سنتي 2000 و2010، حيث عبأ أكثر من 80% من المداخيل المتوقعة.

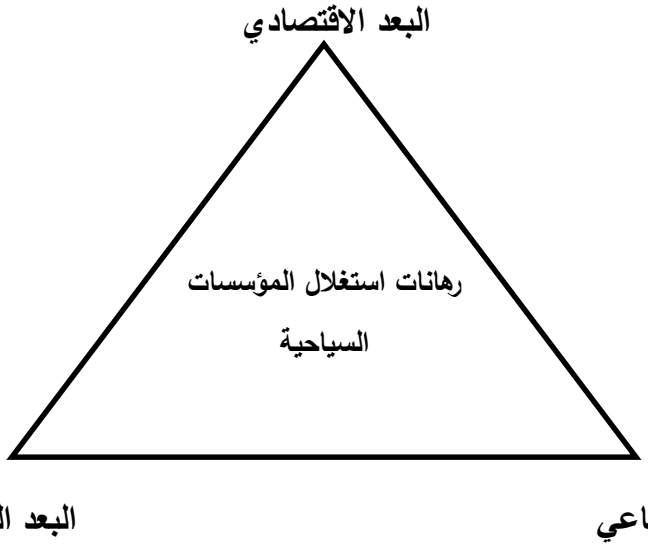
1- آفاق تطور السياحة المغربية "رؤية 2020": بانخراطها في إطار استمرارية "رؤية 2020" تطمح رؤية 2020 الجديدة إلى الرفع من مستوى النشاط السياحي بالمغرب وجعلها من بين العشرين الأولى على الصعيد العالمي، كما يتجلى هدفه الرئيسي في مضاعفة عدد الزائرين بحلول 2020، أما من حيث العائدات فمن المتوقع أن ترتفع إلى 140 مليار درهم مسجلة بذلك نموا سنويا قدره 9.6%.

2-1 الاستراتيجية الوطنية المنهجية في صناعة السياحة "رؤية 2020"

إن الأولوية المخصصة للسياسة الوطنية المتعلقة بالأوراس الكبرى والبنيات التحتية وأهمية قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني، تعمل ورش مراجع القانون المتعلق بتصنيف الفنادق مسألة حاسمة بالنسبة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية للمملكة، ولابد من تسجيل أن مشروع المراجعة هذا ينبغي أن يندرج في إطار طموح الاستراتيجية الوطنية للسياحة الوطنية.

سياحة "رؤية 2020" من أجل تطوير قيام سياحة مسؤولة اجتماعيا وإيكولوجيا تعمل على تسريع وتيرة التنمية الاقتصادية للمملكة، دون تشويه ثرائها الطبيعي والثقافي حين تتقاطع الأبعاد التالية:

الشكل رقم (11): الأبعاد والاستراتيجيات الوطنية عند السياحة "رؤية 2020"



المصدر: المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مرجع سابق، ص 12.

2-2- البرامج الرئيسية للنهوض بقطاع السياحة المغربية

قد تم تحديد نسبة برامج مهيكلة تتمحور حول الثقافة والشواطئ والطبيعة وتركز هذه البرامج على السياحة المستدامة وعلى تحقيق قيمة مضافة عالية ونذكر منها ما يلي:

- المخطط الأزرق 2020 الذي يتمحور حول عرض الشواطئ؛
- برنامج التنمية المستدامة، ويهدف إلى تعزيز الموارد الطبيعية والقروية مع الحفاظ عليها؛
- التراث والموروث التاريخي الذي يهدف إلى تعزيز الهوية الثقافية للمغرب؛
- التنشيط والرياضة والترفيه، والذي يطمح إلى خلق عرض ترفيهي متنوع يكمل البنية التحتية السياحية؛
- مواقع تجارية صغيرة ذات قيمة مضاعفة عالية ذات صلة بسياحة الأعمال والرفاه والصحة؛
- برنامج السياحة الداخلية "بلادي" الذي من شأنه أن يساعد على تلبية تطلعات المغاربة من خلال تقديم المنتوج المناسب.

2-3- التوجهات الكبرى لرؤية 2020: من بين التوجهات الكبرى لرؤية 2020 التي اعتمدت عليها الحكومة المغربية نوردها في التالي:

- هناك تنويع المنتجات والوجهات المتاحة للسياح، والتي تشجع على تثمين جميع الموارد الطبيعية للمملكة المغربية مع الحفاظ عليها؛
- الحرص على احترام الخصوصية الثقافية للمواقع السياحية؛

– فيما يتعلق بالحكامة، تم توقيع خمسة عشر عقد، برامج جهوية، وذلك في إطار توافقي يجمع بين السلطات السياحية والفاعلين المحليين؛

– لم تظهر للوجود بعد، وينبغي أن تحدث وكالات السياحة بصفة تدريجية في 8 مجالات سياحية لضمان نجاح الاستراتيجيات الترابية والسياسة السياحية الجهوية؛

– فيما يخص بالجهود المبذولة في مجال تعزيز الوجهة واصل المكتب الوطني المغربي **(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.

– إن تركيز"رؤية 2020" على ثماني مناطق ترابية متناسقة سياحيا تسمح بتموقعها على المستوى الدولي من حيث توفرها على الطاقة الإيوائية الضرورية لمؤهلات السياحية والربط الجوي، وهذا التقسيم الذي لا ينحصر على الحواجز الإدارية، سيمكن هذه الأقاليم من الاستفادة من كل مؤهلاتها: المواقع الطبيعية، التراث الثقافي، الثقافة الحية، والموارد التي لم تستغل وجردها واعتمادها كركائز أساسية في إطار الرؤية.[1]

2-4- الأهداف الكمية لرؤية 2020

الجدول رقم(24): الأهداف الكمية لرؤية 2020 للسنوات (2010، 2015، 2020)

السنوات	2010	2015	2020
الطاقة الإيوائية (عدد الأسرّة)	178000	256400	372300
عدد السياح الدوليين الوافدين (بالآلاف)	9200	13711	20000
الإيرادات السياحية (بملاين الدراهم)	56000	85000	138000
مناصب الشغل	449283	645147	914706

المصدر: أحمد نصير، يونس الزين، مرجع سابق، ص 313.

المطلب الرابع: مقارنة استراتيجيات تطوير القطاع السياحي للجزائر، تونس والمغرب

لقد ركزت الدول الثلاثة الجزائر، تونس، والمغرب على تطوير القطاع السياحي تماشيا والمعطيات الاقتصادية العالمية، وإيمانا منها على أن القطاع السياحي له أهمية كبيرة في الدفع بعجلة التنمية الاقتصادية، حيث كانت كل دولة تحاول النهوض بالقطاع من خلال استراتيجيات سياحية، كانت مشابهة في الهدف الأساسي وهو تطوير القطاع السياحي ومحاولة النهوض به، ولكنها اختلفت في بعض الجوانب، حيث ركزت استراتيجية تونس على عدة محاور لعل أهمها تنويع المنتوج السياحي، وتحسين وتجميل المحيط بالمناطق السياحية واعتماد سياسة مشجعة على الاستثمار المحلية والأجنبية، إضافة إلى إرساء أنظمة

[1] أحمد نصير، يونس زين، مرجع سابق، ص ص 311- 313.

تضمن النوعية الكاملة للمنتوج السياحي، وأما الأسواق المستهدفة فهي السوق الأوروبية وتعزيز مكانة تونس عندها واحتلال أسواق جديدة.

الاستراتيجية السياحية للمغرب "رؤية 2020 "، ركزت على التنمية المستدامة والمندمجة إضافة إلى تنويع المنتجات والحفاظ على التراث الثقافي والتاريخي وتعزيز الهوية، ومن بين الأهداف كان تحرير سوق الربط الجوي، وتطوير سياحة مسؤولة اجتماعيا وايكولوجيا إضافة إلى التنشيط الرياضي والترفيهي في حين كان الهدف الرئيسي هو الرفع من النشاط السياحي وجعل المغرب من الدول العشر الأولى عالميا.

الجزائر مثلها مثل الدول المغاربية قامت بإعداد إستراتيجية سياحية لأفاق 2025 وتم تمديدها لأفاق 2030، وهذا إقرار من الدولة بفشل تجسيد النقاط التي قامت عليها الاستراتيجية المتمثلة في ديناميكيات كتثمين الوجهة السياحية وإطلاق أقطاب سياحية للامتياز ومخطط للنوعية السياحية مع تحديات لزيادة الإنفاق في قطاع السياحة وتنمية الفكر والثقافة السياحية في المجتمع، مع التركيز على تطوير البنى التحتية والمنشآت الأساسية، والاعتماد على سياسة ترويجية فعالة إلا أن تجسيد هذه الاستراتيجية لم يكن بالشكل المطلوب من طرف الجزائر وهذا ما يفسر ضعف القطاع السياحي مقارنة بتونس والمغرب، حيث أن المشكل يكمن في التجسيد وليس في التخطيط.

وضعت هذه الاستراتيجيات أهداف كمية سعت إلى تحقيقها والجدول التالي يوضح الأهداف المسطرة لدول المقارنة.

الجدول رقم (25): الأهداف الكمية للجزائر2015، تونس 2016 والمغرب2015

المؤشرات	الجزائر سنة 2015	تونس سنة 2016	المغرب سنة 2015
عدد السياح	2.5	10.1	13.7
عدد الأسرة	159896	359600	256400
مناصب الشغل	400000	173146	645147
الإيرادات السياحية	1.5 إلى 2 مليار دولار	5 مليار دولار	85 مليار درهم = 8.7 مليار دولار

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجداول (19)، (20)، (21)، (22)، (24).

يتضح لنا جليا من الجدول الاختلاف الكبير بين الأهداف الكمية والنقدية المسطرة في القطاع السياحي لدول المقارنة حيث نلاحظ أن المغرب يستهدف عدد سياح أكبر من تونس والجزائر، حيث قدر بـ 13 مليون سائح سنويا، أما تونس فقد استهدفت 10.1 مليون سائح حيث تتقارب الأهداف بين الجارتين، لكن الجزائر وفي أهدافها كعدد السياح فقد استهدفت 2.5 مليون سائح فقط، وهو رقم بعيد كل البعد عن تونس والمغرب.

أما فيما يخص عدد الأسر يتضح لنا أن تونس تستهدف اكبر عدد من الطاقة السريرية بـ 359 ألف سرير سنة 2016 وفي حين المغرب والجزائر تستهدفان 256 ألف و159 ألف سرير على التوالي خلال سنة 2015.

بالنسبة لمناصب الشغل يوجد اختلاف بين الدول ولكن هذا الاختلاف غير كبير كالمتغيرات السابقة، حيث تستهدف المغرب لسنة 2015 حوالي 645 ألف منصب شغل، أما تونس فتستهدف 173 ألف منصب شغل سنة 2016، والجزائر 400 ألف منصب شغل سنة 2015.

بالنسبة للأهداف النقدية للدول، فقد استهدفت المغرب كإيرادات سياحية سنة 2015 حوالي 85 مليار درهم، وهو ما يقدر بسعر الصرف الحالي 8.7 مليار دولار كأكبر استهداف للدول المقارنة، تليها تونس التي استهدفت 5 ملايير دولار لسنة 2016، أما الجزائر فكانت تقديرات الإيرادات السياحية لسنة 2015 تتراوح من 1.5 إلى 2 مليار دولار.

المبحث الثالث: مؤشرات السياحة ومساهماتها في التنمية الاقتصادية بالجزائر، تونس والمغرب

من الطبيعي أن يفرز تطوير قطاع السياحة مساهمة كبيرة في التنميــة الاقتصادية للبلــدان السياحية، والتي تتوقف بدورها على أهمية هذا القطاع، وسنستعرض في هذا المبحث مساهمة السياحة في اقتصاديات الجزائر، تونس والمغرب، والمقارنة بينهما.

المطلب الأول: مؤشرات السياحة ومساهمتها في التنمية الاقتصادية بالجزائر

تشير الكثير من الدراسات والتقارير عن واقع السياحة الجزائرية أنه ما زال بعيدا عن القطاعات السياحية مقارنة مع الدول الشقيقة، وهذا ما سنقوم به من خلال استعراض مؤشرات السياحة الجزائرية ومساهمتها في التنمية الاقتصادية من خلال استعراض مؤشرات السياحة الجزائرية ومساهمتها في التنمية الاقتصادية.

1- عدد السياح الدوليين الوافدين

لم تكن الحركة السياحية الدولية الوافدة إلى الجزائر تمثل مكانة مهمة وذلك لاعتبارات اديولوجية (النهج الاشتراكي) السائدة خلال العقود الثلاثة الأولى منذ الاستقلال، وقد ازدادت الأمور تعقيدا خلال سنوات التسعينات بسبب الوضع الأمني والسياسي المتردي، لكن مع دخول الألفية الجديدة بدأ بالتعافي نوعا ما لكن تبقى بعيدة عن تونس والمغرب.

الجدول رقم (26): تطور عدد السياح الدوليين إلى الجزائر خلال الفترة (2005-2015) م حسب الجنسية

الوحدة= مليون سائح

السنوات	الاتحاد الأوروبي	أمريكا الشمالية	أمريكا الجنوبية	آسيا	إفريقيا	المغرب العربي	مجموع الأجانب	السياح	الجزائريون المقيمون بالخارج		المجموع
							العدد	النسبة	العدد	النسبة	
2005	210639	7081	1036	31985	172985	153580	441206	30.57	1001884	69.43	1443090
2006	231327	8349	1375	42123	173222	151165	478358	29.21	1159224	70.79	1637582
2007	242786	8415	1856	58173	171077	141818	511188	29.33	1231896	70.67	1743084
2008	242536	8328	2611	69180	208343	180992	556697	31.42	1215052	68.58	1771749
2009	255669	10085	3035	83890	274295	236020	655810	34.31	1255696	65.69	1911506
2010	217992	7442	3053	72083	329997	285968	654987	31.63	1415509	68.37	2070496
2011	193775	9155	3110	86921	582995	534311	901642	37.65	1493245	62.35	2394887
2012	-	-	-	-	-	-	981955	37.28	1652101	62.72	2634056
2013	-	-	-	-	-	-	964153	35.28	1768578	64.72	2732731
2014	-	-	-	-	-	-	940125	40.85	1361248	59.15	2301373
2015	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1710000

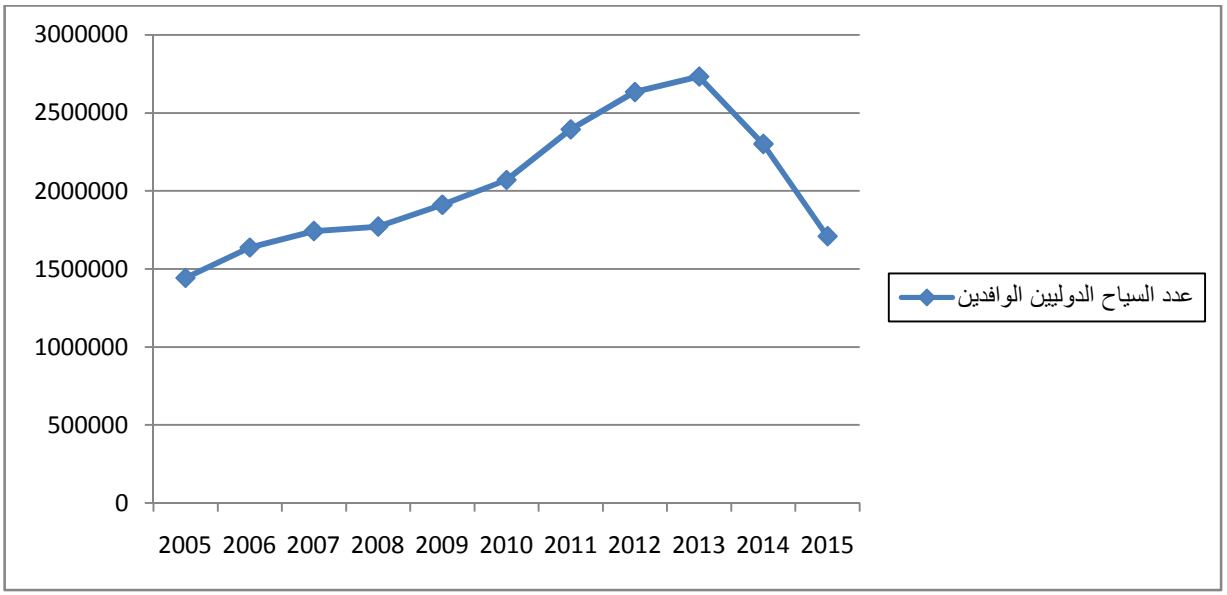
La source : -Office national des statistiques, www.ons.dz. Consulté le : 01/05/2017.

-Ministère de l'aménagement urbain, le tourisme et de l'artisanat.www.mtta.gov.dz, consulté le 20/04/2017.

- UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2016,madrid, p 11.

الشكل رقم (12): تطور السياح الدوليين الوافدين خلال الفترة (2005- 2015)

الوحدة= مليون سائح.



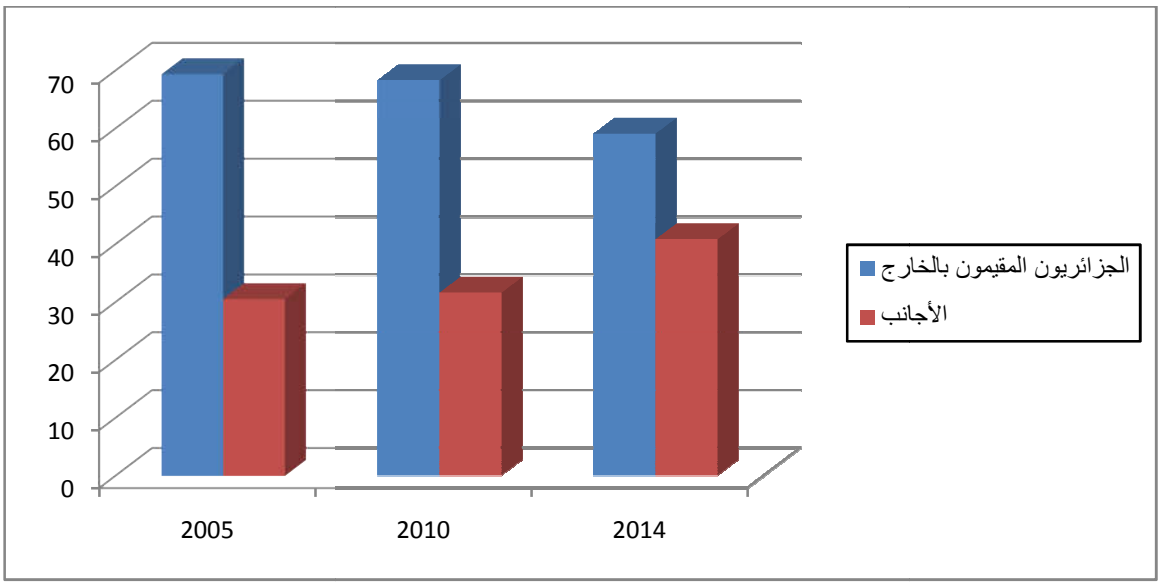
المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم (26).

من خلال بيانات الجدول نلاحظ بأن قطاع السياحة في الجزائر لم يتمكن من جذب أعداد كبيرة من السياح، حيث كان عدد السياح الوافدين سنة 2005 يقدر بحوالي 1.4 مليون سائح، حيث استمر العدد بالتزايد سنة بعد سنة بنسب متفاوتة ولكن غير كبيرة، إلى أن تغطى سنة 2010 المليون سائح، لكن سنة 2014 انخفض عدد السياح الدوليين الوافدين وذلك بسبب الوضع الأمني المتردي نوعا ما بعد التفجيرات الإرهابية سنة 2013 في منشأة طاقوية بالصحراء الجزائرية، وما خلفه من أصداء غير إيجابية على مستوى العالم.

وبالنظر إلى النتائج المحققة مقانة بالأهداف المسطرة، نلاحظ أن الجزائر لم تحقق الأهداف المرجوة سنة 2015 حيث كانت تتوقع دخول 2.5 مليون سائح من خلال الأهداف الكمية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في حين كان لعدد السياح الدوليين الوافدين سنة 2015 حوالي 1.7 مليون سائح.

ونلاحظ أيضا من خلال الشكل التالي عدد السياح الدوليين حسب الجنسية الاجانب والجزائريون المقيمون في الخارج سنوات 2005، 2010، 2014.

الشكل رقم (13): عدد السياح الدوليين الوافدين حسب الجنسية خلال السنوات (2005، 2010، 2014)



المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم (26).

نلاحظ من خلال الشكل أن القسم الأكبر من السياح الدوليين الوافدين على الجزائر على مدار السنوات من 2005 إلى 2015، هم الجزائريين المقيمين بالخارج، بنسبة فاقت الـ 60% في كل السنوات وأغلب الأسباب الذافعة للسياح في هذا القسم هي أسباب متعلقة بالعائلة، الجدور، التاريخ ... إلخ، وغير

متعلقة بأسباب سياحية فقط، في حين القسم الآخر وهم الأجانب فيبقى غير مرضي خاصة وأن الجزائر تحتوي على موارد سياحية كبيرة، وهذا يبقى من نقاط ضعف القطاع السياحي بالجزائر الذي يبقى عاجزا على استقطاب أعداد كبيرة من السياح الأجانب، ويبقى بعيدا جدا إذا ما قرن بدول الجوار تونس والمغرب، كما سنرى ذلك لاحقا.

2- الليالي السياحية: تمثل الليالي السياحية مدة الإقامة التي يقتضيها السياح في الفنادق للبلد السياحي المضيف طيلة رحلاتهم السياحية، حيث أن معدل تغير الليالي السياحية يتناسب طردا مع معدل تغيير عدد السائحين الوافدين على المناطق السياحية المعنية، إلا أن هذه القاعدة ليست مطلقة إذ أن هناك مجموعة من العوامل التي تساعهم في تحديد مدة الإقامة للسياح، والتي قد تؤثر سلبا على تزايد عدد الليالي السياحية، وهذه العوامل قد تكون عالمية أو محلية.

ويوضح الجدول التالي الليالي السياحية في الجزائر للفترة 2005-2014

الجدول رقم (27): تطور اليالي السياحية بالجزائر خلال الفترة (2005-2014)

السنوات	الليالي السياحية للمقيمين		الليالي السياحية لغير المقيمين		إجمالي الليالي السياحية
	العدد	السنة المئوية (%)	العدد	السنة المئوية (%)	
2005	4222305	89.73	483332	10.27	4705637
2006	4376625	89.22	528591	10.78	4905216
2007	4546085	88.79	573855	11.21	5119940
2008	4750796	88.86	595747	11.14	5346543
2009	4971372	88.05	674456	11.95	5645828
2010	5185231	87.30	754103	12.69	5939334
2011	5484105	86.64	845367	13.35	6329472
2012	5703550	85.89	936631	14.10	6640181
2013	5926968	85.63	994266	14.36	6921234
2014	6215932	88.22	837812	11.87	7053744

La Source: -Office national des statistiques, www.ons.dz. Consulté le : 05/05/2017.
-Ministère de l'aménagement urbain, le tourisme et de l'artisanat.www.mtta.gov.dz, consulté le 05/05/2017.

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ تطور مستوى إجمالي الليالي السياحية في الفنادق خلال الفترة 2005 و2014، ولكن تطور بطيء نوعا ما، وهذا يدل على ضعف نوعية الخدمات السياحية بالجزائر والتي لا ترقى للمعايير الدولية، وهو الأمر الذي أثر سلبا على تدفق السياح نحو الجزائر، حيث كان إجمالي

الليالي السياحية سنة 2005 حوالي 4.7 مليون ليلة سياحية، وسنة 2010 ما يقدر بـ 5.9 مليون ليلة سياحية، واستمرت بالنمو إلى سنة 2014 حيث قدرت بحوالي 7 ملايين ليلة سياحية.

ونلاحظ أيضا من الجدول أن الأغلبية الساحقة لليالي السياحية هي المقيمين بنسبة سنوية قاربت الـ 90% من إجمالي الليالي السياحية وهو ما يوضح أكثر ضعف القطاع السياحي وعجزه على جذب السياح الأجانب، حتى في ظل الأزمات السياحية والأمنية لدول الجوار خاصة ليبيا وتونس فلم تستغل الجزائر الوضع، حيث نستنتج من هذا الضعف الكبير لتنافسية القطاع السياحي الجزائري مقارنة بتونس والمغرب، وتركيزه الكبير على السياحة الداخلية التي لن تجدي نفعا مستقبلا في ظل الأزمة المالية الحالية للجزائر وانخفاض الاستهلاك على الكماليات ومنها السياحة.

3- مساهمة السياحة في التشغيل

تساهم السياحة في الجزائر في خلق مناصب شغل دائمة ومؤقتة وبالتالي المساهمة في التقليل أو القضاء على البطالة، وفيما يلي جدول يوضح تطور عدد العاملين المباشرين في القطاع السياحي في الجزائر.

الجدول رقم (28): تطور عدد العاملين المباشرين في القطاع السياحي خلال الفترة (2005- 2013)

الوحدة= ألف عامل.

السنوات	عدد العاملين المباشرين	نسبة التطور (%)
2005	172	4.25
2006	193.9	12.73
2007	204.4	5.42
2008	320	56.56
2009	370	15.63
2010	420	13.51
2011	420	-
2012	420	-
2013	420	-

المصدر: عبد الحفيظ مسكين، **استراتيجية التسويق المنتج السياحي الجزائري من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، 2016، ص 176.

يتضح لنا من الجدول التطور الكبير الذي شهده عدد العاملين في القطاع السياحي الجزائري حيث تطور عدد العاملين من سنة 2005 إلى سنة 2013 بنسبة 145%، وهي نسبة تطور كبيرة حيث انتقل

الرقم من 172 ألف عامل سنة 2005 إلى 420 ألف عامل سنة 2013، ولكن بالنظر إلى التطور البطيء للطاقة الفندقية والسريرة في الجزائر لنفس الفترة، يبدو لنا أن تطور العاملين غير منطقي نوعا ما، وبالرجوع إلى السياسة التشغيلية في الجزائر واستحداث عقود ما قبل التشغيل والعقود المدعمة من طرف الدولة سنة 2008، أصبح واضح لنا أن التطور الكبير لعدد العاملين في القطاع السياحي في الجزائر راجع أساسا إلى توظيف عمال عقود ما قبل التشغيل بأعداد كبيرة خاصة سنة 2008 حيث كانت نسبة التطور 56.56 %، ومنذ سنة 2008 إلى يومنا هذا يستمر التوظيف بتلك الطريقة.

4- الإيرادات السياحية

تعتبر الإيرادات السياحية من الأهداف الأساسية لتطوير وتنمية القطاع السياحي، وتعكس الإيرادات السياحية غالبا عدد السياح، فالعلاقة طردية بين عد السياح والإيرادات السياحية، وبالرجوع إلى الإيرادات السياحية في الجزائر فهي قليلة جدا وتعكس حقيقة المقومات السياحية في الجزائر، بل وتعكس بصورة واضحة العدد القليل من السياح المنتهجين نحو الجزائر.

الجدول رقم (29): تطور الإيرادات السياحية للجزائر خلال الفترة (2005-2014)

الوحدة= مليون دولار

السنوات	الإيرادات	نسبة التطور(%)	نسبة المساهمة من إجمالي الصادرات
2005	184	1.66	0.98
2006	215	16.85	0.69
2007	219	1.86	0.53
2008	325	48.40	0.58
2009	267	-17.85	0.75
2010	219	-17.98	0.53
2011	209	-4.57	0.39
2012	217	3.83	0.39
2013	250	15.21	0.48
2014	258	3.20	0.55
المتوسط	236.3	5.06	0.59

Le source: - UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2016,madrid, p 11.
- UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2014, madrid, p 11.
- UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2012, madrid, p 11.
- UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2010, madrid, p 09.
- UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2008, madrid, p 09.
-DATA World bank.

بالنظر إلى بيانات الجدول أعلاه نلاحظ تطور الإيرادات السياحية للجزائر من سنة 2005 إلى سنة 2014 بـ نسبة 40.22% وهي نسبة ضعيفة نوعا ما خلال عشر سنوات كاملة، مع تسجيل بعض التذبذبات حيث تطورت الإيرادات السياحية من سنة 2005 إذ قدر بـ 184 مليون دولار إلى سنة 2008 التي قدرت الإيرادات السياحية فيها بـ 325 مليون دولار، إلا أنها انخفضت خلال سنوات 2009، 2010، 2011، بمعدلات تطور سالبة، لتعود للتعافي مند سنة 2012 إلى سنة 2014 .

ومما سبق يتضح لنا أن قطاع السياحة في الجزائر لا يزال ضعيفا إذ لم يحقق إيرادات كبيرة، حيث يعتبر من القطاعات المهمشة والغير معتمدة عليها في الاقتصاد الوطني ويظهر ذلك جليا في نسبة مساهمة قطاع السياحة في الصادرات الجزائر إذ كان متوسط المساهمة هو 0.59% وهي نسبة ضعيفة جدا إذا ما قورنت مع دول الجوار.

5- مساهمة السياحة الجزائرية في الناتج المحلي الإجمالي

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة للناتج المحلي الإجمالي، وبالنسبة للجزائر فإن مساهمة السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي يبقى ضعيفا، والجدول التالي يوضح ذلك أكثر:

الجدول رقم (30): تطور نسبة مساهمة إيرادات قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر خلال الفترة (2005-2016)

الوحدة= مليون دولار أمريكي

السنوات	الناتج المحلي الإجمالي	نسبة مساهمة السياحة والسفر في PIB(%)
2005	103071	3.9
2006	117028	3.3
2007	134837	3.2
2008	171005	3.1
2009	137212	3.7
2010	161159	3.4
2011	199302	3.3
2012	204289	3.3
2013	225933	3.6
2014	-	3.3
2015	-	3.5
2016	-	3.6
المتوسط	-	3.4

المصدر: صندوق النقد العربي، **نشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية**، أبو ظبي، 2015، ص 44.

- WORLD Travel & Tourism Council, www.wttc.org/datagetway . consulté le 05/05/2017

يتضح لنا من الجدول أن مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي **PIB** للفترة (2005-2016) لم ترقى إلى المستوى المطلوب، وقد عرفت تذبذب في معظم تلك الفترة حيث كانت تمثل سنة 2015 ما يقدر بـ 3.9%، وسنة 2010 بحوالي 3.4% ونسبة 2016 حوالي 3.6%، وهي مردودية ضعيفة للقطاع السياحي في المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وهذا يعود أساسا إلى أن هذا القطاع لم يكن له أي دور في التنمية الاقتصادية منذ الاستقلال، وهذا بسبب اعتماد الدولة الكلي على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في الدفع بالتنمية الاقتصادية للبلاد.

المطلب الثاني: مؤشرات السياحة ومساهمتها في التنمية الاقتصادية بتونس

من خلال ما سبق تتضح ملامح قوة المنتج السياحي في تونس ويعود ذلك إلى الاستغلال الجيد لهذا المنتج، وتحسين الخدمات المرتبطة به، على مجمل هذا القطاع، ولذلك تمكنت تونس من خلال مكانة مهمة ضمن الدول التي تعتمد على القطاع السياحي في تنمية اقتصادها، ويظهر ذلك من خلال العناصر الآتية:

1- عدد السياح الدوليين الوافدين

استطاعت تونس أن تدعم مكانتها في الأسواق المتوسطية والإفريقية والعالمية، بفضل جدية السياسات المتعاقبة والتي أعطت مكانة متميزة للقطاع السياحي وتدل على النتائج المحققة على مستوى عدد السياح الوافدين إليها.

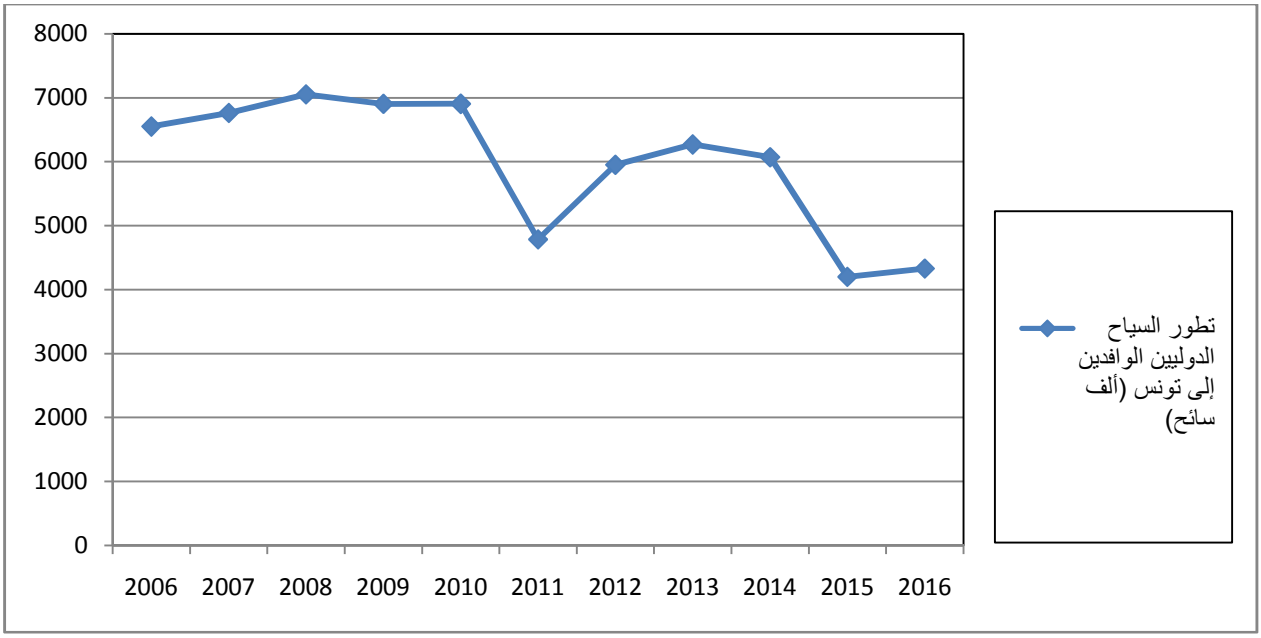
الجدول رقم (31): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2006- 2016) حسب الجنسية

الوحدة: ألف سائح

السنوات	الأوروبيين		المغاربة		الأمريكان		الآخرين		عدد السياح الدوليين الوافدين
	العدد	النسبة(%)	العدد	النسبة(%)	العدد	النسبة(%)	العدد	النسبة(%)	
2006	3956.3	60.4	2458.4	37.5	31.6	0.5	99.7	1.5	6549.5
2007	4048.4	59.9	2564.2	37.9	33.7	0.5	115.5	1.7	6761.9
2008	4099.7	58.2	2780.8	39.4	35.3	0.5	134.5	1.9	7050.3
2009	3742.9	54.2	2999.1	43.5	36.3	0.5	124.0	1.8	6902.3
2010	3812.0	55.2	2927.9	42.4	36.2	0.5	127.3	1.8	6903.4
2011	2132.9	44.6	2384.1	49.8	22.7	0.5	245.6	5.1	4785.3
2012	2963.4	49.8	2843.3	47.8	28.5	0.5	115.2	1.9	5950.4
2013	2884.3	46.0	114.4	1.8	68.8	1.1	120.9	1.9	6268.9
2014	2792.6	46.0	3103.8	51.1	25.3	0.4	148.1	2.4	6069.7
2015	1297.8	30.9	2765.9	65.8	23.3	0.5	114.8	2.7	4201.8
2016	-	-	-	-	-	-	-	-	4330.6

La source: -Institut National de statistique, http://www.ins.nat-tn,consulté le : 06/05/2017.

الشكل رقم (14): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2006- 2016)

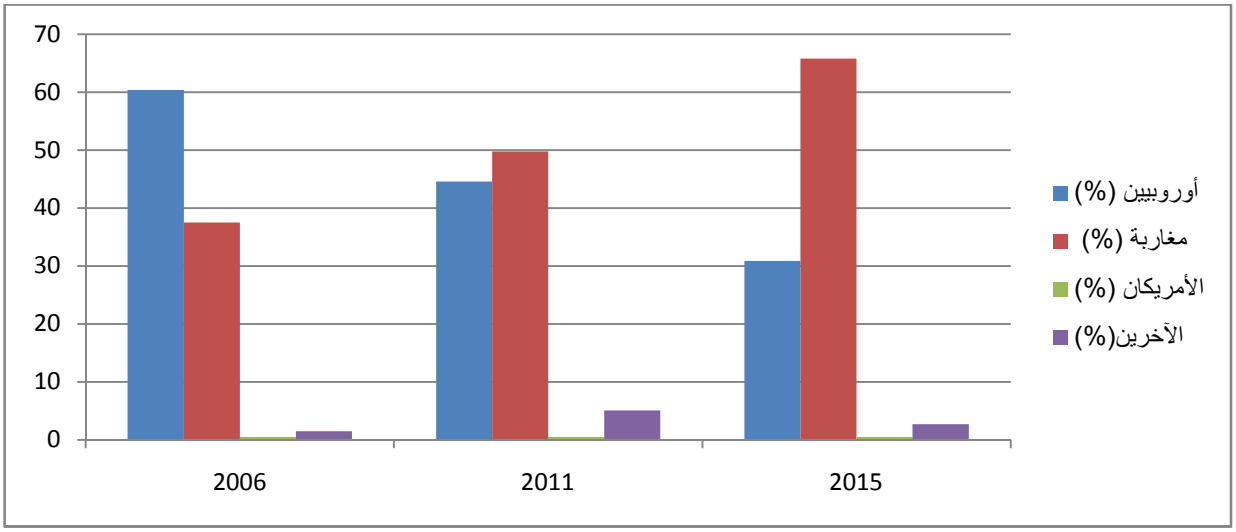


المصدر: من أعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم (31).

من خلال بيانات الجدول والشكل نلاحظ بأن قطاع السياحة في تونس تمكن من جدب أعداد كبيرة من السياح من جنسيات متعددة حيث انخفض عددهم من 6.5 مليون سائح سنة 2006 إلى ما يقدر بـ 4.3 مليون سائح سنة 2016، وعليه فإن أعداد السياح الدوليين الوافدين إلى تونس تتغير وتتذبذب من عام إلى آخر وهذا ما يفسر التأثر الكبير للسياحة بالوضعية الاقتصادية العالمية والوضع الأمني والسياسي، خاصة الانخفاض الحاد سنة 2011 بسبب عدم الاستقرار السياسي والأمني في تونس إثر ما يسمى بـ "الربيع العربي"، وأيضا انخفاض سنة 2015 بسبب الوضع الأمني المتردي، بسبب التفجيرات الإرهابية، وهذا ما يفسر التأثير الكبير للقطاع السياحي بالوضع الأمني والسياسي.

وبالنظر إلى النتائج المحققة مقارنة بالأهداف المسطرة نلاحظ أن تونس حققت الأهداف المسطرة سنة 2006 حيث كان المتوقع هو 6.6 مليون سائح في حين الرقم المحقق كان 6.5 مليون سائح، وفي سنة 2011 لم تحقق تونس الأهداف المسطرة التي كانت 8.2 مليون سائح حيث كان الرقم المحقق 4.7 مليون سائح، وهذا راجع للأسباب التي ذكرناها سابقا، نفس الأمر مع سنة 2016 حيث كانت الأهداف المسطرة 10.1 مليون سائح، في حين كان الرقم المحقق سنة 2016 هو 4.3 مليون سائح وهذا أيضا راجع للأسباب المذكورة سابقا.

الشكل رقم (15): عدد السياح الدوليين الوافدين إلى تونس حسب الجنسية للسنوات (2006،2011، 2015)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الشكل(31)

نلاحظ من الجدول والشكل تعدد جنسيات السياح الوافدين إلى تونس ومن مناطق مختلفة، ومن أهمها أوروبا باعتبارها قريبة من الحوض المتوسط، حيث كانت المصدر الأول للسياح إلى تونس من سنة 2006 إلى سنة 2010 وتحتل فرنسا المرتبة الأولى في قائمة الدول الأوربية من حيث تدفق السياح إلى تونس ثم تليها ألمانيا وإيطاليا، لكن نسبة توافد السياح الأوروبيين إلى تونس تناقصت تدريجيا مند سنة 2011 إلى الآن، وهذا راجع إلى الظروف الأمنية والسياسية المتردية بعد الثورة الشعبية ضد نظام الحكم في سنة 2011، وأيضا التفجيرات الإرهابية التي تكررت في تونس سنة 2015 و2016.

وتعتبر المنطقة المغاربية ثاني مصدر للسياح لتونس مند سنة 2011 إلى الآن، وتحتل ليبيا المرتبة الأولى في قائمة الدول المغاربية حيث كان عدد السياح الليبيين الوافدين إلى تونس سنة 2006 ما يقدر بـ 1.4 مليون سائح واستمر هذا العدد بالزيادة إلى سنة 2012 حيث كان عدد السياح الليبيين الوافدين إلى تونس يقدر بحوالي 1.8 مليون سائح، تليها الجزائر بتوافد مستقر نسبيا يقارب المليون سائح سنويا إلى تونس، وهذا من سلبيات قطاع السياحة في الجزائر التي عجزت عن استقطاب هذا الكم الهائل من السياح الجزائريين اللذين فضلوا الوجهة التونسية على الوجهة الجزائرية.

2- الليالي السياحية

شهدت تونس في السنوات الأخيرة تطورا ملحوظا في طاقتها الإيوائية وكذا تحسين مستوى الخدمات بها ما أدى إلى زيادة الليالي السياحية وخلال الفترة (2005- 2016) كان تطور عدد الليالي السياحية حسب ما

يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (32): تطور عدد الليالي السياحية في تونس خلال الفترة (2005-2015)

الوحدة= ألف ليلة سياحية.

السنوات	عدد الليالي السياحية					المجموع
	الأوروبيين	المغاربة	الأمريكان	الدول الأخرى	التونسيين المقيمين بالخارج	
2006	31980.9	1022.4	238.6	803.5	40.7	34086.1
2007	32191.6	1084.6	245.3	971.3	52.9	34545.7
2008	32598.4	1145.3	275.2	956.8	73.0	35068.7
2009	29157.9	1240.2	255.2	856.8	46.8	31556.9
2010	29403.9	1423.7	248.6	998.7	61.4	32136.9
2011	15125.2	1319.0	127.2	583.4	52.8	17207.6
2012	23171.5	1702.1	126.9	821.0	98.9	25920.4
2013	22848.6	1869.9	110.0	843.0	90.1	25761.6
2014	21692.6	2051.8	99.8	825.1	118.6	24787.9
2015	8366.3	2102.9	74.8	490.1	90.1	11124.2
2016	/	/	/	/	/	17880.0

La source: Institut National de statisique – http://www.ins.nat-tn –consulté le : 06/05/2017.

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ تطور إجمالي الليالي السياحية في الفنادق التونسية للفترة (2006-2016)، إلا أنها عرفت انخفاضا حادا سنة 2011، حيث انخفضت من 32 مليون ليلة سنة 2010 إلى 17 مليون ليلة سياحية سنة 2011، وهذا بسبب الوضع الأمني والسياسي المتردي آنذاك، لتبدأ بالتعافي تدريجيا سنوات 2012، 2013، 2014، إلا أنها عادت للانخفاض سنة 2015 متأثرة بالوضع الأمني المتردي بعد التفجيرات الإرهابية في بعض المناطق السياحية.

وتبقى السوق الأوروبية أول زبون للسياحة في تونس من خلال ما نلاحظه من الجدول وتمثل الأغلبية الساحقة من سنة 2006 إلى سنة 2010، حيث كانت تمثل حوالي 30 مليون ليلة سياحية وتمثل أكثر من 90% من إجمالي الليالي السياحية، ولكن انخفضت بشكل حاد سنة 2011 للأسباب التي ذكرناها سابقا إلى 15 مليون ليلة سياحية.

ومن أهم الأسواق السياحية التي تستهدفها تونس أيضا وتعتبر الزبون الثاني بعد أوروبا للسياحة في تونس وهي السوق المغاربية بحيث الليالي السياحية للمغاربة استمرت بالتزايد غير متأثرة بالأزمات الأمنية، حيث أنقذت الاقتصاد التونسي خلال الفترات التي انخفضت فيها الليالي السياحية للأوروبيين.

3- مساهمة السياحة في التشغيل

انعكس النمو المستمر لحجم السياحة الدولية الوافدة إلى تونس على قطاع التشغيل في البلاد، حيث أنه وفر آفاق واسعة أمام عدد كبير من التونسيين للحصول على منصب شغل في قطاع السياح لتلبية الحاجات المتزايدة من الموارد البشرية المؤهلة، والجدول الآتي يبين تطور عدد العاملين في هذا القطاع:

الجدول رقم (33): تطور عدد العاملين في القطاع السياحي في تونس خلال الفترة (2005-2015)

السنوات	عدد العاملين المباشرين في قطاع السياحة	معدل التغيير (%)
2005	91.9	1.55
2006	92.7	0.87
2007	94.3	1.73
2008	95.4	1.17
2009	96.0	0.63
2010	96.6	0.63
2011	96.9	0.31
2012	96.8	-0.10
2013	96.1	-0.72
2014	96	-0.10
2015	96.5	0.52

La source :: Institut National de statisique – http://www.ins.nat-tn –consulté le : 07/05/2017.

من خلال الجدول نلاحظ أن مساهمة السياحية في توفير مناصب الشغل كان كبيرا خلال الفترة (2005- 2015)، حقق حوالي 91.9 ألف منصب شغل مباشر خلال سنة 2005 واستمر هذا القطاع في توفير مناصب الشغل، حيث كان عدد مناصب الشغل سنة 2011 بـ 96.9 ألف منصب شغل، لكن بعد سنة 2011 انخفضت مساهمة السياح في التشغيل بنسب طفيفة متأثرة بتراجع عدد السياح الوافدين والذين تأثر بدوره بالوضع الأمني والسياسي الغير مستقر، ولكن يبقى قطاع السياحة التونسي يساهم بشكل كبير في التقليل من حجم البطالة حيث انعكس إيجابا على الحياة الاجتماعية للسكان.

4- الإيرادات السياحية

تطور عدد السياح والليالي السياحية في تونس انعكس إيجابا على الإيرادات السياحية والجدول التالي يوضح أكثر:

الجدول رقم (34): تطور الإيرادات السياحية في تونس خلال الفترة (2005-2015)

الوحدة= مليون دولار

السنوات	الإيرادات السياحية	نسبة التطور (%)	نسبة المساهمة من إجمالي المصادرات (%)
2005	2124	6.58	13.1
2006	2227	4.84	13.8
2007	2575	15.63	15.3
2008	2953	14.68	19.1
2009	2773	-6.10	17.8
2010	2645	-4.62	15.7
2011	1914	-27.64	11.2
2012	2227	16.35	13.2
2013	2191	-1.62	13.0
2014	2359	7.67	14.1
2015	1354	-42.60	10.8
المتوسط	2052	-1.53	14.28

Le source : -UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2016,madrid, p 11.
-UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2014,madrid, p 11.
-UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2012,madrid, p 11.
-UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2010,madrid, p 09.
-UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2008,madrid, p 09.
-DATA World bank.

تبين أرقام الجدول أن إيرادات القطاع السياحي في تونس تشهد بعض التذبذبات حيث شهدت نموا من سنة 2005 حيث وقدرت بحوالي 2.1 مليار دولار إلى 2.9 مليار دولار سنة 2008، حيث ساعد الاستقرار الأمني والسياسي على ذلك إلا أنها شهدت انخفاضا طفيفا سنتي 2009 و2010 بنسب 6.1% و4.62% على التوالي، ثم انخفضت بشكل حاد سنة 2011 بنسبة 2.76% متأثرة بالتراجع الكبير في عدد السياح الدوليين الوافدين بسبب الأوضاع الأمنية والسياحية المتردية، ثم شهدت الإيرادات السياحية بعض التعافي سنة 2012 بنسبة تطور 16.35% مقارنة بسنة 2011، إلا أنها انخفضت سنة 2013 بنسبة 1.62%، ثم ارتفعت قليلا سنة 2014 بنسبة 7.67%، ثم في سنة 2015 انخفضت بشكل حاد جدا بنسبة 42.14% مقارنة بسنة 2014 متأثرة بالتراجع الكبير للتوافد السياحي بسبب الأوضاع الأمنية المتردية والتفجيرات الإرهابية في تونس خاصة في بعض المناطق السياحية كمتحف باردو في العاصمة تونس وفي شاطئ وفندق بمدينة سوسة.

وبالنظر إلى نسبة مساهمة السياحة من إجمالي الصادرات التونسية، نلاحظ أنها قيمة عالية وتعبر على قوة القطاع السياحي التونسي حيث إذ قدرت في المتوسط بـ 14.28% حيث يعتبر من القطاعات الاستراتيجية في تونس.

5- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي

يعتبر القطاع السياحي بتونس من القطاعات الإستراتيجية في الاقتصاد التونسي إذ يعتبر ثاني قطاع تعتمد عليه الدولة بعد القطاع الفلاحي، وهذا لما يحققه من مساهمات في النتاج المحلي الإجمالي التونسي، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (35): تطور نسبة مساهمة إيرادات قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي في تونس خلال الفترة (2005-2016)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	الناتج المحلي الإجمالي	نسبة مساهمة السياحة والسفر في PIB (%)
2005	41871	10.4
2006	45758	10.2
2007	49857	10.3
2008	55120	10.4
2009	58609	10.0
2010	63059	9.9
2011	64690	7.7
2012	70658	8.7
2013	76570	8.4
2014	-	8.8
2015	-	6.7
2016	-	6.6
المتوسط	-	9.0

المصدر: - صندوق النقد العربي، مرجع سابق، ص 42.

-WORLD Travel&Tourism Council, www.wttc.org/datagetway. consulté le: 07/05/2017.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي التونسي هي مساهمة فعالة مقارنة مع المعدل العالمي والمقدر بـ 10%، حيث تقدر النسبة المتوسطة بـ 9%، ورغم هذه المساهمة المهمة في الناتج المحلي الإجمالي التونسي، إلا أنها عرفت تذبذبا كبيرا خلال الفترة

(2005-2016) حيث كانت أعلى نسبة لها سنة 2005 بمعدل 10.4%، ثم بدأت بالتذبذب إلى أن وصلت سنة 2011 بمعدل 7.7%، ثم أعادت الارتفاع إلى أن وصلت سنة 2014 إلى 8.8%، ثم انخفضت مجددا سنة 2015 و2016 بمعدل 6.7% و6.6%على التوالي، وهي أقل نسبة حققتها السياحة التونسية.

المطلب الثالث: مؤشرات السياحة ومساهمتها في التنمية الاقتصادية بالمغرب

بدلت المغرب جهود كبيرة لتطوير قطاعها السياحي، وهذا من اجل زيادة عدد السياح القادمين إلى أراضيها، وذلك من مختلف مناطق العالم، وهذا بفضل الإمكانيات السياحية التي قامت السلطات المغربية بتوفيرها لأجل افتكاك حصة من السياحة الدولية، وتعزيز دور القطاع السياحي في المساهمة في التنمية الاقتصادية بالمغرب وذلك من خلال الإيرادات السياحية، ومدى مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، وكذلك خلق مناصب شغل.

1- عدد السياح الدوليين والوافدين

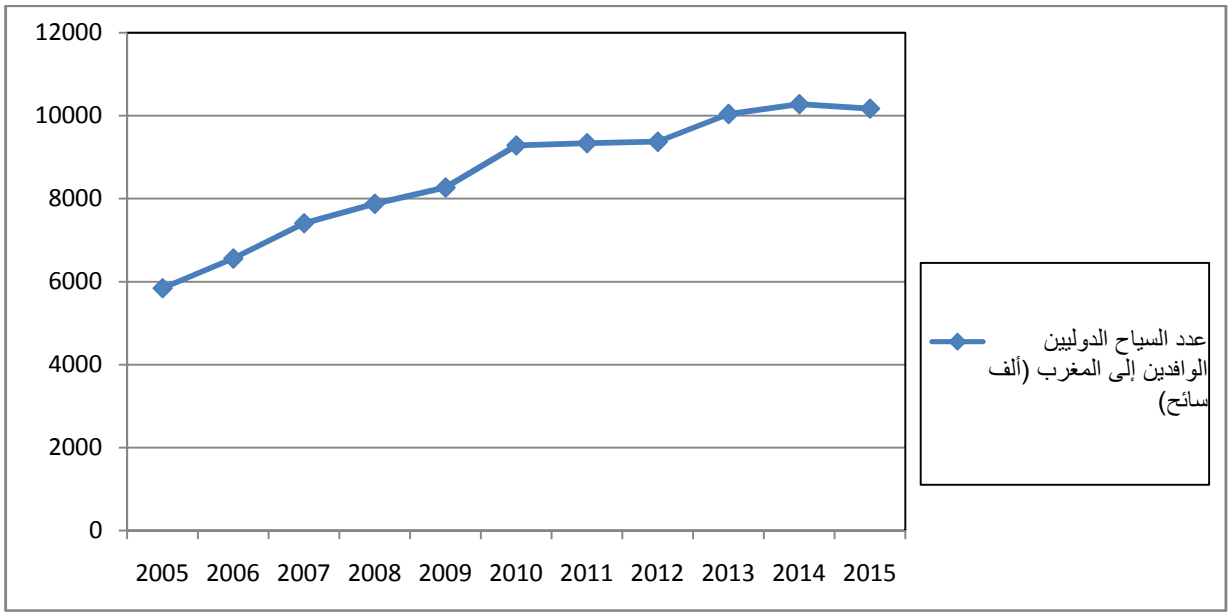
يعد المغرب من الدول التي حققت نتائج هامة على مستوى القطاع السياحي وتثبيت مكانتها على خريطة السياحة العربية والمتوسطية، ولهذا عملت على تكثيف الجهود لتحسين الخدمات المقدمة وتنويع من منتوجاتها السياحية، وكان تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب كالتالي:

الجدول رقم (36): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى المغرب خلال الفترة (2005-2015) حسب الجنسية

السنوات	السياح الأجانب				مجموع		مجموع المغاربة		المجموع
	أوروبا	الأمريكيين	المغاربة	الأخرين	الأجانب	النسبة	المقيمين في الخارج	النسبة	
2005	-	-	-	-	3055	52.3	2788	47.7	5843
2006	-	-	-	-	3572	54.5	2986	45.5	6558
2007	-	-	-	-	4031	54.4	3377	45.6	7408
2008	-	-	-	-	4212	53.5	3667	46.5	7879
2009	-	-	-	-	4263	51.5	4008	48.5	8271
2010	3889	251	155	615	4910	52.9	4377	47.1	9288
2011	3882	239	174	638	4933	52.8	4408	47.1	9342
2012	3855	257	219	680	5011	53.5	4363	46.5	9375
2013	3994	294	270	765	5323	53.0	4722	47.0	10046
2014	4115	303	213	806	5437	52.9	4845	47.1	10282
2015	3825	333	195	798	5151	50.6	5025	49.4	10176

La source :-secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres**, rabbat, 2015, p 10.
- secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres**, rabbat, 2014, p 10.
- secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres**, rabbat, 2013, p 10.
- secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres**, rabbat, 2012, p 10.

الشكل رقم (16): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى المغرب خلال الفترة (2005-2015)



المصدر: من إعدادا الطالبين بالاعتماد على الجدول (36).

نلاحظ من الشكل والجدول بأن الحركة السياحية الدولية القادمة إلى المغرب للفترة (2005-2015)، حيث شهدت تطورا في كل سنة، إذ تطور عدد السياح من 5.8 مليون سائح في نسبة 2005 إلى 10.1 مليون سائح سنة 2015، وتقدر حصة السياح الأجانب بأكثر من النصف، هذا وتعتبر السوق الأوروبية هي الزبون الأول للسياحة في المغرب بتوافد كبير قدر سنة 2015 بـ 3.8 مليون سائح من عدد إجمالي السياح الأجانب قدر بـ 5.1 مليون سائح ولكن النسبة الأولى لعدد السياح الدوليين الوافدين هم المغاربة والمقيمين في الخارج حيث قدر عدد الوافدين منهم سنة 2015 بحوالي 5 ملايين سائح.

وبالنظر إلى الأهداف المسطرة في المغرب رؤية 2020 نلاحظ أن المغرب حقق الهدف المسطر سنة 2010 والمقدر بـ 9.2 مليون سائح سنويا ولكن سنة 2015 فلم تحقق المغرب إلا 75 % من الهدف المسطر حيث كان المأمول هو الوصول إلى 13 مليون سائح، في حين كان عدد السياح الدوليين الوافدين يقدر بحوالي 10 ملايين سائح.

إن هذه الزيادة في حجم الحركة السياحية الدولية الوافدة على المغرب تعكس اهتمامات السلطات المغرب بالقطاع السياحي وتطويره وجدب المزيد من السياح في إطار تنشيط سوق السياحة المغربية وتأكيد دور هذا البلد كوجهة سياحية أساسية في منطقة شمال إفريقيا والعالم العربي وإضافة على الاستقرار الأمني والسياحي والذي ساعد كثيرا القطاع السياحي في المغرب.

2- الليالي السياحية

شهدت المغرب خلال السنوات الأخيرة تطورا ملحوظا في طاقتها الإيوائية وكذا تحسين مستوى الخدمات لها ما أدى إلى زيادة الليالي السياحية خلال الفترة (2005-2015)، هذا وكان تطور عدد الليالي السياحية في المغرب حسب ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (37): تطور عدد الليالي السياحية في المغرب خلال الفترة (2005- 2015)

السنوات	الليالي السياحية للمقيمين		الليالي السياحية لغير المقيمين		المجموع
	العدد	النسبة(%)	العدد	نسبة التطور(%)	
2005	2956100	19.42	12259489	80.75	15215589
2006	2981018	18.26	13345867	81.74	16326885
2007	3190453	18.89	13703350	81.11	16893803
2008	3393925	20.62	13067592	79.38	16461517
2009	3321162	20.45	12917419	79.58	16238581
2010	4056455	22.56	13954610	77.44	18020065
2011	4448540	26.37	12418682	73.63	16867222
2012	4936255	28.23	12547875	71.77	17484130
2013	5183004	27.12	13931125	72.88	19114129
2014	5307163	27.03	14326312	72.97	19633475
2015	5899237	32.02	12525014	67.98	18424251

La source :-secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres**, rabbat, 2015, p 28.
- secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres**, rabbat, 2014, p 28.
- secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres**, rabbat, 2013, p 26.
- secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres,** rabbat, 2012, p 26.

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ تطور على مستوى إجمالي الليالي السياحية في الفنادق خلال الفترة (2005-2015) حيث تطور عدد الليالي السياحية في حوالي 15 مليون ليلة سنة 2005 إلى ما يقدر بـ 18 مليون ليلة سياحية سنة 2015 مع تسجيل بعض التذبذبات خاصة سنة 2011 انخفض العدد من 18 مليون ليلة سياحية سنة 2010 إلى 16 مليون ليلة سياحية سنة 2011 وهذا راجع للأوضاع الأمنية التي عرفتها المنطقة وخاصة بعض الاحتجاجات الشعبية، ولكن يبقى عدد الليالي السياحية في المغرب في مستوى جد عالي ويعبر عن الوضع الجيد للقطاع السياحي المغربي.

نلاحظ أيضا من الجدول أن الليالي السياحية لغير المغتربين هي النسبة الأكبر حيث قدرت بـ 80.5% سنة 2005 و77.5% سنة 2010 و67.98 سنة 2015.

3- مساهمة السياحة في التشغيل

تساهم السياحة المغربية بشكل كبير في التشغيل والتقليل من البطالة وهذا راجع لقوة القطاع ونموه، حيث تطورت الطاقة الفندقية والسياحية وبالتالي تطور معها عدد العاملين المباشرين وهذا لتلبية

الحاجيات المتزايدة من الموارد البشرية اللازمة لذلك، والجدول الآتي يوضح لنا عدد العاملين المباشرين في القطاع السياحي المغربي.

الجدول رقم (38): تطور عدد العاملين المباشرين في القطاع السياحي في المغرب خلال الفترة (2005-2015)

السنوات	عدد العاملين المباشرين	نسبة التطور (%)
2005	691.3	11.87
2006	796.5	15.22
2007	833.2	4.61
2008	774.9	-7.00
2009	717.7	-7.38
2010	756.1	5.35
2011	731.9	-3.20
2012	748.7	2.30
2013	759.2	1.40
2014	765.1	0.79
2015	721.3	-5.75

La source : WORLD Travel & Tourism Council, www.wttc.org/datagetway. consulté le 10/05/2017.

نلاحظ من الجدول أن مساهمة السياحة في توفير مناصب الشغل خلال الفترة (2005-2015)، شهد تطورا بطيئا نوعا ما، وتذبذب خلال سنوات العشرية حيث انخفض عدد العاملين سنة 2008 -2009 بنسبة 7% و7.38% على التوالي، ثم تطور سنة 2010 وانخفض سنة 2011، ثم يعود للارتفاع من سنة 2012 إلى سنة 2014 بنسب متفاوتة، ثم ينخفض مرة أخرى سنة 2015 بنسبة 1%، وهذا التذبذب في تطور عدد العمال قمنا بتفسيره مع الليالي السياحية، حيث شهدت الليالي السياحية نفس التذبذبات في نفس السنوات سواء بالانخفاض أو الارتفاع والنمو وبالنظر إلى (الجدول رقم(37))، شهدت الليالي السياحية ارتفاعا في سنوات 2005، 2006، 2007، 2008، ثم ارتفاعا سنة 2010 انخفاض سنة 2011 ثم ارتفاعا من سنة 2012 إلى سنة 2014 ثم تعود للانخفاض سنة 2015، ومنه نستنتج أنه توجد علاقة طردية بين حجم الطلب السياحي والفندقي وعدد العاملين في القطاع السياحي في المغرب.

4- الإيرادات السياحية

يعتبر القطاع السياحي المغربي من الأوائل إفريقيا من حيث إيرادات السياحية، إذ تعتبر المغـرب

الثانية إفريقيا إلى جانب مصر بعد جنوب إفريقيا، والجدول الآتي يوضح تطور الإيرادات السياحية في المغرب.

الجدول رقم (39): تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة (2005-2015)

الوحدة= مليون دولار

السنوات	الإرادات السياحية	نسبة التطور (%)	نسبة المساهمة من إجمالي الصادرات %
2005	4621	17.76	32.70
2006	5967	29.13	35.54
2007	7162	20.02	34.69
2008	7168	0.08	29.08
2009	6557	-8.25	33.25
2010	6703	2.23	30.23
2011	7281	8.62	28.58
2012	6703	-7.94	26.26
2013	6849	2.18	25.15
2014	7056	3.02	24.41
2015	6003	-14.92	23.32
المتوسط	6551	4.69	29.38

Le source : -UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2016,madrid, p 11.
-UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2014,madrid, p 11.
-UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2012,madrid, p 11.
-UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2010,madrid, p 09.
-UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2008,madrid, p 09.
- DATA World bank.

تظهر بيانات الجدول أعلاه الدور البارز للقطاع السياحي المغربي في جلب العملة الأجنبية من خلال الإيرادات السياحية حيث تطورت الإيرادات السياحية في المغرب من سنة 2005، حيث كانت الإيرادات تقدر بـ 4.6 مليار دولار إلى سنة 2008 التي قدرت خلالها الإيرادات بحوالي 7.2 مليار دولار، وهذا التطور الكبير في الإيرادات السياحية يعكس الاهتمام الكبير التي أولته الدولة المغربية بالقطاع وتطويره إضافة إلى الاستقرار الأمني والسياسي الذي تتمتع به المغرب، لكن سنة 2009 انخفضت الإيرادات السياحية بـ 8.52% وهذا بسبب تداعيات الأزمة المالية العالمية لسنة 2008 والتي أثرت سلبا على الإنفاق السياحي للسياح، ثم من سنة 2010 إلى سنة 2015 عرفت الإيرادات تذبذبات، حيث ارتفعت سنتي 2010 و2011 بـ 2.23% و8.62% على التوالي، ثم انخفضت سنة 2012 بـ 7.94%، ثم أعادت الارتفاع سنتي 2013 و2014 م بـ 2.18% و3.02% على التوالي، لتنخفض بعدها سنة 2015 بـ 14.92%، ولكن رغم هذا إلا أن الإيرادات السياحية المغربية تبقى في مستوى عالي بمتوسط سنوي يقدر بحوالي 6.6 مليار دولار

وبمتوسط تطور يقدر بـ 4.69% سنويا وهذا يعكس جليا نجاح إستراتيجية تطوير القطاع السياحي وانعكاساتها إيجابيا على التنمية الاقتصادية بالمغرب.

وبالنظر إلى نسبة مساهمة القطاع السياحي من إجمالي الصادرات المغربية نلاحظ أن المتوسط هو 29.38%، وهذا ما يفسر أن المغرب يعتمد على القطاع السياحي لقطاع إستراتيجية في الاقتصاد المغربي.

5- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي

عرفت المغرب زيادة في نسبة مساهمة السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي، وجاءت هذه المساهمة كثمرة جهود تطوير القطاع السياحي، ويظهر ذلك من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم **(40): تطور نسبة مساهمة إيرادات قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب خلال الفترة (2005-2016)**

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	الناتج المحلي الإجمالي	نسبة مساهمة السياحة والسفر في PIB (%)
2005	59524	8.7
2006	65640	9.7
2007	75225	10.0
2008	88880	9.3
2009	90553	8.7
2010	90714	8.8
2011	99274	8.9
2012	96187	8.7
2013	105333	8.0
2014	-	8.2
2015	-	8.1
2016	-	8.1
المتوسط	-	8.8

المصدر:- صندوق النقد العربي، مرجع سابق، ص 72.

-WORLD Travel&Tourism Council, www.wttc.org/datagetway. consulté le 10/05/2017.

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن نسبة مساهمة إرادات قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي للمغرب تقدر في المتوسط بـ 8.8% للفترة (2005-2016) حيث تطورت من سنة 2005 حيث كانت نسبة المساهمة 8.7 إلى سنة 2007 التي كانت نسبة المساهمة 10% إلى أنها ومند سنة 2008 بدأت بالتذبذب والانخفاض حتى 2016 وهذا راجع لأسباب عديدة منها الأزمة المالية العالمية وتراجع سمعت

السياحة المغربية ككل بسبب ما يسمى بالربيع العربي، ولكن قد تكون هناك أسباب ايجابية لتراجع نسبة المساهمة، وهو اهتمام المغرب بتنويع الاقتصاد وتطوير قطاعات أخرى كالقطاع الصناعي والفلاحي وهذا ما إلى انخفاض نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، ورغم ذلك تبقى السياحة المغربية تساهم في التنمية الاقتصادية للمغرب.

المطلب الرابع: مقارنة مؤشرات السياحة ومساهمتها في التنمية الاقتصادية بالجزائر، تونس والمغرب

لقد قامت الجزائر تونس والمغرب بمجهودات كبيرة لتطوير القطاع السياحي من خلال برامج واستراتيجيات وكانت لهذه المجهودات انعكاسات ايجابية على التنمية الاقتصادية، وفي هذا المطلب نقوم بمقارنة بين الدول الثلاث:

1- مقارنة عدد السياح الدوليين الوافدين: يظهر الجدول التالي تطور عدد السياح الدوليين الوافدين.

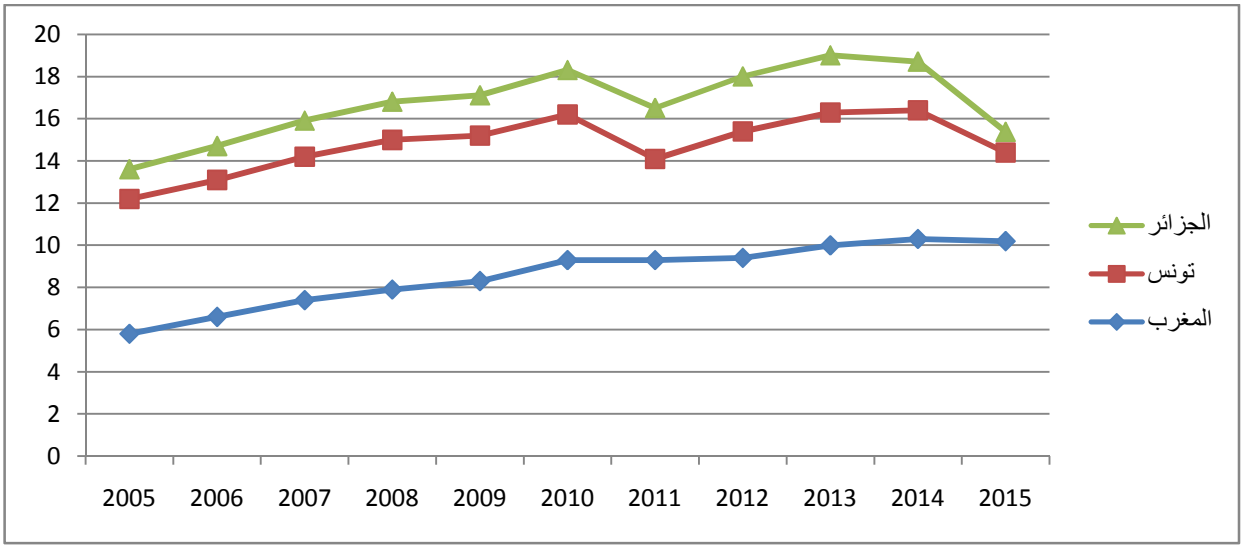
الجدول رقم (41): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين الجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2005- 2015)

الوحدة: مليون سائح.

السنوات	الجزائر		تونس		المغرب	
	العدد	نسبة التطور(%)	العدد	نسبة لتطور(%)	العدد	نسبة التطور(%)
2005	1.4	5.19	6.4	2.93	5.8	8.19
2006	1.6	14.28	6.5	1.56	6.6	13.79
20007	1.7	6.25	6.8	4.62	7.4	12.12
2008	1.8	5.88	7.1	4.41	7.9	6.76
2009	1.9	5.55	6.9	2.82	8.3	5.06
2010	2.1	10.53	6.9	0	9.3	12.05
2011	2.4	14.29	4.8	-30.43	9.3	0
2012	2.6	8.33	6.0	25.0	9.4	1.07
2013	2.7	3.85	6.3	5.0	10.0	6.38
2014	2.3	-14.81	6.1	1.83	10.3	3.0
2015	1.7	-26.09	4.2	-31.15	10.2	0.97

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجداول (26)، (31)، (36).

الشكل رقم: (17): تطور عدد السياح الدوليين الوافدين للجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2005 -2015)



المصدر: من إعداد الطالبين على الجدول (41).

نلاحظ من الجدول والشكل أن عدد السياح الدوليين الوافدين إلى المغرب تطور بشكل كبير خلال هذه العشرية، حيث تعتبر رائدة مقارنة بالجزائر وتونس من خلال التوافد السياحي حيث إذ لم تتأثر بالأزمة المالية 2008، وباعتبارها مستقرة سياسيا وأمنيا لم تتأثر كثيرا بما يسمى الربيع العربي وقامت أيضا باستغلال الوضع الأمني والسياسي في تونس لجدب عدد أكبر من السياح ويظهر ذلك واضحا سنة 2017 بنسبة تطور بـ 6.38%، أما تونس فقد كان التوافد السياحي إليها متذبذب وذلك بسبب التأثر الطفيف بالأزمة المالية العالمية سنة 2008، وبعد عدم الاستقرار الأمني والسياسي بعد ثورة الربيع العربي سنة 2011، حيث انخفض التوافد السياحي بشكل حاد سنة 2011 بنسبة 30.43% وبعدها عدم الاستقرار الأمني سنة 2015 بعد التفجيرات الإرهابية في مناطق متعددة منها المناطق السياحية حيث انخفض التوافد السياحي أيضا سنة 2015 بنسبة 31.5%، حيث وبالرغم من تطور القطاع السياحي في تونس إلى أنه تأثر كثيرا بالاستقرار الأمني والسياسي سنة2011 و2015.

أما الجزائر فتبقى بعيدة كل البعد عن مستوى التوافد السياحي لتونس والمغرب، حيث تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى الجزائر بشكل بطيء من 1.4 مليون سائح سنة 2005 إلى 2.3 مليون سائح سنة 2014، ولم تتمكن من جدب أعداد كبيرة من السياح بالرغم من الأزمات الأمنية والسياسية لدول الجوار بسبب ضعف المنتوج السياحي وعدة أسباب أخرى، ولم تتمكن حتى من جذب السياح المقيمين حيث يتوافد

قرابة المليون سائح إلى تونس وحوالي 100 ألف سائح إلى المغرب، ولهذا يجب على الجزائر أن تعيد النظر في الأسباب ومحاولة طرح لحول لزيادة أعداد السياح الأجانب المحليين.

نستنتج مما سبق أنه وبالرغم من أهمية تطوير القطاع السياحي وما يتبع ذلك من اهتمام للدولة من خلال البرامج، الاستراتيجيات والمشاريع، إلى أن العامل المحدد في السياحة هو الأمن والاستقرار السياسي، ومدى تحققهما، وهذا ما يطرح مشكل حقيقي للدول التي تعتمد على السياحة وتجعلها من القطاعات الاقتصادية الأساسية، وكذلك الباحثين في المجال.

2- مقارنة الإيرادات السياحية

يظهر الجدول التالي تطور الإيرادات السياحية للدول المقارنة

الجدول رقم: (42): تطور الإيرادات السياحية للجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2005-2015).

الوحدة= مليار دولار.

السنوات	الجزائر	تونس	المغرب
2005	0.18	2.12	4.62
2006	0.21	2.22	5.96
2007	0.21	2.57	7.16
2008	0.32	2.95	7.16
2009	0.26	2.77	6.55
2010	0.21	2.64	6.70
2011	0.20	1.91	7.28
2012	0.21	2.22	6.70
2013	0.25	2.19	6.84
2014	0.25	2.35	7.05
2015	-	1.35	6.00

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على الجداول: (29)، (33)، (39).

تبين بيانات الجدول أعلاه أن حصة الجزائر من الإرادات السياحية ضعيفة جدا بالمقارنة مع تونس والمغرب، حيث حصلت سنة 2014 على 258 مليون دولار وهي لا تمثل إلا 10% من الإيرادات السياحية في تونس، و3% من الإيرادات السياحية في المغرب وهذا ما يظهر بوضوح حجم الفجوة الكبيرة بين الإيرادات السياحية في الجزائر مقارنة بدول الجوار تونس والمغرب اللتان تحصلتا سنة 2014 على 2.35 مليار دولار و7.05 مليار دولار على التوالي.

ونلاحظ من الجدول أيضا أن المغرب في زيادة الدول المغاربية بإيرادات سياحية تمثل ثلاثة أضعاف السياحة في تونس في سنة 2014، وفي معظم سنوات الدراسة أيضا حيث تعكس بوضوح حجم السياحة الدولية الوافدة التي تتناسب طرديا مع الإيرادات السياحية.

وعلى العموم نقول أن المغرب وتونس يحصدان حاليا ثمار الجهود المبذولة في تطوير القطاع السياحي في مساهمته الفعالة في التنمية الاقتصادية لكيلا الدولتين من خلال الإيرادات السياحية العالمية، عكس الجزائر التي لا تزال ضعيفة نظرا لقلة عدد السياح وتخلف القطاع السياحي الجزائري بالرغم من الاستراتيجيات التطوير الجيدة إلا أن الجزائر تعاني من مشكل في تنفيذ تلك الاستراتيجيات.

3- **مقارنة مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي لدول المقارنة:**مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي تظهر في الجدول التالي:

الجدول رقم (43): تطور نسبة مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر، تونس والمغرب خلال الفترة (2005- 2016)

السنوات	الجزائر	تونس	المغرب
2005	3.9	10.4	8.7
2006	3.3	10.2	9.7
2007	3.2	10.3	10.0
2008	3.1	10.4	9.3
2009	3.7	10.0	8.7
2010	3.4	9.9	8.8
2011	3.3	7.7	8.9
2012	3.3	8.7	8.7
2013	3.6	8.4	8.0
2014	3.3	8.8	8.2
2015	3.5	6.7	8.1
2016	3.6	6.6	8.1
المتوسط	3.4	9.0	8.8

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجداول (30)، (35)، (40).

نلاحظ من الشكل أن نسبة مساهمة قطاعي السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي اختلف من دولة إلى أخرى وشهدت تذبذبات في كل دولة خلال فترة الدراسة، ولكن تبقى تذبذبات طفيفة خاصة في المغرب والجزائر حيث تطور في المغرب من 8.7% سنة 2005 إلى 8.1% سنة 2016، وفي الجزائر من

3.9% سنة 2005 إلى 3.6% سنة 2016، وهذا على عكس تونس التي انخفضت النسبة من 10.4% سنة 2005 إلى 6.6% سنة 2016، إلا أنه وفي المتوسط تقدر نسبة مساهمة السياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي لتونس والمغرب ما يقدر بـ 9%، و8.8 % على التوالي وهي نسب قريبة من المتوسط العالمي الذي أشار إليها المجلس العالمي للسيادة والسفر والمقدر بـ 10% ، وبالتالي تعكس هذه المعدلات مستوى التطور الكبير الذي شاهدته القطاعات السياحية في تونس والمغرب والأهمية التي أولتها كل دول لقطاعها السياحي في التنمية الاقتصادية، على العكس من ذلك تبقى مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر ضعيفة جدا حيث تبقى في المتوسط لفترة الدراسة بـ3.4% هي لا تزال بعيدة عند النسب المحققة في دول الجوار تونس والمغرب وعن المعدل العالمي، وهذا يعكس بوضوح المكانة الضعيفة التي يحتلها القطاع السياحي بين أولويات التنمية الاقتصادية، وهذا يفسر العراقيل التي تحول دون تنفيذ برامج تطوير هذا القطاع، حيث انعكس ذلك سلبا على النتائج الاقتصادية المحققة من هذا القطاع.

خلاصة

تزخر دول المقارنة بإمكانيات سياحية طبيعية كبيرة، بالإضافة إلى الإمكانيات الثقافية والحضارية، وذلك من خلال الحضارات التي تعاقبت على كل دولة من دول المقارنة، حيث تتشابه إلى حد كبير، وتتمتع هذه الدول كذلك بإمكانيات مادية متفاوتة من دولة إلى أخرى حسب درجة اهتمام كل دولة بقطاعها السياحي.

ومع التطور الذي شهده القطاع السياحي العالمي وزيادة المنافسة بين الدول حول استقطاب السياح، فقد عمدت دول المغرب العربي إلى تسطير استراتيجيات وبرامج لتطوير القطاع السياحي من أجل أن تتموقع بشكل فعال في السوق السياحي العالمي، حيث أصدرت الجزائر خطتها الاستراتيجية من أجل النهوض بالقطاع السياحي "المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025" وتم تمديدها إلى أفاق 2030 حيث تبحث الجزائر في ظل هذه الاسستراتيجية عن النهوض بالقطاع السياحي الذي يعاني من ضعف كبير على جميع المستويات، ومجارات جيرانها تونس والمغرب في ترقية هذه الصناعة، ولكن تبقى هذه الاستراتيجية تعاني من بعض المشاكل في عملية التنفيذ على أرض الواقع. هذا ورسمت تونس استراتجيتها السياحية على المدى المتوسط في آفاق 2016، ثم قامت باستراتيجية جديدة على المدى القصير (2017-2020)، أما المغرب فطرحت استراتيجية طموحه ومفصلة بعنوان " رؤية 2020".

وقد بينت الدراسة بأن الاهتمام الذي حظي به قطاع السياحة في تونس والمغرب ضمن سياستها التنموية والعمل على تطويره كقطاع استراتيجي في اقتصاديات البلدين، كان له انعكاس إيجابي على التنمية الاقتصادية للبلدين من خلال المساهمة الفعالة لهذا القطاع في توفير إيرادات سياحية معتبرة للعملة الأجنبية ومساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي خلال فترة الدراسة، إضافة إلى مساهمته في تقليص البطالة والتشغيل، بينما كان لتهميش القطاع السياحي الجزائري ضمن السياسيات التنموية الكبرى للجزائر، والتماطل في تجسيد الإستراتيجية السياحية على أرض الواقع أثر سلبي وظهر ذلك واضحا في ضعف مساهمته في التنمية الاقتصادية بسبب ضعف الإيرادات السياحية ونسبة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي، بالرغم من امتلاك الجزائر لمقومات طبيعية وحضارية وتاريخية وثقافية هائلة ونادرا ما تجتمع في بلد واحد وبالرغم أيضا من تشابهها مع مقومات دول الجوار المغرب وتونس إلا أن القطاع السياحي بالجزائر لا يزال دون المستوى المطلوب إذا ما قورن بتونس والمغرب.

خاتمـة

خاتمة:

من خلال دراستنا يمكن القول أن القطـــاع السياحي يلعـب دورا هامـا في دفع عجلة التنمـية الاقتصادية، وذلك بتنمية العلاقة بينه وبين القطاعات الأخرى وخلق التوازن بينهما، بالإضافة إلى تدفق رؤوس الأموال الأجنبية والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير فرص العمل، والتقليل من البطالة وتحسين مستوى المعيشة، لهذا بدلت العديد من الدول مجهودات لتطوير هذا القطاع تماشيا والتحديات المنتظرة منه لا سيما المقومات الطبيعية والتاريخية والحضارية، منها المغرب وتونس حيث تفطنتا إلى أهمية هذه المقومات، وانعكاساتها الإيجابية على القطاع السياحي في هذين البلدين، واستغلالهما لتنوع إمكانياتهما السياحية المتاحة لتطوير هذا المنتوج السياحي وتنويعه بما يتماشى ومتطلبات السوق السياحية الدولية، وبالتالي فرضت نفسها في المنطقة العربية في السوق السياحية الدولية، وبالرغم من ثراء المقومات السياحية في الجزائر وتنوعها وتشابهها الكبير مع دول الجوار تونس والمغرب، إلا أنها كانت محل إهمال وعدم الاهتمام بها من قبل الدولة وعدم استغلالها كقطاع استراتيجي لتنويع الاقتصاد والخروج من التبعية للمحروقات.

1- اختبار الفرضيات

❖ **الفرضية الأولى:** والتي تنص على أن "البرامج الموضوعة لتطوير قطاع السياحة بكل من الجزائر، تونس والمغرب ساهمت في الرفع من معدلات التشغيل وامتصاص البطالة بشكل متفاوت".

من خلال البحث في هذه الفرضية والمتعلقة بقياس مساهمة السياحـــة فـي التشغيل في كـل مـن الجزائر، تونس والمغرب توصلنا الى مجموعة من النتائج:

- عرفت استراتيجية تطوير القطاع السياحي في كل من دول المقارنة، أهداف مسطرة فيما يخص المساهمة في الرفع من عدد العاملين في القطاع السياحي، والتقليل من البطالة حيث قدرت مساهمة السياحة في التشغيل في تونس بـ 173 ألف عامل مباشر لسنة 2016، وفي الجزائر بـ 400 ألف عامل مباشر سنة 2015، وفي المغرب بـ 645 ألف عامل مباشر سنة 2015؛

- يوفر قطاع السياحة العديد من مناصب الشغل المباشرة، حيث شهدت تطورا بنسب متفاوتة بين كل من الجزائر، تونس والمغرب، وكانت نسبة تطور عدد العاملين المباشرين في قطاع السياحي خلال فترة الدراسة من سنة 2005 إلى سنة 2015، 144% في الجزائر، 5%في تونس، وبنسبة 4% في المغرب خلال نفس الفترة؛

– حققت الجزائر أهدافها المسطرة للتشغيل في الإستراتيجية السياحية بنسبة 105% إلى غاية 2013 وحققت المغرب كذلك أهدافها المسطرة للتشغيل بنسبة 112% لسنة 2015، إلا أن تونس لم تحقق الأهداف المسطرة للتشغيل في استراتيجيتها السياحية حيث حققت 56% فقط من أهدافها المسطرة؛

على ضوء النتائج المتوصل إليها يمكن القول بأن البرامج الموضوعة لتطوير القطاع السياحي ساهمت بكل من الجزائر والمغرب في الرفع من معدلات التشغيل وامتصاص البطالة بشكل كبير، وبشكل ضعيف في تونس، وهذا **ما يثبت صحة الفرضية الأولى.**

❖ **الفرضية الثانية:** والتي نصت على أن "البرامج الموضوعة لتطوير قطاع السياحة بكل من الجزائر تونس والمغرب ساهمت في زيادة الإيرادات من العملة الصعبة بشكل متفاوت بين الدول".

انطلاقا من البحث في هذه الفرضية والمتعلقة بقياس مساهمة السياحة في جلب العملة الصعبة في كل من الجزائر، تونس والمغرب، توصلنا إلى النتائج التالية:

– تهدف استراتيجية تطوير القطاع السياحي في كل من دول المقارنة إلى الرفع من الإيرادات السياحية من العملة الصعبة، كل على حسب إمكانياتها السياحية ومحاولة جعل القطاع السياحي دافعا للتنمية الاقتصادية؛

– حققت المغرب إيرادات سياحية معتبرة خلال فترة الدراسة بمتوسط سنوي يقدر بـ 6.6 مليار دولار، حيث تحتل المرتبة الأولى مغاربيا والثالثة إفريقيا، تليها مغاربيا تونس، التي حققت أيضا إيرادات معتبرة خلال فترة الدراسة بمتوسط سنوي قدر بـ 2.3 مليار دولار، إلا أن الجزائر تبقى بعيدة عن الدول المغاربية والإفريقية من حيث الإيرادات السياحية بمتوسط سنوي لفترة الدراسة يقدر بـ 236 مليون دولار فقط؛

– شهدت الإيرادات السياحية نموا وتطورا خلال فترة الدراسة من 2005 إلى 2015 حيث تطورت في المغرب بنسبة 30%، وفي الجزائر بنسبة 40% إلى غاية 2014، في حين انخفضت في تونس خلال فترة الدراسة بنسبة 36%، وهذا رغم برامج تطوير القطاع متأثرة بتذبذب التوافد السياحي بسبب عدم الاستقرار الأمني والسياسي.

وأخذا بعين الاعتبار للنتائج المتوصل إليها **نقبل الفرضية الثانية ما إذا تعلق الأمر بالمغرب** والجزائــر، وذلك لما سجلناه من تطور إيجابي للإيرادات السياحية خلال فترة الدراسة، رغم أن الجزائر تبقى إيراداتها السياحية قليلة جدا، في حين **نرفض الفرضية إذا ما تم إسقاطها على تونس،** وذلك للتطور السلبي للإيرادات السياحية وانخفاضها خلال فترة الدراسة، وهذا يبين لنا أن برامج تطوير قطاع السياحة غير كافية للنمو المستمر للقطاع السياحي، بحيث يعتبر الأمن والاستقرار عامل محدد في السياحة للجزائر، تونس

والمغرب الذي يعكس مدى فعالية استراتيجيات تطوير القطاع السياحي، إضافة إلى مستوى الأمن والاستقرار السائد في كل بلد.

✓ **الفرضية الثالثة:** والتي نصت على أنه "بالرغم من البرامج الموضوعة يعاني قطاع السياحة في الجزائر من عجز كبير في هياكل الاستقبال انعكس سلبا على الوافدين السياحيين والليالي السياحية مقارنة بتونس والمغرب".

من خلال دراستنا هاته والمتعلقة باستعراض واقع القطاع السياحي الجزائري ومقارنته بنظيريه في دول الجوار تونس والمغرب، وقفنا عند جملة من النتائج:

– تعتبر الطاقة الفندقية والسريرية للمغرب وتونس طاقة معتبرة، حيث قدرت سنة 2015 بحوالي 3500 مؤسسة سياحية و230 ألف سرير بالمغرب، و861 مؤسسة سياحية و242 ألف سرير في تونس، وهذا نتيجة فعالية استراتيجية تطوير القطاع السياحي بالبلدين، مما ساهم في تعزيز موقعهما على خارطة السياحة الدولية والعربية والافريقية على حد سواء، على العكس من ذلك لم تساهم برامج تطوير القطاع السياحي في الجزائر من الرفع من الطاقة الفندقية والسريرية، حيث كانت نسبة تطورها خلال فترة الدراسة بمعدل 12.5% فقط، في حين المغرب تطورت طاقته السريرية خلال فترة الدراسة بـ 85.5%، وتبقى الطاقة السريرية في الجزائر بعيدة عن نظيرتها في دول الجوار، إذ لا تمثل في سنة 2014 إلا 41% من الطاقة السريرية لتونس و44% للمغرب وهذا ما يبين الفرق الكبير بين هذه الدول؛

– حسب المؤشرات السياحية لدول المقارنة تتقدم المغرب في عدد السياح الدوليين الوافدين والليالي السياحية على تونس، بالرغم من أن تونس تتفوق على المغرب في الطاقة السريرية، وهذا يرجع الى الجاذبية الكبيرة للوجهة السياحية المغربية، إضافة الى التنوع الكبير للمنتجات وتمتع المغرب بالاستقرار السياسي والأمني، على العكس من ذلك تونس تعاني من عدم الاستقرار الأمني والسياسي، ومشكل الموسمية في السياحة التونسية؛

– يبقى التوافد السياحي إلى الجزائر ضعيفا ولا يرقى لمستوى التوافد السياحي لدول الجوار، حيث يمثل التوافد السياحي للمغرب تقريبا ست أضعاف التوافد السياحي في الجزائر ويمثل أيضا التوافد السياحي في تونس ثلاثة أضعاف التوافد السياحي في الجزائر لسنة 2014، وهذا راجع لضعف الطاقة الفندقية والسريرية بالإضافة لضعف المنتوج السياحي الجزائري بالرغم من الامكانيات السياحية الكبيرة التي تتمتع بها الجزائر،

وهذا راجع لتماطل الجزائر في التطبيق الفعلي للاستراتيجية السياحية " المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2025 " وإهمال القطاع في برامج التنمية الاقتصادية الكلية.

حسب النتائج المتوصل إليها من خلال البحث في هذه الفرضية، يمكننا القول بأن قطاع السياحي في الجزائر ورغم البرامج واستراتيجيات النهوض به، إلا أنه لازال يعاني من عجز كبير في الطاقة الفندقية والسريرية مقارنة بدول الجوار تونس والمغرب، وهذا ما انعكس سلبا على التوافد السياحي والليالي السياحية واستمرار ضعفهما، عكس المغرب وتونس حيث يبقى التوافد السياحي والليالي السياحية في مستوى عالي، **وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة.**

❖ **الفرضية الرابعة:** والتي نصت على أن "مساهمة قطاع السياحة الجزائري في الناتج المحلي الاجمالي تعتبر ضعيفة مقارنة بتونس والمغرب".

بعد البحث في هذه الفرضية والمتعلقة بقياس مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في كل من الجزائر، تونس والمغرب توصلنا إلى النتائج التالية :

– تساهم السياحة بشكل فعال في قضايا التنمية في كل من المغرب وتونس، في حين تبقى مساهمة السياحة في قضايا التنمية ضعيفة جدا في الجزائر، وبعيدة عن مساهمتها في دول الجوار؛

– تقدر مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي التونسي خلال فترة الدراسة من سنة 2005 إلى سنة 2016 عالية وبنسبة متوسطة تقدر بـ9 %، حيث تعتبر قريبة من المعدل العالمي الذي يقدره المجلس العالمي للسياحة والسفر بـ 10%، وهذا ما يؤكد اعتماد تونس على السياحة كأحد القطاعات الإستراتيجية في الاقتصاد التونسي، والذي يعتبر القطاع الاقتصادي الثاني في تونس بعد القطاع الفلاحي؛

– تقدر مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي المغربي خلال فترة الدراسة من سنة 2005 إلى سنة 2016 عالية وبنسبة متوسطة بـ 8.8 %، حيث تعتبر أيضا قريبة من المعدل العالمي، وهذا ما يؤكد اعتماد المغرب على القطاع السياحي كأحد القطاعات الإستراتيجية في الدفع بالتنمية الاقتصادية، ويفسر انخفاض نسبة المساهمة خلال فترة الدراسة بجهود المغرب المبذولة في سبيل النهوض بقطاعات أخرى كالصناعة والطاقات المتجددة والفلاحة، ولا يعتبر انخفاض النسبة ضعفا في القطاع السياحي؛

– على الرغم من استراتيجية تطوير السياحة في الجزائر، إلا أن نسبة مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي تبقى ضعيفة وكنسبة متوسطة في فترة الدراسة قدرت بـ 3.4%، حيث تبقى بعيدة عن أداء القطاع السياحي في كل من تونس والمغرب، بالإضافة إلى بعدها عن المعدل العالمي بسبب تهميش القطاع السياحي وإهماله

والتماطل في تنفيذ الإستراتيجية السياحية للنهوض بالقطاع بالإضافة إلى الاعتماد الكلي للاقتصاد الجزائري على قطاع واحد وهو قطاع المحروقات.

حسب النتائج المتوصل إليها من خلال البحث في هذه الفرضية يمكننا القول بأن القطاع السياحي في المغرب وتونس يساهم بشكل كبير في الناتج المحلي الإجمالي، وهذا نتيجة المجهودات المبذولة من كلا الدولتين لتطوير هذا القطاع، حيث يعتبر القطاع السياحي في كل من المغرب وتونس من القطاعات الإستراتيجية المعول عليها، وعلى العكس من ذلك القطاع السياحي الجزائري يبقى يساهم بشكل ضعيف في الناتج المحلي الإجمالي، وهذا نتيجة لإهماله والاعتماد الكلي على قطاع المحروقات في تمويل التنمية الاقتصادية **و بالتالي نقبل الفرضية الرابعة.**

وعليه يمكن القول أن البرامج الموضوعة لتطوير قطاع السياحة حققت نتائج هامة في كل من تونس والمغرب خلال الفترة الأخيرة، إذ ورغم المشاكل السياسية والأمنية التي عانت منها تونس إلا أنها استطاعت أن تحافظ على قطاع السياحة كقطاع استراتيجي يساهم بشكل كبير في التنمية الاقتصادية، أما المغرب فقد ساعده الاستقرار الأمني والسياسي السائد داخليا، إضافة إلى أنه كان رائدا في استغلال وتثمين وتطوير الموارد السياحية والاستفادة منها اقتصاديا واجتماعيا، حيث جعلت من القطاع السياحي قطاع استراتيجي ساهم في تنويع الاقتصاد المغربي وتمويله، والعكس بالنسبة للجزائر التي رغم ترشيحها للاستفادة من الظروف الأمنية والسياسية للدول المجاورة كتونس وليبيا لبعث القطاع السياحي وتفعيل دوره اقتصاديا واجتماعيا إلا أن كل المؤشرات تظهر عكس ذلك، فالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لا يزال تقريبا حبرا على ورق مما انعكس سلبا على مساهمة هذا القطاع في تنويع الاقتصاد والتنمية الشاملة، فالأرقام التي يحققها بعيدة كليا عن مثيلاتها المحققة في دول الجوار تونس والمغرب.

2- التوصيات

على ضوء النتائج السابقة والمفسرة للفرضيات يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

- الاستغلال الأمثل للإمكانيات السياحية الكبيرة التي تتوفر عليها الجزائر خاصة المقومات الطبيعية والحضرية والحفاظ على التراث التاريخي والثقافي وترميمه، وذلك لا يتأتى إلاّ بالاستفادة من تجارب الدول الناجحة في مجال السياحة خاصة تلك التي تتوفر على نفس المميزات الجغرافية والتاريخية والاجتماعية كتونس والمغرب اللتان تعتبران تجارب ناجحة في استغلال المقومات السياحية؛

– إجراء دراسات وبحوث حول تجارب البلدان الرائدة في المجال السياحي في الدول المجاورة ومعرفة أسباب تقدمها السياحي ومحاولة الاستفادة من تجاربها السياحية؛

– العمل على عقد اتفاقيات بين الجزائر ودول الجوار تونس والمغرب والتي من شأنها أن تساعد الجزائر على اكتساب خبرة أكبر في مجال تطوير القطاع السياحي؛

– جعل القطاع السياحي من أولويات برامج التنمية والتنويع الاقتصادي والعمل على جعله قطاع استراتيجي؛

– تطوير المنتوج السياحي المحلي إلى المستوى الذي يجعله قادرا على جذب المزيد والعديد من السياح ومساهمته في زيادة الجاذبية السياحية؛

– ضرورة الاستمرار في التطبيق الفعلي والحقيقي لبرامج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية واحترام مدة إنجازها إضافة إلى احترام المقاييس المسطرة في تنفيذ المشاريع السياحية وجعلها تتماشى مع المقاييس العالمية وتدليل كل العقبات التي تقف أمام تجسيدها؛

– الاهتمام بالأمن، إذ يعتبر القطاع السياحي حساس جدا من هذا الجانب بتوفير الأمن اللازم خاصة في المناطق السياحية لحماية السياح اللذين يشعرون بأنهم في أمان مع أغراضهم وممتلكاتهم؛

– إعادة النظر في صنف السياح المستهدفين وهذا مع المعطيات الاقتصادية الجديدة حيث أصبحت السوق الداخلية للسياح غير محفزة وهذا بسبب انخفاض أسعار البترول وانعكاس الأزمة على المواطن وانخفاض قدرته الشرائية وبالتالي انخفاض مستوى الطلب السياحي الداخلي؛

– إرساء ثقافة سياحية لدى المواطنين من خلال برامج توعوية من خلال تحسيسه بأهمية الاهتمام بالسائح وإشراك وسائل الإعلام في نشر أخلاقيات العمل في مجال الخدمات السياحية؛

– تشجيع الاستثمار في المجال السياحي سواء ما تعلق بالاستثمار الخاص المحلي والأجنبي أو الاستثمار العمومي والتقليص من الإجراءات المعرقلة له، ودعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في السياحة أو القطاعات المكملة للسياحة؛

– تطوير البنى التحتية التي لها علاقة بالقطاع السياحي كالطرق والموانئ وكل خدمات النقل بكل أنواعه والخدمات المصرفية والصحية؛

– وضع إستراتيجية تسويقية للنهوض بالقطاع السياحي ومعالجة المشاكل التي تعيق ذلك، إضافة إلى تنشيط الإعلام السياحي للتعريف بالمواقع السياحية من أجل زيادة جاذبية الوجهة السياحية الجزائرية، ومراجعة دور الوكالات السياحية في هذا الأمر، حيث تعتبر هذه الأخيرة في الجزائر مصدرة للسياح وفقط؛

– النهوض بالصناعة التقليدية وتطويرها لارتباط منتجات هذه الصناعة بالنشاط السياحي، حيث تعبر عن تاريخ وثقافة وعادات الشعوب، وبالتالي فهي منتوج سياحي يجب الاهتمام به والمحافظة عليه من الاندثار.

قائمة المراجع

أولا: مراجع باللغة العربية

أ- الكتب

1- أحمد الجلاد، **السياحة المتواصلة البيئية**، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 2002.

2- أحمد عبد السميع علام، **علم الاقتصاد السياحي**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، الإسكندرية، 2008.

3- أحمد فوزي ملوخية، **التنمية السياحية**، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2007.

4- إلياس سراب وآخرون، **تسويق الخدمات السياحية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2002.

5- بشار يزيد الوليد، **التخطيط والتطـوير الاقتصـادي -دراسة التطورات الاقتصادية في الدول العـربية-** دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.

6- جمال الدين لعويسات، **العلاقات الاقتصادية الدولية والتنمية**، دار هومه للطباعة والنشر، الجزائر، 2000.

7- جمال حلاوة، علي صالح، **مدخل إلى علم التنمية**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

8- حميد عبد النبي الطائي، **أصول صناعة السياحة**، الوراق للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2006.

9- خالد واصف الوزني، أحمد حسين الرفاعي، **مبادئ الاقتصاد الكلي -بين النظرية والتطبيق-**، دار وائل للنشر والتوزيع، ط8، عمان، 2008.

10- زيد منير عبوي، **الاقتصاد السياحي**، دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.

11- سهيل الحمدان، **الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية**، دار الرضا للنشر، ط1، عمان، 2001.

12- شوقي أحمد دنيا، **المدخل الحديث إلى علم الاقتصاد**، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006.

13- صلاح الدين خربوطي، **السياحة صناعة العصر**، دار حازم للطباعة والنشر، ط1، دمشق، 2002.

14- الطيب داودي، **الاستراتيجية الذاتية لتمويل التنمية الاقتصادية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2008.

15- عبد الرزاق مقري، **مشكلات التنمية والبيئة والعلاقات الدولية الراهنة- دراسة مقارنة بين الشريعة الإسلامية والقانون الدولي حول مشكلات التنمية والبيئة في ظل العلاقات الدولية الراهنة-**، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2008.

16- عبد السلام أبو قحف، **إدارة المنشات السياحية والفندقية- بين النظرية والتطبيق-**، الدار الجامعية للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004.

17- عبد المطلب عبد الحميد، **النظرية الاقتصادية - تحليل جزئي وكلي للمبادئ**-، الدار الجامعية، القاهرة، 2001.

18- عثمان محمد غنيم، بنيتا نبيل سعد، **التخطيط السياحي**، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2003.

19- عصام عمر مندور، **التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتغيير الهيكلي في الدول العربية**، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2011.

20- علي جدوع الشرفات، **التنمية الاقتصادية في العالم العربي**، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010.

21- فليح حسن خلف، **التنمية والتخطيط السياسي**، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.

22- محمد الهادي لعروق، **أطلس العالم والجزائر**، دار الهدى، عين مليلة، 2002

23- محمد صفوت قابل، **نظريات وسياسيات التنمية الاقتصادية**، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

24- محمد عبد العزيز عجيمة، إيمان عطية ناحف، **التنمية الاقتصادية -دراسات نظرية وتطبيقية**-، الدار الجامعية، القاهرة، 2003.

25- محمد عمر، حماد أبو دوح، **التناسق والتناقض بين التنمية الاقتصادية وعدالة توزيع الدخول في إطار الفكر الإسلامي والوضعي**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.

26- محمد يسري دعبس، **التربية السياحية والتنمية الشاملة**، دار المعارف، القاهرة، 1993.

27- محي الدين عمرو، **التنمية والتخطيط الاقتصادي**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.

28- محيى محمد سعد، **الاتجاهات الحديثة في السياحة**، المكتب الجامعي الحديث، ط1، الإسكندرية، 2008.

29- مدحت القريشي، **التنمية الاقتصادية- نظريات وسياسات وموضوعات**-، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 2007.

30- مروان السكر العدوان، **الاقتصاد السياحي**، دار مجدلاوي للنشر، ط1، عمان ، 1999.

31- معروف هوشيار، **تحليل الاقتصاد الإقليمي والحضري**، درا صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

32- منير حجاب، **الإعلام السياحي**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2002.

33- نبيل الروبي، **اقتصاديات السياحة**، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1985.

34- نعيم الطاهر، الياس سراب، **مبادئ السياحة**، دار المسير للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2007.

35- يسرى دعبس، **التنمية السياحية المتواصلة**، البيطاش للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية، 2007.

ب- الرسائل الجامعية

1- أيمن برنجي، **الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس، 2011.

2- حميدة بوعموشة، **دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، 2012.

3- خالد كواش، **أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004.

4- زهير بوعكريف، **التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة- دراسة حالة الجزائر-**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة قسنطينة، 2012.

5- صالح بزة، **تنمية السوق السياحية بالجزائر**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة المسيلة، 2006.

6- صليحة عشي، **الآثار التنموية للسياحة- دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، المغرب-**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2005.

7- عبد القادر بودي، **أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.

8- عبد الحفيظ مسكين، **استراتيجية التسويق المنتج السياحي الجزائري من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، 2016.

9- عبد القادر عوينان، **السياحة في الجزائر- الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025-**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، 2013.

10- علي توبين، **النمو الديمغرافي وأثره على التنمية الاقتصادية - حالة الجزائر- (1970- 2002)**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004.

11- فاتح بلقاسم اولاد الهدار، **دور صناعة السياحة في إبراز المقومات السياحية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر03، 2013.

12- لويزة قويدر، **اقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2010.

13- محمد لمين مراكشي، **فعالية نظام التدريب في تنمية الموارد البشرية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2011.

14- محمود فوزي شعوبي، **السياحة والفندقة في الجزائر**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر،2007.

15- نسيبة سماعيني، **دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة وهران، 2014.

16- نوال دماد، **الاستراتيجية الترويجية واسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر،2010.

جـ- المجلات والدوريات

1- خالد كواش، **مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، د س.

2- الشريف بقة، عبد الرحمن العايب، **العمل والبطالة كمؤشرين لقياس التنمية المستدامة – حالة الجزائر**-، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الرابع، الجزائر، ديسمبر 2008.

3- عبد القادر حسين، **إستراتيجية التنمية المستدامة في القطاع السياحي في الجزائر**، على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2030- الآليات والبرامج، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد2، 2013.

4- عامر عيساني، علي رحال، **التنمية السياحية المستدامة، (دراسة مقارنة الجزائر، تونس)**، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 01، الجزائر، 2012.

5- نور الدين هرمز، **التخطيط السياحي والتنمية السياحية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد29، العدد3، اللاذقية، 2006.

6- يحيى سعيدي، سليم العمراوي، **مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد السادس والثلاثون، بغداد، 2013.

د- الملتقيات والمؤتمرات والندوات:

1- عبد الحق بوقفة، بلال العبادي، **نحو صناعة سياحة في إطار رؤية تنموية كخيار استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول**، الملتقي العلمي الدولي حول الصناعة السياحية في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الاستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016.

2- ياسر عبد الرحمان، حمزة شباح، **صناعة السياحة في الجزائر الواقع والتحديات وأفاق النهوض**، الملتقى العلمي الدولي حول الصناعة السياحية بين الواقع والمأمول -نحو الاستفادة من التجارب الدولة الرائدة-، جامعة جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر2016.

3- نجاة مسمش، فريد عبيد، **دور التخطيط السياحي في التنمية السياحية**، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يومي 09 و10 مارس 2010.

4- قدور بن نافلة، عاشور مزريق، **التنمية السياحية في خدمة الدول المتقدمة والناجحة على السواء**، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، يومي 09 و10 مارس 2010.

5- يحي سعيدي، سليم العمراوي، **قطاع السياحة ورهان المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية- حالة الجزائر**-، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة، جامعة البليدة، يومي 24 و25 أفريل 2012.

6- اسماعيل بوغازي، لمين تغليسية، **واقع التنمية السياحية في الجزائر وآفاق تطويرها**، ملتقى دولي حول التنمية السياحية في الدول العربية، - تقييم واستشراف-، جامعة غرداية، يومي 26 و27 فيفري 2013.

هـ- النصوص القانونية والوثائق الرسمية:

1- المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، **رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي**، مشروع القانون رقم 80-14 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية.

2- القانون 01-03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 **والمتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة**، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 11، الصادرة بتاريخ 19 فيفري، 2003.

و- التقارير:

1- صندوق النقد العربي، **نشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية**، أبو ظبي، 2015.

2- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، **تشخيص وفحص السياحة الجزائرية**، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008.

3- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، **الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية**، المخطـــط التوجيهي للتهيئـــة السياحيـــة، كتاب2، الجزائر، جانفي 2008.

ز- المواقع الالكترونية:

1- الوكالة العقارية التونسية، **آفاق القطاع السياحي في تونس والتحديات المراد رفعها**،
http://www.aft.nat.tn/ar/tourisme_perspectives_defis_tunisie.php

2- الديوان الوطني للسياحة، **جغرافية الجزائر Cites-antiques.html / http:// www.ont.dz**

3- **http:// www.faaqtravel.com/vb/archive/index.php/t.320.Html**

4- وزارة التكوين المهني والتشغيل، **النقل والمواصلات في تونس**،
.http://www.emploi.nat.tn/Fo/ar/global.php

5- وزارة الثقافة المغربية، **مواقع ما قبل التاريخ http:// www.miniculture.gov.ma**

6- وزارة الاتصال المغربية، **الاتصالات في المغرب**، http:// www.mincom.gov.ma

7- كريمة الماجري، **تونس تحتل المراتب الأولى في قطاع تكنولوجيا الاتصال بإفريقيا**،
http:// www.turess.com

ثانيا : مراجع باللغة الأجنبية

أ- الكتب

1. Ahmed tessa, **economie touristique et aménagement du territoire**, opu , alger.

2. Jean michel hoerner **, geographie de l'industrie touristique**, ellipses, edition marketing, 1997.

ب- التقارير

1-Samir grimes, **strategie de developpement du tourisme durable**, rapport confinancé par le programme life-pays tiers de la commission européénne,agence national de developpement du tourisme, alger, 2006.

2- secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres**, rabbat, 2015.

3- secrétariat chargé du tourisme**, le tourisme en chiffres** , rabbat, 2014.

4- secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres**, rabbat, 2013.

5- secrétariat chargé du tourisme, **le tourisme en chiffres** , rabbat, 2012.

6- UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2016,madrid.

7- UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2014, madrid.

8- UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2012, madrid.

9- UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2010, madrid.

10- UNWTO, **Faits Saillants OMT du tourisme**, édition 2008, madrid.

11- WTTC, **Travel &Tourism, Economic Impact 2016 world**, London, 2016.

ج- المواقع الالكترونية

1- UNESCO, World Héritage List, URL : http://unesco.org/ en/List

2- Ministère de l'aménagement urbain, le tourisme et de l'artisanat .www.mtta.gov.dz

3- Office national des statistiques, www.ons.dz

4- Institut National de statisique – http://www.ins.nat-tn

5- DATA World bank.

6- WORLD Travel &Tourism Council, www.wttc.org/datagetway.

7- ministère du tourisme et de la l'artisanat, http://www.tourisme.gov. tn/ar/ services/ actualityos/article

ملخص

ملخص

تعتبر السياحة من أهم القطاعات التي تقوم عليها اقتصاديات الكثير من الدول، بحيث تلعب دورا هاما في تفعيل التنمية الاقتصادية و ذلك من خلال ما تساهم به في تدفق العملات الأجنبية، توفير فرص العمل و امتصاص البطالة و المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي و زيادة الدخل الوطني و الفردي و بالتالي زيادة رفاهية المواطنين كنتيجة لذلك، بالإضافة إلى تنمية القطاعات الأخرى المكملة للقطاع السياحي، و لهذا اهتمت الكثير من الدول بتطوير قطاعها السياحي، و قد تمحورت إشكالية دراستنا حول مدى مساهمة استراتيجيات تطوير قطاع السياحة في الدفع بالتنمية الاقتصادية في كل من الجزائر ، تونس و المغرب، وخلصنا إلى أن الجزائر رغم البرامج الموضوعة لم تستطع النهوض بالقطاع السياحي، حيث لم يحض بالأهمية التي تجعل منه قطاعا يساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، رغم الإمكانيات السياحية الطبيعية، المادية و الحضارية الكبيرة التي تتمتع بها الدولة و المشابهة لتلك التي تتمتع بها دول الجوار تونس و المغرب، حيث سجلنا الأهمية البالغة للقطاع و إعطائه الأولوية و العمل على تطويره، و هذا ما جعله من القطاعات الإستراتيجية التي تدفع بالتنمية الاقتصادية في كلتا الدولتين.

الكلمات المفتاحية: السياحة، القطاع السياحي، الاستراتيجيات السياحية، التنمية الاقتصادية، التنمية السياحية

Abstract

Tourism is one of the most important sectors of the economy of many countries. It plays an important role in activating economic development through its contribution to foreign exchange flows, job creation, unemployment absorption, contribution to GDP, increasing national income and therefore increasing the welfare of citizens in addition to the development of other sectors complementary to the tourism sector. That's why many countries were interested in developing their tourism sector. The aim of our study lies in the role that the tourism sector plays in the development of Algeria, Tunisia and Morocco. We have concluded that the tourism sector in Algeria doesn't contribute in the social and economic development of the country despite the natural tourist potentials, material and cultural greatness enjoyed by the state that are similar to that enjoyed by the neighboring countries of Tunisia and Morocco, where we noticed the importance of the sector though hard work to develop it and this has made it a strategic sector that help the economic development in both countries.

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