



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الحاج لخضر باتنة 1.



كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية  
قسم العلوم الاقتصادية

تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان  
المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب).  
-دراسة مقارنة-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد دولي

إشراف الأستاذ الدكتور

علي رحال

إعداد الباحث

ساعد بوراوي

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
أ.د عيسى مرازقة	أ. التعليم العالي	جامعة باتنة	رئيسا
أ.د علي رحال	أ. التعليم العالي	جامعة باتنة	مشرفا ومقررا
أ.د بن بركة عبد الوهاب	أ. التعليم العالي	جامعة بسكرة	عضوا مناقشا
أ.د مليكة حفيظ	أ. التعليم العالي	جامعة الجزائر 3	عضوا مناقشا
أ.د صليحة عشي	أستاذة محاضرة أ	جامعة باتنة	عضوا مناقشا
أ.د عياش زبير	أستاذ محاضر أ	جامعة أم البواقي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2017/2016

## شكر و تقدير

الحمد لله وحده ،

لا يسعني بعد أن أنجزت هذا البحث، بعون الله وتوفيقه، إلا أن أتقدم بشكري الجزيل ، وخالص التقدير والعرفان بالفضل الكبير لأستاذي الفاضل الدكتور على رحال، الذي تكرم بالإشراف على هذه الأطروحة، وتحمل جهدا وعناء ، فحرص على قراءة كل كلمة فيها، وتعهدني طيلة مدة البحث بتوجيهاته القيمة وتشجيعه لي على إتمام هذا البحث .

كما و أتقدم بالشكر الجزيل إلى كل من تعاون معي، من قريب أو بعيد.

## فهرس المحتويات

رقم الصفحة	العنوان
	كلمة شكر و تقدير
II	فهرس المحتويات
VI	فهرس الجداول
X	فهرس الأشكال
XI	فهرس الملاحق
01	المقدمة العامة
10	الفصل الأول: الإطار النظري للاستثمار الأجنبي والتنمية السياحية
11	تمهيد الفصل
12	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الاستثمار الأجنبي
12	المطلب الأول: مفهوم الاستثمار عموما
13	المطلب الثاني: مفهوم الاستثمار الأجنبي
15	المطلب الثالث: الاستثمار الأجنبي غير القائم على المشاركة في رأس المال
22	المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول السياحة
22	المطلب الأول: مفهوم السياحة والسائح
27	المطلب الثاني: الأنواع المختلفة للسياحة وتصنيفاتها
32	المطلب الثالث: الآثار الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية للسياحة
41	المبحث الثالث: مفهوم ومؤشرات التنمية السياحية و أهدافها
41	المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية
43	المطلب الثاني: مفهوم مكونات ومؤشرات التنمية السياحية المستدامة
48	المطلب الثالث: مبادئ و أهداف التنمية السياحية المستدامة
54	خلاصة الفصل
55	الفصل الثاني: إستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي
56	تمهيد الفصل
57	المبحث الأول: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر
57	المطلب الأول: التعريف بالإستراتيجية السياحية في الجزائر آفاق 2030

64	المطلب الثاني: أهداف المخطط الاستراتيجي للتنمية السياحية أفاق 2030
68	المطلب الثالث: الآليات الخمس لتطوير السياحة في حدود 2030
71	المبحث الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية في تونس
71	المطلب الأول: الأهداف العامة للتنمية السياحية
73	المطلب الثاني : الأهداف الكمية
81	المطلب الثالث: أدوات تنفيذ استراتيجية التنمية السياحية
86	المبحث الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب.
86	المطلب الأول: الأهداف العامة للاستراتيجية السياحية في المغرب
89	المطلب الثاني: الأهداف الكمية والنقدية للإستراتيجية المغربية للسياحة.
93	المطلب الثالث: أدوات واليات تنفيذ الإستراتيجية السياحية في المغرب.
100	خلاصة الفصل
101	الفصل الثالث : واقع السياحة و الاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر
102	تمهيد الفصل
103	المبحث الأول: بيئة الاستثمار السياحي في الجزائر
103	المطلب الأول: البيئة العامة للاستثمار السياحي في الجزائر
104	المطلب الثاني: الإطار التشريعي للاستثمار السياحي في الجزائر.
109	المطلب الثالث: تدابير دعم وترقية الاستثمار السياحي في الجزائر
111	المبحث الثاني: تطور المؤشرات السياحية في الجزائر
111	المطلب الأول : تطور التدفقات البشرية
118	المطلب الثاني:تطور التدفقات السياحية النقدية
119	المطلب الثالث: تطور عدد الليالي السياحية و الوافدين على المؤسسات الفندقية
120	المبحث الثالث: واقع الاستثمارات السياحية في الجزائر.
120	المطلب الأول: حالة المشاريع السياحية في الجزائر خلال 2015
125	المطلب الثاني: تطور الحظيرة الفندقية وطاقات الإيواء.
132	المطلب الثالث:وضعية الاستثمارات السياحية الأجنبية في الجزائر.
137	خلاصة الفصل

138	الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب
139	تمهيد الفصل
140	المبحث الأول: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس
140	المطلب الأول : بيئة الاستثمار السياحي والحوافز المقدمة
144	المطلب الثاني: التدفقات السياحية البشرية والنقدية
150	المطلب الثالث: تطور طاقات الإيواء الفندقي و الليالي السياحية
155	المطلب الرابع: تطور الاستثمارات السياحية في تونس
158	المبحث الثاني: واقع السياحة والاستثمارات السياحية في المغرب (رؤية 2010)
158	المطلب الأول: مناخ الاستثمار السياحي في المغرب
161	المطلب الثاني: واقع السياحة في المغرب (رؤية 2010)
172	المبحث الثالث: واقع السياحة في المغرب أفق 2020
172	المطلب الأول : التدفقات البشرية والنقدية
179	المطلب الثاني: تطور طاقات الإيواء السياحي والليالي السياحية
184	المطلب الثالث: تطور الاستثمارات السياحية في المغرب
188	خلاصة الفصل
189	الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي
190	تمهيد الفصل
191	المبحث الأول: تقييم الاستراتيجيات من خلال مقارنة الأهداف المخططة بالأهداف المحققة
191	المطلب الأول: مؤشر التدفقات البشرية للسياح الوافدين
197	المطلب الثاني: مؤشر الطاقة الفندقية (طاقات الإيواء)
201	المطلب الثالث: مؤشر الليالي السياحية
208	المطلب الرابع: مؤشر توفير مناصب الشغل:
212	المبحث الثاني: الأهمية الاقتصادية للسياحة في بلدان المغرب العربي

213	المطلب الأول: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي
216	المطلب الثاني : مساهمة السياحة في التشغيل
218	المطلب الثالث: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات
221	المطلب الرابع: حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمار الإجمالي
223	المطلب الخامس: حصة القطاع السياحي من الاستثمارات الأجنبية المباشرة
225	المبحث الثالث: ترتيب دول المغرب العربي في مؤشر تنافسية قطاع السفر و السياحة
225	المطلب الأول: مفهوم التنافسية بوجه عام
227	المطلب الثاني : مؤشر تنافسية السفر والسياحة
230	المطلب الثالث: ترتيب ومقارنة دول المغرب العربي في مؤشر تنافسية السفر والسياحة 2015.
236	خلاصة الفصل
237	الخاتمة العامة
245	المراجع
259	الملاحق

## قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	حجم المبيعات والصادرات وفرص العمل للاستثمارات الأجنبية غير السهمية لعام 2010	21
2	مؤشرات السياحة المستدامة	47
3	خطة الأعمال بالأرقام آفاق 2015	66
4	المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز	68
5	توزيع القرى السياحية للامتياز (VTE) على الأقطاب السياحية للامتياز (POT)	69
6	تقديرات السواح القادمين إلى تونس للفترة 2001-2016 -سيناريو A-	75
7	تقديرات السياح القادمين إلى تونس للفترة 2001-2016 -سيناريو B-	76
8	تقديرات متوسط مدة الإقامة لكل سائح حسب المناطق للفترة 2001-2016	77
9	تقديرات الليالي السياحية للفترة 2001-2016 وفق السيناريو A معدل النمو مرتفع	78
10	تقديرات الليالي السياحية للفترة 2001-2016 وفق السيناريو B معدل النمو منخفض	79
11	تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة حسب المناطق للفترة 1999-2016	80
12	حجم العمالة المرافقة لتنفيذ الخطة 1999-2016	81
13	مراحل السياسة السياحية في المغرب من سنة 1918 إلى غاية 2011	86
14	الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2010 الفترة 2001-2010	89
15	الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2020 الفترة 2011-2020	91
16	المحطات الزمنية لتقييم رؤية 2020	92
17	مشاريع المخطط الأزرق للسياحة الشاطئية "رؤية 2010"	94
18	توافد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2008-2015	112
19	تركيبية التدفقات السياحية الوافدة الى الجزائر خلال سنتي 2014-2015	113
20	توزيع السياح القادمون إلى الجزائر حسب الغرض من الزيارة 2015	115
21	تطور السياحة العكسية في الجزائر للفترة 2008-2015	117

118	التدفقات النقدية والميزان السياحي خلال الفترة 2008-2015	22
120	تطور الليالي السياحية للفترة 2012-2015	23
121	وضعية المشاريع السياحية في نهاية 2015	24
125	طلبات الاستثمار المودعة لدى لجنة تقييم المشاريع للفترة 2012-2014	25
126	تطور الحظيرة الفندقية وطاقات الإيواء حسب المنتج 2013-2014	26
127	توزيع طاقات الإيواء حسب نوع المنتج لسنة 2015	27
128	توزيع طاقات الإيواء حسب القطاع القانوني لسنة 2015	28
131	توزيع طاقات الإيواء حسب درجة التصنيف لسنة 2015	29
133	الاستثمار السياحي ونسبته في إجمالي الاستثمار في المغرب 2014-2015	30
134	توزع الاستثمارات الأجنبية المباشرة على القطاعات الاقتصادية في الجزائر 2003- مايو 2015	31
145	الشركات المستثمرة في القطاع السياحي في الجزائر 2014	32
148	تطور عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة 2009-2015	33
149	تطور إيرادات السياحة الدولية للفترة 2008-2015	34
150	تطور الميزان السياحي التونسي خلال الفترة 2008-2015	35
152	تطور طاقات الإيواء في تونس للفترة 2008-2014	36
154	توزيع الطاقة الفندقية بالأسرة وحسب التصنيف 2011/2014	37
156	تطور الليالي السياحية 2010-2015	38
162	تطور الاستثمار السياحي في تونس للفترة 2010-2014	39
163	تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب خلال الفترة 2001-2010	40
166	توزيع السياح الأجانب الوافدين إلى المغرب سنتي 2009-2010 حسب المناطق	41
167	تطور إيرادات السياحة الدولية في المغرب للفترة 2001-2010	42
168	تطور الميزان السياحي المغربي خلال الفترة 2005-2010	43
169	تطور طاقات الإيواء في المغرب ما بين 2001-2010	44
171	توزيع الطاقة الفندقية بالأسرة وحسب التصنيف 2001/2010	45
173	تطور الليالي السياحية 2001-2010	46



174	تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب خلال الفترة 2011-2014	47
177	توزيع أعداد السياح الوافدين إلى المغرب وحصتهم النسبية سنة 2014 حسب الجنسية	48
178	تطور إيرادات السياحة الدولية في المغرب للفترة 2011-2014	49
180	تطور الميزان السياحي المغربي خلال الفترة 2011-2014	50
182	توزيع الطاقة الفندقية بالأسرة وحسب التصنيف 2011/2014	51
185	تطور الليالي السياحية في المغرب 2011-2014	52
187	الاستثمار السياحي ونسبته في إجمالي الاستثمار في المغرب 2014-2015	53
192	مقارنة السياح الوافدين بعدد السكان في دول المغرب العربي لسنة 2014	54
193	مقارنة التقديرات المتوقعة والمحقة فعليا في مؤشر التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر 2008-2015	55
194	التقديرات المستهدفة و المحققة للخطة الخماسية الثالثة 2010-2015	56
195	تقييم المنجزات المحققة في مؤشر السياحة الدولية في المغرب 2010-2015	57
198	التقديرات المستهدفة والمحقة في الجزائر لطاقت الإيواء 2008-2015	58
199	مقارنة التقديرات والمنجزات في عدد الأسرة في تونس 2015	59
200	تقييم المنجزات المحققة في مؤشر طاقة الإيواء في المغرب 2010-2015	60
203	تقييم المنجزات المحققة في مؤشر الليالي السياحية في الجزائر 2015	61
205	التقديرات المستهدفة و المحققة في الليالي السياحية في تونس 2015	62
206	التقديرات المستهدفة و المحققة في الليالي السياحية في المغرب 2015	63
209	التقديرات المستهدفة والمحقة لمناصب الشغل للفترة 2008 - 2015	64
210	التقديرات المستهدفة و المحققة في مناصب الشغل في تونس 2015	65
211	مناصب الشغل المستهدفة و المحققة في المغرب سنة 2015	66
214	مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المغرب العربي لسنة 2015	67
217	مساهمة قطاع السياحة في العمالة المباشرة وغير المباشرة في دول	68

	المغرب العربي 2015	
219	تطور رصيد الميزان السياحي في دول المغرب العربي 2010-2014	69
220	عائدات السياحة الدولية كنسبة من الصادرات في دول المغرب العربي (الجزائر، تونس و المغرب للفترة 2010-2014 )	70
222	مقارنة أداء الاستثمار السياحي في دول المغرب العربي سنة 2015	71
223	حصة القطاع السياحي من الاستثمارات الأجنبية المباشرة في دول المغرب العربي للفترة 2003- مايو 2015	72
224	الفنادق ذات السلسلة العالمية المتواجدة في دول المغرب العربي لسنة 2016	73
230	ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر العام لتنافسية السفر و السياحة لعام 2015	74
231	ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الأول البيئة التمكينية	75
232	ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الثاني : مؤشر السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة	76
233	ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الثالث، البنية التحتية	77
234	ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الرابع الموارد الطبيعية والثقافية	78

## قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
1	مجال الإستثمار الأجنبي غير القائم على المساهمة في رأس المال	16
2	المحاور الإستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة	44
3	تقديرات متوسط مدة الإقامة لكل سائح حسب المناطق	77
4	الأهمية النسبية لأفضل 5 دول مصدرة للسياح الأجانب سنة 2015	114
5	تطور دخول السياح إلى الجزائر وخروج الجزائريين من الجزائر 2008-2015	117
6	التوزيع النسبي للمشاريع السياحية نهاية 2015	124
7	التوزيع النسبي للفنادق حسب الطبيعة القانونية	130
8	التوزيع النسبي للسياح الوافدين إلى تونس سنة 2014 حسب الجنسية	146
9	تطور الليالي السياحية 2010-2015	154
10	التوزيع النسبي للسياح الوافدين إلى المغرب سنة 2010 حسب الغرض من الزيارة	165
11	توزيع الأسرة والحصة النسبية لأهم خمس مناطق سياحية في المغرب سنة 2010	170
12	التوزيع النسبي للسياح الوافدين إلى المغرب سنة 2014 حسب الغرض من الزيارة	176
13	توزيع الأسرة والحصة النسبية للمناطق السياحية في المغرب سنة 2014	181
14	توزيع الليالي السياحية على السياح غير المقيمين سنة 2014 حسب الأسواق	183
15	التوزيع النسبي للاستثمارات الأجنبية المباشرة حسب القطاع في المغرب عام 2014	186
16	مقارنة الأداء النسبي لدول المغرب العربي في مؤشر السياحة الوافدة 2015	196
17	مقارنة الأداء النسبي لدول المغرب العربي في مؤشر طاقات الإيواء 2015	201
18	مقارنة الأداء النسبي لدول المغرب العربي في مؤشر عدد الليالي السياحية 2015	207
19	نسبة المساهمة المباشرة للنتائج السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لدول المغرب العربي 2015	215
20	هيكل المؤشر العام لتنافسية السفر والسياحة لعام 2015	229
21	توزع مصادر المعلومات في تقرير تنافسية السفر والسياحة لعام 2015	235

## قائمة الملحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	دخول السياح إلى الجزائر نهاية 2015
02	خروج السياح الجزائريين المقيمين إلى الخارج نهاية 2015
03	الليالي السياحية للمقيمين وغير المقيمين في مؤسسات الإيواء الفندقية في الجزائر 2015
04	توزيع الحظيرة الفندقية في الجزائر حسب المنتج والطبيعة القانونية 2015
05	توزيع الحظيرة الفندقية في الجزائر حسب التصنيف 2015
06	السياحة الوافدة والإيرادات السياحية لدول المغرب العربي 2015
07	مؤشرات الأثر الاقتصادي للسياحة -الجزائر- 2015
08	مؤشرات الأثر الاقتصادي للسياحة -تونس- 2015
09	مؤشرات الأثر الاقتصادي للسياحة -المغرب- 2015

# المقدمة العامة

## المقدمة:

تمثل السياحة في الوقت الراهن صناعة قائمة بذاتها، وتعد من أكثر الصناعات نموا في العالم ، والمتتبع للبيانات الخاصة بالسياحة العالمية بنوعها الداخلية والخارجية يلاحظ أن صناعة السياحة قد أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم إن لم تكن أكبرها على الإطلاق، فقد ارتفع عدد السياح في العالم من 25 مليون سائح سنة 1950 إلى أكثر من 1.186 مليون سائح سنة 2015 كما انتقلت الإيرادات التي ولدتها السياحة على المستوى العالمي من 2 مليار دولار عام 1950 إلى ما يزيد عن 1.260 مليار دولار في عام 2015 ، منهم أكثر من 53% لأغراض الترفيه والاستمتاع فقط .

وتشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة إلى أن السياحة تساهم بما يقارب من 10 % من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، وتمثل نسبة 7 % من الصادرات العالمية ونسبة 30% من صادرات الخدمات (Faits saillants OMT du tourisme, édition 2016) . وبلغت نسبة الاستثمار السياحي 4,3 % من مجموع الاستثمار العالمي .

وتوفر السياحة حاليا أكثر من 276 مليون منصب شغل مباشر وغير مباشر، أي ما يعادل 9.4 % من مجموع العمالة العالمية.

كما يتوقع أن يصل عدد السياح بنهاية عام 2030 إلى أكثر من 1,8 مليار سائح ، بمعدل نمو متوقع يصل إلى 3,3 % سنويا خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2030 .

مما سبق، تتبين الأهمية الاقتصادية للسياحة على مستوى الاقتصاد الدولي، و الآثار المباشرة و غير المباشرة التي يولدها هذا القطاع على مختلف المتغيرات الاقتصادية العالمية والمحلية ، ولاسيما الناتج المحلي الإجمالي وتوفير مناصب الشغل وتقليل حدة الفقر ، وبالتالي تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلدان بشكل مستدام، وذلك بغض النظر عن اختلاف مستويات النمو الاقتصادي لهذه البلدان(النامية والمتقدمة على حد سواء).

ويتم تقييم الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال قياس مساهمتها النسبية في الناتج المحلي الإجمالي و أثرها السلبي أو الايجابي على ميزان المدفوعات وحجم فرص العمل المولدة داخل الاقتصاد الوطني الناتجة عن النشاط السياحي بوجه عام.

ونظرا للأهمية الاقتصادية للسياحة التي أكدتها الكثير من الدراسات والهيئات الدولية ذات الصلة، فقد قامت بلدان المغرب العربي -موضوع المقارنة- بإعداد وتنفيذ استراتيجيات وطنية لتنمية القطاع السياحي، تهدف -في المقام الأول- إلى تفعيل أداء القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، ومحاولة الرفع من نسبة مساهمة هذا القطاع في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مقارنة بباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى.

وفي هذا السياق، أعدت الجزائر منذ عام 2008 المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 (Schéma Directeur d'Aménagement Touristique) المعروف اختصارا ب"SDAT 2030" والذي يعتبر الإطار المرجعي الذي تنفذ من خلاله الإستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة لغاية عام 2030.

أما في المغرب، فقد تم الانتهاء من تطبيق الإستراتيجية الأولى المتمثلة في «رؤية 2010» و الذي حقق فيه الأهداف الكمية المحددة سنة 2001 بنسبة 93 %، ويعمل حاليا على تطبيق الإستراتيجية الثانية "رؤية 2020"، وهي امتداد لرؤية 2010 وتخص الفترة من سنة 2011 إلى غاية 2020 وقد وضعت مضاعفة حجم القطاع السياحي هدفا جوهريا لها خلال هذه العشرية.

وفي تونس، عمدت السلطات العمومية إلى تبني إستراتيجية وطنية للتنمية السياحية تمتد على مدى 15 عاما، وشرع العمل بها بداية من سنة 2001 إلى غاية نهاية 2016 وتتمثل الرؤية الإستراتيجية للسياحة التونسية المعروفة ب(1+3) في تنويع العرض السياحي، جودة وتكوين الموارد البشرية، العلامات التجارية والتسويق، وأخيرا تحديث القطاع السياحي.

**الإشكالية:** تتمحور إشكالية البحث في السؤال الجوهرى التالي:

✓ ما هو تأثير الاستثمارات الأجنبية على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي

( الجزائر، تونس والمغرب)؟ .

وبناء على هذه الإشكالية الرئيسية نقوم بطرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

✓ ما هي الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسياحة؟

✓ ما هي الأشكال الجديدة للاستثمار الأجنبي و خصوصا في مجال السياحة؟

- ✓ ما هي الاستراتيجيات السياحية التي تبنتها دول المغرب العربي لتنمية قطاعها السياحي ؟
- ✓ ما هو واقع الاستثمارات السياحية الوطنية و الأجنبية في بلدان المغرب العربي ؟
- ✓ وما هي مكانة الاستثمارات الأجنبية في هيكل الاستثمارات السياحية الإجمالية ؟
- ✓ ما هو وضع بلدان المغرب العربي في المؤشرات السياحية المدروسة؟

## فرضيات البحث :

و للإجابة على الإشكالية المطروحة في البحث اعتمدنا على جملة من الفرضيات تتمثل فيما يلي:

- 1- تؤثر الاستثمارات الأجنبية ايجابيا على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي .
- 2- حققت إستراتيجية التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي الأهداف المخططة .

## أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في ما يلي :

1. مساهمة قطاع السياحة في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي وزيادة فرص العمل وتوفير النقد الأجنبي.
2. بيان الأهمية المتزايدة لقطاع السياحة في اقتصاديات بلدان المغرب العربي .
3. إبراز الدور الذي تلعبه الاستثمارات الأجنبية في تنمية قطاع السياحة في بلدان المغرب العربي.
4. الحاجة إلى تنويع مصادر الثروة والدخل الوطني وخاصة بالنسبة للاقتصاد الجزائري.
5. الإلمام ومعرفة مؤشرات تنافسية السفر والسياحة في بلدان المغرب العربي، لقياس أداء القطاع السياحي إقليميا ودوليا .

## أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- توضيح مفهوم الاستثمارات السياحية (الوطنية والأجنبية) وتوزعها على قطاع السياحة في بلدان المغرب العربي .
- تحديد الآثار الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية للقطاع السياحي.
- تحديد مفهوم التنمية السياحية ومكوناتها .



- معرفة ودراسة محاور الإستراتيجيات السياحية التي انتهجتها بلدان المغرب العربي .
- قياس الآثار الاقتصادية لقطاع السياحة ثم تحديد دور القطاع في المساهمة في تحسين المؤشرات الاقتصادية المدروسة.
- تقييم التجارب السياحية في بلدان المغرب العربي موضوع الدراسة.

## مبررات الدراسة:

- هناك دوافع ذاتية وأخرى موضوعية كانت الدافع لاختيار الموضوع منها:
- الميل الشخصي للبحث في موضوع الاستثمار الأجنبي و التنمية السياحية ،
  - محاولة تقديم بعض المقترحات في الموضوع .
  - كما يدخل موضوع البحث في تخصص الباحث -الاقتصاد الدولي -
  - أهمية قطاع السياحة في التنوع الاقتصادي والاتجاه نحو التقليل من الاعتماد الكلي على قطاع المحروقات في تحقيق القيمة المضافة داخل الاقتصاد الوطني .
  - الاستفادة من تجارب الدول موضوع المقارنة -تونس والمغرب - والنتائج التي حققتها كل دولة نتيجة اهتمامهما بالقطاع السياحي ،

## المنهج المتبع في الدراسة:

لإنجاز البحث والإجابة عن السؤال المحوري المطروح في الإشكالية والتساؤلات الفرعية فقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي ،والمنهج المقارن مستعينا بمجموعة من المصادر المتنوعة، وتتمثل هذه المصادر بشكل أساسي في الكتب المرجعية في الموضوع، البحوث والدراسات والدوريات المتصلة باقتصاد السياحة، الإحصائيات المنشورة من قبل الهيئات المحلية والدولية، كوزارات السياحة، الدواوين الوطنية للإحصاء، المنظمة العالمية للسياحة، والمجلس العالمي للسفر والسياحة، خطط وبرامج واستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي .

## صعوبات الدراسة:

الصعوبات التي صادفها الباحث في إنجازهِ للموضوع تمثلت في قلة الإحصائيات المتعلقة ببعض المؤشرات السياحية، بالإضافة إلى عدم دقتها و تضاربها في بعض الأحيان ولا سيما بالنسبة للجزائر، حيث حاول الباحث التوفيق بين هذه الأرقام لتكون أكثر دقة ومصداقية من خلال مقارنتها بأكثر من مصدر، كما قام الباحث بالتنقل شخصيا إلى الديوان الوطني التونسي للسياحة (ONTT) للحصول على آخر الإحصائيات المتعلقة بالسياحة في تونس.

## الدراسات السابقة:

من الدراسات التي تناولت الموضوع، وتمكنا من الاطلاع عليها تتمثل في خمس رسائل دكتوراه، والعديد من رسائل الماجستير:

- الأولى وهي أطروحة دكتوراه للباحثة مليكة حفيظ- شبايكي تحت عنوان : **السياحة وآثارها الاقتصادية و الإجتماعية حالة الجزائر (2003)** ، تناولت فيها الباحثة: مفاهيم السياحة وتطورها واتجاهاتها، القطاع السياحي ودوره في الاقتصاد الجزائري، كما تطرقت إلى الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة، بالإضافة إلى مستقبل النشاط السياحي في الجزائر في ظل التحولات المحلية والعالمية، وقد توصلت الباحثة إلى أن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني لم تكن ذات أهمية حتى قبل سنوات التسعينات، وذلك بسبب تركيز السياسة الاقتصادية على قطاع المحروقات وإهمالها لقطاع السياحة.

- الثانية أطروحة الدكتوراه للباحث "كواش خالد" بعنوان "أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية" **حالة الجزائر(2003/2004)**، تطرق الباحث فيها إلى تاريخ ومفهوم السياحة والسائح، السياحة كنشاط اقتصادي أهميتها ومؤشراتها، مقومات تنظيم وأداء السياحة في الجزائر، وفي الفصل الأخير تناول آفاق ومستقبل السياحة في الجزائر، و حاول توضيح أهمية وآفاق السياحة في الجزائر كنشاط اقتصادي مهم وذلك بالنظر إلى النتائج المحققة على المستوى العالمي، وبالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية، وتوصل إلى أن القطاع السياحي في الجزائر لم يؤد الدور المنتظر في التنمية، وأن النتائج المحققة لا تعكس حجم الموارد والمغريات السياحية

المتوفرة، كما علل ذلك من خلال إجراء مقارنة من حيث المؤشرات السياحية بما تحقق في الجزائر، وما تم إنجازه في كل من المغرب وتونس.

- الثالثة أطروحة دكتوراه للباحثة "بوعقلين بديعة" تحت عنوان: **الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر (2006/2005)** تناولت الباحثة فيها الموضوع في خمسة فصول، تطرقت إلى مدخل للسياحة بحيث شمل التعاريف النظرية الخاصة بالسياحة والمفاهيم المرتبطة بها، ثم تناولت الاستثمارات السياحية وعلاقتها بالتسويق السياحي مع التركيز على العرض والطلب السياحي، كما أشارت إلى تطور الاستثمارات السياحية في الجزائر عبر مختلف مراحل التنمية، كما قدمت تحليلا للعرض والطلب السياحي حسب مختلف عناصرهما، ثم قامت بتحليل برنامج التنمية السياحية المستدامة وآفاق تطوير المنتج السياحي الجزائري، توصلت الباحثة من خلال الموضوع إلى تأكيد تعثر القطاع في كافة مراحل التنمية بسبب التهميش وغياب رؤية استراتيجية علمية وصادقة نحو بناء سياحة مستدامة تساهم في بعث التنمية الشاملة، كما أكدت على ضعف المشاريع السياحية مقارنة بالمشاريع الأخرى، ومحدودية الشراكة الأجنبية في قطاع السياحة.

- الرابعة أطروحة دكتوراه للباحثة صليحة عشي بعنوان **"الأداء والآثر الاقتصادي للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب" 2011/2010** ، تناولت الباحثة الموضوع في ستة فصول تطرقت إلى المقاربات المفاهيمية حول موضوع السياحة وأنواعها وأسسها ، كما تطرقت إلى المقومات السياحية للبلدان المقارنة، و تناولت الباحثة المؤشرات السياحية ، والآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في البلدان الثلاث،بالإضافة إلى ظاهرة العولمة ودورها في توسع نطاق السياحة على المستوى العالمي ، جاءت الدراسة في شكل دراسة مقارنة، ولم تركز على استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المقاربة ، وقد توصلت الباحثة إلي ضعف الآثار التنموية لقطاع السياحة في الجزائر مقارنة بتونس والمغرب، رغم المقومات السياحية الطبيعية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر.

-الخامسة أطروحة دكتوراه للباحث عامر عيساني بعنوان **"الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة ،حالة الجزائر" 2010/2009** ،تناول الباحث الموضوع في خمسة فصول تطرف الفصل الأول خلفية نظرية عن السياحة وآثارها المختلفة اما الفصل الثاني فتناول التنمية السياحية المستدامة

وتطور حركة السياحة الدولية بينما تناول الفصل الثالث واقع وإستراتيجية التنمية السياحية المستدامة في الجزائر لأفاق 2013 في إطار الأهداف المبرمجة في المخطط التوجيهي أفاق 2025 .

أما الفصل الرابع من الأطروحة فتطرق إلى تجارب التنمية السياحية في بلدان المقارنة ، تونس ومصر ،والفصل الأخير تناول فيه الباحث تقييما موضوعيا لخطط التنمية التي تبنتها هذه الدول ، حيث استخدم الباحث مجموعة من المؤشرات لقياس الأهمية و الأثر الاقتصادي للسياحة على اقتصاديات هذه البلدان ومن أهمها مؤشر السياحة الدولية الوافدة، الإيرادات السياحية ، والليالي السياحية ،

وقد جاءت هذه الدراسة في شكل دراسة مقارنة و تقييمية ، وقد توصل الباحث في النهاية إلى أن أداء القطاع السياحي في الجزائر كان متواضعا، وكانت مساهمته في الاقتصاد الوطني ضعيفة مقارنة مما هو عليه الحال في كلا من تونس ومصر، وقد ارجع الباحث السبب في ذلك إلى تأخر الاهتمام بالقطاع وعدم إعطائه الأولوية التي يجب أن يحظى بها في الاقتصاد الجزائري ، بالإضافة إلى المعوقات الكثيرة ، والتي من بينها ، مشكل توفير العقار السياحي ، و عدم التحكم في مناطق التوسع السياحي ، غياب إستراتيجية ترقية حقيقية ،انعدام مصادر و آليات التمويل في المجال السياحي.

### خطة الدراسة:

للإجابة عن الإشكالية وبغية بلوغ الأهداف المتوخاة من البحث تم تقسيم الدراسة إلى خمسة فصول:

#### الفصل الأول: الإطار النظري للاستثمار الأجنبي والتنمية السياحية.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الاستثمار الأجنبي.

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول السياحة.

المبحث الثالث: مفهوم ومؤشرات التنمية السياحية وأهدافها.

#### الفصل الثاني: إستراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي.

المبحث الأول: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر.

المبحث الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية في تونس.

المبحث الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب.

الفصل الثالث : واقع السياحة و الاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر.

المبحث الأول: بيئة الاستثمار السياحي في الجزائر.

المبحث الثاني: تطور المؤشرات السياحية في الجزائر.

المبحث الثالث: واقع الاستثمارات السياحية في الجزائر.

الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب.

المبحث الأول: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس.

المبحث الثاني: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في المغرب (رؤية 2010).

المبحث الثالث: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في المغرب (رؤية 2020).

الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي.

المبحث الأول: تقييم الاستراتيجيات من خلال مقارنة الأهداف المحققة بالأهداف المخططة .

المبحث الثاني: الأهمية الاقتصادية للسياحة في بلدان المغرب العربي.

المبحث الثالث: ترتيب و مقارنة دول المغرب العربي في المؤشر العالمي لتنافسية قطاع السفر

والسياحة.

الخاتمة العامة (النتائج و التوصيات).

# الفصل الأول

الإطار النظري للاستثمار

الأجنبي والتنمية السياحية

## تمهيد الفصل.

تعتبر السياحة نشاطا إنسانيا قديما ، تترجم رغبة الإنسان لكشف المجهول ، وحاجته في الاطلاع والاستكشاف ، وإشباع غرائزه المتعددة ، فمنذ أزمان بعيدة والإنسان في حركة دائمة بين السفر و التنقل بحثا عن أمنه و استقراره سعيا وراء رزقه، ولقد تحولت ظاهرة انتقال الإنسان من مكان إلى آخر إلى ظاهرة اجتماعية ثقافية هدفها المتعة والراحة والاستجمام وتعزيز التفاهم والسلام بين شعوب المعمورة .

كما حظيت السياحة في الوقت الحاضر بأهمية واعتبار كبيرين لم تحظ بهما في أي عصر من العصور السابقة، و نجم عن النشاطات السياحية الكثيفة نتائج وآثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية وعمرانية كان لها أثر عظيم وواضح في حياة المجتمعات والشعوب ، الأمر الذي استدعى توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقييم هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة وبشكل سريع وناضج كما أصبحت التنمية السياحية من أولويات البرامج واستراتيجيات التنمية الاقتصادية في البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء.

و يمثل الاستثمار السياحي الوطني و الأجنبي عسبا حيويا و فعالا في تحقيق عملية التنمية المتوازنة والمستدامة لأي بلد، حيث أن أي زيادة في حجم الاستثمار سوف تؤثر على حجم وتوزيع المشاريع السياحية المختلفة .

والجديد بالذكر إن السياحة أصبحت صناعة قائمة بذاتها، لذا فقد اعتمدت عليها العديد من الدول في تنمية اقتصادها الوطني لما لها من تأثيرات ايجابية محتملة على الدخل الوطني وميزان المدفوعات وحجم العمالة، فهي تتمتع بخصائص ومقومات وأنواع عديدة، بالإضافة إلى أن الاستثمار في قطاع السياحة أضحي عاملا أساسيا وهاما في جانب العرض السياحي . لما يترتب عليه من توفير للبنية التحتية ، وزيادة قدرات الاستقبال من فنادق وغيرها .

وعلى ضوء ما سبق، قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث :

**المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الاستثمار الأجنبي.**

**المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول السياحة .**

**المبحث الثالث: مفهوم ومؤشرات التنمية السياحية وأهدافها.**

## المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الاستثمار الأجنبي.

المتتبع لتطورات العلاقات الاقتصادية الدولية يدرك دون شك أن الاستثمار ظاهرة لطالما شكلت محورا من محاور الاهتمام لدى العديد من المفكرين والمدارس الاقتصادية المختلفة، حيث يعتبر المحرك الرئيسي لاقتصاد أي بلد ذلك انه يمتص الأموال المدخرة ويوجهها للنشاط الاقتصادي من اجل تلبية احتياجات الأفراد المختلفة، ولإظهار أهمية الاستثمار ودوره في النشاط الاقتصادي .

### المطلب الأول: مفهوم الاستثمار عموما.

#### 1-التعريف اللغوي للاستثمار:

الاستثمار لغة من ثمر،والثمر هو الزيادة والنماء، فيستثمر معناه ينمي أو يزيد ، والنماء عادة يكون في صورته النهائية النقدية أو المالية أو التجارية ، أو في شكل عقارات أو منقولات <sup>1</sup> .

#### 2-التعريف القانوني للاستثمار:

يعرف الاستثمار قانونا بأنه كل تصرف أو عمل لمدة معينة من اجل تطوير نشاط اقتصادي ،سواء أكان في شكل أموال مادية أو غير مادية أو في شكل قروض <sup>2</sup> .

#### 3-التعريف الاقتصادي للاستثمار:

يعرف الاستثمار اقتصاديا بأنه " كل استعمال لرأس المال سعيا لتحقيق الربح، ويمثل كل إضافة جديدة إلى الأصول الإنتاجية الموجودة في المجتمع، بقصد زيادة الناتج في الفترات المستقبلية <sup>3</sup> . وعلى العموم، فان مفهوم الاستثمار يعنى توظيف الأموال أو تخصيصها في المجالات أو الفرص الاستثمارية المتاحة والتي يعتقد المستثمر بأنها فرص مناسبة ومقبولة وتحقق له العائد الذي يرغب فيه، بأقل مستوى من المخاطرة، ولذلك فان أي استثمار تصاحبه مخاطرة ولكن هذه المخاطرة بمستويات متباينة وتبعاً لهذا التباين يكون العائد متبايناً أيضاً <sup>4</sup> ،أي أن العلاقة بين العائد والمخاطرة طردية وتبادلية إذ يزداد العائد كلما ازدادت المخاطرة ويقل بانخفاضها.

1-المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، ندوة " الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية " الحمامات تونس، 24-25 مارس 1997 ص 177.

2-قربوع عليوش كمال، قانون الاستثمارات في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 1999، ص 2.

3- كريمة فرحي ، أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية مع دراسة مقارنة بين الصين ،تركيا مصر والجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،جامعة الجزائر 3 2012-2013 ص .

4 - موافق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، الطبعة الأولى، عمان الأردن، الوراق للنشر والتوزيع، 2010 ص115.



المطلب الثاني: مفهوم الاستثمار الأجنبي :

### 1-تعريف الاستثمار الأجنبي :

الاستثمار الأجنبي هو المال الوافد على دولة غير دولته، ويعرف على أنه<sup>1</sup> " ذلك الاستثمار القادم من الخارج والمالك لرؤوس الأموال ،والمساهم في إنشاء مشروعات استثمارية في اقتصاد مضيف، كما ينظر للاستثمار الأجنبي على أنه الاستثمار الذي يعمل على جلب الخبرات و المهارات التقنية ،ويسمح بتحويل التكنولوجيا ،ويوفر فرص العمل،ومن جهة أخرى يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر أداة للسيطرة ،لأنه يقوم بشكل مباشر على تسيير وإدارة موجوداته تحت مظلة الشركات متعددة الجنسيات أو الشركات الدولية".

### 2-تصنيف أنواع الاستثمار الأجنبي:

يشمل الاستثمار الأجنبي على عدة أنماط من التدفقات الاستثمارية ،وتصنف حسب معيار السيطرة والتحكم في الاستثمار فيما يلي:

#### 2-1-الاستثمار الأجنبي غير المباشر :

يقصد بالاستثمار الأجنبي غير المباشر أو الاستثمار الأجنبي في حوافظ الأوراق المالية Foreign portfolio investment "انتقال رؤوس الأموال عبر الحدود من قبل أفراد و مؤسسات، لشراء أوراق مالية في بلدان أجنبية ، بدافع تحقيق عائد ودون أن يكون للمستثمر الحق في إدارة ورقابة المشاريع الاستثمارية"<sup>2</sup>.

إن هذا النوع من الاستثمارات ، يتميز بقصر اجله، وميله للمضاربة، كما انه عرضة للتحول السريع من موقع إلى آخر نتيجة للتغيرات المالية الطارئة .

ويرى الدكتور محمد العريان نائب مدير دائرة الشرق الأوسط بصندوق النقد الدولي إن هذا النوع من الاستثمارات الباحث عن العائد في المدى القصير ،يمكن أن يكون عامل اختلال ،خاصة في الدول ذات القطاعات المالية الناشئة<sup>3</sup> .

<sup>1</sup> - منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية -الاونكتاد- " سلسلة تقرير الاستثمار العالمي 2001 "، نيويورك ،جنيف ،ص ص 1-3

<sup>2</sup> Sarbajit Chaudhuri and Ujjaini Mukhopadhyay, **Foreign Direct Investment in Developing Countries: a Theoretical Evaluation**, (India: Springer, 2014), p.2

<sup>3</sup> -المؤسسة العربية لضمان الاستثمار،مرجع سابق، ص 44.

بينما يعتبر الدكتور عبد السلام أبو قحف ، أن هذا النوع من الاستثمار مهم بالنسبة للمستثمر الأجنبي ، لأنه يسهل عملية الشركات متعددة الجنسيات في التقدم إلى مرحلة الاستثمار المباشر ، كما انه يوفر فرصة التواجد أو التمثيل الملموس للشركة المعنية في الدول المضيفة<sup>1</sup> .

وقد اثبت الشواهد الملموسة ، أن معظم الأزمات المالية التي أصابت اقتصاديات دول جنوب شرق آسيا (تايلندا، اندونيسيا، وسنغافورة) خلال حقبة التسعينات من القرن الماضي كانت بسبب المضاربات في سوق الأوراق المالية قصيرة الأجل ، والانسحاب المفاجئ للمستثمرين منها، مما خلف أثرا تدميرية على اقتصاديات تلك البلدان، وخلق تشوهات في أسواقها المالية ، لم تسلم من عواقبه حتى أسواق البلدان المتقدمة<sup>2</sup> .

## 2-2 - الاستثمار الأجنبي المباشر:

• **تعريف صندوق النقد الدولي (FMI):** عرف صندوق النقد الدولي الاستثمار الأجنبي المباشر بأنه " قيام شركة بالاستثمار في مشروعات تقع خارج حدود الوطن الأم، وذلك بهدف ممارسة قدر من التأثير على عمليات تلك المشروعات، ويكون الاستثمار الأجنبي مباشر حين يمتلك المستثمر 10 % أو أكثر من أسهم رأس مال إحدى مؤسسات الأعمال، على أن ترتبط هذه الملكية بالقدرة على التأثير في إدارة المؤسسة"<sup>3</sup> .

• **تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE):** تعرف هذه المنظمة الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه "ذلك النشاط الذي يقوم به مستثمر من أجل الحصول على منفعة دائمة وتأثير يسمح له بإدارة وحدة أعمال خارج بلده الأصلي"<sup>4</sup> .

ويتشكل الاستثمار الأجنبي المباشر من ثلاثة مكونات رئيسية<sup>5</sup>:

حوص في رأس المال *Equity capital*؛

إعادة استثمار الأرباح *Reinvested earnings*؛

قروض ما بين الشركات *Intra company loans*

انطلاقا مما سبق، يمكن القول أن التعاريف السابقة، تتفق حول معيارين لتعريف الاستثمار الأجنبي

1 - عبد السلام أبو قحف ، أساسيات في الإدارة ، الدار الجامعية للطباعة والنشر ، بيروت ، 1995 ، ص 280 .

2 - Philippe D'ARVISENET, Jean- Pierre PETIT, **Echange et finance internationale, les enjeux** (Edition la revue Banque éditeurs, 1996), p.222.

3 - صندوق النقد الدولي، دليل ميزان المدفوعات، الطبعة الخامسة، الجزء 18 ، الفقرة 1993 ، 359 ، ص 86 .

4 - OCDE, Detailed Benchmark definition of FDI (Third Edition, 1996).

5- منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الاونكتاد)، تقرير الاستثمار العالمي 2005 ، نيويورك جنيف، ص 18

المباشر وهما:

- أن يمارس نشاط الاستثمار في إقليم بلد مضيف غير بلد المستثمر الأصلي (معيار التوطين)
- أن يتمتع المستثمر الأجنبي بحصة من رأس المال المشروع أو من ملكية تسمح له بالمشاركة في اتخاذ القرارات (معيار الملكية واتخاذ القرارات).

• تعريف منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) :

تعرف هذه المنظمة الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه " ذلك الاستثمار الذي ينطوي على علاقة طويلة المدى، تعكس مصالح دائمة، ومقدرة على التحكم الإداري بين شركة في القطر الأم (القطر الذي تنتمي إليه الشركة المستثمرة) وشركة أو وحدة إنتاجية في قطر آخر (القطر المستقبل للاستثمار) ".  
وتعرف الشركة الأم (المستثمر الأجنبي) على أنها " تلك الشركة التي تمتلك أصولاً في شركة أو وحدة إنتاجية تابعة لقطر آخر غير القطر الأم. وتأخذ الملكية شكل حصة في رأس مال الشركة التابعة للقطر المستقبل للاستثمار، حيث تعتبر حصة تساوي أو تفوق % 10 من الأسهم العادية أو القوة التصويتية في مجلس الإدارة للشركات المحلية، أو ما يعادلها للشركات الأخرى حداً فاصلاً لأغراض تعريف الاستثمار الأجنبي المباشر"<sup>1</sup>.

**المطلب الثالث: الاستثمار الأجنبي غير القائم على المشاركة في رأس المال NON-EQUITY**

**MODES:** لم يعد الإنتاج العالمي اليوم يرتبط بشكل أساسي بالاستثمارات الأجنبية المباشرة من ناحية والتجارة الخارجية من ناحية أخرى، فأنماط المشاركة الأجنبية في اقتصاديات الدول المضيفة قد تغيرت عبر الزمن من الحظر التام للاستثمار الأجنبي إلى الاعتماد التام على الشركات متعددة الجنسية، ومع بداية السبعينيات بدأت تظهر أساليب جديدة للإنتاج الدولي تقوم عن طريقها الشركات الأجنبية بتنسيق أنشطتها في الدول المضيفة من خلال التأثير على إدارات الشركات في الدول المضيفة دون أن تمتلك نصيباً في رأس المال هذه الشركات<sup>2</sup>.

إن الأشكال الجديدة للاستثمار الأجنبي غير القائم على المساهمة في رأس المال، تتيح للشركات عبر الوطنية الدخول إلى الأسواق العالمية، والاندماج في سلاسل القيمة العالمية، وذلك من خلال مجموعة واسعة من الأنشطة القائمة على إمداد الشركات المحلية في الدولة المضيفة بالأصول الملموسة وغير الملموسة مع احتفاظ الشركات المحلية بالملكية الكاملة للمشروع .

<sup>1</sup> - UNCTAD • World Investment Report 2007 • "Transnational Corporations • Extractive Industries and Development" • New York • (2007) • p.245.

<sup>2</sup> - مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الاونكتاد)، تقرير الاستثمار العالمي 2011، عرض عام "أشكال الإنتاج الدولي والتنمية غير القائمة على المساهمة في رأس المال" نيويورك، 2001، ص.26.

### 1 - تعريف الاستثمار الأجنبي غير القائم على المشاركة في رأس المال :

يعرف الاستثمار الأجنبي غير القائم على المشاركة في رأس المال بأنه عبارة عن " علاقة تعاقدية بين شركة أجنبية وشركة محلية، دون أن يمتلك فيها المستثمر الأجنبي مساهمة في رأس المال، مع قدرته التفاوضية للتأثير على المؤسسة الشريكة في الدولة المضيفة للاستثمار الأجنبي<sup>1</sup>.  
ومن خلال التعريف السابق ، نستنتج أن أهم خاصية من خصائص الاستثمار الأجنبي غير القائم على المشاركة في رأس المال ، هو احتفاظ الشركات المحلية بالملكية الكاملة للمشروع، بخلاف الاستثمار الأجنبي السهمي ، الذي لا بد أن يكون المستثمر الأجنبي مساهما في ملكية المشروع ، سواء أكانت ملكية كاملة ، أو ملكية مشتركة مع المستثمر المحلي.

شكل رقم (1): مجال الاستثمار الأجنبي غير القائم على المساهمة في رأس المال.



المصدر: الاونكتاد، تقرير الاستثمار العالمي 2011، عرض عام ،ص 26.

يظهر من خلال الشكل السابق، أن الاستثمار الأجنبي غير القائم على المساهمة في رأس المال هو مجال وسط بين التجارة الدولية من جهة ، والاستثمار الأجنبي غير المباشر من جهة أخرى ، وقد بلغت مبيعات هذا النوع من الاستثمار أكثر من تريليوني دولار عام 2010 ، تركز معظمها في الدول النامية ، واخذ أشكال التصنيع التعاقدية ، والزراعة التعاقدية ، ومنح الامتيازات ، ومنح التراخيص وعقود الإدارة .

### 2- أشكال الاستثمار الأجنبي غير المساهم لدخول الأسواق العالمية :

إن قرار دخول أي شركة متعددة الجنسية إلى أي سوق أجنبية يتطلب منها المفاضلة بين عدة أساليب للدخول بحيث تختار الشكل الذي يحقق لها منافع أكبر وسلبيات أقل وتتمثل هذه الأساليب في<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> - UNCTAD, World Investment Report 2011, Non-Equity Modes Of International Production and Development, New York and Geneva, 2011, p:127

<sup>2</sup> - طلال زغبة، عبد الحميد برحومة، "الأشكال الجديدة لتدفقات الاستثمار الأجنبي غير القائم على المساهمة في رأس المال وأثارها على التنمية الاقتصادية في الدول النامية"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ، جامعة المسيلة، العدد 2014/11. ص.ص 173 -175.  
رابط تحميل المقالة: [labs.univ-msila.dz/segc/images/revue/revue11/13.pdf](http://labs.univ-msila.dz/segc/images/revue/revue11/13.pdf)

أ- **عقد الترخيص (Licensing):** وهو عقد يقوم المستثمر الأجنبي بموجبه بالتصريح لمستثمر وطني باستخدام براءة الاختراع أو الخبرة الفنية ونتائج الأبحاث الإدارية مقابل عائد مادي معين، وهناك حالات مختلفة من التراخيص منها التراخيص بالضرورة حيث يكون المستثمر الأجنبي مرغماً عليها، لأن البلد المضيف لا يسمح بطريقة أخرى لدخول المستثمر الأجنبي، وهناك التراخيص بالاختيار بسبب عدم توفر الموارد المالية اللازمة للاستثمار أو ضعف القدرة والخبرة التسويقية بسوق البلد المضيف<sup>1</sup>.

ومن مزايا عقود التراخيص بالنسبة للدول النامية، عدم تحكم المرخص في إدارة الأنشطة الإنتاجية محل الترخيص، وبالتالي تمكين الدول المضيفة من استقلالها الاقتصادي والسياسي وتجنب التبعية التكنولوجية وهيمنة الشركات عبر الوطنية، أما العيوب فتتلخص في ارتفاع تكلفة هذا النوع من العقود على الكثير من البلدان النامية المضيفة نظراً لمحدودية الإمكانيات المالية لديها، وعدم توفر الكفاءات الفنية والإدارية مما يضعف فرص نجاح هذه الدول في استغلال براءات الاختراع<sup>2</sup>.

ب- **عقد الامتياز (Franchise):** هو عقد يشبه الترخيص يلتزم بموجبه مانح الامتياز بتمكين ممنوح الامتياز من استخدام حقوق الملكية الفكرية الخاصة به وأهمها اسم مانح الامتياز التجاري وشعاراته ورموزه وعلاماته التجارية، وكذلك الاستفادة من خبراته ومهاراته وأنظمة عمله ومعرفته الفنية والتكنولوجيا لاستخدامها في توزيع منتجات و/أو تقديم خدمات، إضافة إلى تقديم مانح الامتياز المعونة الفنية والتجارية والتدريب للممنوح الامتياز ومساعدته في كل ما يعينه على ممارسة النشاط موضوع عقد الامتياز حسب تعليمات وسياسات مانح الامتياز وشروط العقد بصفة دورية طوال مدة العقد في النطاق المكاني، نظير مقابل يتقاضاه مانح الامتياز.

و من مزايا عقود الامتياز أنها وسيلة من الوسائل المهمة لتطوير وتنمية التكنولوجيا الوطنية بسبب التزام صاحب الامتياز بنقل المعرفة الفنية، بالإضافة إلى الاستفادة من المساعدات الفنية والتجارية اللازمة لتنفيذ المشروع. أما عيوبه فهي احتكار مانح الامتياز خاصة إذا كانت شروطه في غير صالح مستغل الامتياز، بسبب عدم مرونة بنود العقد وعدم قابليتها للتعديل في كثير من الأحيان، كما يقع على الطرف الوطني عبء دفع الرسوم الخاصة بالدخول في شبكة التوزيع التابعة لمانح الامتياز<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - Denis Tersen, Jean-lue-Bricout « l'investissement Internationale »Edition Armand Collin,Paris 1996,P16.

<sup>2</sup> محمد السيد سعيد، "الشركات عابرة القومية ومستقبل الظاهرة القومية" إصدار المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت 1986، ص 229.

<sup>3</sup> -Bernard Hugonnier, «Investissement Directs ,Coopération Internationale et Firmes Multinationale »Edition Economica,Paris1984,P19.

ج- عقود المفتاح في اليد: وتسمى أيضا عمليات تسليم المفتاح (Turnkey Project) :

ترتبط ببناء المشروعات الكبرى في الدول النامية، حيث تلتزم شركة دولية ببناء مشروع متكامل حتى مرحلة التشغيل وتسليمه إلى المالك، وقد تلتزم الشركة أيضا بتدريب العاملين والفنيين لتشغيل المشروع وإمداده بالمعدات والآلات اللازمة للتشغيل، ويقوم البلد المضيف بدفع أتعاب المستثمر الأجنبي مقابل تقديمه التصميمات الخاصة بالمشروع وطرق تشغيله وصيانته وإدارته وكذلك يتحمل البلد المضيف تكلفة الحصول على التجهيزات والآلات مضافاً إليها تكاليف النقل وغيرها.

ومن فوائد هذا النوع من العقود، انخفاض الآثار السلبية لها، لأنها عقود مؤقتة، وعادة ما تكون لها فوائد طويلة الأمد، خاصة إذا ارتبط المشروع بسوق عالمية للإنتاج والتصدير.

أما عيوب عقود المفتاح في اليد، فهي مشكلة التبعية للطرف الأجنبي، لا سيما في حالة توقف المورد الأجنبي عن توريد قطع الغيار والمواد الأولية اللازمة لتنفيذ المشروع .

د- عقود التصنيع (Manufacturing Contracts) :

وهي عبارة عن اتفاقيات مبرمة بين الشركة متعددة الجنسيات وإحدى الشركات الوطنية(عامة أو خاصة)بالدولة المضيفة ،يتم بمقتضاها قيام الطرف الثاني (الطرف الوطني)نيابة عن الطرف الأول (المستثمر الأجنبي)بتصنيع سلعة معينة وإنتاجها،أي أنها اتفاقيات إنتاج بالوكالة.حيث يتحكم الطرف الأجنبي بإدارة عمليات المشروع وأنشطته المختلفة.

إن هدف إستراتيجية التصنيع هو وضع قاعدة إنتاج داخل سوق البلد المضيف كوسيلة لغزو سوق هذه البلد . ويجب الإشارة إلى أن عمليات التصنيع في دولة مضيفة لا يتضمن فقط البيع في هذه الدولة ولكن من أجل التصدير إلى بلدان أخرى أيضاً، وتتراوح عقود التصنيع بين التصنيع الكامل في المصانع المحلية أو التصنيع الجزئي.

ومن مزايا هذه العقود بالنسبة للدولة المضيفة ،أنها تحتاج إلى رؤوس أموال محدودة لبدء المشروع ، كما أنها خالية من اي مخاطر سياسية ، ومن عيوبها أيضاً، التضارب في المصالح بين طرفي العقد،مما يؤثر سلباً على القدرات التسويقية والتنظيمية والإنتاجية للطرف المحلي.

ومن عيوب هذه العقود بالنسبة للمستثمر الأجنبي ، أنه قد تواجه خطر خلق منافس قوى في المستقبل ، يتمثل في الشركة المحلية المتعاقدة معها كوكيل في السوق الدولية<sup>1</sup>.

1 - عبد السلام أبو فحف ،اقتصاديات الاستثمار الدولي ، الإسكندرية مصر ، الدار الجامعية 2001 ، ص276.

يجب الإشارة إلى أن مستوى أجور العمالة المنخفضة وعدم الخبرة أصبح في السنوات الأخيرة غير مرغوب فيه ومن العوامل الطارئة والمنفرة للاستثمارات الأجنبية، حيث أن التكنولوجيا وتطور عمليات التصنيع وتعهدها، تجعل الحاجة إلى المهارات البشرية ذو أهمية قصوى في مختلف مراحل عمليات الإنتاج .

#### هـ- عقود الإدارة ( MANAGEMENT CONTACTS ) :

هي عبارة عن اتفاقيات أو مجموعة من الترتيبات والإجراءات القانونية يتم بمقتضاها قيام الشركات المتعددة الجنسيات بإدارة كل أو جزء من العمليات والأنشطة الوظيفية الخاصة بمشروع استثماري معين في الدولة المضيفة لقاء عائد مادي معين أو مقابل المشاركة في الأرباح، وبرز مثال على هذا النوع من المشروعات سلسلة فنادق هيلتون في جميع أنحاء العالم، وعقود الإدارة قد تستعمل كإستراتيجية لدخول الأسواق الأجنبية بأدنى حد ممكن من الاستثمار وأدنى حد من الأخطار السياسية، يتميز هذا النوع من الاستثمار بأنه يساهم في التقدم الفني في ميادين والإدارة والتسويق وتنمية مهارات القوى العاملة، ويقال من الآثار السلبية والاقتصادية نتيجة عدم امتلاك المستثمر الأجنبي لأي حصة في رأس المال، كما أن شركة الإدارة عادة ما تكون أكثر دراية ومعرفة بالسوق المحلية و الأوضاع الاقتصادية<sup>1</sup>، ولكن يعيبه تحكم العنصر الأجنبي في إدارة نشاط وعمليات المشروع، وهو ما قد يخلق تعارضا في المصالح بينه وبين الطرف الوطني، علاوة على أن إسهامات هذا النوع من الاستثمار في تدفق النقد الأجنبي وخلق المهارات الفنية محدودة.

#### 3- أسباب و دوافع لجوء الشركات عبر الوطنية إلى الأشكال الجديدة للاستثمار الأجنبي:

تتعدد الاتجاهات الفكرية التي تفسر قيام الشركات متعددة الجنسية للاستثمار في الخارج ، واستنادا إلى الدوافع والمحفزات التي تؤدي إلى الاستثمار، يمكن أن نشير إلى المحددات التالية<sup>2</sup>:

• **البحث عن الموارد:** يهدف هذا النوع من الاستثمار إلى استغلال الميزة النسبية للدول المضيفة ولا

سيما تلك الغنية بالموارد الطبيعية .إضافة إلى الإستفادة من كفاءة وانخفاض تكلفة اليد العاملة.

• **البحث عن الأسواق :** يهدف هذا النوع من الاستثمارات إلى النفاذ إلى أسواق أجنبية واسعة وقابلة

للنمو من أجل تلبية المتطلبات الاستهلاكية في أسواق هذه الدول ولا سيما تلك التي كان يتم التصدير إليها في فترات سابقة، وأيضا تجاوز القيود التجارية التي كانت تفرضها الدول المضيفة في السابق على صادرات الدول الأم.

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى العلوم السياحية والفندقية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى 2015، ص 309.

<sup>2</sup> Robert Read · "Foreign Direct Investment in Small Island Developing States" · United Nation University, Research paper N°2007/ 28 · (May 2007) p.3.

• **البحث عن الكفاءة:** يتم هذا النوع من الاستثمار عندما ترغب الشركات المستثمرة في زيادة قدراتها التنافسية، ومن ثم ربحيتها من خلال تحويل أنشطة هذه الشركات في الصناعات التحويلية والخدمات الكثيفة العمالة إلى بعض الدول النامية ذات الأجور المنخفضة والمهارة العالية وجعلها موقعا لتصدير منتجاتها إلى مناطق شتى من العالم. كما أن البحث عن الكفاءة يفرض أحيانا على الشركات الأجنبية الدخول في مشاريع مشتركة مع شركات محلية في البلد المضيف وهي فرصة لكل شريك للاستفادة من المزايا النسبية للطرف الآخر .

• **البحث عن أصول إستراتيجية:** يتعلق هذا النوع بقيام الشركات بعمليات تملك أو شراكة مع شركات محلية في الاقتصاديات الناشئة لخدمة أهدافها الإستراتيجية وحرمان منافسيها منها. وفي سياق مواز، يصنف الاستثمار الأجنبي المباشر من وجهة نظر الدولة المصدرة للاستثمار إلى شكلين رئيسيين هما: الأفقي والعمودي<sup>1</sup>.

ويحصل الاستثمار الأفقي عندما تقوم الشركات الأجنبية بالاستثمار في البلد المضيف، من أجل إنتاج أو تصنيع نفس المنتجات التي كانت تنتجها في البلد الأم، ويعتبر هذا الاستثمار تنوعا جغرافيا لخط إنتاج تلك الشركات التي اختارت هذا الأسلوب .

أما الاستثمار العمودي، فيحصل عند قيام الشركات الأجنبية بالاستثمار في البلد المضيف، من أجل إنتاج وتصنيع سلع وسيطة أو مكملة أو عناصر إنتاج تستعمل في عملية الإنتاج المحلية، ومن أمثلتها مثلا صناعة البترول التي تمر بمراحل مختلفة، كالدراسة والاستكشاف، الإنتاج، التكرير والتسويق، وكل مرحلة تقوم بها شركة مختلفة يمكن أن تندمج عموديا في شركة جديدة واحدة تقوم بالعمليات السابقة.

ويمكن استخلاص عدد من العوامل التي تكمن وراء دخول الشركات متعددة الجنسيات إلى أسواق الدول النامية من خلال الاستثمار غير القائم على المساهمة في رأس المال في العوامل التالية<sup>2</sup>:

1- القيود الجمركية التي تفرضها الدول المضيفة على الواردات من السلع والخدمات؛

2- القيود المفروضة على الاستثمارات المباشرة تجنباً للآثار السلبية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية؛

<sup>1</sup> -Tim Birth and Helen .V. Miler• "the Politics of Foreign Direct Investment Into Developing Countries•

Increasing FDI Through International Trade Agreement"• **American Journal of Political Science**, vol 52,N=4, (October 2008),p.744.

<sup>2</sup> - طلال زغبة،برحومة عبد الحميد،مرجع سبق ذكره، ص ص 171-172.



3- عدم فاعلية استخدام الموزعين والوكلاء في خدمة أهداف الشركات متعددة الجنسيات المرتبطة بالربح؛

4- التوسع والنمو والاستقرار في أسواق الدول المضيفة دون تكلفة وهدد أدنى من الخطر؛

5- هذا النوع من الاستثمارات لا يحتاج إلى رؤوس أموال أو مشاركة في رأس المال، ومن ثم فهذا النوع من الاستثمارات يتلاءم مع الشركات متعددة الجنسية صغيرة الحجم، وكذا تلك التي تتميز بارتفاع كفاءة التسويقية أو المالية؛

6- تعتبر هذه الأشكال من الاستثمارات من أسهل الطرق والأساليب التي تساعد الشركات متعددة الجنسيات لغزو الأسواق الأجنبية وتحقيق الأرباح الناجمة.

#### 4- الآثار الاقتصادية للأشكال الجديدة للاستثمار الأجنبي على اقتصاديات الدول المضيفة:

تؤكد البيانات والإحصاءات التي أوردها منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الاونكتاد) في تقرير الاستثمار العالمي 2011، أن أشكال الاستثمار الأجنبي غير القائم على المساهمة في رأس المال، تتزايد أهميتها على مستوى العالم ولا سيما في الدول النامية، حيث وصل حجم المبيعات من السلع والخدمات إلى أكثر من تريليوني دولار أمريكي عام 2010، وكان النصيب الأكبر منها قد تحقق في الدول النامية، وقد توزعت هذه المبيعات على أشكال مختلفة من الاستثمارات غير قائمة على المساهمة في رأس المال، حيث حققت استثمارات عقود التصنيع ما يقارب ( 1.3 ) تريليون دولار، ثم تلتها استثمارات عقود التراخيص ب ( 360 ) مليار دولار ثم عقود الامتياز بحوالي ( 350 ) مليار دولار وأخيرا عقود الإدارة بمقدار ( 100 ) مليار دولار<sup>1</sup>.

والجدول الموالي يبين الأثر والأهمية الاقتصادية للاستثمار الأجنبي غير القائم على المساهمة في رأس المال في الاقتصاد العالمي.

جدول رقم (1): حجم المبيعات والصادرات وفرص العمل للاستثمارات الأجنبية غير السهمية لعام

2010.

البيان	حجم المبيعات	حجم الصادرات	فرص العمل
القيمة	2 تريليون دولار	500 مليار دولار	21 مليون وظيفة

المصدر : من إعداد الطالب، بناء على إحصاءات الاونكتاد، تقرير الاستثمار العالمي 2011 .

<sup>1</sup> - UNCTAD, World Investment Report 2011, Non-Equity Modes Of International Production and Development, New York and Geneva, 2011, p:123.

بناء على الجدول السابق، نلاحظ الأهمية المتزايدة للاستثمارات الأجنبية غير السهمية في حجم المبيعات العالمية والصادرات، وتوليد فرص العمل، حيث تشير البيانات الصادرة عن الاونكتاد لسنة 2011<sup>1</sup>، أن هذا الشكل من الاستثمارات تمثل القيمة المضافة فيه ما يقارب 15% من الناتج المحلي الإجمالي في بعض البلدان الآسيوية، ويبلغ حجم الصادرات ما بين 70%-80% في بعض الصناعات (الالكترونية،الأحذية و السيارات) .

وبالإضافة إلى التأثيرات المشار إليها سابقا، يعتبر هذا الشكل من الاستثمارات الأجنبية من القنوات المهمة لنقل التكنولوجيا والمهارات للدول النامية، من خلال عقود التصنيع والتراخيص وعقود الامتياز والإدارة، كما تساهم في تدعيم القدرات الإنتاجية المحلية، وتسهيل الاندماج في الاقتصاد العالمي، من خلال بناء القدرات الصناعية على المدى الطويل .

وتمتد التأثيرات الايجابية التي ينطوي عليها هذا النوع من الاستثمارات، إلى الجوانب الاجتماعية والبيئية إذ تساعد هذه الاستثمارات على نقل أفضل الممارسات الاجتماعية والبيئية، المعمول بها وفق المعايير الدولية إلى الدول المضيفة.

## المبحث الثاني : مفاهيم أساسية حول السياحة.

السياحة ظاهرة إنسانية نشأت منذ خلق الله الأرض ومن عليها فهي قديمة قدم الحياة، فمنذ أزمان بعيدة والإنسان في حركة دائمة بين السفر والتنقل بحثا عن أمنه واستقراره سعيا وراء رزقه. فتعددت مفاهيم السياحة وذلك بتعدد مجالاتها وانعكاساتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، واستأثرت باهتمام الباحثين من مجالات الفكر في الاقتصاد والسياسة، و بذلك تنوعت الرؤى الواردة بشأنها في الأدبيات الحديثة تبعا لتنوع معايير التمييز بينها، وظهر مصطلحات جديدة والتي سيتم تناول أهمها في هذا المبحث.

### المطلب الأول: مفهوم السياحة والسائح

أولا: مفهوم السياحة ( Tourism ) .

تطور مفهوم السياحة من فترة زمنية إلى أخرى وفقا لتطور الظاهرة نفسها وقد ظهرت العديد من التعاريف في هذا السياق، كما حاول الكثير من المختصين تعريف السياحة، فمنهم من تناول التعريف من الناحية الاقتصادية، في حين ركز البعض على الجوانب الاجتماعية، النفسية الثقافية والسياسية والتعليمية

<sup>1</sup> UNCTAD. Op Cit, p133.

للسياحة، ويبقى تعدد التعاريف المقدمة لمفهوم السياحة باعتبارها مصطلحا اجتماعيا يعاني الغموض الذي تواجهه باقي المصطلحات الاجتماعية، ألا وهي مشكلة عدم الاتفاق على تعريف جامع مانع للمفهوم، وتثار المشكلة في التعريف إلى أن السياحة مفهوم مركب يتكون من عناصر عديدة منها ما يتعلق بالمشاعر الإنسانية و الرغبات ومنها ما هو مادي يتعلق بوسائل النقل المتعددة ، والخدمات السياحية، الإقامة... إلخ<sup>1</sup> .

#### • تعريف السياحة في الإسلام.

ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من موضع ، ومن ذلك وروده في سورة التوبة آية (2) يقول الله تعالى (( فسبحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين))<sup>2</sup> وتعني هنا كلمة فسبحوا أي فسيروا أيها المشركون سير السائحين آمنين مدة أربعة أشهر لا يتعرض خلالها لكم أحد، و كذلك قوله تعالى((التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الآمرون بالمعروف والناهون عن المنكر الحافظون لحدود الله وبشر المؤمنون))<sup>3</sup>، وكذلك قوله تعالى ((...مسلمات مؤمنات قانتات تائبات عابدات سائحات..))<sup>4</sup>، ومعنى السياحة من هذه الآيات الكريمة عموما ،سياحة العبد إما للتقرب من خالقه بالصلاة والصوم، أو تجولا في الأرض للتعبد والتدبر والتأمل في ملكوت الخالق وفي الأخير فمفهوم السياحة في الإسلام يتضمن إتباع آداب و سنن يستحسن مراعاتها من طرف السائحين تفاديا من الوقوع في محظورات نهى عنها الإسلام، أو هي ذلك النشاط الإنساني أو الفعل البشري الذي يرتبط بالعبادة، وينبغي أن تقيد بجملة من التعاليم والأدلة الشرعية<sup>5</sup>.

أما في اللغة العربية، فهي السفر أي الانتقال من مكان إلى مكان آخر، فإذا كان داخل نفس البلد سميت سياحة داخلية، وإذا كان من دولة إلى أخرى سميت سياحة دولية<sup>6</sup>.

أما في اللغة الانجليزية فنجد أن كلمة ( Tourism ) تعني العمل المتعلق بإعداد نشاط الإجازات

<sup>1</sup> احمد محروس خضير ، تحليل السياسات العامة السياحية في مصر، الشركة العربية للنشر و التوزيع القاهرة، 2006 ص 42.

<sup>2</sup> -سورة التوبة، الآية رقم 02.

<sup>3</sup> -نفس السورة، الآية رقم 112.

<sup>4</sup> -سورة التحريم، الآية رقم 05.

<sup>5</sup> -صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس و المغرب"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير ، جامعة باتنة، 2010/2011 ، ص.3.

<sup>6</sup> - عامر عيساني، "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة باتنة، 2010/2009، ص.11.

للسائحين أو الممارسة المتعلقة بالسفر من أجل المتعة في الإجازات<sup>1</sup>.

أما في اللغة الانجليزية نجد أن كلمة TOUR تعني يجول أو يدور وأما كلمة TOURISM أي السياحة فمعناها الانتقال والدوران<sup>2</sup>.

• **تعريف جويير فرولر GUYER FREULLER الألماني عام 1905.**

"السياحة ظاهرة من الظواهر العصرية التي تنشأ عن الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة و الاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة<sup>3</sup>. ونلاحظ أن هذا التعريف اهتم بالجوانب النفسية والمعنوية للسياحة وأهمل جوانب أخرى.

• **تعريف هيرمان فوشوليرون HERMAN Von SCLLERON عام 1910.**

"السياحة هي الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أي دولة، وترتبط بهم ارتباطا مباشرا " ويعتبر هذا التعريف تعريفا منضبطا لأنه أقر مبدأ هاما وهو اعتبار السياحة عاملا من العوامل الاقتصادية ويسمى بعامل المبادلات التجارية السياحية<sup>4</sup>.

• **تعريف هونزكر HUNZIKER وكرافت KRAFT 1943**

"السياحة هي المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين وأن هذه الإقامة لا تؤدي إلى إقامة دائمة وممارسة أي نوع من العمل سواء أكان عملا دائما أو مؤقتا" ونلاحظ أن هذا التعريف قد ركز على عنصرين أساسيين للسياحة وهما، الإقامة المؤقتة التي لا تتعدى سنة ، وعدم ارتباط تلك الإقامة بالكسب المادي .

• **تعريف المنظمة العالمية للسياحة (OMT)**

ل للوصول إلى تعريف عام نورد التعريف المعتمد من قبل المنظمة العالمية للسياحة (OMT).

<sup>1</sup> ماهر عبد العزيز ، صناعة السياحة ، دار زهران ، عمان الأردن ، 1997 ، ص. 21.

<sup>2</sup> المرجع نفسه ، ص. 22.

<sup>3</sup> -عيسى مرازقة، محمد الشريف شخشاخ، "التنمية السياحية المستدامة في الجزائر"، دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الدولي حول :اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، 09\_10مارس2010، ص.3.

<sup>4</sup> -شبوطي حكيم، "الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر"، مجلة البحوث و الدراسات العلمية، العدد الخامس، جامعة المدية، 2011، ص. 69-70.

فحسب المنظمة العالمية للسياحة تحتوي كلمة السياحة على مفهومين<sup>1</sup>.

**السائح:** كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل بحيث تكون أسباب الزيارة 'السفر' من أجل الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة، أو من أجل القيام بأعمال عائلية، حضور مؤتمرات، ندوات علمية، ثقافية وسياسية.

**المتجول المنتزه:** كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته المعتادة.

أما بالنسبة للجزائر فقد تبنت تعريف المنظمة العالمية للسياحة إلا أنها أضافت إليه بعض المفاهيم<sup>2</sup>.

**الدخول:** كل مسافر عبر الحدود ودخل التراب الوطني خارج مساحة العبور يعتبر داخلا.

**المسافر:** كل شخص دخل التراب الوطني مهما كانت دوافع هذا الدخول، و مهما كان مقر إقامته وجنسيته باستثناء الجوالين في رحلة بحرية.

**و الجوال** في رحلة بحرية، هو كل زائر يدخل الحدود الوطنية ويغادرها في نفس السفينة التي جاء فيها والتي يمكث على متنها طول مدة إقامته في البلاد.

**الزائر:** كل من دخل حدود الجزائر من غير أن يقيم فيها عادة ولا يمارس فيها أي مهنة مقابل أجر وهذا التعريف يشمل فئتين من الزوار: هما السياح والجوالون.

**السائح:** كل زائر لفترة محدودة، يبقى على الأقل 24 ساعة في البلاد، ويمكن تلخيص دواعي زيارته في الأغراض التالية: المتعة (في عطلة، أسباب صحية، دراسية، دواعي دينية، رياضية) أشغال (زيارة الأقارب، مهمة، اجتماع).

**غير المقيمين:** هم السياح الجوالون والمسافرون العابرون للجزائر باستثناء الجوالين في رحلة بحرية.

**المقيمون:** هم المسافرون غير الجوالين في رحلة بحرية وغير المقيمين وكل الجزائريين يعتبرون مقيمين.

<sup>1</sup> كراش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر 2004، ص 14.  
<sup>2</sup> الديوان الوطني للإحصائيات المجموعة الإحصائية السنوية للجزائر، نشرة 1991، ص 264.

**الجوال:** هو زائر لمدة محدودة، إقامته في الجزائر لا تتجاوز 24 ساعة وهذا المفهوم ينطبق على كل المسافرين الذين هم في جولة بحرية ماعدا المسافرين الذين يمكن اعتبارهم من الناحية القانونية أنهم لم يدخلوا التراب فضلا عن سكان الحدود العاملين في الجزائر.

مما تقدم نستنتج ما يلي:

- أن السياحة ظاهرة اجتماعية تتمثل في انتقال الفرد من البلد الذي يقيم فيه على سبيل الاعتياد إلى بلد آخر لأي غرض غير الهجرة أو العمل،
- السياحة مزيج بين مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، فهي من جهة ظاهرة اجتماعية ثقافية تتمثل في إشباع رغبات الأفراد المتمثلة في الراحة والاستجمام والاطلاع وحضور التظاهرات الثقافية والرياضية والتجارية، و ظاهرة اقتصادية من جهة أخرى إذ تعتبر صناعة قائمة بذاتها ، تختص بتقديم الخدمات وتساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية .
- السياحة هي انتقال الأفراد من مكان الإقامة المألوف إلى أماكن أخرى لمدة لا تتعدى 12 شهرا، ولأغراض غير أغراض العمل والتكسب المادي.

### ثانيا: مفهوم السائح Tourist.

قامت لجنة الإحصائيات لعصبة الأمم المتحدة في 1937 بتحديد من هم السائحون على النحو التالي<sup>1</sup>:

- الأشخاص الذين يسافرون للترويج عن النفس أو لأسباب عائلية أو لبواعث صحية.
- الأشخاص الذين يسافرون لحضور الاجتماعات الدولية أو لتمثيل بلادهم أيا كان نوع التمثيل (علميا، إداريا، سياسيا، أو رياضيا).

كما عرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي المنعقد في روما عام 1963 السائح بأنه "الشخص الذي يسافر إلى بلد آخر غير البلد الذي به موطنه، ويقيم فيه لمدة تزيد عن 24 ساعة، دون أن تطول مدة إقامته إلى الحد الذي يعد فيه البلد الأجنبي موطننا له"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية ، مرجع سابق ، ص 17.

<sup>2</sup> -The United Nations, Conference on International Travel and Tourism, "the concept of international visitor", Rome, (1963).<http://pub.world-tourism.org:81/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1035/1035-1.pdf>

كما يعرف السائح بأنه الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلي أو الاعتيادي ولأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة سواء كان داخل بلده (السائح الوطني) أو في داخل بلده (السائح الأجنبي) ولفترة تزيد عن 24 ساعة ، و إذا قلت عن ذلك فهو يعتبر قاصدا للترفيه<sup>1</sup>.

أما تعريف السياح فهم مجموعة من الزوار المؤقتين والذين يقيمون أكثر من أربع وعشرين ساعة في الدولة المضيفة، والذي خلال رحلتهم تقع تحت أي تصنيف من الآتي:  
قضاء وقت الفراغ، الترفيه، العطلات، الإجازات، الرياضة، الصحة، الدراسة، الدين (الروحانية)، الأعمال العائلية، الأصدقاء، الاجتماعات<sup>2</sup>.  
أما المنظمة العالمية للسياحة فقد قسمت الزائر إلى فئتين السائح و المنتزه.

أ-السائح (Tourist):وهو الزائر الذي يقوم بزيارة مؤقتة في مدة لا تقل عن 24 ساعة إلى البلد المزار  
ب- المنتزه (Excursionist) زائر اليوم واحد، و هو الزائر الذي يقيم إقامة مؤقتة لأقل من 24 ساعة في البلد المزار<sup>3</sup>.

### المطلب الثاني: الأنواع المختلفة للسياحة وتصنيفاتها.

تختلف تصنيفات السياحة باختلاف المعايير المستخدمة، فالسياحة لا تقف عند نمط واحد بذاته بل لها أنواع مختلفة، وقد صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة لها وفقا لعدة عناصر<sup>4</sup>:  
1- تبعا لعدد الأشخاص المسافرين:

أ. سياحة فردية غير منظمة: ولا يعتمد على برنامج منظم أو محدد تتضمن سفر شخص أو مجموعة أشخاص.

ب. سياحة جماعية: عبارة عن سياحة منظمة عادت تقوم بها شركات سياحية.

2- طبقا لنوع وسيلة النقل المستخدمة:

أ. سياحة برية (السيارات الخاصة، السكك الحديدية، الحافلات)

ب. سياحة بحرية أو نهريّة (السفن والبواخر)

ت. سياحة جوية (الطائرات المختلفة).

<sup>1</sup> - ماهر عبد العزيز ، مرجع سابق، ص.27.

<sup>2</sup> - أسامة صبحي الفاعوري، الجغرافيا السياحية ما بين النظرية والتطبيق، (الأردن : الوراق للنشر و التوزيع،2012)، ص.62.

<sup>3</sup> نبيل الروبي ، اقتصاديات السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية مصر ، 1985، ص.9.

<sup>4</sup> ماهر عبد الخالق السبسي ، صناعة السياحة الأساسية و المبادئ ، مطابع الولاة الحديثة مصر ، 2003، ص.39.

3- طبقا للجنسين:

أ- سياحة الرجال.

ب- سياحة النساء.

4- حسب مستوى الإنفاق والطبقة الاجتماعية:

أ- سياحة أصحاب الملايين الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة (الطائرات، اليخوت).

ب- سياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النواعيات الممتازة من الخدمات (الفنادق ذات خمسة نجوم وغيرها من الوسائل ... إلخ)

ج- السياحة الاجتماعية أو العامة، لذوي الدخل المحدودة.

5- تبعا للموقع الجغرافي:

أ- السياحة الداخلية: ومعناها انتقال الأفراد داخل البلد نفسه

ب- السياحة الإقليمية: وهي التنقل والسفر بين دول متجاورة وتكون منطقة سياحة واحدة كبلدان المغرب العربي، أو العالم العربي، ... إلخ.

ج- سياحة خارجية: ومعناها استقبال السياح الأجانب في بلد ما، وهذا النوع من السياحة تبحث عنه أغلب دول العالم.

6- تبعا لدوافعها : يعد تصنيف الأنواع المختلفة للسياحة وفقا للهدف من الرحلة الأكثر شيوعا واستخداما بالنسبة للنشاط السياحي بوجه عام وللأغراض الإحصائية بوجه خاص<sup>1</sup>، وتحت هذا التصنيف نجد الأنواع التالية:

أ- السياحة الترفيهية (المتعة والاستجمام)<sup>2</sup> تعتبر من أهم أنواع السياحة وأقدم أشكالها حيث توفر للفرد الاستجمام بعيدا عن النمط المعتاد للحياة ورتابة العمل الدائم بالسفر والذهاب إلى الأماكن التي تشتهر باعتدال الطقس أو بمناظرها الطبيعية، وهدوء ربوعها، وجمال شواطئها، ويتميز هذا النوع من السياحة

<sup>1</sup>-عامر عيساني، مرجع سبق ذكره، ص ص 16-18.

<sup>2</sup> صلاح عبد الوهاب ، السياحة الدولية ، مطبعة الزهران ، القاهرة ، 1990 ص.70.



بأنه يمثل عنصر جذب لغالبية سائحي العالم، حيث يمثل وحده حوالي 70% من حركة السياحة الدولية بالإضافة إلى إمكان تكرار الزيارة للمكان نفسه<sup>1</sup>.

ب- السياحة الثقافية: تهدف إلى التعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية ذات الماضي والتاريخ، فهي تجتذب نوعيات من السائحين الذين يرغبون في إشباع رغبة المعرفة وزيادة معلوماتهم الحضارية ومعايشة الشعوب المختلفة بعاداتها وتقاليدها وفنونها وقيمها، و يمثل هذا النوع من السياحة ما يعادل 10% من حركة السياحة الدولية كما يتميز هذا النوع من السياحة بأن السائح عادة ما يقبل عليها مرة واحدة فقط بغرض المعرفة ولا يكرر الزيارة لنفس المكان.

ج- السياحة العلاجية: حيث تكون الزيارة بهدف العلاج أو قضاء فترة نقاهة، وتعتمد هذه السياحة على المقومات الطبيعية الموجودة بالبيئة كالحمامات المعدنية، المناخ الصحي، عيون المياه الكبريتية، الرمال الدافئة، فضلا عن ضرورة توافر النظافة العامة والهدوء، وتوفر المصحات المجهزة بأحدث المعدات الطبية، مع توافر الكوادر البشرية المتخصصة، ويتميز هذا النوع من السياحة بانخفاض نصيبه من الحركة السياحية الدولية إذ تبلغ حوالي 5%<sup>2</sup>.

د- السياحة الدينية: حيث يكون الهدف من الزيارة هو أداء واجب ديني، وأهم المناطق المستهدفة لهذا النوع من السياحة مكة المكرمة والمدينة المنورة لدى المسلمين (الحج، العمرة)، القدس بالنسبة للمسلمين والمسيحيين واليهود والفاثيكان بالنسبة للمسيحيين، ويعد هذا النوع من السياحة من أهم الأنشطة السياحية الجماهيرية، التي تنفذ بأعداد كبيرة سنويا، وتساهم في زيادة دخل الدولة من المداخل السياحية الناتج عن هذا النوع من السياحة<sup>3</sup>.

هـ- السياحة الرياضية: وهي الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى بهدف ممارسة أنشطة رياضية أو الاستمتاع بمشاهدة البطولات الرياضية، المقابلات الخاصة ببطولات العالم و الألعاب الأولمبية، وقد انتعشت هذه السياحة بسبب كثرة التظاهرات الرياضية ورغبة المنصرين في الانتقال مع فرقهم المشاركة في مختلف البطولات.

<sup>1</sup> عبد القادر حماد، ناصر عبد، مدخل إلى الجغرافيا السياحية، دار اليازجي للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2007، ص 86

<sup>2</sup> هدي سيد لطيف، السياحة النظرية و التطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة 1994، ص 64.

<sup>3</sup> مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار رسلان للطباعة و النشر و التوزيع الطبعة الأولى، دمشق 2009 ص 29

و- **سياحة المؤتمرات:** تعتبر سياحة المؤتمرات من الأنماط السياحية الحديثة وارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري الذي يشهده العالم، ويهدف هذا النوع من السياحة إلى حضور المؤتمرات والندوات والاجتماعات العلمية أو المهنية أو السياسية ويتطلب توفر أماكن الإقامة وقاعات المؤتمرات.

و يعد هذا النوع من السياحة عاملا مساعدا على الترويج السياحي كما يساهم في تعزيز حجم الإيرادات لما يحققه من عائد كبير نظرا لارتفاع متوسط إنفاق السائح.

ي- **سياحة رجال الأعمال:** وهو نوع جديد من أنواع السياحة، زادت أهميته في السنوات الأخيرة بسبب التقدم العلمي و الاقتصادي، ويبين هذا النوع من السياحة الأنشطة التي يقوم بها رجال الأعمال، حيث ينتقل هؤلاء لعقد الصفقات أو إقامة معارض تجارية<sup>1</sup>، و يتمتع سائحو الأعمال بقدره شرائية قوية، حيث تكون المصروفات لديهم أعلى من السائح العادي بـ 7 مرات<sup>2</sup>.

ز- **سياحة المعارض:** وهي من الأنواع الحديثة للسياحة تنمو و تتطور مع التطور التكنولوجي و العلمي في العالم، فأصبحت المعارض نوافذ حضارية يطل منها الزائرون على الإنجازات العلمية والتكنولوجية والحضارية للدول المختلفة التي تعتبر عوامل مؤثرة في حركة الجذب السياحي و عاملا هاما من عوامل التنشيط السياحي.

ش- **سياحة التسوق:** تعتبر أحدث أنواع السياحة، حيث تسعى كثير من الدول التي تتخفف فيها تكلفة اليد العاملة و لديها وفرة في الإنتاج أن تصيح سوقا رائجا تعرض فيه جميع المنتجات والسلع الوطنية و بأسعار تنافسية بهدف جذب أكبر عدد من السائحين، و من بين التجارب في هذا المجال: تايلندا، تايوان ، الصين ، والسوق الحرة في دبي.

### 6-1- أنواع سياحية حديثة : تتعد الأنواع الحديثة من السياحة ويمكن إجمالها فيما يلي<sup>3</sup>:

أ- **سياحة المعاقين:** تخص شريحة المعاقين، نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1976 جمعية لتطوير سياحة المعاقين و صاحب ذلك إصدار تشريعات خاصة بالمعاقين تعمل علي تشجيع هذا النوع من السياحة و توفير كافة التسهيلات والاحتياجات المطلوبة لهذا النوع من السائحين.

<sup>1</sup> هدي سيد لطيف ، مرجع سابق، ص.73.

<sup>2</sup> المكتب السعودي للمعارض والمؤتمرات ، "سياحة المعارض والمؤتمرات كأسلوب لتحقيق التنمية المستدامة " منتدى ابها للاستثمار 23 ديسمبر 2015 .ص.5.

<sup>3</sup> ماهر عبد الخالق السبسي ، صناعة السياحة ، مرجع سابق ، ص.69.

ب- سياحة الحوافز: تعتبر سياحة الحوافز من الوسائل الحديثة للإدارة و التي تستخدمها المؤسسات لتحقيق الأهداف المنشودة وتكون سياحة الحوافز بمثابة المكافأة التي يحصل عليها الموظفون، أو المتعاملون مع المؤسسة، وتكون هذه المكافأة في شكل رحلة سياحية.

ج- السياحة البديلة : وتعني الاهتمام بالتوازن الايكولوجي و حماية البيئة، التواصل الحضاري و الاجتماعي و حماية القيم في المجتمع، وتعتبر أداة للتنمية الاقتصادية المتواصلة وطريقة فعالة لحسن إدارة الموارد.

د- السياحة الطبيعية: تعتبر السياحة الطبيعية أحد التطبيقات للسياحة البديلة وتقوم أساسا على حماية البيئة و تفادي الأضرار التي تساهم فيها السياحة بشكل كبير نتيجة التوسع والاستغلال غير المنظم.

هـ- سياحة مراقبة الطيور: وتعتبر من الأنماط الحديثة حيث تعتبر مراقبة الطيور هواية منتشرة على مستوى العالم نظرا لوجود معظم مراقبي الطيور في أمريكا الشمالية، بريطانيا، اليابان، ويقدر عدد بحوالي 3 إلى 4 ملايين شخص، يسافرون إلى مناطق مختلفة من العالم أملا في رؤية الأنواع المختلفة من الطيور<sup>1</sup>.

و- السياحة الإسلامية (الحلال): يستهدف هذا النوع من السياحة الأفراد ذوي المعتقدات الإسلامية على وجه الخصوص، حيث يكون المنتج السياحي المقدم فيها حلالا، متوافقا مع أحكام الشريعة الإسلامية، ففي مجال الفنادق الإسلامية مثلا تشمل المؤشرات الرئيسية للفندق، عدم تقديم الكحول، ولعب القمار، الطعام الحلال فقط، القران وسجادات للصلاة فيها بوصلة باتجاه القبلة ، وتكون المراحيض موضوعة بشكل معاكس لمكة، غرف للصلاة، مرافق ترفيهية للرجال والنساء منفصلة عن بعضها.

ووفقا لأحدث التقديرات الصادرة عن منظمة التعاون الإسلامي ، فقد ازداد سوق السياحة الإسلامية (باستثناء نفقات الحج والعمرة) من 80 مليار دولار عام 2006 إلى 145 مليار دولار في عام 2014، وهو ما يمثل زيادة مؤثرة بنسبة 81 في المائة، وعلى الرغم من تسجيل هذا النمو على مر السنين، ظلت السياحة الإسلامية كسوق ناشئة بما يربو عن 108 ملايين من المسافرين المسلمين، وهو ما يمثل 10 إلى 12 في المائة من حجم السياحة العالمية، ومن المتوقع لسوق السياحة الإسلامية أن يصل إلى 200 مليار دولار و 150 مليون سائح بحلول نهاية عام 2020.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> ماهر عبد الخالق السبسي ، مرجع سابق ، ص.68.

<sup>2</sup> منظمة التعاون الإسلامي ، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية "السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الأفق والتحديات 2015" سبسيك ، مركز أنقرة ، ص 29.

المطلب الثالث: الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسياحة.

أولاً: الآثار الاقتصادية للسياحة.

تشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة إلى أن السياحة تساهم بما يقارب من 10 % من الناتج المحلي الإجمالي العالمي ، وتمثل نسبة 6 % من الصادرات العالمية ونسبة 30% من صادرات الخدمات<sup>1</sup>. وبلغت نسبة الاستثمار السياحي 4,3 % من مجموع الاستثمار العالمي ، ويحصل القطاع السياحي على وظيفة في كل 11 وظيفة مستحدثة عالمياً<sup>2</sup> حيث تنمو الفرص الوظيفية في قطاع السياحة بما يقارب ضعف معدل نمو التوظيف في القطاعات الأخرى.

و تنقسم الآثار الاقتصادية للسياحة إلى آثار مباشرة و غير مباشرة .

**1- الآثار المباشرة:** تمثل أهم الآثار المباشرة التي تعكسها السياحة على الاقتصاد فيما يلي:

**أ - تحسين ميزان المدفوعات:**

السياحة تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة وتحقيق هذه النتيجة لتدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في مشروعات سياحية، والإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى<sup>3</sup>.

ويمثل الميزان السياحي قيدا مزدوجا لحركة السياحة الصادرة والواردة والتي يعبر عنها بالإيرادات السياحية التي تظهر في الجانب الدائن، أما حركة السياحة الصادرة فتظهر في الجانب المدين له، ويؤثر الدخل السياحي على ميزان المدفوعات أو الميزان التجاري تأثيرا مباشرا، ويتجدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى القيمة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية أو إيجابية<sup>4</sup>.

فالسياحة تشكل مصدرا هاما لجلب العملات الأجنبية التي تستعمل في تنمية القطاعات الإنتاجية الأخرى، فهي أفضل الصناعات وأسرعها لتنمية الدخل وتحسين ميزان المدفوعات لأن عائدها أسرع وبالعملة الأجنبية<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> UNWTO, Faits saillants du tourisme OMT, édition 2015.

<sup>2</sup> WTTC, Travel and Tourism Economic Impact ,2015.

<sup>3</sup> \_ عيسى مرازقة، محمد الشريف شخشاخ، مرجع سابق، ص.5.

<sup>4</sup> \_ عامر عيساني، مرجع سابق، ص.33.

<sup>5</sup> - حيزية حاج الله، "الاستثمارات السياحية في الجزائر"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة ماي

2006 ص 34.

ب\_خلق مناصب شغل (العمالة):

إن القطاع السياحي قطاع كثيف العمالة، كما يتميز بالتشابك و الترابط مع العديد من القطاعات الأخرى، حيث تفيد التقديرات إلى أن النشاط السياحي يمكن أن يؤثر في أكثر من خمسين نشاطاً آخرًا، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل تفوق حدود القطاع السياحي، وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزه بمستلزمات الإنتاج<sup>1</sup>،

وتقدر منظمة السياحة العالمية أن عدد الوظائف المستحثة في القطاع السياحي بلغ: 277 مليون وظيفة عام 2014، وهذا ما يمثل حوالي نسبة 10 % من مجموع العمالة العالمية<sup>2</sup>، وقد أجريت دراسات حول مدى تأثير السياحة على العمالة وخلصت إلى ما يلي<sup>3</sup>:

- بالنسبة للفنادق توجد وظيفة واحدة جديدة على الأقل لكل غرفة.

- بالنسبة لباقي النشاطات السياحية توفر وظائف جديدة بنسبة 75% من عدد الوظائف التي تنشأ في القطاع الفندقي.

- بالنسبة لباقي القطاعات الأخرى مجتمعة، تنشأ وظائف بنسبة 100% من الوظائف التي توفرها الفنادق، والمحصلة النهائية أن السياحة تخلق 2.75 وظيفة لكل غرفة، فإذا كان يخطط لإنجاز 100 غرفة فندقية جديدة، فإن عدد الوظائف المترتبة على ذلك يكون في حدود 275 وظيفة جديدة مباشرة وغير مباشرة.

ج \_ تدفقات رؤوس الأموال الأجنبية.

تساهم السياحة في توفير جزء مهم من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة، ويمكن تلخيص بعض أنواع تدفقات النقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي :

-مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة.

-المدفوعات السيادية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد.

-فروق تحويل العملة.

-الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع

<sup>1</sup> \_ عيسى مرزوقة، محمد الشريف شخشاخ، مرجع سابق، ص.4.

<sup>2</sup> -UNTWO,OP.CIT p.30.

<sup>3</sup> حفيظ مليكة، السياحة و أثارها الاقتصادية و الاجتماعية حالة الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جوان 2003، ص.168.

الإنتاجية وخدمات القطاعات الاقتصادية أخرى<sup>1</sup>.

#### د- إعادة توزيع الدخل.

تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية مناطق جديدة، فهي تتجه نحو مناطق جديدة تتمتع بمزايا نسبية طبيعية، وبهذا الاتجاه، فإن السياحة تخلق فرص عمل جديدة تترتب عنها مداخيل جديدة، وبالتالي فهي تعمل على توزيع الدخل على كافة المناطق بدلاً من تركزه في المراكز الحضرية الرئيسية، فالأجور المدفوعة للعاملين بالمنشآت السياحية المقامة بهذه المناطق والأرباح و المداخيل المحققة لمالكي المشاريع وحتى منتجي السلع التي يحتاجها النشاط السياحي تؤدي إلى زيادة الدخل فيها، وبالتالي إعادة توزيعه بين المدن وهذه المراكز السياحية الجديدة، كما أن إعادة توزيع الدخل تؤدي إلى الحد من عملية النزوح الريفى والقضاء على البطالة في هذه المناطق<sup>2</sup>.

#### 2- الآثار غير المباشرة.

يتوقف أثر السياحة في تنمية قطاعات الاقتصاد الوطنى على تقدير مصروفات السائحين الإجمالية التي تتمثل في أرقام أعمال الفنادق والمطاعم ووسائل النقل ومحلات الهدايا والملاهي والمقاهي، وقد ثبت أن هذه الموارد السياحية تعم جميع قطاعات الاقتصاد، من خلال حلقة توزيع الدخل على عناصر الإنتاج، فالسائح عندما يسدد ما عليه إلى صاحب الفندق فإن هذا الأخير بدوره يقوم بسداد مستحقات عوامل الإنتاج التي تتحول إلى طلب داخل الاقتصاد الوطنى<sup>3</sup>.

وتأتي الآثار غير المباشرة للنشاط السياحي في الاقتصاد، من خلال القنوات التالية :

#### أ-أثر المضاعف السياحي.

إن الدخل المتولد عن السياحة يتضاعف ما بين 1 إلى 6 أضعاف حسب أوضاع الاقتصاد والسياحة والترابط بينهما<sup>4</sup>، فالمضاعفات السياحية تحاول قياس العلاقة بين الإنفاق السياحي المباشر في الاقتصاد

<sup>1</sup> \_عيسى مرازقة، محمد الشريف شخشاخ، مرجع سابق، ص.5.

<sup>2</sup> \_حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص.63.

<sup>3</sup> K. Krapf : Le tourisme facteur de l'économie moderne, A.I.E.S.T Le tourisme moderne et son importance économique et les possibilités de sa planification, Berne, Gurten, 1963.p36

<sup>4</sup> مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، دار الحامد للنشر والتوزيع،الأردن،الطبعة الاولى 2016،ص 152.

والأثر المتتالي لذلك الإنفاق ، مع الأخذ بعين الاعتبار الميل الحدي للاستهلاك و الميل الحدي للاستثمار وفق المعادلة التالية:  $\Delta Y = 1/(1-b-c) \cdot \Delta Y_t$

حيث أن:

$\Delta Y$ : التغير في الناتج السياحي

b: الميل الحدي للاستثمار.

c: الميل الحدي للاستهلاك

$\Delta Y_t$ : الزيادة في الدخل السياحي.

ويتم عادة قياس الأثر الاقتصادي للسياحة باستخدام المعادلة البسيطة التالية<sup>1</sup>:

المضاعف × متوسط إنفاق السائح × الأثر الاقتصادي للسياحة = عدد السياح.

ويتطلب تحديد الأثر الاقتصادي حسب هذه المعادلة الخطوات التالية:

1- تقدير التغير المتوقع نتيجة سياسة أو قرار مقترح في عدد السياح القادمين إلى المنطقة محل الدراسة ونوعيتهم .وعادة يتم تصنيف السياح بناءً على عدد من المعايير المختلفة ,على سبيل المثال بحسب معيار البلد يصنف السائح إلى داخلي أو خارجي، أو من بلد معين (جنسية السائح) وبحسب طريقة الوصول (براً، بحراً، جواً) وبحسب مكان الإقامة (فندق، مخيم، منزل ثانٍ، منزل صديق أو قريب وبحسب الغرض (استجمام وترفيه، علاج، تجارة، ديني، ثقافي) وبحسب مدة الإقامة (أقل من يوم سواء أكان عابراً أم لا، أو أكثر من يوم).

2- تقدير متوسط إنفاق السياح على القطاعات السياحية المختلفة .وعادة ما يتم توزيع أنماط الإنفاق على القطاعات الفرعية التالية : (الإقامة) الفنادق والشقق، المطاعم، الوقود والمواصلات، بائعو التجزئة، التسوق، الترفيه والاستجمام، مناطق الجذب، أخرى.

<sup>1</sup> الهيئة العليا للسياحة "الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة " المملكة العربية السعودية 2001.ص 21 .

3-تقدير أو اختيار المضاعف أو المضاعفات القطاعية المناسبة لتحديد الآثار الثانوية لإنفاق السياح على المبيعات (الناتج) والدخول والوظائف.

ومن أجل القياس الإحصائي الدقيق لمختلف الآثار الاقتصادية المباشرة وغير المباشر للاقتصاد السياحي على الحسابات الوطنية، قام 60 بلدا عضوا في منظمة السياحة العالمية بتطبيق نظام حسابات يسمى نظام حسابات السياحة (TSA) Tourism Settelite Account وذلك ابتداء من سنة 2008<sup>1</sup>.

#### ب-الأثر على الاستثمار في البنى التحتية:

تؤدي تنمية قطاع السياحة إلى زيادة الاستثمارات في البنى التحتية المتمثلة في: المطارات، والطرق، والموانئ، وأنظمة المجاري، ومعامل تنقية المياه، والمتاحف، والمراكز الطبيعية، وغيرها. وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة مستويات الرفاه الاقتصادي للمقيمين والسياح على حد سواء<sup>2</sup>.

#### ج-أثر السياحة على أسواق بعض السلع:

يقبل السياح عادة على شراء بعض السلع التي تشتهر بها الدول كالساعات من سويسرا والسجاد من إيران

فالطلب على هذه الصناعات يؤدي إلى تنميتها ورفع مستوى الجودة فيها، بالإضافة إلى أن السياحة تؤدي إلى قيام بعض الصناعات التي لم تكن موجودة أصلا<sup>3</sup>.

#### د-الأثر على المناطق والأنشطة الاقتصادية الأخرى:

إن الإنفاق السياحي لا يؤثر بطريقة مباشرة فقط بل يساعد على العديد من الأنشطة الأخرى التي تزود النشاط السياحي بالسلع والخدمات، كما تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية المناطق المعزولة نتيجة الاستثمارات التي تصحب دخول المشروعات السياحية الأمر الذي يترتب عليه إعادة توزيع الدخل، كما أن الدراسات تشير إلى أن السائحين يحتفظون بجزء كبير من ميزانيتهم للإنفاق على المشتريات من الدول

<sup>1</sup> UNWTO. Glossary of Tourism Terms , Last update: February 2014.

<sup>2</sup> ورقة عمل الهيئة العليا للسياحة، البرنامج الاقتصادي، "الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية القطاع السياحي: حالة المملكة العربية السعودية" 21\_19 / 6/ 2001م، ص.5.

<sup>3</sup> حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص.64.



التي يزورونها حيث يعتبر هذا الإنفاق تصدير للمنتجات الوطنية دون الحاجة لشحن أو تسويق خارجي حيث كلما زادت حركة السياحة كلما ارتفعت حصيلة هذا النوع من التصدير<sup>1</sup>.

## ثانياً: الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة .

### 1\_ الآثار الاجتماعية للسياحة.

تعد السياحة صديقة المجتمع، فهي تقوم على الاستفادة الكاملة مما هو متاح في المجتمع، من موارد أو من أفراد، وهي سياحة مؤثرة في المجتمع، ومتأثرة به، بشكل واضح وصريح<sup>2</sup>. وتبرز أهمية السياحة الاجتماعية في مساهمتها في الحد من ظاهرة البطالة، وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين<sup>3</sup>. وتأكيد حق الإنسان في الاستمتاع بوقت الفراغ من خلال حريته في السفر مقابل حقه في العمل<sup>4</sup>. وفي هذا الشأن أصدرت المنظمة العالمية للسياحة، المدونة العالمية لأخلاقيات السياحة تحت شعار "من أجل سياحة مسؤولة" ، وقد اعتمدها هيئة الأمم المتحدة في قرارها الصادر في 21 ديسمبر عام 2001 ، ويحتوي الميثاق على 10 مواد جاءت كلها لتكرس مبدأ حق الشعوب في ممارسة السياحة وفقاً للأخلاقيات التي وضعتها المنظمة ، واحترام التنوع الاجتماعي و الإرث المشترك للشعوب وحماية التراث العالمي من التدهور<sup>5</sup>.

### 2\_ الآثار الثقافية للسياحة.

تتحقق هذه الآثار من خلال التبادل الثقافي بين الدول السياحية، حيث تنتقل اللغات والمعتقدات الفكرية والآداب والفنون ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها<sup>6</sup>. ويمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الثقافات المختلفة ذات الصلة بالسياحة، وهي :

-ثقافة البلد المضيف ،ثقافة السائح ،والثقافة العرضية التي قد لا تكون أخلاقية في عادات وتقاليدها البلد المضيف<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> محمد صبحي عبد الحكيم ،حمدي احمد الذيب ،جغرافية السياحة ، مكتبة الانجلو، مصر 2001 ،ص 160.

<sup>2</sup> مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص.42.

<sup>3</sup> عيسى مرازقة، محمد الشريف خشخاش، مرجع سابق، ص.6.

<sup>4</sup> نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان الأردن، الطبعة الثانية 2007 ، ص.85.

<sup>5</sup> - [www.unesco.org/culture/ich/doc/src/Example\\_code\\_of\\_ethics-UNWTO-AR.pdf](http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/Example_code_of_ethics-UNWTO-AR.pdf)

<sup>6</sup> حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص.65.

<sup>7</sup> عادل عبد الله العنزي، حميد الطائي"التسويق في إدارة الضيافة والسياحة" دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2013، ص 124.

كما تكتسب السياحة أهميتها الثقافية، في كونها تعمل على الاستفادة من المناهج الثقافية المحلية، التي تشمل كلا من الفنون الجميلة والآداب، والتاريخ، والموسيقى، وفن الدراما، والرقص التعبيري، وسياحة الندوات واللقاءات الثقافية<sup>1</sup>.

### ثالثاً: الآثار البيئية للسياحة:

يشير تاريخ صناعة السياحة إلى مساهمة البيئة بشكل كبير في تقدم النشاط السياحي وازدهاره، والمقصود بالبيئة كل من البيئة الطبيعية (المناخ، الموارد المائية، التربة، النبات الطبيعي، الحيوانات البرية،... وغيرها) إلى جانب البيئة البشرية التي هي من صنع الإنسان (المباني، المنشآت، المواقع الأثرية التاريخية، والبنى التحتية)، وتعد كل من البيئتين الطبيعية والبشرية عوامل جذب سياحي تساهم في تحديد اتجاه واختيار السائحين للموقع السياحي المفضل، ونتيجة للنمو السريع فقد تولدت مجموعة من الآثار الإيجابية والسلبية على المجتمعات في مختلف المقاصد السياحية.

#### 1- الآثار البيئية الإيجابية:

إن التخطيط العلمي السليم للتنمية السياحية يمكن أن ينتج عنه العديد من الآثار الإيجابية على البيئة المحيطة بمختلف المقاصد السياحية ومن أهمها<sup>2</sup>:

أ- توجيه الإيرادات السياحية إلى حماية البيئة والحفاظ عليها: لقد أصبح الاهتمام بحماية البيئة والمحافظة عليها من الانشغالات الضرورية لمختلف الدول السياحية ويرجع ذلك إلى عوامل نسبية أهمها:

- زيادة الاتجاه الاجتماعي لقضاء العطل بالمنتزهات والمناطق المفتوحة للهروب من فوضى المدن وما خلفه النمو الاقتصادي والاجتماعي من آثار سلبية على المجتمعات بداخلها.

- زيادة الحرص على تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد السياحية المختلفة داخل الدولة مع المحافظة عليها من التدهور (خاصة الموارد غير القابلة للتجديد).

- الارتقاء بمستوى جودة مختلف العناصر البيئية.

<sup>1</sup> - مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق، ص. 42\_43.

<sup>2</sup> عيبر عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية مصر، دون سنة نشر، ص. 166.

- الاتجاه العلمي نحو النموذج المستدام للتنمية.

ب- الارتقاء بمستوى الوعي البيئي والوعي السياحي من خلال<sup>1</sup> الحفظ (Conservation) الذي يرمي إلى الاستغلال المتعقل للبيئة، ومن أهم مداخله إحداث توازن بين أعداد السائحين والطاقة الاستيعابية\*<sup>2</sup> إذ أشارت إحدى الدراسات بأنها تمثل صمام الأمان ضد سوء استغلال الإدارة السياحية وهي ذات الوقت ضرورية لتفادي الجوانب السلبية.

- الوقاية Préservation والتي ترمي إلى حفظ البيئة باعتبارها مخزناً طبيعياً للموارد التي نحتاج إليها.

2- الآثار البيئية السلبية: إن النمو السياحي السريع غير المخطط تنتج عنه الكثير من الآثار السلبية المحيطة بمختلف المقاصد السياحية، وهي:

أ- الإضرار بالمواقع التاريخية والأثرية نتيجة غياب الرقابة مما يؤدي إلى ظهور الممارسات الضارة بهذه المواقع، ومنها على الخصوص السرقات والتخريب لبعض الآثار.

ب- الاستعمال غير العقلاني للأرض، فالتوسع في تشييد البنى التحتية و البنى الفوقية للأنشطة السياحية أدى إلى امتداد هذه المشاريع إلى الأراضي الزراعية وإلى مناطق ذات تنوع نباتي وحيواني نادر.

ج- إبادة الكثير من الحيوانات البرية (كما هو الحال في الإبادة الوحشية الكبرى للعديد من حيوانات إفريقيا بفعل سياحة السفاري).

د- تلوث الهواء، تلوث مصادر المياه، التلوث الضوضائي وتركز السائحين داخل المدن الكبرى (القاهرة مثلاً).

<sup>1</sup> عبد الباسط وفا ، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية و التحديات المعاصرة ، مجلة حقوق حلوان العدد 12 / 2005 ، ص.156.

<sup>2</sup> \*الطاقة الاستيعابية أو الحاملة : تعتبر معيار من معايير التنمية السياحية المتوازنة و بالتالي فإنها تمثل الحد الذي لا يجوز تجاوزه ، و إلا تصبح هذه التنمية في أي مقصد سياحي غير مستدامة و غير قادرة علي تحقيق العائدات الايجابية المنتظرة ، وتصبح سلبياتها اكبر من ايجابياتها سواء اقتصادياً أو اجتماعياً أو بيئياً ، و الطاقة الحاملة فكرة مركبة من عدة جوانب :

- الطاقة الحاملة الطبيعية : هي الحد الذي يؤدي تجاوزه إلي أن تصبح المساحات الأرضية غير قادرة علي استيعاب أعداد السائحين إلي حدوث تدهور في التجربة السياحية

- الطاقة الحاملة الايكولوجية: هي حد الزيارات الذي يترتب علي تجاوزه أثار ايكولوجية ضارة بسبب السائحين أنفسهم أو نتيجة الخدمات المقدمة لهم.

- الطاقة الحاملة الحضارية : تمثل عدد الزائرين الذي يبدأ بعد تجاوزه تدهور الموارد الحضارية و التاريخية و الأثرية

- الطاقة الحاملة السياحية : هي الحد الذي يبدأ بعد تجاوزه انخفاض رضا السائحين.

رابعاً: الآثار الإيجابية والسلبية للسياحة :

أولاً: الآثار الإيجابية.

تتمثل الآثار الإيجابية للسياحة فيما يلي:

- تحقيق التطور الاقتصادي والرفاهية من خلال زيادة الدخل الوطني وتحسين وضعية ميزان المدفوعات
- توفير مناصب شغل جديدة
- الاتصال الحضاري والمزيج الثقافي مع الشعوب
- الحفاظ على الآثار التاريخية والعادات والتقاليد الوطنية وترقيتها
- ترقية الصناعات التقليدية وإثراء التراث الثقافي
- توفير العملة الصعبة نتيجة دخول الأجانب.
- تفتح السياحة أسواقاً جديدة للمنتجات المحلية الزراعية و الصناعية، وتشجيع المهن بأنواعها، وتتيح الفرصة لنشوء صناعات و أنشطة جديدة في المنطقة<sup>1</sup>.
- تعتبر السياحة نافذة تطل منها الشعوب المختلفة على بعضها البعض، حيث تساهم في توفير الاحتكاك المباشر بين الشعوب، وبالتالي تلعب السياحة دوراً هاماً في توفير الفرص أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة للسائحين، وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على اكتسابهم الكثير من القيم<sup>2</sup>.

ثانياً: الآثار السلبية.

- على الرغم من وجود آثار إيجابية للسياحة فهي لها آثار سلبية تعود على البلد المضيف تتمثل في:
- انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي والثقافي لوجود بعض الدول التي تعاني من انخفاض مستويات المعيشة ونقص الإمكانيات المتاحة في الوقت الذي توفد إلى الدول أنماط مختلفة من السائحين بعاداتهم الاستهلاكية وقدرتهم المالية مما يؤدي إلى اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة وإن كانت بوسائل غير مشروعة، فتظهر عند كافة الوسطاء والمستغلين للسائح في مختلف المجالات والمروجين لبعض صور الانحراف تحت مسميات متعددة مثل: التسلية والترفيه والمتعة.

<sup>1</sup>-احمد أديب احمد، " تحليل الأنشطة السياحية في سوريا باستخدام النماذج القياسية ، دراسة ميدانية "، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين 2006 ، ص 40.

<sup>2</sup>- عيساني عامر، مرجع سابق، ص.39.

- التصادم الثقافي: حيث تتعارض وتختلف الأفكار والأساليب والغاية في المجتمع والقادمة من الخارج نتيجة لسلوك بعض السائحين وتصرفاتهم التي لا تعبر بالضرورة عن أسلوب حياتهم اليومية في بلادهم وإنما ذلك راجع لأسباب منها الميل إلى حب المغامرة والاستطلاع، الأمر الذي يؤدي إلى إثارة وضيق أفراد البلد المضيف ورفضهم للسياحة<sup>1</sup>.
  - ظهور آفات خطيرة في المجتمع نتيجة التقليد وكذا الأمراض الفتاكة
  - البناءات الفوضوية التي تتلف الطبيعة والأراضي الفلاحية.
  - الانقسام الطبقي في المجتمع والذي يظهر من خلال السياحة الراقية المخصصة لأصحاب الدخل المرتفعة، والسياحة الشعبية لباقي الطبقات الدنيا.
  - فقدان الهوية الوطنية والتقاليد في حالة عدم إعطائها أهمية خاصة.
- المبحث الثالث : مفهوم ومؤشرات التنمية السياحية و أهدافها.

#### المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية.

**1-تعريف التنمية السياحية:** تعددت مفاهيم التنمية السياحية فبعضها يعبر عن هدف تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية، في حين يعبر بعضها الآخر عن زيادة الإنتاجية في القطاع السياحي بالاستغلال الأمثل للموارد الإنتاجية السياحية.

"التنمية السياحية هي مدى اتساع قاعدة التسهيلات والخدمات لكي تتلاقى مع احتياجات السائحين"<sup>2</sup> وبذلك فإن مصطلح التنمية السياحية يعبر عن مختلف الخطط والبرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي من خلال إيجاد التوازن بين المطالب التنافسية والمتعارضة أحيانا على قاعدة الموارد المحدودة وتعظيم النتائج والآثار الإيجابية للتنمية السياحية مع تقليل النتائج السلبية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - Sounh Manivong & Somxay Sipaaseuth , **Environmental impacts of Trade liberalization in the tourism sector**, sector, commissioned for the rapid trade and environment assessment project, December, 2007, p 02.

<sup>2</sup> جلييلة حسن حسنين ، التنمية السياحية ، الدار الجامعية مصر ، 2006 ، ص.9.

<sup>3</sup> مصطفى يوسف كافي، هبة كافي، جغرافية السياحة وإدارة المقاصد السياحية والمخيمات السياحية ، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى 2016. ص. ص. 38-39.

2- مراحل التنمية السياحية.

تتاول موضوع التنمية السياحية العديد من الباحثين، وتطرقوا إلى المراحل التي تمر بها التنمية السياحية وقدموا في ذلك نماذج مختلفة لتحليل الظاهرة<sup>1</sup> ومن أهمها :

• نموذج "ميوسيك" حيث قسم مراحل التنمية السياحية إلى أربع مراحل وهي:

أ- مرحلة الاكتشاف: حيث يتم اكتشاف القدرات السياحية للمقصد السياحي.

ب- مرحلة النمو: وفيها يبدأ تطوير الموارد السياحية للمنطقة بشكل تدريجي.

ج- مرحلة الانطلاق: وفيها تأخذ الدولة بمبدأ التخطيط والتوسيع السياحي.

د- مرحلة النضج: حيث تظهر المنطقة على الخريطة السياحية وفيها يتكامل النشاط السياحي من خلال توافر عناصر الجذب السياحي والتسهيلات، ويؤخذ على هذا النموذج توفقه عند مرحلة النضج السياحي وعدم تحليله لأي عوامل سلبية قد تؤدي إلى عدم استمرار النمو، وبالتالي احتمال دخول المنطقة في مرحلة التدهور والانحدار نتيجة لتوجه السائحين إلى مناطق سياحية منافسة،

• نموذج "بيتلر" سنة 1980 م وقد حدد هذا النموذج ست مراحل للتنمية السياحية وهي:

أ- الاكتشاف. ب- المشاركة. ج- التطور. د- النضج. هـ- الثبات أو الركود. و- التجديد أو التدهور.

يتشابه نموذج "بيتلر" مع دورة حياة المنتج ، فالمرحلة الأولى تبدأ باكتشاف المنطقة السياحية الجديدة، ومع تزايد إقبال السائحين على المنطقة، تبدأ مرحلة المشاركة فنظهر مجموعة من الخدمات والتسهيلات، ثم تبدأ مرحلة الانطلاق، حيث يتم توفير الخدمات والتسهيلات بشكل مكثف للسائحين لخدمة الأعداد المتزايدة، ثم تأتي بعد ذلك مرحلة التطور والنمو، وإذا ما استمر النمو مع مبدأ تحقيق التوازن، تصل المنطقة إلى مرحلة النضج وتلي هذه المرحلة مرحلة الثبات فلا تشهد المنطقة النمو المتزايد للسواح بل يتوقف النمو عند حد معين من السائحين، وفي هذه المرحلة إن لم تظهر في المنطقة تنمية جديدة تعتمد على مقومات سياحية جديدة، فإنها تتجه نحو الانحدار والتدهور، لذلك فإن الإدارة السليمة للنشاط السياحي في كافة مراحل التنمية تتمثل في تجنب المنطقة الوصول إلى مرحلة الانحدار، ونقلها إلى مرحلة جديدة من التنمية المتوازنة المتواصلة (التنمية المستدامة).

<sup>1</sup> جلييلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية، جامعة الإسكندرية 2006، ص.20.

المطلب الثاني: مفهوم مكونات ومؤشرات التنمية السياحية المستدامة:

ولدت التنمية السياحية المستدامة داخل رحم التنمية المستدامة، وتلك تفجرت داخل أدبيات الاقتصاد من واقع تعذر رؤية تنمية اقتصادية تأخذ بالأبعاد الاجتماعية والبيئية المصاحبة لها، فما المقصود بالتنمية المستدامة؟.

### 1- مفهوم التنمية السياحية المستدامة:

السياحة المستدامة هي نقطة تلاق ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي، بحيث تتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الحاجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية، ولكنها في نفس الوقت تحافظ على الواقع الحضري والنمط البيئي للمقصد السياحي<sup>1</sup>.

ووفقا لمنظور منظمة السياحة العالمية "الذي يشجع معا رغبات السياح وحاجات المجتمعات المضيفة بحيث يضمن تحقيق حماية وتحسين الآفاق السياحية في المستقبل من خلال إدارة الموارد السياحية بطريقة تستجيب للحاجات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والتنوع البيولوجي، والعمليات البيئية والأنظمة المعيشية"<sup>2</sup>.

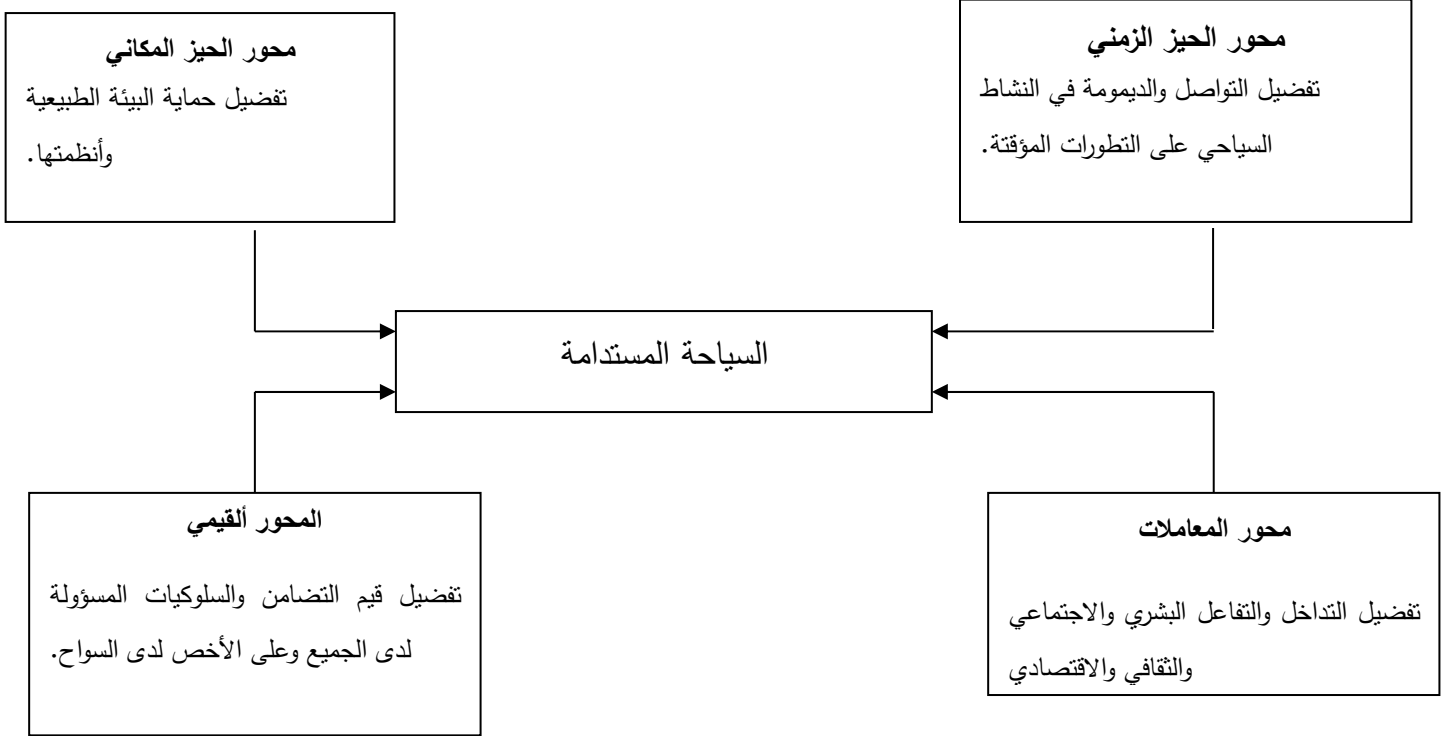
ومن التعاريف السابقة لمفهوم التنمية السياحية المستدامة يمكن أن نصل إلى تطوير مفهوم التنمية السياحية التقليدية بإضافة صفة الاستدامة، واعتبار أن عملية التنمية السياحية هي عملية إشباع حاجات السائحين النفسية والحصول على متطلباتهم دون الإخلال بحقوق الأجيال القادمة من السائحين في احتياجاتهم من الاستمتاع بالبيئة، معنى ذلك أن فكرة السياحة المستدامة لا تعبر عن محتوى سياحي معين فهي ليست منتجا سياحيا فقط، وليست طريقة جديدة لبيع النشاط أو تحديد كيفية الدفع وإنما هي نموذج للتنمية على محاور إستراتيجية يمكن حصرها في أربعة محاور<sup>3</sup>، كما يوضحه الشكل الموالي.

<sup>1</sup> فؤاد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية في مصر و الوطن العربي، عالم الكتب مصر، 2004، ص.4.

<sup>2</sup> الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي، جامعة الدول العربية 2007. ص.

<sup>3</sup> عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية و التحديات المعاصرة، مجلة حلوان، العدد 12 جوان 2005، ص. 133.

شكل رقم (2) المحاور الإستراتيجية للتنمية السياحية المستدامة.



المصدر: عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية والتحديات المعاصرة، ص. 134

وانطلاقاً مما سبق فإن السياحة المستدامة تقوم أساساً على مبادئ هامة نوجزها في العناصر

التالية<sup>1</sup>:

- ضرورة المحافظة على مستوى إنتاجية الموارد السياحية لضمان استمرارية عامل اجتذاب السواح من خلال الإبهار والمتعة.

- الحفاظ على التنوع البيئي والابتعاد عن المتغيرات البيئية التي تكون نتائجها وخيمة.

- إقامة المساواة بين الأجيال والاستفادة من الموارد السياحية تطبيقاً لمبدأ التنمية المستدامة القائم أساساً على تجنب الطبيعة السياحية أي عوامل تحريف تؤدي إلى التقليل من إنتاجيتها مستقبلاً.

- إيجاد صيغة توفيقية بين ثقافة المجتمع المضيف والسائح الزائر بالتنمية وتدعيم الثقافة المحلية والعمل على استمراريته ونقلها للعنصر الأجنبي.

<sup>1</sup> محيازيون، السياحة و مستقبل مصر بين إمكانيات التنمية و مخاطر الهدر، دار الشروق، مصر، 2002، ص. 262.



- إشراك المجتمع المحلي في عملية التنمية السياحية المستدامة بالعمل على جعل المناطق المضيفة تكتسب الصفة السياحية القادرة على استقطاب السائح والمستثمر في آن واحد.

#### ب- مكونات السياحة المستدامة:

رغم تنوع الالتزامات ومحاور المفهوم التنموي المستدام للسياحة إلا أنه يمكن حصرها في مكونين أساسيين: مادي ومعنوي، ويتجلى المكون المادي للسياحة المستدامة بأنه يعمل على توريث الطاقة الإنتاجية للأجيال القادمة بنفس قوتها، أو بقوة أعظم بحيث نضمن بأن استهلاك الكميات اليوم لا يعوق الكميات المطلوبة استهلاكها غدا.

أما المكون المعنوي للسياحة المستدامة فيعزى إلى كون السياحة من الناحية الاجتماعية والثقافية ليست محايدة فهي تؤدي إلى حدوث تقابلات واحتكاكات بين نوعين من الثقافات (ثقافة الدولة المضيفة وثقافة دولة السياح) مما يحقق تواسلا اجتماعيا وتواسلا بيئيا، فالسياحة المستدامة من المنظور الاجتماعي ترمي إلى تطوير سياحة ذات وجه بشري يتفادى المشكلات التي قد تثيرها في النسيج الاجتماعي وموروث الذمة الثقافية للأمة، مما يتعين معه الاستجابة لحاجات ورغبات عدة طوائف<sup>1</sup>:

- السياح: وذلك بتقديم ما يتلاءم مع رغباتهم واحتياجاتهم، وهو ما يستوجب تنويع سياحة الغد.

- موظفو السياحة: إذ يتعين تحسين ظروف عمل العاملين بقطاع السياحة وإتاحة فرصة التأهيل المتواصل لهم.

- سكان المقصد السياحي: بأن تأخذ السياحة شكلا يتلائم مع الثقافة المحلية لسكان المقصد، وأن تساهم بطريقة ملحوظة في رفع مستوى الدخل والمعيشة، وإلا تعرضت لظواهر الرفض المحلي.

لهذا تحتاج السياحة المستدامة وفق المكون الاجتماعي إلى تحقيق التوافق مع ثقافة ومتطلبات وتطلعات سكان المقصد السياحي.

- التواصل البيئي: فهي تقتضي المحافظة على الموارد الطبيعية (الهواء، الماء، التربة، ومختلف الأحياء)، حتى تحافظ على القدرات التنموية للأجيال المقبلة، وهذا يتعين تبني سياسة للتنمية السياحية

<sup>1</sup>عامر عيساني "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، حالة الجزائر"، مرجع سابق، ص 55 .

تتسجم ومتطلبات البيئة من خلال الحفظ والوقاية، أي الاستغلال العقلاني و مضاعفة الإجراءات الهادفة للحفاظ على كفاءة الموارد البيئية.

## 2- مؤشرات التنمية السياحية المستدامة:

وضعت مجموعة من مؤشرات الاستدامة الخاصة بالسياحة، واختبرت في عدد من البلدان في إطار مبادرة المنظمة العالمية للسياحة، وقد شرع في استخدام هذه المؤشرات في بعض الجهات السياحية، والغرض منها رصد الآثار الاجتماعية والاقتصادية والبيئية للسياحة وقسمت إلى ثلاث مجموعات أساسية هي<sup>1</sup>:

**المؤشرات البيئية:** وتتبنى هذه المؤشرات على مدى ضغط النشاط البشري على البيئة في المقصد السياحي، وإذا تجاوزت المنطقة السياحية الطاقة الاستيعابية بها، فإنها تفرز عادة مجموعة من المضار التي تتولى أنواع من المؤشرات البيئية قياسها وهي:

- مؤشر معالجة النفايات: سواء كانت نفايات صلبة أو سائلة.

- مؤشر كثافة استخدام التربة: الذي يقيس إما معدل كثافة السياح إلى السكان المحليين أو معدل المساحة الذي تحتله البيئة الأساسية للسياحة إلى إجمالي المساحة.

- مؤشر كثافة استخدام المياه: الذي يقيس حجم استخدام السياح للمياه إلى حجم استخدام السكان المحليين أو حجم استخدام السياح للمياه إلى الحجم الكلي المتاح من المياه الصالحة للشرب.

- مؤشر حماية الجو من التلوث: الذي يقيس مدى تلوث الهواء خلال فترات مختلفة من السنة والمواسم السياحية، معنى ذلك أن التنمية السياحية التي تكتسب صفة الاستدامة تستوجب العمل على عدم تجاوز الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي للحفاظ على نوعية البيئة ومستوى الإشباع لدى الزائرين.

**المؤشرات الاجتماعية:** تركز المؤشرات الاجتماعية للتنمية السياحية المستدامة على واقع الانعكاس المتعاظم للنشاط السياحي على الوسط الاجتماعي، وتوجد عدة مؤشرات رئيسية لقياس المؤثرات السياحية على الجانب الاجتماعي وهي:

<sup>1</sup> عيد الباسط وفا ، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية و التحديات المعاصرة، مجلة حلوان ، مرجع سابق ، ص 189.

- مؤشر الانعكاس الاجتماعي: يقيس تأثير السياحة على الظروف المعيشية لسكان الموقع السياحي من حيث التوظيف والتعليم ... إلخ.

- مؤشر رضى السكان المحليين: وهو يحدد مستوى الرضى لديهم بالمشاريع السياحية والتجاوب معها.

- مؤشر الأمن: و يقصد به انعكاس تدفق السواح على عنصر الأمن ويقاس بمدى تطور الجريمة في وسط سكان المقصد السياحي.

- مؤشر الصحة العامة: وهو مدى انعكاس تطور النشاط السياحي على مستوى صحة الشعب المحلي كقياس عدد الأطباء والممرضين إلى عدد السكان أو عدد المصابين بالأمراض الجنسية إلى عدد السكان.

المؤشرات الاقتصادية: تتعلق المؤشرات الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة بقياس تأثير النشاط السياحي على الوسط المحلي وأهم المؤشرات، مؤشر العملة الصعبة، ومؤشر الدخل والاستثمار.

#### جدول رقم (02): مؤشرات السياحة المستدامة .

مؤشر بيئي	مؤشر اجتماعي	مؤشر اقتصادي
- معالجة النفايات	- الانعكاس الاجتماعي	- حجم العمالة بالقطاع
- كثافة استخدام التربة	- رضى السكان المحليين	- نسبة المساهمة في الناتج المحلي
- كثافة استخدام المياه	- الصحة العامة	- ميزان المدفوعات
- حماية الجو من التلوث	- الأمن	- العملات الصعبة

المصدر : عامر عيساني "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة ،حالة الجزائر" أطروحة دكتوراه ، جامعة باتنة ، 2010/2009 ، ص 57.

من خلال الجدول السابق، يتبين لنا أهمية مؤشرات السياحة المستدامة على القضايا البيئية والاجتماعية ، والاقتصادية لما لها من آثار قد تؤدي إلى الخلل الايكولوجي في البيئة الطبيعية، أو عدم تحمل المجتمع المحلي لأعداد وسلوك السائحين، نتيجة الاستخدام المكثف للأنشطة السياحية، لذا يجب

مراعاة مفهوم الطاقة الاستيعابية الذي يعني وجود مستوى معين للنشاط السياحي يؤدي تجاوزه إلى آثار بيئية سلبية على المقاصد السياحية .

### المطلب الثالث : مبادئ و أهداف التنمية السياحية المستدامة

#### 1- مبادئ التنمية السياحية المستدامة :

تعددت المحاولات والجهود المختلفة من الباحثين والعلماء والخبراء ،لمحاولة وضع مجموعة من الأسس أو المبادئ التي تساهم في توصيف أبعاد التنمية السياحية المتواصلة، والتي عرفت فيما بعد بمبادئ التنمية السياحية المتواصلة لكي تعد دليلاً يحتذى به ويعمل من خلاله، وكان من أهم هذه المحاولات التقرير الذي عرف باسم " الاستراتيجية العلمية للتنمية السياحية"<sup>1</sup> والذي تم التوصل إليه في مؤتمر (90 globe) والمعروف باسم tourism stream، وقد أصبحت هذه الإستراتيجية هي السياسة السياحية الرسمية للحكومة الكندية التي تعمل بها وفق مبادئ التنمية المتواصلة، كما أصبحت مرجعاً هاماً للعديد من الدول الأخرى وبناء على هذه الإستراتيجية تم وضع سبعة مبادئ رئيسية<sup>2</sup>:

-المبدأ الأول: العمل على حد التأثير البشري الواقع على كوكب الأرض (التأثير العالمي) والتأثير الواقع على المنطقة (التأثير المحلي) إلى المستوى الذي يتناسب مع الطاقة الاستيعابية للكوكب أو المنطقة المحلية على حد سواء.

وسينعكس هذا المبدأ عند تطبيقه على تنمية صناعة السياحة من خلال العمل وفق قواعد الطاقة الاستيعابية للمقصد السياحي، والتي تهدف للحد من التأثيرات السيئة للتنمية السياحية باتباع طرق الإدارة الواعية لهذا المقصد.

المبدأ الثاني: الحفاظ على والتمسك بمخزون الثروة الحيوية في المنطقة، وهناك مجموعة من الأنشطة التي تساعد صناعة السياحة على الحد من التأثير السيئ والضرر بالثروة الحيوية ومن هذه الأنشطة.

- الحفاظ على الخدمات التي تدعم الحياة، وتشمل هذه الخدمات كل العمليات الحيوية التي تسمح للأرض والهواء والماء بأن تكون عناصر منتجة تتوافق مع عدد السائحين بالإضافة إلى إمكانية أن تجدد نفسها.

<sup>1</sup> مصطفى احمد السيد ، تقييم علاقة الطاقة الاستيعابية بإرساء مبادئ التواصل للتنمية السياحية دون دار نشر 2003 ، ص.110.

<sup>2</sup> مصطفى احمد السيد ، نفس المرجع ، ص.111.

- الحفاظ على التنوع الطبيعي وذلك عن طريق فرض الضرائب أو سن القوانين والتشريعات التي تحمي البيئة الطبيعية في المنطقة السياحية.

- التأكيد على أن كل التأثيرات السياحية الواقعة على المصادر الطبيعية يجب أن تكون تأثيرات غير مدمرة.

**المبدأ الثالث:** العمل على تقليل استنفاد الموارد غير المتجددة، حيث أنه من المعروف أن صناعة السياحة وأثناء تنميتها تعتمد بشكل رئيسي على الموارد الطبيعية غير المتجددة، مثل بعض المعادن والوقود لذلك وبالعامل وفق هذا المبدأ، فإنه ينبغي أثناء عمليات تشغيل المشروعات السياحية الحرص على التقليل من استخدام هذه المواد، بالإضافة إلى إطالة عمر استخدام بعضها وذلك عن طريق إعادة تدويرها.

**المبدأ الرابع:** الترويج للتنمية الاقتصادية طويلة الأجل التي تعمل على تعظيم الفوائد من مخزون معين من الموارد، في حين تعمل على الحفاظ على الثروة الحيوية الموجودة بالمنطقة.

ولتطبيق هذا المبدأ على السياحة هنالك مجموعة من الممارسات التي يمكن الأخذ بها<sup>1</sup>:

- الترويج للتكنولوجيا القائمة على استخدامات الطاقة الشمسية.

- التأكيد على أن السائحين سيدفعون كامل التكاليف للمجتمع في حالة استنفادهم لمصدر معين من المصادر، وذلك بعدة طرق منها ضرائب الحفاظ على البيئة.

- التأكيد على أن صناعة السياحة تكون مسؤولة عن تحمل كامل التكاليف عند تسببها في أي إضرار بالبيئة أو تغيير في المصادر الطبيعية.

- توسيع القيمة المضافة للسياحة خاصة في المناطق السياحية التي تتمتع ببيئة ثقافية أو طبيعية على درجة عالية من التفرد والندرة، وذلك عن طريق تطوير المنتج السياحي بما يتناسب وإمكانات المنطقة.

**المبدأ الخامس:** المساهمة الفعالة للمجتمعات المحلية في اتخاذ القرارات خاصة المؤثرة عليهم، وهذا المبدأ يقوم على تفعيل دور ومشاركة المجتمع مثل - البيئيين والغرف التجارية والنقابات - في اتخاذ القرارات، ويعتبر هذا المبدأ أحد أهم محاور التنمية المتواصلة.

<sup>1</sup> عامر عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 60.

**المبدأ السادس:** التوزيع العادل لكل من الفوائد والتكاليف المترتبة عن استخدام الموارد والإدارة البيئية، ويهدف هذا المبدأ إلى الحصول على التوزيع العادل لكل من الايجابيات والسلبيات الناتجة عن استخدام الموارد المتاحة بين مختلف الفئات ذات العلاقة بصناعة السياحة.

**المبدأ السابع:** الترويج للقيم التي تشجع الآخرين على إنجاز وتنفيذ مفهوم التواصل، ويقوم هذا المبدأ على أساس أن صناعة السياحة تعتبر الصناعة القائدة لعملية التنمية المتواصلة في المجتمع وذلك لدورها الرئيسي والقيادي المميز الذي يقوم على حماية البيئة كأحد أهم مقومات استمرار هذه الصناعة، لذلك فإنه من مصلحة القائمين على التنمية السياحية أن يتجنبوا أي ممارسة أو نشاط لايساعد في تطبيق مفهوم التواصل.

### ثانياً: أهداف التنمية السياحية.

إن التنمية السياحية في حد ذاتها هدف، كما تعد مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر ألا وهو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة<sup>1</sup>.

وتختلف أهداف التنمية السياحية وأساليب تحقيقها من دولة إلى أخرى، ومن وقت لآخر داخل نفس الدولة، ويرجع هذا إلى جملة من العوامل أهمها: اختلاف الدول في مكونات عرضها السياحي وإمكاناتها التنموية وموقعها من الأسواق المصدر للسائحين بالإضافة إلى ظروفها الداخلية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وغيرها<sup>2</sup>.

ف نجد مثلاً أن بعض الدول تهدف من عمليات التنمية إلى جلب أكبر عدد ممكن من السواح، مما ينتج عنه العديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية، في حين تهدف دول أخرى إلى جذب عدد محدود من السائحين من ذوي الدخول المرتفعة.

أما من حيث أساليب تحقيق الأهداف، فهناك دول تعتمد على القطاع الخاص اعتماداً شبيه مطلق من خلال توجيهه إلى حجم ونوعية الحركة السياحية التي تسعى الدولة لاجتذابها، أو المناطق ذات الأولوية في عملية التنمية السياحية بها، في حين نجد دولاً أخرى يلعب فيها القطاع العام الدور البارز في تحقيق أهداف التنمية السياحية التي غالباً ما تنقسم إلى قسمين<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> عبير عطية ، التنمية السياحية علي المستويين الدولي و المحلي، مرجع سابق ، ص.10.  
<sup>2</sup> صلاح عبد الوهاب ، السياسة القومية للتسويق السياحي ، المركز العربي للبحث والنشر، القاهرة 1994 ، ص.22.  
<sup>3</sup> عبير عطية ، نفس المرجع السابق ، ص.11.

أهداف عامة وهي تشمل كل ما تسعى التنمية السياحية إلى تحقيقه بصفة عامة مثل:

- تحقيق نمو سياحي متوازن.
- تدعيم الآثار الاقتصادية للسياحة.
- زيادة فرص العمل والتغلب على البطالة.
- الحفاظ على تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحية في مواجهة المنافسة الدولية.
- زيادة الدخل السياحي الإجمالي.
- تنمية البنية الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة للزوار والمقيمين بالدولة.
- ومهما تعددت واختلفت الأهداف من دولة إلى أخرى إلا أنها تجمعها خصائص معينة وهي:
- أن تكون أهدافا واقعية يمكن تحقيقها بالاستخدام الأمثل للموارد الفنية والمادية والبشرية المتاحة.
- أن تكون أهدافا شاملة تشمل كل ما يراد تحقيقه من نتائج.
- أهدافا مرنة لكي تتسع لاحتواء المشاكل الطارئة، والتي لم يتم حسابها عند وضع خطة التنمية السياحية.
- أهداف محددة: وتمثل تلك الأهداف تفصيلا وتحديدا للأهداف العامة السابقة، حيث تحدد بنسب مئوية يراد تحقيقها سنويا أوفي مدة أقل، وهي بذلك تسهل عملية قياس معدلات الأداء ولبلوغ الأهداف السابقة هناك مجموعة من المحاور التي تمثل الإطار المتكامل الذي يجب أن تسير عليه سياسات التنمية السياحية بمختلف الدول وتتمثل في المحاور التالية<sup>1</sup>:
- أ- زيادة عدد السائحين:

تسعى الدول من خلال سياسات التنمية السياحية إلى زيادة أعداد السائحين الوافدين إليها سواء أكان ذلك من الأسواق التقليدية أو من خلال فتح أسواق جديدة، أما الأسواق التقليدية، وقصد توسيع حجم الطلب

<sup>1</sup> عيد الرحمان سليم ، مذكرات غير منشورة عن مبادئ التنمية السياحية 91/90 ، مصر ، ص 20.

بها نحو البلد فيجب عرض منتجات سياحية جديدة، وأما فتح أسواق جديدة فيتم من خلال مد النشاطات التسويقية للدولة السياحية إلى مختلف الأسواق السياحية الجديدة.

#### ب-تمديد متوسط مدة الإقامة:

يعد متوسط مدة الإقامة من المعايير الفعالة في قياس مستوى النشاط السياحي في أي بلد، إذ يعبر عن مدى قبول المنتج السياحي من قبل السائحين، وبما أن المغريات السياحية لا تقاس بالكم أو بالحجم، بل بالكيفية والمستوى، فقد حرصت البلدان السياحية على زيادة فاعلية عناصر الجذب الإيجابية للحركة السياحية، والتقليل المستمر من عناصر الطرد السلبية بهدف بناء صناعة سياحية قوية تحقق أعلى نسبة رضا من قبل السائحين، و يتم ذلك من خلال تحسين و تطوير المناطق السياحية التقليدية، ثم التركيز على خلق مناطق جديدة تكون مزودة بكافة المستلزمات و بأسعار تنافسية لما يقدمه الآخرون، ومن ثمة يتحقق الرضا النفسي للسائحين مما يرفع من متوسط مدة إقامتهم بدولة العرض السياحي<sup>1</sup>.

#### ج- زيادة متوسط الإنفاق اليومي للسائح :

يلعب متوسط الإنفاق اليومي للسائح دورا هاما في تعظيم أو تقليل الناتج الاقتصادي من السياحة، و يتوقف متوسط الإنفاق اليومي للسائح على عدة عوامل يتعلق بعضها بالسائح نفسه، في حين يتعلق البعض الآخر بمدى توافر مجالات الإنفاق التي تجذب السائحين، فالعرض هنا يخلق الطلب و يؤثر فيه، كما تدفع نوعية الطلب إلى تطوير المنتج السياحي، وتعمل مختلف الدول إلى الرفع من مستوى إنفاق السائح اليومي من خلال التركيز على اجتذاب السائحين ذوي الدخل المرتفعة أو العمل على حث الطلب و ذلك عن طريق:

- إعداد مختلف المناطق السياحية و تهيئتها بمراكز البيع.

- الاهتمام بكافة مجالات إنفاق السائحين من الإقامة، الإطعام، المواصلات، الزيارات... الخ.

د- الزيادة المستمرة في استخدام المكون الوطني: من سلع وخدمات في عمليات البناء وإدارة الكيان السياحي، فجل الدول السياحية تحرص على استخدام مواردها المحلية عند إقامة و تشييد و صيانة مكونات العرض السياحي بها.

<sup>1</sup> عيد الرحمان سليم ، نفس المرجع ، ص.21.



## هـ- المساهمة الفعالة في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية.

تتميز صناعة السياحة الناتجة في أي دولة سياحية بقدراتها على التفاعل مع مشاكل المجتمع ومساهمتها في حل مختلف المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدولة، وكذلك الحال بالنسبة لسياسة التنمية السياحية، إذ لا نحكم على نجاح أو فشل تجربة التنمية السياحية بالدولة من خلال عدد السائحين أو الليالي السياحية، بل من خلال دورها في حل مشكلات اجتماعية كخلق فرص عمل متزايدة ومستقرة وتنمية مناطق نائية، أي تحقيق تنمية إقليمية متوازنة فضلا عن دورها التقليدي في دعم ميزان المدفوعات وتوفير العملات الصعبة.

خلاصة الفصل:

أضحت السياحة في الوقت الحاضر صناعة قائمة بذاتها، وتزايدت أهميتها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في الكثير من بلدان العالم ، لما لها من تأثيرات على الاقتصاديات الوطنية من خلال مساهمتها في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي ، وتحسين وضعية ميزان المدفوعات نتيجة للعائدات السياحية المحققة في الميزان السياحي ، إضافة إلى مساهمتها في تحقيق مواطن الشغل المباشرة وغير المباشرة نظرا لعلاقتها التشابكية الأمامية والخلفية مع كثير من القطاعات الاقتصادية كالنقل ، والمطاعم ، وباقي الخدمات الأخرى .

كما اتجهت العديد من بلدان العالم إلى الاهتمام بجذب الاستثمارات الأجنبية في القطاع السياحي ، سواء من خلال الاستثمارات المباشرة أو من خلال الأشكال الجديدة غير القائمة على المساهمة في رأس المال ، حيث مثلت هذه الأخيرة ما مقداره 2 تريليون دولار من حجم المبيعات العالمية ، و500 مليار دولار من حجم الصادرات العالمية ، إضافة إلى توفير ما يقارب 21 مليون وظيفة حول العالم ، من خلال عقود التراخيص ، وعقود الإدارة، عقود الامتياز والتصنيع .

كما ظهرت الحاجة الملحة إلى تطبيق مفهوم الطاقة الاستيعابية ، التي تهدف إلى الحفاظ على المقاصد السياحية من الآثار البيئية المدمرة ، واحترام الحدود القصوى لأعداد الزائرين لها ، بما يحفظ للأجيال القادمة الحق في استغلال الموارد الطبيعية والثقافية والتاريخية بنفس الحالة التي تستغلها الأجيال الحاضرة ، وهو ما تتبناه الدول في إعداد خطط التنمية السياحية المستدامة التي أصبحت في الوقت الحاضر منهجاً وأسلوباً تقوم عليه العديد من المؤسسات السياحية العالمية ، حيث يقوم تطبيق مفهوم الاستدامة السياحية على العائد المادي لأصحاب المشاريع السياحية، والبعد الاجتماعي، على اعتبار أن هذه المؤسسات هي جزء من المجتمع المحلي وعليها الاستفادة من الخبرات والكفاءات المحلية ما أمكن، بالإضافة إلى إشراك المجتمع المحلي والأخذ برأيه، أما البعد الثالث فهو البيئة، حيث تعامل هذه المؤسسات على أنها جزء من البيئة، وبالتالي يجب عليها المحافظة على الموارد الطبيعية من ماء وطاقة ونباتات وأحياء طبيعية، لدرء أي خطر من مشاكل التلوث والتدهور بهدف تحقيق استغلال عقلائي لمواردها السياحية المتاحة ومن أجل تلبية الطلب السياحي الحالي والمستقبلي مع مراعاة مستقبل الأجيال القادمة.

## الفصل الثاني

استراتيجيات التنمية السياحية

في بلدان المغرب العربي

تمهيد الفصل.

يتناول هذا الفصل عرضا تفصيليا لاستراتيجيات التنمية السياحية التي تبنتها دول المغرب العربي - موضوع الدراسة - من اجل ترقية قطاعها السياحي وجعله واحدا من أهم القطاعات المولدة للنمو الاقتصادي ومحركا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في هذه البلدان.

وفي هذا السياق ،أعدت الجزائر منذ عام 2008 المخطط التوجيهي للتنمية السياحية آفاق 2030 المعروف ب" SDAT 2030 " والذي يعتبر الإطار المرجعي الذي تنفذ من خلاله الإستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة لغاية عام 2030، وقد حدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى يعمل على تحقيقها، منها ترقية اقتصاد بديل للمحروقات و تثمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز ،تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الأخرى ، بالإضافة إلى تثمين التراث التاريخي و الثقافي مع مراعاة العلاقة الدائمة بين ترقية السياحة والبيئة.

وفي تونس، عمدت السلطات العمومية إلى تبني إستراتيجية وطنية للتنمية السياحية تمتد على مدى 15 عاما، وشرع العمل بها بداية من سنة 2001 إلى غاية نهاية 2016 وتمثل الرؤية الإستراتيجية للسياحة التونسية المعروفة ب(1+3) في تنويع العرض السياحي ،جودة وتكوين الموارد البشرية ،العلامات التجارية والتسويق،وأخيرا تحديث القطاع السياحي.

أما في المغرب ، فقد تم الانتهاء من تطبيق الإستراتيجية الأولى المتمثلة في (رؤية 2010) و التي امتدت على مدى عشر سنوات (2001-2010) كما تم البدء في تنفيذ الإستراتيجية الثانية المسماة (رؤية 2020) وهي امتداد لرؤية 2010 وتخص الفترة من سنة 2011 إلى غاية 2020 وقد وضعت مضاعفة حجم القطاع السياحي هدفا جوهريا لها خلال هذه العشرية.

وبناء على ما سبق يتناول هذا الفصل المباحث التالية:

**المبحث الأول:** إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر.

**المبحث الثاني:** إستراتيجية التنمية السياحية في تونس.

**المبحث الثالث:** إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب.

### المبحث الأول: إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر.

يتناول هذا المبحث التعريف الخاصة بالإستراتيجية السياحية في الجزائر آفاق 2030، إضافة إلى أهداف المخطط الوطني للتهيئة السياحية و أخيرا الآليات الخمسة لتطوير السياحة.

#### المطلب الأول: التعريف بالإستراتيجية السياحية في الجزائر آفاق 2030.

يشكل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية مرجعا لسياسة جديدة تبنتها الدولة ويعد جزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق (SDAT 2030) فهو المرآة التي تعكس لنا مبتغى الدولة فيما يخص التنمية المستدامة وذلك من أجل الرقي الاجتماعي والاقتصادي على الصعيد الوطني طيلة العشرينية القادمة.

وقد حدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى لتنفيذ سياسة جديدة وهي: (1)

- 1- ترقية اقتصاد بديل للمحروقات.
- 2- تثمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياحيا بامتياز.
- 3- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى.
- 4- تثمين التراث التاريخي، الثقافي مع مراعاة خصوصية كل التراب الوطني.
- 5- العلاقة الدائمة بين ترقية السياحة والبيئة.

#### أولا: اختيار المنتوجات السياحية الواجب تنميتها :

إن تطوير مختلف المنتوجات ليس خيارا وليد الصدفة، ولكنه نتاج تقييم للطلبات الداخلية والخارجية وعلى هذا فإن تنوع العرض السياحي وتنمية نشاطات سياحية جديدة يمثلان اختيارات استراتيجية من أجل<sup>2</sup>:

- إدماج مقصد الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة.

1- الوكالة الوطنية لتطوير السياحة، على الرابط التالي : <http://www.andt-dz.org> أطلع عليه يوم: 2016/05/08 على الساعة 16:00.  
2 وزارة السياحة الجزائرية، تصور تطوير السياحة للشرية 2004-2013 ، ص.4.

- تلبية حاجيات المواطنين في مجال السياحة والاستجمام والترقية، والتي تعرف سنويا تزايدا مرتفعا بسبب تطور نسبة النمو الديمغرافي ، والتحسين المستمر لمستوى المعيشة والتي تبقى غير مرضية نتيجة لضعف عرض الإيواء، مما شجع الذهاب إلى الخارج بالخصوص إلى تونس وإسبانيا.

- التطوير المنسجم والمستدام والمتوازن للنشاطات السياحية.

- تثمين التراث السياحي الوطني.

كما يستوجب العجز الكبير المسجل أمام الطلب المتزايد والمتنوع استغلالا متعددًا للثروات المتوفرة بهدف تنويع وفي هذا الشأن، فإن تلبية تنوع الطلب يستلزم تنمية متزامنة للمنتجات السياحية التالية:

**1- السياحة الصحراوية:** إن هذا النوع من السياحة له خصوصياته ويشكل في المرحلة الحالية مؤهلا معتبرا لتنمية السياحة الدولية نظرا لتمييز هذا المنتج.

لذا فإن العملية الترويجية في الخارج ينبغي أن تتجه على المدى القصير نحو المناطق السياحية للجنوب الكبير، والتي يمكن تحويلها إلى أقطاب جذب حقيقية للأوروبيين، خاصة بالنسبة للسياحة البيئية.

إن تنوع الثروات الطبيعية والتاريخية والثقافية والبيئية في الجنوب تسمح بتطوير منتجات متنوعة مثل: السياحة الاستكشافية، السياحة الثقافية والبيئية، سياحة المغامرات والتجوال وكذا السياحة الرياضية.

أما بالنسبة للآثار فإن هشاشة المواقع السياحية في هذه المناطق يستدعي الحرص والتشاور الدائم بين القطاعات المعنية ( الثقافة، البيئة، الجماعات المحلية ) بهدف وضع جهاز لحماية وحفظ الأنظمة البيئية.

**2- السياحة الشاطئية:** إن هذا النوع من السياحة لا بد أن يشكل على المدى الطويل الموجه الأول للتنمية السياحية في الجزائر نظرا لطاقته الكبيرة إضافة إلى :

- وجود طلب داخلي كبير باعتبار أن غالبية السكان متمركزة في الجهة الشمالية.
- استفادة نسبة كبيرة من السكان من العطل خلال موسم الاصطياف.
- اختيار الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج للجزائر لقضاء عطلتها بالشواطئ.
- إن أولوية وأهمية السياحة الشاطئية تظهر من خلال الطلبات الكبيرة المسجلة في مجال الاستثمار والتي يتقدم بها المتعاملون الوطنيون والأجانب.

• إن الإقامة بالشواطئ تبقى تشكل مقصدا محبذا للمواطنين الذين يتوجهون إلى الخارج، خاصة إلى البلدان المجاورة خلال موسم الاصطياف.

• أما على الصعيد الدولي، فإن المنتج يشكل عند غالبية البلدان ركيزة النشاط السياحي نظرا للتدفقات المعتبرة التي يجلبها، والآثار الاقتصادية والمالية التي يحققها، فهو يمثل أكثر من 80% من الطلب السياحي الدولي.

إضافة إلى ذلك، يظهر من خلال إحصائيات دول البحر الأبيض المتوسط أن السياحة الشاطئية تبقى إلى جانب السياحة الحضرية، المنتج الأكثر مردودية في مجال الصناعة السياحية.

كما تعد السياحة الشاطئية المنتج المفضل لمختلف الطبقات الاجتماعية، لذا لابد من تنويعها من خلال إنجاز عدة أنماط من هياكل الاستقبال، بدءا بالمخيم، إلى الفندق المريح والفخم، مما يسمح بتنمية منتوجات سياحية في متناول الجميع.

**3- سياحة الأعمال والمؤتمرات:** إن هذا النوع من السياحة الذي يعرف نموا على المستوى الدولي، يشكل جزءا معتبرا من إيرادات البلدان السياحية (فرنسا، إسبانيا، إيطاليا...)، وهذا المنتج يتعين تنميته في بلدنا نظرا لتزايد كثافة النشاطات الاقتصادية والاجتماعية من جهة والنمو المتزايد للعلاقات مع الخارج من جهة أخرى، وتبقى القدرات الحالية المحدودة والمتمركزة على مستوى العاصمة، بعيدة عن الاستجابة للطلب السياحي الحالي والمستقبلي، مما يعتبر فرصه سانحة للاستثمار الوطني والشراكة الأجنبية بجميع أشكالها.

أخيرا فإن الأمر يتعلق بمنتج مريح، ينبغي أن يجد اهتماما خاصا بغرض جعله أكثر جذبا واهتماما من طرف المستثمرين الفعليين، وأيضا ضمان انطلاقة حقيقية له خلال السنوات المقبلة.

**4- السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر:** رغم توفر طاقة معتبرة تتشكل من أكثر من 200 منبع حموي، إلا أن طاقة الاستقبال لهذا النوع من السياحة تبقى ضعيفة جدا.

وعليه وفي هذا المجال فإن المحطات الحموية البالغة عددها ثمانية (08)، توجد واحدة فقط متخصصة في المعالجة بمياه البحر هي حاليا مكتظة على مدار السنة بسبب الطلب الداخلي القوي.

ولهذا فإن تنمية الحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر و الاستجمام البحري، تعد ضرورة لما لها من أثارها السوسيو اقتصادية فإنها تساهم أيضا في تحسين صحة المواطنين، وبالتالي في تخفيض نفقات الصحة العمومية.

**5- السياحة الثقافية:** إن الاتجاهات الحالية للسياحة حسب الدراسات الاستشرافية المنجزة من طرف المنظمة العالمية للسياحة تؤكد على أن السياحة الثقافية ستشغل في العشرية القادمة مكانا هاما في العرض السياحي العالمي، حيث أن مؤهلات الجزائر في هذا الميدان، تؤهلها لتطوير عرض سياحي ثري ومتنوع وتنافسي ومطلوب جدا يدمج كلا من:

- التراث الأثري .
- المعالم والبنىات الثقافية والدينية .
- الأعياد المحلية والتقليدية والفنون الشعبية والألعاب التقليدية.
- أقطاب الإنتاج والتشيط الحرفي.

وكون هذا التراث ذي مردود كبير يبرر ضرورة تقويمه قصد الحصول على حصة من الأسواق السياحية القريبة والبعيدة، حيث أن الطاقة المتوفرة أثبتت أهمية خاصة لهذا المنتج.

ومن جهة أخرى فإن المواقع الثقافية لما قبل التاريخ، كالمقابر والآثار وكذا المواقع الدينية تعطي للجزائر فرصة لتطوير سياحة رفيعة، عن طريق تنظيم دورات ذات مواضيع، والتي تدمج مسالك الشخصيات التاريخية (القديس اوغستين،الاب فوكو) (الزاوية التيجانية،المدن الرومانية والقصور..الخ)

**6- السياحة الرياضية والترفيهية والاستجمامية:** هذا النوع من السياحة يشكل وسيلة لتطوير النشاطات السياحية الموجهة بالخصوص إلى الشباب المولعين بالتبادلات والنشاطات الرياضية والاستكشاف والترفيه، وإلى السياح الذين يبحثون عن الراحة والرفاهية.

في هذا الميدان، يمكن أيضا تطوير عدد من النشاطات السياحية لصالح الشباب والفرق الرياضية والسائحين الأجانب، إن الأمر يتعلق بما يلي:

- السياحة المناخية.
- سياحة الصيد.
- سياحة الصيد البحري والغوص في أعماق البحار.



- سياحة المتعة والرحلات البحرية.

- السياحة الرياضية ( الغولف، مراكز الألعاب ).

إن المنشآت الواجب بناؤها بالنسبة لهذا النوع الآخر من السياحة يمكن استغلالها على الوجه الأمثل عن طريق إقامات لتحضير النخب الرياضية الوطنية والأجنبية، مما يسمح للجزائر بتنظيم تظاهرات ذات بعد دولي تساهم في خلق الفضول للحث على زيارة المنشآت الجديدة والتعريف بالوجهة السياحية للجزائر، وكمثال على المنشآت الرياضية نجد التجربة التونسية متمثلة في مدينة "عين الدراهم" التي أصبحت تستقطب معظم الفرق الجزائرية لكرة القدم التي تجري تربيصات بالخارج (تونس) منذ سنوات وإلى يومنا هذا.

إن الخيارات المحددة أعلاه تشكل تحديات حقيقية يتطلب تنفيذها تدخلا إراديا ومدعما ومتعدد الأشكال من طرف السلطات العمومية لتحقيق الأهداف التي يطمح إليها القطاع على المدى البعيد.

#### ثانيا :أهداف برنامج التنمية السياحية المستدامة :

بالرغم من توفر الجزائر على قدرات سياحية غنية ومتنوعة من شأنها أن تتيح على الصعيد الكمي تقديم عرض سياحي متكامل، إلا أن هذه القدرات لم تستغل استغلالا أمثل، وفي مسعى شامل ومنسجم للتنمية الاقتصادية بصفة عامة والتنمية السياحية المستدامة بصفة خاصة، قامت السلطات الجزائرية (وزارة السياحة) بوضع تصور لتطوير القطاع الذي امتد إلى غاية 2013، وقد تضمن هذا البرنامج أهدافا كمية ونوعية من شأنها المساهمة في إنارة الطريق لتحقيق الوثبة المطلوبة، وترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات، كما يساهم في التوازنات الاقتصادية والمالية الكبرى (الميزان التجاري، ميزان المدفوعات، الشغل... الخ)، ويسمح بتفعيل الإثارة المحفزة لباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، ويبقى تفعيل القطاع رهين قدرات التقدم في تنفيذ الخيارات الأساسية لتطويره وللأهداف النوعية والكمية المسطرة<sup>1</sup>.

#### 1- الأهداف النوعية:

تتمثل الأهداف النوعية التي تضمنها البرنامج الخاص بالتنمية المستدامة للسياحة في ما يلي:

- تثمين الطاقات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية.

<sup>1</sup> وزارة السياحة الجزائرية، تصور تطوير السياحة لل عشرية (2004-2013) بتصرف.

- تحسين نوعية الخدمات السياحية والارتقاء بها إلى مستوى المنافسة الدولية .
- تحسين صورة الجزائر السياحية، وإحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون تجاه السوق السياحية الجزائرية.
- تحسين أداءات قطاع السياحة من خلال الشراكة في التسيير.
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية.
- المساهمة في التنمية المحلية.
- المحافظة على البيئة والفضاءات الهشة لتوسيع السياحة البيئية.
- تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج.
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقة التنمية السياحية .

## 2- الأهداف الكمية:

لتحقيق الأهداف النوعية السابقة لابد من توفير شروط النجاح والتمثلة في الهياكل القاعدية الأساسية، لذا كان حجم المشاريع والاستثمار في قطاع السياحة في السنوات الأخيرة الضمانة لتعزيز الانتعاش وتحقيق التواصل للقطاع، ويبقى تحقيق الرهان مرتبطا برفع العوائق والصعوبات التي يواجهها المتعاملون في ميدان السياحة<sup>1</sup>.

### أ - تنمية الاستثمار السياحي :

إن الرغبة المسجلة للاستثمار في مختلف النشاطات السياحية تبين الطابع الواعد لقطاع ذي قيمة مضافة كبيرة، وما يمكن أن يلعبه من دور كمحرك للاقتصاد الوطني، وحسب البرنامج فان الاستثمار السياحي خلال العشرية عرف وتيرة توسع حسب مرحلتين مختلفتين(2004-2007) و(2008-2013) وتفسير ذلك يكمن في ضعف عوامل تنمية القطاع على مدى السنوات السابقة من جهة، وفي تنفيذ جملة من الإجراءات لإعادة تفعيله من جهة أخرى.

إن نمو القطاع في المرحلة الأولى مرهون بالمشاريع المسجلة ، والتي كان يتوقع إنهاؤها خلال المرحلة 2004-2007 .

<sup>1</sup> وزارة السياحة الجزائرية، تصور تطوير السياحة للعشرية (2004-2013)، ص. 17.

أ-1- المرحلة 2004-2007: في هذه المرحلة تم التخطيط لإنجاز طاقات إيواء إضافية بـ55000 سرير من طرف المتعاملين، وهي محصلة المشاريع التي هي في طور الإنجاز وتلك المتوقفة وباعتماد نسبة 1.5 مليون دج للسرير الواحد فان الاستثمارات تصل إلى مبلغ تقديري يقدر بـ 82.5 مليار دج في نهاية المرحلة.

أ-2- المرحلة 2008-2013 : اعتبار المشاريع المبادر بها والمقرر إنجازها في هذه المرحلة هي من النوع المتوسط والرفيع فبالنسبة لـ 60000 سرير المنتظر إنجازها، يكون حجم الاستثمار المتوقع 150 مليار دج، متبنيا كلفة متوسطة تقدر بـ2.5 مليون دج للسرير الواحد.

وعليه فإن حجم الاستثمار المتوقع خلال الفترة 2004-2013 يصل إلى 232.5 مليار دج مع العلم أن مبلغ العقارات (الأرض) ليس محسوبا ضمن هذا التقييم بسبب الفوارق الكبيرة التي تبقى تميز سوق العقار .

ب - رفع قدرات الاستقبال السياحي: ويتم ذلك من خلال إعادة بعث الاستثمار السياحي على مرحلتين أساسيتين هما:

المرحلة الأولى: تمتد من 2004-2007، في هذه المرحلة يتوقع إنجاز طاقة إيواء إضافية بـ 55000 سرير، وهي محصلة المشاريع التي هي في طور الإنجاز أو تلك المتوقفة، ورغم غياب عقار سياحي مهيب وانعدام طرق تمويل متماشية مع الاستثمار و استمرار عدة عوامل معيقة فإنه تم في المرحلة السابقة للمرحلة 2004-2007 تسجيل دخول 8300 سرير حيز الاستغلال بعد إنجاز 115 فندقا.

إن إزالة مختلف العقبات سيسمح باستكمال المشاريع التي هي في طور الإنجاز وتلك المتوقفة في الفترة ما بين 2004-2007 سيؤدي إلى الحصول على طاقة إضافية تقدر بـ55000 سرير، أي الدخل في حيز الاستغلال لطاقة سنوية متوسطة تقدر بـ 13750 سرير .

المرحلة الثانية: تمتد من 2008-2013 ، في هذه المرحلة ولأسباب اقتصادية وتجارية فإن طاقات الإيواء ستعرف تطورا أقل أهمية من المرحلة 2004-2007 ، وبالتالي نموا سنويا متوسطا يقدر بـ 7% واعتبارا لذلك فإن الطاقة الإضافية المحتملة في نهاية المرحلة ستكون أكثر بقليل من 60000 سرير أي بمتوسط سنوي يقدر بـ 10000 سرير .

ج- إيجاد مناصب شغل :

على أساس تقديرات المنظمة العالمية للسياحة فيما يخص مناصب الشغل التي يوفرها قطاع السياحة يؤدي إنجاز سريرين إلى إحداث منصب شغل مباشر دائم في قطاع السياحة، وثلاثة مناصب أخرى غير مباشرة في النشاطات المرتبطة بالسياحة وانطلاقا من هذه الفرضية وعلى أساس القدرات الإضافية المبرمجة في هذا المخطط فإن عدد المناصب الجديدة التي يتم إنشاؤها إلى غاية 2013 هو 57500 منصب شغل مباشر و172500 منصب غير مباشر ليصل مجموع المناصب الإضافية في نهاية الفترة إلى 230000 منصب شغل .

د- زيادة المداخل من العملة الصعبة :

لقد تم تقدير الزيادة في الإيرادات على أساس الإيرادات المسجلة سنة 2003 والتي اعتمدت كمرجع أساسي لتحديد مؤشر " النفقات المتوسطة السنوية لكل سائح"، أما بالنسبة لإيرادات الجزائريين المقيمين بالخارج فلا يمكن التحكم فيها حاليا، وبالتالي لا يمكن أن تكون موضوع تقييم مدقق، إن حساب الإيرادات يأخذ في الحسبان نفقات السياح الأجانب خارج مصاريف النقل مع إعتبار أن متوسط الإنفاق لكل سائح قدر بـ520 دولارا أمريكيا بالنسبة لسنة 2002، كما أن توقعات الإيرادات السنوية على مدى العشرية تم إعدادها بتطبيق الإنفاق المتوسط لكل سائح والمقدر بـ 520 دولارا معدلة سنويا بزيادة 3% مما يرفع حجم الإيرادات من 133 مليون دولار أمريكي في سنة 2002 إلى 1.3 مليار دولار في نهاية سنة 2013،

المطلب الثاني: أهداف المخطط الاستراتيجي للتنمية السياحية أفاق 2030.

1/ الأهداف العامة:

- تستهدف السياسة السياحية الجديدة ضمن هذا المخطط جملة من الأهداف العامة وهي<sup>1</sup>:
- تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي والاستثمار .
- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى ( الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة، الشغل )

<sup>1</sup> - وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي : الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، ص.17.

- المساعدة على مجمعة المبادلات والانفتاح سواء على الصعيد الوطني أو الدولي.
- التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية: ويتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة من مجمل حلقة التنمية السياحية (اقران الاجتماعي بالاقتصادي وبالبيئة )
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري: فكون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة ،فان استراتيجيات السياحة المتواصلة ( المستدامة ) عليها احترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية.
- التحسين الدائم لصورة الجزائر: يرمي برنامج بناء صورة الجزائر إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية، ضمن آفاق تجعل منها سوقا هامة وليست ثانوية.

## 2 : الأهداف المادية 2008-2015:

### - عدد الأسرة المطلوب توفيرها<sup>1</sup>

- على سبيل المثال ومن أجل استقبال 6.5 مليون سائح في ظروف جيدة، تمتلك تونس اليوم 220.000 سرير تجاري.
- إن هدف الجزائر في نهاية عام 2015 هو استقبال 2.5 مليون سائح، وباحترام نفس النسب لدى الجيران فهي تحتاج إلى 75.000 سرير من النوعية الجيدة.
- هدف الأقطاب ذات الأولوية هو تحقيق ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقع، أي 40.000 سرير بمقاس دولي منها 30.000 من الطراز الرفيع في المدى القصير جدا و 10.000 سرير إضافي في المدى المتوسط.
- و قد حدد المخطط سبعة أقطاب سياحية ستنطرق لها لاحقا.
- توفير 400.000 منصب شغل (مباشر، وغير مباشر )

## 3 : الأهداف النقدية للمرحلة 2008-2015:

- إن خطة الأعمال لوضع الجزائر على مسار يخدم السياحة، يتطلب تعبئة الاستثمار العمومي والخاص الضروري بين 2008-2015 بـ 2.5 مليار دولار أمريكي.

<sup>1</sup> - وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي : نفس المرجع ، ص.17.

يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي، العمومي والخاص، المادي وغير المادي (الهياكل الطبيعية الاتصال) بـ 60.000 دولار لكل سرير يوضع بكل الترتيبات، 55.000 دولار في استثمارات مادية و 5000 دولار في استثمارات غير مادية.

ومن أجل توفير 40.000 سرير التي يعتزم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للامتياز يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 2.5 مليار على مدى 7 سنوات إلى غاية (2015) أي 350 مليون دولار سنويا.

أما حصة الاستثمارات العمومية في الأقطاب السبعة، وإذا احتفظنا بالنسبة الاعتبارية المقدره بـ 15% بالنسبة لحصة الاستثمار العمومي (بما فيه المادي وغير المادي)، يتوجب على السلطات العمومية (بكل وزاراتها) التكفل بـ 375 مليون دولار على مدى 7 سبع سنوات الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز، أي 54 مليون دولار سنويا.

### جدول رقم (3) خطة الأعمال بالأرقام لسنة 2015.

السنة	2007	2015
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7%	3%
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200.000	400.000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية ص 18

من خلال الجدول نلاحظ أن مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 1.47 ضعف ما هو محقق سنة 2007، أما عدد الأسرة فإن مستوى التطور المستهدف حدد بـ 1.8 ضعف ما هو متاح حاليا لتصبح الطاقة الإجمالية مساوية لـ 159868 سريرا.

أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكانت بمعدل تطور قدر بـ 1.3 مرة مع نهاية الفترة 2015، في حين قدرت الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة بسنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعدا بيداغوجيا.

#### 4- المشاريع ذات الأولوية لتنمية القطاع السياحي:

تتجسد أهم المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في: (1)

- فنادق السلسلة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29.286 سريرا.
- عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي.
- إطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز.

والجدول التالي يوضح أهم المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز المنتشرة على المستوى الوطني.

<sup>1</sup> - وزارة تهيئة الأقاليم البيئية والسياحة، الكتاب 3، الأقطاب السياحية للامتياز والقرى السياحية للامتياز.

الجدول رقم(4): المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية بامتياز
23	شمال شرق
32	شمال وسط
18	شمال غرب
04	الجنوب الغربي للوحدات
02	الجنوب الغربي توات قورارة
01	الجنوب الكبير الأهقار
80	المجموع

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: برنامج الأعمال ذات الأولوية، ص19

من الجدول ينتظر أن تساهم مجموع المشاريع قيد الانجاز بالأقطاب السياحية السنة إلى تحقيق طاقة إيواء جديدة تقدر ب 5986 سريرا، وتوفير 8000 منصب شغل بعد الانتهاء من الإنجاز.

### المطلب الثالث: الآليات الخمس لتطوير السياحة في غاية 2030.

اعتمد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لتطوير السياحة أفق 2030 خمس آليات هي كالتالي:

- الآلية الأولى: مخطط "وجهة الجزائر".
- الآلية الثانية: تطوير أقطاب الامتياز السياحي.
- الآلية الثالثة: مخطط النوعية السياحية (Plan Qualité du Tourisme).
- الآلية الرابعة: مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص.



- الآلية الخامسة: مخطط تمويل السياحة (Plan Financement du Tourisme).

1- مخطط وجهة الجزائر: لتحسين صورة الجزائر كبلد سياحي، تبنت السلطات العمومية مخططا يقوم على ثلاث إجراءات هي:

- وضع إستراتيجية لتسويق المنتج السياحي الجزائري (دراسة العرض والطلب السياحي، تحديد الأسواق المستهدفة، تحديد الإستراتيجية التجارية).

- ترقية وسائل الاتصال لخدمة السياحة الجزائرية .

- وضع نظام دائم لمتابعة تطور القطاع السياحي<sup>1</sup>.

2- تطوير أقطاب الامتياز السياحي (Poles Touristiques d'excellence):

لتحسين صورة الجزائر السياحية وجعلها وجهة سياحية ممتازة ومستدامة وتنافسية ومتجددة وأصلية، عمل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 على النهوض بأقطاب الامتياز السياحي التي تتوفر على مؤهلات طبيعية ذات نوعية ومؤهلات أخرى والتي تسمح لها باستقطاب السياح الداخليين والخارجيين. وتتمثل أقطاب الامتياز السياحي في عدد من القرى السياحية للامتياز.

الجدول رقم (5): توزيع القرى السياحية للامتياز على الأقطاب السياحية للامتياز .

الأقطاب السياحية للامتياز	القرى السياحية للامتياز
قطب الامتياز السياحي الشمالي الشرقي	عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، سوق أهراس، تبسة
قطب الامتياز السياحي شمال وسط	الجزائر العاصمة، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلة، المدية، البويرة، تيزي وزو، بجاية.
قطب الامتياز السياحي الشمالي الغربي	مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، بلعباس، غليزان.
قطب الامتياز السياحي الجنوبي الشرقي (الواحت)	غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعه.
قطب الامتياز السياحي الجنوبي الغربي	توات، القرارة، القصور، أدرار، تيميمون، بشار.
قطب الامتياز السياحي الجنوب الكبير	طاسيلي ناجر، إليزي، جانت، الأهقار، تمنراست.

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة.

<sup>1</sup>- مغاري عبد الرحمان، تطور سياسات الاستثمار السياحي في الجزائر (1962-2012)، ملتقى الدولي الأول، التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية الأبعاد والأفاق، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الاجتماعية جامعة الطارف، الجزائر، يومي 3-4 مارس 2015،

### 3- مخطط النوعية السياحية (PQT):

يهدف هذا المخطط إلى تحسين نوعية العرض السياحي وتحسين صورته داخليا وخارجيا، وهذا من خلال إشراك الفاعلين السياحيين من فنادق كبيرة، مطاعم كبيرة، وكالات السياحة والأسفار، الدواوين المحلية الرئيسية السياحية. ولتحقيق هذا المخطط تم التركيز على نوعية التكوين، استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحسين نوعية الخدمة السياحية ومواكبة التطور الحاصل في هذا المجال.<sup>(1)</sup>

### 4- مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخاص:

تتحقق الشراكة القطاعين العام والخاص عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص معا، و ذلك من خلال تقسيم الموارد والأخطار، إذ تعمل الدولة على تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت الكبرى في خدمة السياحة، كما يعمل القطاع الخاص على ضمان أساسيات الاستثمار السياحي.<sup>(2)</sup>

### 5- مخطط تمويل السياحة (PFT):

بما أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري فإن عملية تحسين الريح وخاصة الريح الداخلي تتطلب إيجاد دعم ومرافقة من الدولة في كل العمليات، ويصبو مخطط التمويل إلى تحقيق الأهداف الخمسة التالية:

- حماية ومرافقة المؤسسة السياحية الصغيرة والمتوسطة؛
- السهر على تجنب المشاريع السياحية التوقف والذوبان؛
- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب؛
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي باللجوء إلى الحوافز الضريبية و المالية؛
- تسهيل وتكثيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية ، وخاصة في إطار بنك الاستثمار؛

1 - مغاري عبد الرحمان، تطور سياسات الاستثمار السياحي في الجزائر (1962-2012)، مرجع سابق، ص 26.

2 - عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2005) في ظل إستراتيجية السياحة الجديدة في المخطط التوجيهي

للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم الاقتصادية، التخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم

التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر 3، الجزائر، سنة 2013، ص 346.

- مرافقة المتعاملين المستثمرين، من خلال إجراءات مناسبة لدعم الاستثمار في القطاع السياحي تأخذ بعين الاعتبار طبيعة الاستثمار في هذا الميدان<sup>1</sup>.

### المبحث الثاني: إستراتيجية التنمية السياحية في تونس.

تعد تونس من أوائل الدول الإفريقية في مجال التنمية السياحية، إذ راهنت منذ البداية على السياحة الدولية، و باشرت أعمال التنمية السياحية في منتصف الستينات بوضع مشروع طموح، وحقت نجاحا كبيرا تؤكد الزيادة الملحوظة في حجم الحركة السياحية الوافدة إليها من 1.6 مليون سائح عام 1980 إلى 5.057 مليون عام 2000، كما ارتفع الدخل السياحي من 201 مليون دولار عام 1980 إلى 1.682 مليار دولار عام 2000 ، وبغية الحفاظ على المكتسبات المحققة و تطويرها في قطاع السياحة، عمدت الحكومة التونسية إلى إدراج استراتيجية للتنمية السياحية تمتد على مدي 15 سنة و بدأ تنفيذها بداية من 2001 وتنتهي سنة 2016، تتضمن جملة من الأنشطة السياحية الكفيلة بتذليل المعوقات و تسمح بتحقيق أهداف الخطة.

#### المطلب الأول: الأهداف العامة للتنمية السياحية :

لقد تم اعتماد ثلاثة أهداف رئيسية ضمن المخطط الوطني للتنمية السياحية تتمثل في (التنافسية، المرودية، الاستدامة )، وذلك بالاعتماد على مصفوفة SWOT<sup>2</sup> ( الإمكانات الفرص التهديدات، القوة والضعف).

إن الأهداف المذكورة سابقا تشكل فيما بينها وحدة واحدة لا يمكن فصلها عن بعضها، وفيما يلي نستعرض هذه الأهداف<sup>3</sup>.

**1-التنافسية:** هذا الهدف يسمح بزيادة تنافسية السياحة التونسية كمنطقة جذب سياحي من الطراز الدولي و تكوين صورة سياحية حقيقية عن طريق الأعمال الفعلية التي تؤدي إلى تنمية منتج الأسفار الذي يتمتع بقيمة عالية ، مع تخفيض أسعار النقل ، حيث أن المنافسة على السوق الأوروبي أصبحت تتوسع باتجاه و جهات أخرى ( الكاربيب، جنوب آسيا الخ )، كوجهات منافسة لدول البحر الأبيض المتوسط، باستخدام

<sup>1</sup> - عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات...، مرجع سابق، ص 353.

<sup>2</sup> SWOT اختصار لأربع كلمات : Strength وتعني نقاط القوة، Weakness نقاط الضعف ، Opportunities الفرص ، Threats فهي التهديدات، حيث تمثل نقاط القوة و الضعف عوامل داخلية، أما الفرص و التهديدات فهي عوامل خارجية.

<sup>3</sup> Evaluation du tourisme tunisien rapport étude equipe jica pp.75-78.

خطة تخفيض أسعار النقل الجوي، وهي عملية تتطلب مجهودات على كل الجبهات، ومن بينها العمل على التحسين المستمر لعوامل الجذب الثقافي والطبيعي والتي عادة ما تستهوي وتحفز السواح على طلب هذا النوع من المنتج السياحي.

وهذا لا يتم فقط بتحسين المواقع الموجودة حاليا و إنما البحث عن نظام يدير و يخلق برامج لتنشيط هذه المقاصد، وترتبط نوعية الخدمات الأساسية بالإيواء، الإطعام، التنزه ( الاستجمام ) مما يستدعي أن تحسن تلك الخدمات حتى تصبح في مستوى المعايير الدولية وهو الأمر الذي يؤدي إلى تحسين صورة البلد بالخارج.

أخيرا فان تعبئة المنتج و طريقة تسويقه إلى الفئات الأجنبية المستهدفة يسمح بحجز شرائح أكثر إنفاقا، كما يسمح أيضا بتقليل الاعتماد على المتعاملين الأوروبيين الأكثر حساسية لعنصر السعر والجودة، فالسوق يتأثر بالجودة العالية للمنتج السياحي و يجعل إعادة التموقع والترتيب للقطاع السياحي التونسي أمرا ممكنا، والنتيجة هي استهداف السياح الأكثر إنفاقا مع تدفقات طوال السنة، مع التقليل من التقلبات الموسمية .

إن السياحة ليست فقط الفندقية و لكن هي توفيقه بين الخدمات، الإيواء ، الإطعام ، التربية ، الثراء الثقافي، الرياضة، الأحداث المهنية، التسوق، التنوع، و لتدعيم التنافسية، علي المهنيين بقطاع الأسفار في تونس التحكم في الأدوات التي توفر منتوجا قابلا للمتاجرة و يتمتع بخبرة عالية الجودة.

**2- المردودية:** الهدف الثاني من السياسة التنموية للسياحة التونسية رفع جذري لمستوى الفعالية التي تضمن مستوى عاليا من الرضا من جانب سياح البلدان المستهدفة، وعرض ما يبحث عنه سائحو هذه البلدان، بمستوى جودة يبرر أسعار هذه الخدمات، وهذا ما يجعل القطاع السياحي أكثر مردودية.

إن هذه النتائج قابلة للقياس من خلال إجراء الدراسات المتكررة التي تمس السواح و تقيس مستوى رضاهم، إن مدخل تحسين النوعية يشمل عددا متنوعا من المؤسسات في القطاعين ( العام، و الخاص )، كما أن السوق الدولي للسياحة يجرى و يكافئ النوعية الجيدة للمنتج السياحي، وتونس قادرة بالتأكيد على

عرض منتج سياحي ذي مستوى عال من الجودة إذا ما اتخذت الإجراءات المناسبة لذلك، و من بينها الاستراتيجيات الآتية<sup>1</sup>:

- جودة عالية للمواقع السياحية الثقافية ورحلات ذات قيمة ترفيهية و ثقافية عالية و بأسعار مرتفعة.
  - نوعية جيدة لمؤسسات الإيواء مقابل أسعار مرتفعة للغرف الفندقية.
  - العمل على تقليل النقد الهدام، والعمل على تحسين صورة تونس السياحية لدى الأسواق المستهدفة.
  - توفير اليد العاملة الكفاء في الفنادق مع تخفيض العمالة الموسمية وجعلها دائمة طوال السنة.
  - إمكانيات استهداف شرائح أكثر إنفاقا من السياح المهتمين بالمنتج السياحي الثقافي و سياحة المؤتمرات، أي حث السائح على الإنفاق وتشجيعه على الدفع أكثر.
- 3- الاستدامة :** إن الهدف الثالث من السياسة التنموية للسياحة التونسية حدد إجمالا في الاستخدام الكفاء للموارد والبحث في إمكانية استدامتها، بالاستعمال الأمثل دون إحداث أي تأثيرات سلبية تؤدي إلى الانخفاض الدائم من قدراتها.
- إن الكفاءات في مجال تسيير الموارد المالية، والعمالة المؤهلة والمزايا البيئية والثقافية كونها موارد نادرة تعد الضمانة لتحقيق التواصل والديمومة على المدى الطويل.
- إن هدف الاستدامة تتطلب القيام بمجموعة من الأنشطة المرتبطة بالبيئة الطبيعية المتواجدة في المناطق الساحلية التي تمت تهيئتها، وكذا المناطق الداخلية مثل المدن القديمة، و الفضاءات القاحلة و البحيرات المالحة في أقصى الجنوب التونسي، كما توجد مناطق مطلوب ترقيتها و تتطلب تسييرا لمواردها من قبل هيئات الوصاية الحكومية.

<sup>1</sup> Evaluation du tourisme tunisien rapport étude équipe jica. p.77.

المطلب الثاني : الأهداف الكمية .

### 1- تقديرات التدفقات البشرية ( السياح الأجانب ):

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 السياحي المستقبلي منها:

- تحسين البنى التحتية المحلية، الإنشاءات و الخدمات، كثافة التسويق وترقية المنتج... الخ.
- الأوضاع الاقتصادية بالدول الرئيسية المصدرة للسواح نحو تونس.
- الاستقرار السياسي بالمنطقة.

لقد تم اعتماد جملة من الفرضيات في التنبؤ بالطلب السياحي على المنتج التونسي منها<sup>1</sup>:

- ارتفاع وتيرة الدخول السياحي كنتيجة لمجهودات التسويق السياحي الذي تقوم به تونس اتجاه السوق الأوروبي، حيث أن معدل النمو المتوقع سيكون مستقرا على المدى الطويل ومحصورا بين 3%-3.5% سنويا وهو ما يتقارب مع معدل تقديرات المنظمة العالمية للسياحة لنمو السياحة الأوربية خارج حدود أوروبا.

- ارتفاع عدد السياح القادمين من أوروبا الشرقية بوتيرة متسارعة بما يتوافق مع النمو الاقتصادي الحاصل في هذه البلدان.

- معدل نمو التدفق السياحي من بلدان المغرب العربي سيبقى محافظا على نفس الوتيرة قبل 2001 رغم التغير في المناخ السياسي مثال ليبيا بعد رفع الحظر الجوي سيؤثر بالسلب على التدفقات البشرية من ليبيا نحو تونس وذلك باختيار وجهات سياحية أخرى من قبل السواح الليبيين لكن مع المجهودات التسويقية من قبل السلطات التونسية سوف يكون هذا التأثير محدودا على المدى الطويل.

<sup>1</sup> Evaluation du tourisme tunisien, rapport jica, P.11.

- على الرغم من أن عدد السياح القادمين من أمريكا، اليابان، استراليا قليل العدد فإنه يتوقع أن يكون معدل نمو التدفقات من هذه البلدان نحو تونس في تزايد مستمر بسبب الجهود المبذولة في مجال ترقية المنتج السياحي التونسي بهذه المناطق.

بناء على ما سبق، فقد اعتمدت سياسة التنمية السياحية في تونس في تقدير التدفقات المستهدفة على اثنين من السيناريوهات:

**السيناريو A:** يفترض هذا السيناريو وجود مخطط وطني للتنمية السياحية، تظهر ملامحه من خلال اعتماده على معدل نمو مرتفع على أساس أن المحددات الخارجية سوف لن تشهد تغيرا على المدى القصير، وأن المنشآت السياحية والخدمات المقدمة وهياكل الاستقبال القاعدية الأخرى سيتم تحسينها بصورة قوية حتى تستطيع تلبية احتياجات السواح، هذا ما يؤدي في نفس الوقت إلى بذل جهد من أجل تنمية السوق السياحي، وفيما يلي الجدول الموالي المبين للتقديرات المرصودة ضمن السيناريو A.

الجدول رقم (6): تقديرات السواح القادمين إلى تونس للفترة ( 2001-2016 ).

الوحدة : بالآلاف

المنطقة	99تدفق حقيقي	2001	معدل النمو سنوي 001-99	2006	معدل النمو سنوي 006-001	2011	معدل النمو سنوي 011-06	2016	*TCMA
إجمالي أوروبا	3461	3926	%6.5	5070	%5.2	6362	%4.6	7850	%4.3
أوروبا الغربية	3025	3399	%6	4265	%4.6	5174	%3.9	6191	%3.7
أوروبا الشرقية	211	279	%15	493	%12	793	%10	166	%8
المغرب العربي	1263	1263	%00	1429	%2.5	1656	%3	1967	%3.5
أمريكا الشمالية	27	32	%8	46	%8	68	%8	100	%8
أخرى	81	83	%1	108	%5.5	152	%7	213	%7
المجموع	4832	5303	%4.8	6653	%4.6	8238	%4.4	10130	%4.2

SOURCE: ONTT<sup>1</sup>. Prévision de la demande pour 2016, p. 91.

\* TCMA; taux de croissance moyen annuel

<sup>1</sup> ONTT. OFFICE NATIONAL DU TOURISME TUNISIEN.

وفق السيناريو B : حيث يفترض هذا السيناريو عدم وجود مخطط و طني للتنمية السياحية، مع تبني معدل نمو منخفض على أساس أن المحددات الخارجية لن تتغير بشكل جذري على المدى الطويل، كما أن المنشآت السياحية الوطنية، الخدمات المقدمة و الهياكل السياحية المختلفة للدعم و الإسناد ستبقى في مستوى يلبي الحد الأدنى لاحتياجات السياح، وأن الجهود التنموية لقطاع السياحة ستبقى في نفس المستوى الحالي طيلة مدة الاستراتيجية، وفي ما يلي جدول يبين التقديرات المرصودة وفق السيناريو B:

**الجدول رقم (7): تقديرات السياح القادمين إلى تونس للفترة ( 2001-2016 )**

الوحدة : بالآلاف

المنطقة	99تدفق	2001	معدل النمو	2006	معدل النمو	2011	معدل النمو	2016	TCMA
إجمالي أوروبا	3461	3926	%6.5	4802	%4.1	5668	%3.4	6581	%3
أوروبا الغربية	3025	3399	%6	4061	%3.6	4691	%2.9	5381	%2.8
أوروبا الشرقية	211	279	%15	450	%10	646	%7.5	825	%5
المغرب العربي	1263	1263		1360	%1.5	1465	%1.5	1579	%1.5
أمريكا	27	32	%8	42	%6	57	%6	76	%6
أخرى	81	83	%1	101	%4	128	%5	164	%5
المجموع	4832	5303	%4.8	6305	%3.5	7319	%3	8399	%2.8

SOURCE : ONTT, prévision de la demande pour 2016, p .91.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن التقديرات و فق هذا السيناريو ( B ) تتوقع أن يصل عدد السياح المستهدفين إلى 6.3 مليون سائح مع نهاية 2006، و 7.3 مليون سنة 2011 ، و 8.4 مليون سائح سنة 2016، أي بمعدل نمو متوسط 3.1% خلال فترة الخطة ( 2001-2016 ) وهو ما يتوافق مع تقديرات المنظمة العالمية للسياحة.

**2- تقديرات الليالي السياحية:**

لقد تم إعداد التقديرات الخاصة بالليالي السياحية بناء على تقديرات دخول السياح المنجزة سابقا، بالإضافة إلى فرضية متوسط الإقامة، أما من حيث تقديرات متوسط الإقامة فقد تم تقسيم السوق السياحي إلى أربع مناطق وهي دول غرب أوروبا، دول شرق أوروبا، المغرب العربي، مناطق أخرى و الجدول الموالي يبين متوسط مدة الإقامة حسب المناطق المشار إليها أعلاه.



جدول رقم (8): تقديرات متوسط مدة الإقامة لكل سائح حسب المناطق للفترة ( 2001-2016 )

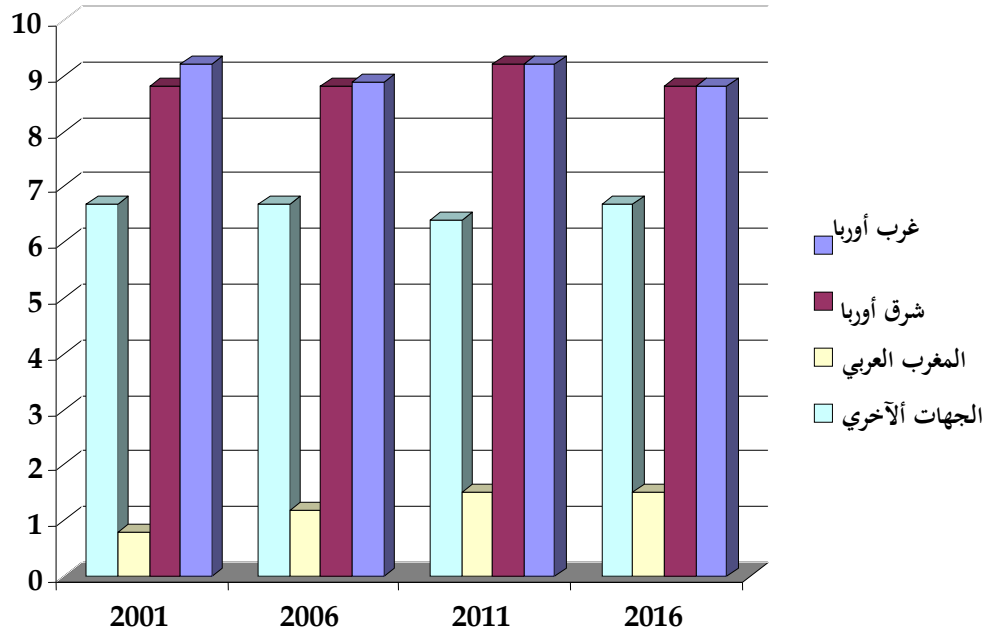
الوحدة: ليلة سياحية

2016	2011	2006	2001	الجهة
.8.8	.9.2	8.9.	.9.2	غرب أوروبا
.8.8	.9.2	.8.8	.8.8	شرق أوروبا
.1.5	.1.5	.1.2	.0.8	المغرب العربي
.6.7	.6.7	.6.7	.6.7	الجهات الأخرى

Source : ONTT, prévision de la demande pour 2016, P. 92.

ومن خلال الجدول السابق فان توزيع متوسط الإقامة يوضحه الشكل الموالي.

الشكل رقم (3): تقديرات متوسط مدة الإقامة لكل سائح حسب المناطق.



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات الجداول السابقة.

حيث نلاحظ أن دول غرب أوروبا تتصدر بقية المناطق من حيث طول مدة الإقامة الخاصة بسائحيها المتوجهين إلى تونس، و يميل السياح القادمون من هذه المنطقة إلى قضاء عطل قصيرة المدة إلا أنها متكررة خلال السنة.

بالنسبة لسواح دول شرق أوروبا فان متوسط مدة الإقامة كان في حدود 8.8 ليلة سياحية و هو متوسط ثابت مما يعني أن اتجاه النمو في وضعيه التشبع<sup>1</sup>.

بالنسبة للمناطق الأخرى فإن تقدير متوسط مدة الإقامة بقي ثابتا خلال فترة الخطة وفي حدود 6.7 ليلة سياحية، والسبب هو أن أكثر سواح باقي المناطق المتوجهين إلى تونس يفضلون السياحة الثقافية، وهذا النوع من السياحة لا يتطلب مدة إقامة طويلة مقارنة بالسياحة الشاطئية.

انطلاقا من الجدول السابق الخاص بتقديرات متوسط مدة الإقامة و الجداول المتعلقة بتقديرات السواح القادمين إلى تونس للفترة (2001-2016) ( وفق السيناريو A، B) فإن تقديرات الليالي السياحية تأتي مفصلة في الجدولين المواليين

الجدول رقم (9) تقديرات الليالي السياحية للفترة 2001-2016 وفق السيناريو A معدل النمو مرتفع

الوحدة : ألف ليلة سياحية

المنطقة	1999 الحالي	2001	2006	2011	2016	TCMA
إجمالي أوروبا:	31719	36006	45534	56543	69084	4.4%
غرب أوروبا	29893	33547	41199	49563	58827	3.8%
المغرب العربي	703	1010	1429	1987	2950	7.4%
باقي المناطق	728	765	1035	1472	2095	6.9%
الإجمالي	33150	37781	47988	60002	74129	4.6%

Source : ONTT, prévision de la demande pour 2016 , P. 93.

من خلال الجدول نلاحظ أن تقديرات الليالي السياحية كانت في حدود 48 مليون ليلة سياحية

مقدرة مع نهاية 2006، و 60 مليون ليلة سياحية مع نهاية 2011 ، و 74 مليون ليلة سياحية مع نهاية

<sup>1</sup> عامر عيساني، مرجع سابق، ص 200 ،

فترة الخطة 2016، و كان معدل النمو المتوسط السنوي لليالي السياحية خلال الفترة 2011-2016 مقدرا ب 4.6% سنويا.

الجدول رقم (10): تقديرات الليالي السياحية للفترة 2001-2016 وفق السيناريو B معدل النمو منخفض  
الوحدة : ألف ليلة سياحية

TCMA 2016-2011	2016	2011	2006	2001	1999 الحالي	المنطقة
%3.2	57915	50383	43131	36007	31719	إجمالي أوروبا منها
%2.8	50657	44696	39170	33547	29893	غرب أوروبا
%7.5	7258	5687	3961	2460	1826	شرق أوروبا
%5.8	2368	1758	1360	1010	703	المغرب العربي
%5.1	1605	1239	957	765	728	باقي المناطق
%3.3	61888	53380	45448	37782	33150	الإجمالي

Source: ONTT, prévision de la demande pour 2016, P.93.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن التقديرات الخاصة بالليالي السياحية جاءت موزعة على النحو التالي: 45.4 مليون ليلة سياحية مع نهاية 2006، 53.4 مليون ليلة سياحية مع نهاية سنة 2011 ، و 61.9 مليون ليلة سياحية في نهاية الخطة 2016 أي بمعدل نمو متوسط سنوي 3.3%.

### 3- تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة ( طاقات الإيواء):

تم تقدير طاقات الإيواء المطلوب إنجازها تماشيا مع أهداف السياسة السياحية و بناء على توقعات تدفقات السياح الأجانب من جهة، و من جهة أخرى متوسط الإقامة المرصودتين خلال فترة الخطة، و قد تمت على أساس السيناريو A (معدل نمو مرتفع) كما شملت التقديرات ثماني مناطق

سياحية، والجدول الموالي يبين تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة المطلوب توفيرها تماشياً و مرحلة الخطة.

الجدول رقم (11) تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة حسب المناطق للفترة (1999-2016)

الوحدة : ألف سرير

السنوات	المنطقة	الحالي 1999	2006	2011	2016
منطقة تونس العاصمة	18.1	21.8	24.9	29	
الحمامات، نابل	45.6	53.4	62	72.9	
سوسة	40.4	56.7	68.4	80.6	
جربة	41.1	60.8	75.1	88.6	
توزر	10.2	11.7	14.1	19.2	
بنزرت	2.7	2.2	2.5	2.9	
تبرقة	3.9	4.8	5.8	6.7	
المونستير	29.9	42.2	50.7	59.8	
الإجمالي	192	253.6	303.5	359.6	

SOURCE: ONTT, prévision de la demande pour 2016, P .104.

#### 4- تقدير حجم العمالة بقطاع السياحة:

في إطار مخطط تنمية الموارد البشرية المرافق لمخطط التنمية السياحية على امتداد فترة الخطة (1999-2016)، وبغية توفير الكادر البشري الذي يسهر على تنفيذ الخطة من جهة، و تدعيم القطاع بكافة الاحتياجات البشرية، سواء المرتبطة بالقطاع (العمالة المباشرة) أو القطاعات الداعمة أي المرتبطة

بالقطاع بطريقة غير مباشرة، من جهة أخرى تم ضبط الاحتياجات من الموارد البشرية في حدود 5000 عون جديد سنويا و الجدول الموالي يبين حجم العمالة المخططة خلال فترة الإستراتيجية.

الجدول رقم (12) حجم العمالة المرافقة لتنفيذ الخطة 1999-2016

2016	2011	2006	1999	السنوات البيان
173146	145719	119511	90216	عمالة مباشرة منها)
130891	110470	90714	68637	عمالة بالفنادق
28796	24304	19957	15159	المطاعم
13459	10945	8837	6420	باقي الأنشطة السياحية
421019	354138	298109	233737	عمالة غير مباشرة
594164	499857	417619	323953	مجموع العمالة

Source : Objectifs et stratégies de développement du tourisme tunisien, Rapport final. EQUIPE

D' ETUDE JICA.

### المطلب الثالث: أدوات تنفيذ استراتيجية التنمية السياحية :

هناك عشر استراتيجيات فرعية استتبقت و طورت من اجل تحقيق الثلاث أهداف المرجوة ،و أخذت بعين الاعتبار تحليل SWOT ، حيث أن كل هدف مبني مباشرة على ثلاث أو أربع خطط ، تهدف إلي التغلب على نقاط ضعف القطاع.

فالاستراتيجيات المبينة لاحقا تهتم بالنقاط المهمة والتي تعتبر المفتاح الحقيقي للنهوض بالقطاع السياحي، بعضها يمكن أن يحقق هدفا أو الأهداف الثلاثة كاملة، وكلها مرفوقة ببعض الأنشطة على المدى القصير وال المدى الطويل.

### 1- استراتيجيات تحقيق التنافسية:

لقد استدعى العمل من أجل تحقيق هدف التنافسية للوجهة السياحية لتونس إدراج ثلاث استراتيجيات أساسية وهي<sup>1</sup>:

#### أ- إستراتيجية إنشاء قطب جذاب و إطلاق مواضيع أقوى عن السياحة التونسية:

هذه الإستراتيجية تهدف إلى إنشاء اتجاهات سياحية من الطراز العالي، تساهم في جعل الوجهة التونسية من أهم النقاط السياحية في السوق العالمية و تحفز السائح على أن يتجه نحو تونس للاستفادة من هذه المنتجات المتميزة مثل ما هو معروف في بعض الوجهات السياحية المنافسة ( أهرامات الجيزة بمصر، مدينة مراكش المغرب، البتراء بالأردن )،

#### ب- إستراتيجية تنويع المنتجات السياحية المعروضة:

العمل على توفير منتجات سياحية متنوعة وذات نوعية رفيعة مطابقة للمواصفات العالمية ،مع الاستجابة لما يطمح إليه السائح القادم إلى تونس.

كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى القضاء على نقاط الضعف التي يعاني منها القطاع السياحي التونسي والمرصودة من خلال تحليل SWOT وهي:

- ارتباط كبير بسوق واحد وهي السوق الأوروبية.

- مردودية ضعيفة بالنسبة للصناعة السياحية.

#### ج- استراتيجيات إدخال نظرة تسويقية جديدة:

أي العمل على تقديم نظرة تسويقية جديدة و تكون متجددة تماشيا و التطور التكنولوجي فالأساليب القديمة التي كانت معتمدة في تسويق الوجهة التونسية وهي بلد ببلد يجب أن تكون أكثر هجومية وترتكز على المنتجات المتنوعة، كسياحة المؤتمرات أو السياحة ذات الطابع الثقافي الاكتشاف وما إلى ذلك .

### 2- استراتيجيات تحقيق المردودية: تم اعتماد ثلاثة استراتيجيات فرعية لتحقيق هدف المردودية، وقد

<sup>1</sup> Objectif et stratégies de développement du tourisme tunisien , rapport final étude equipe jica, p .79.

جاءت على النحو التالي<sup>1</sup>:

أ- إستراتيجية تحويل المحطات الشاطئية التونسية إلى وجهات ذات تنافسية: لقد عرفت المناطق التونسية للمحطات الاصطيافية الشاطئية تطورا منذ خمسينيات القرن الماضي، و كانت تمثل أهم المنتوجات السياحية التونسية، وتهدف هذه الإستراتيجية إلى تحسين هذه المحطات و جعلها أكثر جذبا للسواح من خلال ما توفره من خدمات نوعية ووسائل للترفيه والراحة، كما تهدف إلى تحسين أسلوب التسيير ومن ثم الرفع من مستوى النوعية و المردودية للخدمات الفندقية،

كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى معالجة النقائص التالية:

\* مستوى رضى ضعيف لدى السائحين ونتائج محدودة لتكرار الزيارة.

\* نوعية المنتج السياحي والخدمات المعروضة دون مستوى المعايير الدولية.

\* ضعف مردودية الصناعة السياحية.

ب- إستراتيجية تحسين جذري للتكفل بالزوار ولوحات الإشارة في الأماكن السياحية:

أغلبية السواح القادمين إلى تونس يتجهون أثناء إقامتهم إلى أماكن سياحية متعددة ثقافيا، سواء كانت في زيارات منظمة أو اصطيافية تخص السياحة الشاطئية، و لأجل استفادة هؤلاء السياح من هذا التنوع السياحي أي زيارة أماكن مختلفة فان العمل المطلوب هو الإسراع في إدخال الكثير من التحسينات الجذرية، منها تهيئة هذه الأماكن بتجهيزات إضافية تسمح بتوجيه و إعلام زائري هذه المقاصد السياحية، وتحسين المنتج السياحي بصفة دائمة، كما تساهم في رفع الأسعار تماشيا ونوعية الخدمات المقدمة والتي بدورها تعمل على تحسين مردودية القطاع،

هذه الإستراتيجية يمكنها كذلك معالجة النقائص المسجلة المشار إليها في النقطة أ أعلاه بالإضافة إلى:

\* معالجة النقص في هياكل التكفل، الإعلام والتهيئة في الأماكن الثقافية، المتاحف و المدن الأثرية.

ج- استراتيجية الإسراع في تنمية الموارد البشرية من أجل تشجيع الإنتاجية:

<sup>1</sup> Objectif et stratégies de développement du tourisme tunisien, rapport jica, p.82. .

السياحة عبارة عن مجموعة من الخدمات مقدمة من شخص إلى شخص آخر، فالنوعية الجيدة للخدمات أمر مهم للنهوض بالقطاع السياحي في أي بلد كان، فبالنسبة لتونس و بغية جعل العنصر البشري في مستوى أداء جيد للخدمة السياحية و ذي دور ايجابي في تنمية القطاع حضرت برامج تكوينية لتحسين وتنمية الموارد البشرية يمكنها أن تخفض الاحتجاجات من طرف الزبائن و تبرر مستوى الأسعار المرتفعة.

### 3- استراتيجيات تحقيق الاستدامة(الديمومة):

تتضمن موارد السياحة التونسية ، كامل شواطئ ساحل البحر الأبيض المتوسط المحاذية لإقليم تونس، الصحراء، الواحات، المحميات الطبيعية، المواقع الأثرية، و المدن التاريخية، و موارد أخرى ملموسة و غير ملموسة، وتشهد هذه الموارد المتنوعة و المختلفة علامات التدهور والاندثار لبعضها، لذا كان الانشغال الجوهري و صيانة هذه الموارد، حتى تتحمل عبء توافد السواح الذي يزداد من سنة إلى أخرى، وهذا من خلال ما تضمنته جملة الاستراتيجيات المرسومة للنهوض بالقطاع السياحي والتي تم ضبطها ضمن أربع استراتيجيات.

#### أ- استراتيجية تسيير جدي للمحيط:

فالموروث التونسي يحتاج إلى تسيير حذر سواء على مستوى المحيط العمراني أو الطبيعي و ذلك للحد من التدهور و الاندثار، و قد جاء المخطط الوطني بجملة من التوصيات كفيلة بتحقيق هذه الغايات ومنها على سبيل المثال<sup>1</sup>:

- تهيئة المناطق السياحية وجعلها متجانسة مع المحيط.
  - تحسين برامج معالجة النفايات الصلبة داخل المدينة الأثرية.
  - جرد آلي للهياكل المتواجدة في المناطق العمرانية الهشة وخاصة في المدن والأحياء القديمة.
  - تعزيز القدرات المؤسسية لتسيير المحيط في المناطق السياحية.
- كما تهدف هذه الإستراتيجية إلى معالجة جملة من النقائص أهمها:

- تخفيف الأضرار علي البيئة الطبيعية و الثقافية.

<sup>1</sup>Objectif et stratégies de développement du tourisme tunisien, rapport jica, p.85.



ب- إستراتيجية تعزيز قدرات الهيئات والمتعاملين في القطاع السياحي:

تدعيم الأداء المؤسسي والتنسيق بين مختلف الهيئات الحكومية المعنية، القطاعات العامة و الخاصة مما يسمح بتحقيق مردود ايجابي لكل المتعاملين في القطاع وهذه العملية تتأتى من خلال النشاطات التالية:

\* تسيير محكم للخدمات المعلوماتية للسواح من طرف الديوان الوطني للسياحة التونسي.

\* تطوير بنك معلوماتي للصناعة طبقا للمقاييس العالمية.

\* تكفل الهيئة المستقبلية بالسواح والزوار في الأماكن الأثرية و المتاحف، فالديوان الوطني للسياحة التونسي لا يستطيع لوحده التكفل والمراقبة لكافة الموارد التي توفر المنتج السياحي التونسي، إذ لا بد من التنسيق بين جميع القطاعات والمتعاملين في قطاع السياحة، هذه الإستراتيجية سوف تساهم في حل المشاكل و النقائص المرصودة في هذا المجال .

ج- إستراتيجية تحسين الهياكل القاعدية : فالخطة تضمنت الكثير من العمليات المتعلقة بالهياكل نظرا لأهميتها منها و سائل النقل و طرق النقل خاصة الموصلة إلى المناطق السياحية والثقافية و أهم العمليات المدرجة هي:

- تحسين الإشارات للوصول إلى المناطق السياحية.

- تحسين الاتصالات والربط الكامل للزوار.

- تحسين الطرق المحيطة بالمناطق السياحية.

د - استراتيجية إدخال برامج و منتجات تكميلية متجددة:

فهناك مجموعة من البرامج و الخطط التكميلية مقترحة لتقليص موسمية النشاط والرفع من المردودية، وبصفة عامة تحسين محيط العمل لكافة الأنشطة المرتبطة بالسياحة، من خلال التنوع الذي يسمح في النهاية بتمديد الموسم السياحي.

المبحث الثالث: إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب.

تم التطرق في هذا المبحث للأهداف العامة للإستراتيجية السياحية للمغرب بالإضافة إلى الأهداف الكمية والنقدية كما تم عرض الأدوات و الآليات المتبعة لتنفيذ الاستراتيجية السياحية في المغرب رؤية 2010.

المطلب الأول: الأهداف العامة للإستراتيجية السياحية في المغرب .

أولاً: المراحل الرئيسية للسياسية السياحية في المغرب.

بدأت المراحل الأولى للسياسة السياحية في المغرب بإنشاء الديوان الوطني المغربي للسياحة سنة 1918 ، وانتهاء بالإعلان عن الرؤية الجديدة للسياحة أفاق 2020 وذلك عام 2011.

والجدول الموالي يبين المراحل الرئيسية و المحطات الزمنية التي مرت بها السياسة السياحية في المغرب.

جدول رقم(13): مراحل السياسة السياحية في المغرب من سنة 1918 إلى غاية 2011.

النشاط	السنة
إنشاء الديوان الوطني المغربي للسياحة O.N.M.T-	1918
إنشاء وزارة السياحة المغربية	1965
أول مخطط يعلن السياحة كأولوية وطنية	1965-1967
إنشاء الشركة الوطنية لتهيئة خليج أغادير وطنجة	1968
إصدار أول قانون للاستثمار السياحي	1973
إصدار قانون جديد للاستثمار السياحي	1983
إصدار ميثاق الاستثمار السياحي الجديد	1995
الإعلان عن الرؤية الوطنية للسياحة أفاق 2010	2001
الإعلان عن الرؤية الوطنية للسياحة أفاق 2020	2011

Source : Haut Commissariat au Plan, Royaume de Maroc, « Prospective Tourisme 2030, quelle ambitions pour le Maroc ».p.11.

نلاحظ من خلال الجدول ، أن الاهتمام بالقطاع السياحي في المغرب كان منذ فترة بعيدة بدأت في سنة 1918 من القرن الماضي، وانطلاقا من المخطط الثلاثي (1965-1967) تقرر إعطاء الأولوية للسياحة باعتبارها قطاعا ذا أولوية وطنية ، وتحول من مجرد جالب للعملة الأجنبية إلى المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بوجه عام ، وتم إصدار أول قانون للاستثمار السياحي عام 1973 ، وتعزز المناخ الاستثماري في السياحة بعد إصدار ميثاق الاستثمار السياحي عام 1995، وبدأت الإستراتيجية السياحية الأولى المعروفة برؤية 2010 في سنة 2001 والتي غطت العشرية -2001-2010 ثم تلتها الرؤية الجديدة المعروفة برؤية 2020 في سنة 2011 والتي تمتد خلال العشرية الموالية -أي من 2011 إلى غاية نهاية 2020.

ثانيا: الأهداف العامة لإستراتيجية تنمية السياحة في المغرب.

### 1- الأهداف العامة لرؤية 2010 (المرحلة الأولى).

تم الإعلان عن الإستراتيجية المغربية للتنمية السياحية "رؤية 2010" خلال الجلسات الأولى للسياحة في المغرب المنعقدة بمراكش بتاريخ 10 جانفي 2001.

وقد جاءت هذه الرؤية بعد التراجعات التي عرفها قطاع السياحة في المغرب ، تمثل في انخفاض عدد الوافدين والليالي السياحية والإيرادات السياحية ، خصوصا في عقد التسعينيات من القرن الماضي ، و قد أسفر ذلك الوضع عن صعوبات وتداعيات مست الكثیر من المستثمرين والمهنيين السياحيين .

وخلال منتصف عام 2000 قامت الفيدرالية المغربية للسياحة بتقديم مشروع البرنامج/العقد ( - Contrat Programme) تحت شعار"السياحة رؤية وتحديات وإرادة" وذلك بهدف إعطاء نفس جديد للسياحة وتحويل المغرب من أهم الوجهات السياحية العالمية ، باستغلال ما يتمتع به من مقدرات طبيعية وإمكانات مخزنة في الجانب التاريخي والحضاري.

و قد سجل المغرب تراجعا في المؤشرات السياحية الرئيسية بنسبة 23 % خلال الأشهر الأخيرة من عام 2001 بسبب إحداث الحادي عشر من شهر سبتمبر 2001.

ويمكن تلخيص الأهداف والتوجهات العامة لرؤية 2010 فيما يلي:

- جعل المغرب من بين 25 وجهة سياحية الأولى في العالم .
- التمتع الجيد للسياحة الشاطئية مع تطوير منتجات سياحية أخرى.
- تحسين التنافسية من خلال النوعية /السعر .
- تكوين يد عاملة متدربة في القطاع السياحي .
- تقوية الترويج للمنتج السياحي .
- بعث ديناميكية للمناخ الاستثماري ودعم الاستثمار السياحي من خلال العقار السياحي، الجباية والتمويل.
- التنمية الجهوية لكافة مناطق التراب المغربي بإقامة أقطاب للتنمية المندمجة .

### 2-الأهداف العامة لرؤية 2020 (المرحلة الثانية).

تم صياغة الأهداف العامة لرؤية 2020 بعد مراجعة وتقييم الأهداف المخططة والمحقة في رؤية 2010 وتم الإعلان عنها في 30 نوفمبر 2010 بمراكش، وترمي رؤية 2020 إلى ضمان استمرارية وتعزيز انجازات رؤية 2010 وتحديد أهداف جديدة مع التركيز على محورين أساسيين بالنسبة للعشرية - 2011-2020 يتمثلان في دعم الشراكة بين القطاعين العام والخاص وإدراج مفهوم جديد يكمن في التنمية الجهوية المستدامة .

ويمكن تلخيص أهداف رؤية 2020 فيما يلي<sup>1</sup>:

- جعل المغرب قوة سياحية تنافسية في السوق العالمي ومن بين أفضل 20 وجهة سياحية أولى في العالم.
- جعل المغرب مرجعا في السياحة المستدامة ولا سيما في حوض البحر الأبيض المتوسط.
- تحسين البنية التحتية في السياحة بما يتماشى والمعايير الدولية .
- مضاعفة حجم القطاع السياحي (انطلاقا من رؤية 2010).

<sup>1</sup> وزارة السياحة المغربية <http://www.tourisme.gov.ma/ar>

-مضاعفة عدد الرحلات السياحية الدولية وجلب حصة من السياح من الأسواق الصاعدة.

-مضاعفة عدد الرحلات الداخلية 3 مرات بهدف ديمقراطية وتشجيع السياحة الداخلية.

المطلب الثاني: الأهداف الكمية والنقدية للاستراتيجية المغربية للسياحة.

أولاً: الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2010.

تعتبر الأهداف المسطرة في رؤية 2010 جد طموحة، بالمقارنة مع السنة المرجعية ، وبالنظر إلى الأرقام المستهدفة في الخطة العشرية ، والجدول الموالي يوضح أهم المؤشرات السياحية المستهدفة خلال الفترة الممتدة من 2001 الى غاية 2010.

جدول رقم(14): الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2010 -الفترة 2001-2010-

الهدف	القيمة المرجعية في 2001	القيمة المستهدفة في 2010
عدد الوافدين	4.4 مليون سائح	10ملايين سائح
الإيرادات السياحية	30مليار درهم	80 مليار درهم
عدد الأسرة في الفنادق المصنفة	97 ألف سرير	230 ألف سرير
عدد الليالي السياحية (المبيتات)	12.7 مليون ليلة	50 مليون ليلة
عدد الوظائف المستحدثة		600 ألف منصب شغل
نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (GDP)	6.2 %	20 %
التكوين	2.000 شاب	72.000 شاب

Source : fédération nationale du tourisme. Secteur du tourisme2011 : bilan d'étape et analyse prospective, FNT, Casablanca. Maroc.

نلاحظ من المعطيات الواردة في الجدول، إن الأهداف الكمية والنقدية في رؤية 2010 طموحة، تستهدف تحقيق نسب نمو مرتفعة في المؤشرات السياحية الرئيسية ومنها مضاعفة حجم الوافدين للوصول الى 10 ملايين سائح في نهاية 2010 منها 7 ملايين سائح اجنبي و3 ملايين سائح مغربي مقيم في الخارج ، وتمثل هذه النسبة 1 % من السوق السياحي العالمي ، كما تهدف الخطة الى انجاز 160 الف سرير إضافي اي ما يعادل 3 أضعاف الحظيرة الفندقية لسنة 2001 ، بالإضافة إلى مضاعفة ليالي المبيت لتصل الى 50 مليون ليلة وهو ما يمثل 4 أضعاف القيمة المرجعية لسنة 2001.

كما تسعى الخطة الى الرفع من مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى 20 % مقارنة ب نسبة 6.2 % في السنة المرجعية.

### ثانيا: الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2020.

إن التحولات العميقة والسريعة التي عرفها المغرب خلال السنوات العشر الأخيرة، والأسس المتينة التي وضعتها رؤية 2010 بالإضافة إلى الفرص التي تتيحها التوجهات الجديدة للسياحة العالمية، تسمح للمغرب بوضع طموحات كبيرة لتنمية السياحة في العشرية المقبلة تستمد جذورها من القيم الأساسية والمؤهلات التي تميز المغرب عن باقي الوجهات السياحية.

وترتكز خطة السياحة رؤية 2020 على تعزيز المكتسبات المحققة في رؤية 2010 ومضاعفة حجم القطاع السياحي، بالإضافة إلى العمل على جعل المغرب ضمن الوجهات السياحية العشرين المفضلة لدى السياح الأجانب، وجعله مرجعا في التنمية المستدامة في حوض البحر الأبيض المتوسط .

ونلاحظ من خلال الجدول رقم 15 (انظر الجدول في الصفحة الموالية)، أن هدف رؤية 2020 هو مضاعفة حجم القطاع السياحي وجعل المغرب من بين 20 وجهة سياحية عالمية مفضلة لدى السياح ، حيث تعتزم هذه الرؤية تهيئة 200 ألف سرير إضافي للحظيرة الفندقية للوصول إلى 375 ألف سرير في نهاية العشرية ، ومضاعفة عدد السياح الوافدين من الأسواق الأوروبية الرئيسية ، وجذب مليون سائح من الأسواق الناشئة ، كما يسعى المغرب إلى مضاعفة حجم السياحة الداخلية 3 أضعاف مما كانت عليه في السنة المرجعية ، والرفع من العائدات السياحية لبلوغ 140 مليار درهم مقابل 60 مليار درهم في سنة 2010 ، و ما يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية خلال العشرية مقابل 440 مليار درهم

محقة في العشرية السابقة، وزيادة نقطتين للنتاج المحلي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي GDP ليصل إلى 8.6%، بالإضافة إلى توفير 470 منصب شغل مباشر جديد .

والجدول الموالي يقدم الأهداف الكمية والنقدية التي يسعى المغرب تحقيقها في نهاية سنة 2020 .

جدول رقم(15): الأهداف الكمية والنقدية لرؤية 2020 –الفترة 2011–2020-

الهدف	القيمة المحققة في 2010	القيمة المستهدفة في 2020
عدد الوافدين	9.3 مليون سائح	20 مليون سائح
الإيرادات السياحية السنوية	56.10 مليار درهم	140 مليار درهم
عدد الأسرة في الفنادق المصنفة	174.180 سرير	200 ألف سرير جديد
عدد الليالي السياحية (المبيتات)	18 مليون ليلة	54 مليون ليلة
عدد الوظائف المستحدثة	450 الف منصب عمل	915 ألف منصب عمل
نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي (GDP)	6.6 %	8.6%
التكوين	12.300 شاب	130.000 شاب

Source : fédération nationale du tourisme. Secteur du tourisme 2011 : bilan d'étape et analyse prospective, FNT, Casablanca. Maroc.

ومن اجل التقييم المرحلي لأهم الأهداف النقدية والكمية في رؤية 2020 فقد قامت وزارة السياحة المغربية بتجزئة الخطة إلى محطات زمنية كما هو مبين في الجدول التالي :

جدول رقم(16): المحطات الزمنية لتقييم رؤية 2020 .

الأهداف	2010	2015	2020
الطاقة الإيوائية (عدد الأسرة)	178 000	256 400	372 300
عدد السياح الوافدين (بالآلاف)	9 200	13 711	20 000
الإيرادات السياحية (بمليون درهم)	56 000	85 000	138 000
الناتج السياحي الإجمالي (بمليون درهم)	59 900	93 493	148 518
الوظائف المباشرة المستحدثة من النشاط السياحي	449 283	645 147	914 706

المصدر: من إعداد الطالب، بناء على البيانات المجمعّة من موقع وزارة السياحة المغربية والديوان الوطني المغربي للسياحة ONMT "رؤية 2020".

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول، أن النسب المتوقعة لتحقيق الأهداف المرحلية خلال الخمس سنوات الأولى (2010-2015) أقل منها في الخمس سنوات الموالية (2015-2020) فعلى سبيل المثال يتوقع أن يتم انجاز 78400 سرير إلى غاية 2015 و 115900 سرير في 2020. ويرجع السبب في ذلك إلى التأخر الملحوظ في تسليم بعض المشاريع الهامة في المخطط الأزرق 2010، وتوقف البعض الآخر منها (المحطة السياحية مآقدور ومحطة لكسوس)، بسبب مشاكل تمويلية، حسبما صرحا به رئيس الفدرالية الوطنية للسياحة ورئيس الجمعية الوطنية للمستثمرين السياحيين<sup>1</sup>.

كما تطالب بعض الجمعيات المهنية العاملة في الميدان السياحي في المغرب بضرورة تعديل رؤية 2020، وذلك بالنظر إلى الظرفية الاقتصادية العالمية غير المواتية، وخاصة تداعيات الربيع العربي، واثر موجة الإرهاب، والأزمة الاقتصادية في بعض البلدان الأوروبية التي تعتبر مصدرا لتصدير السياح إلى المغرب.

ونشير إلى أن معدل نمو عدد السياح العالمي المتوقع من منظمة السياحة العالمية لمنطقة شمال إفريقيا هو 5.2 % سنويا، للفترة من 2010 إلى 2020<sup>2</sup>، (أي معدل تراكمي يقارب 52 % خلال

<sup>1</sup> "رؤية 2020 السياحية هل ما زالت قابلة للتحقيق" مقال منشور بتاريخ: 2013/01/25 على الموقع الإلكتروني مغرس: <http://www.maghress.com> تاريخ الزيارة 2016/10/03.

<sup>2</sup> See UNWTO Tourism Highlights 2015, p15 in <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>



الفترة) في حين أن المعدل التراكمي المتوقع في رؤية 2020 هو 100 % (أي الضعف) وهو معدل مبالغ فيه كثيرا يستعصي على المملكة تحقيقه.

**المطلب الثالث: أدوات واليات تنفيذ الإستراتيجية السياحية في المغرب.**

**أولا: أدوات واليات تنفيذ رؤية 2010.**

من اجل تنفيذ الأهداف العامة والكمية الواردة في رؤية 2010 قامت السلطات المغربية بتقسيم الرؤية إلى ست ورش متكاملة فيما بينها، وهذه الورش هي<sup>1</sup>:

**1-الورشة الأولى: ورشة المنتج.** تخص هذه الورشة البنية التحتية للإيواء، ففي عام 2001 كانت الطاقة الإيوائية في المغرب تحصى 97000 سرير على المستوى الوطني، وقد كان هدف هذه الورشة إنجاز ما مجموعه 160000 سرير.

حيث إستحوذ برنامج المخطط الأزرق الخاص بالسياحة الشاطئية على ما يقارب 70% بحصة تقدر بـ 110000 سرير.

**2-الورشة الثانية: ورشة النقل.**تهدف هذه الورشة ضمن "رؤية 2010" إلى زيادة تدفقات النقل البري الدولي لوجهة المغرب من خلال تحرير النقل البري بهدف تخفيض تكلفة الطيران وكان الهدف الكمي الإنتقال من 5,5 مليون مسافر دولي سنة 2000 إلى 15,6 مليون مسافر بنهاية 2010، والرفع من عدد الرحلات الدولية من 600 رحلة أسبوعية إلى 1300 رحلة.

**3-الورشة الثالثة: ورشة الترويج، الإتصال والتسويق.**كان هدف هذه الورشة إعادة هيكلة الديوان الوطني المغربي للسياحة (ONMT) بطريقة تجعل منه أداة فعالة في ترويج السياحة المغربية في الخارج.

**4-الورشة الرابعة: ورشة التنظيم المؤسسي.**تهدف هذه الورشة إلى إعادة توزيع الأدوار والمهام للمؤسسات السياحية العاملة في القطاع السياحي (القطاع العمومي والخاص) مع تحسين التنسيق فيما

<sup>1</sup> IPAMED, le rôle des firmes touristiques dans le développement du tourisme au Maroc, Paris France décembre 2012. page 8-9.

بينها ،وقد تمخضت هذه الورشة عن إنشاء المجالس الجهوية للسياحة (CRT)\*.

5-الورشة الخامسة: ورشة التكوين.ترمي هذه الورشة إلى إنشاء هياكل المرافقة التي تسمح بتكوين 72000 فردا مؤهلا للعمل في المؤسسات الفندقية السياحية وخاصة وظائف الإستقبال والضيافة، وهذا للوصول إلى جعل السياحة المغربية أكثر مهنية.

6-الورشة السادسة: ورشة البيئة السياحية.وهي ورشة تعتمد على تطبيق أحسن الممارسات في الضيافة والتسيير الخاص بإدارة التدفقات السياحية، كما عملت هذه الورشة على تحسين البيئة القانونية والتشريعية لقطاع السياحة المغربي.

جدول رقم(17): مشاريع المخطط الأزرق للسياحة الشاطئية "رؤية 2010".

المجموع	موكادور	مازقان	ميناء لكسوس	تاغازوت	قلمين	السعيدية	المناطق البيان
109500	10500	8000	12000	21000	30000	28000	عدد الأسرة المراد إنجازها
35050	3300	2000	3750	8000	10000	8000	مناصب شغل مباشرة
175250	16500	10000	18750	40000	50000	40000	مناصب شغل غير مباشرة
49,10	5,2	6,3	5,60	10	10	12	قيمة الإستثمارات بالملايين
3.390	500	500	461	615	700	614	المساحة المخصصة بالهكتار

Source : Haut Commissariat au Plan 2007 – Fédération Nationale du tourisme 2008 (FNT.HCP).

نلاحظ من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول، الأهمية المعطاة للسياحة الشاطئية في رؤية 2010 ،حيث أن الأسرة المزمع توفيرها في المخطط الأزرق المقدر عددها ب:109.500 سريرا إضافيا تمثل نسبة تقارب :70 % من الطاقة الإيوائية الإجمالية المستهدفة (160.000 سرير جديد) .

\* CRT=Conseils Régionales du Tourisme .

كما أن مناصب الشغل الواجب إحداثها في هذا المخطط تمثل نسبة: 35 % من مجموع المستهدف في رؤية 2010. وهكذا فإن المخطط الأزرق يعتبر عصب السياحة المغربية خلال العشرية 2001-2010.

### ثانيا: أدوات واليات تنفيذ رؤية 2020.

من اجل تحقيق التوجهات الكبرى التي جاءت بها الإستراتيجية السياحية الجديدة رؤية 2020، فقد عمل المغرب على تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص ، وإعادة تهيئة الأقاليم الترابية ، وتحسين القدرة التنافسية لجميع حلقات السلسلة السياحية، و خاصة ترسيخ ثقافة حقيقية لجودة الخدمات السياحية وتطوير عرض مبتكر في مجال التنشيط السياحي كما ستضع رؤية 2020 التنمية المستدامة في قلب طموحها، و ذلك مواكبة للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد باستغلال الإمكانيات المتوفرة التي تسمح له بالتموقع والتميز في محيط يعرف بحدة التنافسية والتغير المستمر.

وبناء على ما سبق، تركز الإستراتيجية الجديدة على أربع محاور رئيسية هي<sup>1</sup> :

### 1-التقسيم الجهوي للمناطق السياحية: يتضمن هذا المحور تقسيم التراب الوطني إلى ثماني مناطق سياحية كبرى:

- **المنطقة الشمالية :** يدور عرض هذه المنطقة حول السياحة الثقافية و الشاطئية حيث يرتقب زيادة الطاقة الاستيعابية لتتجاوز 43.000 سرير بحلول عام 2020 في ما سي سجل عدد السياح 2,7 مليون سائح .وبذلك ستساهم الجهة ب 20,7 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام و بخلق 128.020 منصب عمل.
- **منطقة المغرب المتوسطي :** يتمحور هذا العرض حول مواقع السعيدية ومرشيك و كالا إيريس . ووفقا للتوقعات الإستراتيجية، يرتقب تطوير الطاقة الاستيعابية بحوالي 27.300 سرير لتغطية 921.000 سائح .كما يتوقع ذر مداخل تقدر بحوالي 6 مليارات درهم، وبذلك ستساهم الجهة ب: 7.2 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام،
- **المنطقة الأطلسية الوسطى :** تشمل هذه الوجهة الدار البيضاء والرباط و الجديدة حيث يتمحور عرضها حول سياحة الأعمال و الترفيه .و يرتقب تحقيق طاقة استيعابية تصل إلى 39.300 سرير بحلول عام 2020 في ما سيسجل عدد السياح 3,8 مليون سائح .كما يتوقع تحقيق مداخل

<sup>1</sup> -وزارة الاقتصاد والمالية المغربية ، القطاع السياحي: رؤية إستراتيجية متجددة ،مجلة المالية ، العدد 15 يونيو 2011 ، ص -ص 4 6.

تقدر بحوالي 24,1 مليار درهم مما سيمكن الجهة من أن تساهم ب 29,1 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام.

● **منطقة المغرب الوسطى** : تم تشكيل هذا المجال من منطلق التكامل بين مواقع مكناس وفاس وإفران .حيث يرتقب زيادة الطاقة الاستيعابية لتتجاوز 36.000 سرير بحلول عام 2020 في ما سيسجل عدد السياح 2,7 مليون سائح إضافة إلى 707.000 مسافر محلي .وبذلك ستراهن الجهة على تحقيق مداخيل تفوق 19 مليار درهم لتساهم بحوالي 30 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام.

● **منطقة مراكش و الأطلسي** : تغطي هذه المنطقة كلا من مراكش و توبقال و الصويرة .و يستهدف تحقيق طاقة استيعابية تقدر بحوالي 86.000 سرير بحلول عام 2020 في ما سيصل عدد السياح 3,6 مليون سائح إضافة إلى 1,4 مليون مسافر محلي .وهذا من شأنه تحقيق مداخيل تصل إلى 26,2 مليار درهم.

● **منطقة الأطلس والأودية** : تركز هذه الجهة على القطب السياحي المتمثل في ورزازات والذي يشمل الوديان والواحات والأطلس الكبير .ويدور عرض هذه المنطقة حول السياحة البيئية والتنمية المستدامة .و يرتقب زيادة الطاقة الاستيعابية لتتجاوز 26.000 سرير لتلبية طلب حوالي 1,9 مليون سائح إضافة إلى 388.000 مسافر محلي .وبذلك تراهن الجهة على تحقيق مداخيل تفوق 13 مليار درهم.

● **المنطقة الأطلسية الجنوبية الكبرى** : ستركز هذه الجهة حول الداخلة وعروض مندمجة للسياحة الطبيعية و الرياضة وبالتالي سيتم إنشاء 3.800 سرير جديد ما من شأنه خلق عائدات تقدر بحوالي 819 مليون درهم وبذلك ستساهم الجهة بحوالي 924 مليون درهم كنتاج سياحي داخلي خام وبخلق 5.600 منصب شغل.

● **منطقة سوس و الصحراء الأطلسية** : ابتداء من أكادير، يغطي هذا المجال كل المناطق الداخلية لتمتد إلى العيون عبر كلميم .وسيتم إنشاء ما يقرب من 110.000 سرير لاستيعاب ما يقرب من 4ملايين سائح ومليون مسافر محلي .وهذا من شأنه تحقيق مداخيل تقدر ب 28 مليار درهم . وبذلك ستساهم الجهة ب 29,4 مليار درهم كنتاج سياحي داخلي خام و توفير 181.000 منصب شغل.

2-التنوع والاستدامة : يتضمن هذا المحور تسريع الأوراش الإستراتيجية الموجودة (برنامجي RUZA

2020 و (بلادي) و تدعيم الاستثمارات الهادفة إلى تثمين التراث و الثقافة (برنامج التراث و الموروث) و تنويع العرض السياحي من منتجات التنشيط الثقافي (برنامج التنشيط و الترفيه ) و تثمين مجمل الموارد الطبيعية والثقافية (برنامج البيئة و الخضرة ) و أخيرا تشجيع المنتجات السياحية ذات القيمة المضافة العالية (برنامج السياحات ذات الطابع المحلي التي لها قيمة مضافة).

وتؤكد الدراسات والأبحاث التي أنجزتها وزارة السياحة المغربية، أن 39% من السياح الذين يرغبون في زيارة المغرب يهتمون بالسياحة الثقافية، وعلى هذا الأساس تتوخى الرؤية الجديدة تحقيق نوع من التوازن بين الوافدين على المغرب في إطار السياحة الشاطئية والسياحة الثقافية بنسبة تصل إلى 42% و 39% على التوالي<sup>1</sup>.

**3- تمويل الاستثمارات السياحية :** يتضمن هذا المحور إنشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية يبلغ رأس ماله المستهدف حوالي 100 مليار درهم و رصد إعانات لدعم الاستثمار و توجيهه إلى المناطق التي تعرف ضعفا في مؤشرات التنمية و كذا تعبئة 24 مليار درهم من التمويل البنكي لدعم المشاريع الإستراتيجية في إطار « رؤية 2020 ».

**4- التكوين :** يتضمن هذا المحور إنشاء مدرسة للامتياز في مجال التدبير الفندقي بشراكة مع المدرسة الفندقية بلوزان و إنشاء مركز للبحث والتنمية السياحية المستدامة و ذلك بشراكة مع جامعتي « هارفرد » و «تورونتو». وقد تم تخصيص غلاف مالي قدره 2 مليار درهم لتغطية نفقات تكوين الموارد البشرية في القطاع السياحي بصفة عامة حسبما هو مخطط في رؤية 2020.<sup>2</sup>

**ثالثا: البرامج السياحية المرافقة لرؤية 2020 .**

في إطار تنفيذ أهداف الرؤية الإستراتيجية للسياحة المغربية افاق 2020 ، تم تحديد ستة برامج مهيكلة تتمحور حول الثقافة والشواطئ والطبيعة. وتركز هذه البرامج على السياحة المستدامة وعلى تحقيق قيمة مضافة عالية بالإضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية الموجهة للمغاربة المقيمين في الداخل.

**1-برنامج المخطط الأزرق 2020 :** وهو امتداد للمخطط الأزرق الذي أعلن عنه في رؤية السياحة 2010 ، ويتمحور هذا البرنامج حول السياحة الشاطئية ، بهدف إنشاء عرض سياحي شاطئي تنافسي على المستوى الدولي ، واستكمال المحطات السياحية التي شرع في انجازها ابتداء من 2001.

<sup>1</sup> -يومية العلم المغربية ، على الرابط الإلكتروني التالي: [http://www.alalam.ma/def.asp?codelangue=23&id\\_info=34224](http://www.alalam.ma/def.asp?codelangue=23&id_info=34224) تاريخ الزيارة: 2016/10/03.

<sup>2</sup> -Ministère du tourisme marocain, contrat programme, vision stratégique de développement touristique 2020.

**2-برنامج التراث والموروث:** يهدف برنامج "التراث والموروث" إلى إبراز الهوية الثقافية المغربية من خلال هيكلة وتثمين التراث المادي وغير المادي، كما يهدف إلى إعادة تأهيل المآثر التاريخية للمغرب بالحفاظ على هويتها المعمارية وخلق مدارات سياحية بالمدن العتيقة للمدن الكبرى للمملكة.

ويرمي البرنامج أيضا إلى خلق شركة لتثمين التراث بغية استغلال الإرث المعماري للملكة (قصبات، قصور، رياضات، فنادق، قصور للضيافة، الخ) وتحويلها إلى إقامات ذات جودة عالية تتميز بطابع ثقافي مميز وأصيل. وسيتم كذلك إنشاء متاحف عالمية كبرى تتيح للسياح فرصة اكتشاف وفهم التراث التاريخي والثقافي للمملكة. وكخطوة أولى سيتم إنشاء متحفين كبيرين: متحف إفريقيا بطنجة ومتحف تاريخ المغرب بمكناس واللذان سيشكلان مؤسستين مميزتين بجودة معارضهما كالمتاحف الكبرى بأوروبا وسيساهمان في الإشعاع الدولي للمغرب<sup>1</sup>.

وأخيرا يتضمن البرنامج عرض للترفيه يرتكز على الفنون والتراث الروحي من خلال تنظيم عدة مهرجانات، وستتأط مهمة تسيير المهرجانات التقليدية، التي تكرر تقاليد الأجداد، بمؤسسة خاصة بالمهرجانات التقليدية في مختلف جهات المغرب<sup>2</sup>.

**3-برنامج البيئة والطبيعة :** يهدف هذا البرنامج إلى تثمين الموارد الطبيعية والقروية مع الحفاظ عليها، والسهر على احترام الأصالة السوسيو-ثقافية للجماعات المضيفة بتوفير امتيازات سوسيو-اقتصادية لها. كما يرمي البرنامج إلى توفير مرافق سياحية راقية بالمناطق السياحية الثمانية تحافظ على البيئة ومندمجة في الإطار السوسيو-ثقافي منها، محطات شاطئية وإيكولوجية، محطات خضراء ومحطات صحراوية ومخيمات متنقلة فاخرة، ويتوخى هذا البرنامج كذلك ترسيخ ورفع مستوى الفضاءات السياحية المضيفة بإنشاء مرافق صغيرة للإيواء، كالفنادق الصغيرة والفنادق البيئية لفائدة السياح الذين يبحثون عن نمط عيش مغاير.

كما يرمي البرنامج أيضا إلى تطوير الوجهة الإفريقية الأولى "بدون كربون" بموقع ورزازات، اعتمادا على مشروع إنتاج الطاقة لتعويض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون الناتج عن جميع الأنشطة الاقتصادية والسياحية المحلية.

<sup>1</sup> الورش السياحية الكبرى في رؤية 2020 ، وزارة السياحة المغربية على الموقع : <http://www.tourisme.gov.ma/ar>

<sup>2</sup> انظر وزارة السياحة المغربية على الموقع : <http://www.tourisme.gov.ma/ar>.

**4-برنامج التنشيط والترفيه :** يهدف هذا البرنامج إلى إنشاء حدائق ترفيهية مستوحاة من أكبر المراجع العالمية فيما يخص الترفيه ،والتي تقدم أنشطة ترفيهية ليلية ونهارية لجمهور متنوع (العائلات والكبار والمراهقين...) كمحطة السينما المرتقبة بورزازات. ويتوقع البرنامج كذلك خلق حديقة موضوعاتية بمراكش حول ثقافة المغرب على شكل مركب مصغر.

**5-برنامج المآوي السياحية ذات القيمة العالية :** يهدف هذا البرنامج إلى جعل المغرب وجهة دولية جديدة للسياحة الصحية والترفيهية ،و ذلك باستقطاب سياح الأعمال وتمديد فترات إقامتهم من خلال خلق انسجام بين قطاعات الرياضة والرفاهية والترفيه والثقافة. من أجل هذا الغرض، من المتوقع تعزيز عرض سياحة المؤتمرات والمعارض والأحداث الدولية من خلال تشييد وحدات مهمة تسمح باستضافة الأحداث الدولية كمراكز المؤتمرات وفضاءات للمعارض، وتشكل حديقة العرض العالمية لمراكش وحديقة العرض لطنجة المشاريع الرئيسية الأولى لهذه الورشة. كما تستهدف إلى تأهيل هاتين المدينتين وجعلهما وجهتين رئيسيتين للأعمال.

ويهدف هذا البرنامج أيضا إلى خلق مفاهيم جديدة للرفاهية والاستجمام تستند على مقارنة بيئية تستفيد من الثروات المغربية المحلية (أركان، الكاكتوس، الرمل والطين، منتجات صحية فاخرة، حمامات تقليدية) أخيرا، سيقوم البرنامج بتهيئة محطات ومراكز صحية قرب فاس (محطة حامة مولاي يعقوب) وإفران لتقديم عرض "الصحة والراحة" لفائدة السياح المغاربة والأجانب خصوصا الكبار.

**6-برنامج بلادي :** يهدف هذا البرنامج إلى الاستجابة إلى تطلعات المغاربة من خلال تقديم منتج يتلاءم مع عاداتهم وأنماط استهلاكهم وأساليب سفرهم،سيبتدى هذا البرنامج بتعزيز وإتمام المبادرات المندرجة في إطار مخطط بلادي المنطلق في العقد الأخير، وللتذكير فمخطط بلادي يهدف إلى خلق ثمان محطات سياحية متجانسة المنتج والأسعار تستجيب لتطلعات السياح المحليين وتتواجد بالمناطق التي يرتادها السياح المحليون بكثرة، كما ستنتم إضافة محطة جديدة بمنطقة " الوسط الأطلسي" والتي تضم حديقة للترفيه.

## خلاصة الفصل .

تم في هذا الفصل استعراض استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي ، حيث تبين لنا أن الاهتمام بالقطاع السياحي بدأ مبكرا في المغرب وتونس، مقارنة بما هو الحال عليه في الجزائر(2008).

كما تتباين الاستراتيجيات المعتمدة لتنمية السياحة من دولة إلى أخرى ، تبعا لتنوع المقومات السياحية ، الطبيعية والجغرافية والتاريخية ، وتبعا لموقف الدولة من دور السياحة في الاقتصاد الوطني، وهو ما تأكد لنا من خلال دراسة الأهداف النوعية والكمية التي ترمي تلك الخطط إلى تحقيقها، بالإضافة إلى تنوع الآليات والبرامج المرافقة لتنفيذ الخطة السياحية في كل دولة .

وفي هذا السياق ينبغي الإشارة إلى اعتماد الاستراتيجيات جميعها على السياحة الوافدة ، وراهننت كل الدول موضوع الدراسة على زيادة عدد الوافدين الأجانب ، باعتبار هذه التدفقات ترجمة لتدفقات مماثلة من النقد الأجنبي، مع عدم التركيز على السياحة الداخلية، وهو ما يشكل تهديدا في حالة تراجع السياحة الوافدة .

وفي الأخير، فإن الطموحات التي تترجمها الأهداف الموضوعية ، تبقى رهنا للظرفية الداخلية والمعطيات الخارجية ، على اعتبار أن السياحة قطاع حساس للأوضاع الأمنية و الجيواستراتيجية التي تمر بها بلدان المغرب العربي ، وخاصة بالنسبة لتونس التي عاني القطاع السياحي فيها من موجة ما سمي بالربيع العربي ، وما نتج عنه من عدم استقرار الأوضاع الاقتصادية والأمنية.



## الفصل الثالث

واقع السياحة و الاستثمارات

السياحية الوطنية والأجنبية

في الجزائر

## تمهيد الفصل .

تكتسي الاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية أهمية بالغة في إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر ، باعتبارها أداة فعالة لتنفيذ الأهداف المادية لتلك الإستراتيجية ، كما أن بيئة الأعمال ومناخ الاستثمار عموما يعتبر من بين أهم المحددات الرئيسية للقرارات الاستثمارية ، حيث أن البيئة الجاذبة هي تلك التي تتجح في جذب الاستثمارات إليها ، وعلى النقيض من ذلك فان البيئة الطاردة هي تلك التي تؤدي إلى نفور الاستثمارات واختيار جهات أخرى منافسة وبديلة ، لذا فان الحوافز والتسهيلات الممنوحة جاءت لزيادة جاذبية مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر وما يترتب عنها من استقطاب الاستثمارات الوطنية والأجنبية على حد سواء.

سنركز في هذا الفصل على دراسة البيئة الاستثمارية ، ومكوناتها المتمثلة في القوانين والتشريعات والحوافز والتسهيلات التي تستفيد منها الاستثمارات السياحية بوجه عام، ونعرض لأهم المؤشرات السياحية المحققة منها الطاقة الفندقية وتصنيفاتها المختلفة ،مؤشر عدد الوافدين واهم البلدان المصدرة للسياح في الجزائر ،ومؤشر عدد الليالي السياحية التي يقضيها السياح المقيمين وغير المقيمين في المؤسسات السياحية المصنفة ، بالإضافة إلى الميزان السياحي بشقيه المتمثل في العائدات والنفقات السياحية ، وحجم الاستثمارات المنجزة في القطاع السياحي .

ومن اجل تحقيق أهداف الدراسة في هذا الفصل، فقد تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث على النحو التالي :

**المبحث الأول: بيئة الاستثمار السياحي في الجزائر.**

**المبحث الثاني: تطور المؤشرات السياحية في الجزائر.**

**المبحث الثالث: واقع الاستثمارات السياحية في الجزائر.**

### المبحث الأول: بيئة الاستثمار السياحي في الجزائر.

تناول هذا المبحث البيئة العامة والاطار التشريعي للاستثمار السياحي في الجزائر وفقا لقانون الاستثمار 2001 والقوانين المتعلقة بالتنمية السياحية ، كما تم التطرق إلى التدابير التي اتخذتها السلطات العمومية من أجل تسهيل وترقية الاستثمار السياحي.

### المطلب الأول: البيئة العامة للاستثمار السياحي في الجزائر.

يقصد بمناخ الاستثمار مجمل الأوضاع والظروف الاقتصادية والسياسية و الأمنية والقانونية والاجتماعية المؤثرة في تدفق رأس المال نحو البلدان التي تتمتع ببيئة ملائمة وجاذبة للاستثمارات المحلية والأجنبية على حد سواء.

وحتى تكون بيئة الاستثمار جاذبة لابد من توفر شروط ومن أهمها ، الاستقرار السياسي والأمني ، شفافية وثبات التشريعات المنظمة للاستثمار والنظم الداعمة له كالنظام الجبائي وقانون الشركات ، واليات سعر الصرف ، إضافة إلى الضمانات المنوحة للاستثمارات كالمعاملة المنصفة والعدالة ، وحقوق المستثمر الأجنبي في تحويل العائدات من الأرباح المحققة إلى الخارج .

وتتعدى بيئة الاستثمار المواتية لتشمل البنية التحتية المتوفرة في الدولة من طرقات وشبكات التموين بالطاقة الكهربائية والمياه ، واليد العاملة الماهرة ، وغيرها من المستلزمات الضرورية لنجاح المشاريع الاستثمارية .

وتعمل كافة الدول على توفير البيئة الجاذبة للاستثمارات الوطنية والأجنبية من خلال الحوافز المقدمة كالإعفاءات الضريبية والجمركية ، والإعفاء من الرسوم على الاستيراد ، وتخفيض أسعار الفوائد البنكية، وما إلى ذلك من تدابير لدعم البيئة الاستثمارية وتطوير فرص الاستثمار في القطاعات الاقتصادية المستهدفة التي تشهد ضعفا نسبيا فيها.

وفي هذا الإطار شهدت قوانين الاستثمار في الجزائر مراجعات وتعديلات في فترات زمنية متعددة كان الهدف منها تحسين مناخ الاستثمار عموما وبيئة الأعمال على وجه الخصوص ، وكان آخرها قانون الاستثمار رقم 16-09 المؤرخ في 3 أوت 2016 يتعلق بترقية الاستثمار<sup>1</sup>.

### **المطلب الثاني: الإطار التشريعي للاستثمار السياحي في الجزائر.**

عمدت السلطات العمومية في الجزائر إلى وضع منظومة من النصوص التشريعية والتنظيمية التي تحكم كل القطاعات الاقتصادية بما في ذلك قطاع السياحة ،بدءا من سنة 2001 إلى غاية 2016 وهو تاريخ صدور آخر قانون متعلق بترقية الاستثمار، ومن أهم هذه التشريعات في هذا المجال نذكر:

**1- قانون تطوير الاستثمار لسنة 2001:**<sup>2</sup> يعتبر هذا القانون الإطار المرجعي للاستثمار في الجزائر قبل سنة 2016 ، وتسري احكام هذا القانون على المستثمرين المحليين أو الأجانب على حد سواء، وبغض النظر عن القطاعات الاقتصادية التي يتم فيها الاستثمار ، وقد جاء هذا القانون ليرسخ المبادئ والضمانات القانونية التالية :

- المساواة بين المستثمرين المحليين والأجانب ؛

• إلغاء التمييز في الاستثمار بين القطاع العام والخاص؛

وتم بموجب هذا القانون إنشاء صندوق لدعم الاستثمار حيث يشكل حساب تخصيص خاص يوجه لتمويل التكفل بمساهمة الدولة في كلفة المزايا الممنوحة للاستثمار، لا سيما المنشآت الضرورية لإنجاز الاستثمار، وقد قدم قانون تطوير الاستثمار لسنة 2001 امتيازات إضافية للمستثمرين الوطنيين والأجانب نصنفها إلى نوعين وهما<sup>3</sup>:

• **النظام العام:** تتمثل هذه المزايا في ما يلي:

-تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية في ما يخص التجهيزات المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمارات،

-الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات التي تدخل مباشرة في إنشاء الاستثمارات،

<sup>1</sup> قانون رقم:16-09 المؤرخ في 3 أوت 2016 الجريدة الرسمية عدد 46 للاطلاع :

[http://www.mfdgi.gov.dz/images/pdf/ regime\\_fiscal/promotion\\_invest\\_Ar.pdf](http://www.mfdgi.gov.dz/images/pdf/ regime_fiscal/promotion_invest_Ar.pdf)

<sup>2</sup> الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 الجريدة الرسمية عدد 47 .

<sup>3</sup> الأمر رقم 03-01، المؤرخ في 20 أوت 2001، الجريدة الرسمية رقم 47، الصادرة في 22 أوت 2001.

-الإعفاء من دفع رسم نقل الملكية فيما يخص كل المقتنيات العقارية التي تمت في إطار الاستثمار المعني.

• **النظام الاستثنائي:** تخص هذه المزايا الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني، لا سيما عندما يستعمل تكنولوجيا خاصة من شأنها أن تحافظ على البيئة وتحمي الموارد الطبيعية وتدخر الطاقة وتفضي إلى تنمية مستدامة، وتقسم المزايا في ظل هذا النظام إلى قسمين:

• **عند إنجاز الاستثمار**

يستفيد الاستثمار من المزايا الآتية:

-الإعفاء من دفع حقوق نقل حقوق الملكية للمقتنيات العقارية التي في إطار الاستثمار،  
-تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها 2% في ما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال،

-تكفل الدولة جزئياً أو كلياً بالمصاريف بعد تقييمها من طرف الوكالة، فيما يخص الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية الضرورية لإنجاز الاستثمار،

-الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار، سواء مستوردة أو محلية،

-تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

• **عند انطلاق الاستثمار:**

-الإعفاء لمدة عشرة سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على أرباح الشركات ومن الضريبة على الدخل الإجمالي وعلى الأرباح الموزعة ومن الدفع الجزافي ومن الرسم على النشاط المهني،

-الإعفاء لمدة عشرة سنوات ابتداء من تاريخ الإقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الإستثمار،

-منح مزايا إضافية من شأنها أن تحسن وتسهل الاستثمار كتأجيل العجز وآجال الاستهلاك.

## 2- قانون متعلق بالتنمية المستدامة للسياحة سنة 2003.

لقد صدر القانون المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة<sup>1</sup> وهو يهدف إلى إحداث محيط ملائم ومحفز من أجل:

- ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة في السياحة،
- إدماج مقصد "الجزائر" ضمن السوق الدولية للسياحة من خلال ترقية صورتها السياحية،
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية قصد رفع قدرات الإيواء والاستقبال،
- تنويع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية،
- تلبية حاجات المواطنين في مجال السياحة،
- المساهمة في حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة واثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية واثمين التراث السياحي الوطني،
- تحسين نوعية الخدمات السياحية والتطوير المنسجم والمتوازن للنشاطات السياحية. ولتحقيق الأهداف السابقة الذكر، تم تسطير الأعمال الرئيسية التالية:
- الشروع في دراسة لتحديد والتصريح وإعادة التشكيل لمناطق التوسع والمواقع السياحية،
- مواصلة دراسات التهيئة لـ 100 منطقة توسع ومواقع سياحية،
- التنازل عن طريق التراضي عن ما يقارب 600 هكتار في السنة من القطع الأرضية المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي لفائدة الوكالة الوطنية لتنمية السياحة (ANDT\*) وذلك لغرض تهيئتها ووضعها تحت تصرف المستثمرين،
- إنجاز أشغال التهيئة القاعدية لتسعين منطقة توسع سياحية وكذا مواقع سياحية،
- تدعيم الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، بالوسائل المادية، البشرية والمالية، التي تمكنها من القيام بجميع المهام الموكلة إليها،
- تخصيص موارد مالية لفائدة الصندوق الخاص بدعم الاستثمار السياحي تقدر بـ 6,4 مليار دج (48 مليون أورو)، أي بدفعة تصل إلى 640 مليون دينار (7 مليون أورو) في السنة.

## 3- قانون متعلق باستغلال واستعمال الشواطئ السياحية سنة 2003.

يحدد هذا القانون<sup>2</sup> القواعد العامة المتعلقة باستعمال واستغلال السائحين للشواطئ وهو يهدف إلى:

<sup>1</sup> قانون رقم 03-01، المؤرخ في 17 فبراير 2003 الموافق لـ 16 ذي الحجة 1423، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 2003/02/19.

\* ANDT=Agence Nationale de Développement Touristique.

<sup>2</sup> قانون رقم 03-02، الجريدة الرسمية، العدد 11، الصادرة في 2003/02/19.

- حماية وتثمين الشواطئ قصد استفادة المصطافين منها بالاستجمام والخدمات المرتبطة به،
  - توفير شروط تنمية منسجمة ومتوازنة للشواطئ تستجيب لحاجات المصطافين من حيث النظافة والصحة والأمن وحماية البيئة، وكذا تحسين خدمة إقامة المصطافين،
  - تحديد نظام تسليية مدمج ومتناسب مع نشاطات السياحة الشاطئية.
- كما حدد هذا القانون شروط و كفاءات استغلال الشواطئ حيث يتم استغلاله وفق نظام الامتيازات عن طريق المزايدة المفتوحة حسب دفتر شروط يحدد المواصفات التقنية والإدارية والمالية للامتياز، يلتزم صاحب الامتياز القيام شخصيا باستغلال الشاطئ محل الامتياز كما يمكن استغلاله بحكم شاعته وطبقا لمخطط تهيئته من قبل مستغل واحد أو أكثر، حيث يمنح حق الامتياز بصفة أولية إلى المؤسسات الفندقية المصنفة بالنسبة للشواطئ التي تكون امتداد لها، ويرفق الامتياز باتفاقية توقع لحساب الدولة من طرف الوالي المختص إقليميا وصاحب الامتياز الذي رسا عليه المزداد.
- 4- قانون متعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية سنة 2003.**
- يحدد هذا القانون<sup>1</sup> مبادئ وقواعد حماية وتهيئة مناطق التوسع والمواقع السياحية من أجل تشجيع تنميتها، كما تمنع كل استغلال لهذه المناطق يؤدي إلى تشويه طابعها السياحي.
- يهدف هذا القانون إلى:
- الاستعمال العقلاني والمنسجم للفضاءات والموارد السياحية لضمان التنمية المستدامة للسياحة،
  - إدراج مناطق التوسع والمواقع السياحية وكذا منشآت تنمية النشاطات السياحية في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم،
  - حماية المقومات الطبيعية للسياحة،
  - المحافظة على الموارد الثقافية والسياحية من خلال استعمال واستغلال التراث الثقافي والتاريخي والديني والفني لأغراض سياحية،
  - إنشاء عمران مهياً ومناسب مع تنمية النشاطات السياحية والحفاظ على طابعه المميز،
- ويكون تسيير وتهيئة مناطق التوسع والمواقع السياحية في إطار مخطط التهيئة السياحية الذي يندرج ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران ويشمل على:
- حماية الجمال الطبيعي والمعالم الثقافية التي يشكل الحفاظ عليها عاملاً أساسياً للجذب السياحي،

<sup>1</sup> قانون رقم 02-03، الجريدة الرسمية، العدد 11، الصادرة في 2003/02/19.

- إنجاز استثمارات على أساس أهداف محددة من شأنها إحداث تنمية متعددة الأشكال للمتاحات التي تزخر بها مناطق التوسع والمواقع السياحية.

ويهدف مخطط التهيئة السياحية إلى:

- تحديد المناطق التي يجب حمايتها،
  - تحديد الوظائف المتطابقة والاستثمارات المناسبة،
  - إعداد التجزئة المخصصة للمشاريع المراد تحقيقها عندما تقتضي الضرورة ذلك.
- كما اهتم بالعقار السياحي الذي يتشكل من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية، ويضم الأراضي التابعة للأماكن الوطنية العمومية والخاصة.

**5- قانون ترقية الاستثمار لسنة 2016:** وقد جاء هذا القانون استجابة للتغيرات الحاصلة في البيئة الاقتصادية في الجزائر (الاعتماد الإيجاري الدولي) وتكريس بعض المزايا الاستثنائية لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني والاستثمارات المولدة لمناصب الشغل<sup>1</sup>.

وقد قدم هذا القانون مجموعة من الضمانات الممنوحة للاستثمارات الأجنبية و هي<sup>2</sup>:

-مبدأ المعاملة المنصفة والعادلة فيما يخص الحقوق والواجبات المرتبطة باستثماراتهم.

-عدم تطبيق الآثار الناجمة عن مراجعة أو إلغاء هذا القانون بأثر رجعي إلا إذا طلب المستثمر ذلك

صراحة.

-التعويض العادل والمنصف في حالة نزع الملكية .

-حق التحكيم والمصالحة عند نشوب نزاع قضائي.

-ضمان تحويل الرأسمال المستثمر والأرباح، والعائدات المرتبطة به (الفوائد وأرباح الأسهم).

-استفادة المستثمر الأجنبي من الحقوق المكتسبة قبل صدور هذا القانون.

<sup>1</sup> قانون رقم 09-16 المؤرخ في 3 أوت 2016 الجريدة الرسمية عدد 46 (المادة 7).

<sup>2</sup> قانون رقم 09-16 السابق الذكر (المادة 21 إلى 25).



المطلب الثالث: تدابير دعم وترقية الاستثمار السياحي في الجزائر.

وضعت الدولة الجزائرية مجموعة من الإجراءات تمثلت في تدابير متخذة لدعم الإستثمار السياحي، حيث شملت هذه الإجراءات تهيئة وتحكم في العقار السياحي من جهة، وتمويل المشاريع الإستثمارية من جهة أخرى<sup>1</sup>.

1- التهيئة والتحكم في العقار السياحي.

يتم التهيئة والتحكم في العقار السياحي من خلال مواصلة ودعم الأعمال التي تم إنجازها من استحداث القطاع لنصوص قانونية متعلقة بالتنمية المستدامة، العقار السياحي، استعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية، وإعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية الذي يشكل الأساس في تنفيذ الاستراتيجية القطاعية<sup>2</sup>.

- الشروع في دراسة لتحديد و التصريح وإعادة التشكيل لمناطق التوسع السياحي و كذا المواقع السياحية،
- مواصلة دراسات التهيئة لـ 100 منطقة توسع ومناطق سياحية،
- التنازل عن طريق التراضي عن حوالي 600 هكتار في السنة من القطع الأرضية المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي لفائدة الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، وذلك بغرض تهيئتها ووضعها تحت تصرف المستثمرين،
- إنجاز أشغال التهيئة القاعدية لـ 70 منطقة توسع سياحي،
- تخصيص موارد مالية لفائدة الصندوق الخاص بدعم الاستثمار السياحي تقدر بـ 6,4 مليار دج أي بدفعة تصل إلى 640 مليون دينار في السنة<sup>3</sup>.

2- تأطير وتمويل المشاريع السياحية.

تتم عملية التأطير للمشاريع السياحية عن طريق تكييف التمويل وفقا للخصوصيات التي تميز الاستثمار السياحي، وفي هذا الخصوص فقد سطرت الدولة في أفق 2013:  
**المرحلة الأولى:** في إطار إصلاح النظام البنكي، لابد من العمل على تشجيع إنشاء منتج مالي متميز يسمى "قرض فندقي" على مستوى المؤسسات البنكية، يكون متوافقا مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يتطلب قروضا طويلة المدى بسبب خصوصيات استرجاع رأس مال الاستثمارات السياحية.

<sup>1</sup> ONT, la planification de la croissance, Algérie tourisme, publication d'information, N° 02, 1997, p.09.

<sup>2</sup> وزارة السياحة، تصور تطوير قطاع السياحة للقرن العشرين (2004-2013)، ص.20.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص.21.

المرحلة الثانية: تشجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي و التي يمكن أن تنشئها المؤسسات العمومية الاقتصادية السياحية، شركات التأمين، البنوك، المتعاملون الخواص، شركات النقل... الخ، بالإضافة إلى تخفيض نسبة الفائدة، كإجراء إضافي لتشجيع وتحفيز الاستثمارات، كما ستخذ إجراءات أخرى لتحفيز وتشجيع الاستثمار، نذكر منها:

- إعداد حصيعة حول الطاقة الحموية، والتي تقدر حاليا بحوالي 200منبع، ويتم ذلك في شكل دراسة بالتنسيق والتشاور مع المصالح المعنية بالوزارة، والتي تسمح بتحديد الخصوصيات الاستشفائية لكل منبع حموي، إذ تشكل أداة لدعم وتوجيه الاستثمار في الميدان الحموي مستقبلا.
- تهيئة المسالك الموجودة في مناطق الجنوب بغرض تسهيل استعمالها لتقليص مدة التنقل وكذلك برنامج فتح مسالك جديدة، ومحطات سياحية، بالإضافة إلى إنجاز نقاط الماء على طول الدورات السياحية في الجنوب الكبير.

### 3- التحفيزات و الإعفاءات الجبائية.

يتكفل صندوق دعم الاستثمارات، والترقية ونوعية النشاطات السياحية، بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية وكل النفقات الأخرى الخاصة بدعم إنجاز مشاريع استثمارية سياحية.

- تخضع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات بنسبة 19%، في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25% من هذه الضريبة.

- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي ينشئها المقاولون الوطنيون أو الأجانب، باستثناء وكالات السياحة والأسفار، وكذا شركات الاقتصاد المختلط التي تنشط في قطاع السياحة<sup>1</sup>.

- تستفيد الاستثمارات في المشاريع السياحية التي تتجز على مستوى ولايات الشمال وولايات الجنوب، على التوالي من تخفيض ب 3% و 4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية<sup>2</sup>.

- أما عمليات تحديث المؤسسات السياحية و الفندقية التي تتجز على مستوى ولايات الشمال وولايات الجنوب، في إطار " مخطط النوعية السياحية "، فتستفيد على التوالي من تخفيض ب 3% و 4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> www. Andi.dz, last visited : 06/05/2016.

<sup>2</sup> Article 79 de la loi de finances complémentaires 2009.

<sup>3</sup> Article 80 de la loi de finances complémentaires 2009.

- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني، بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية والحموية<sup>1</sup>.
- تطبيق النسبة المنخفضة ب 7% من الرسم على القيمة المضافة، إلى غاية 31 ديسمبر 2019، فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية، وكذا نشاطات المطاعم السياحية المصنفة، والأسفار وتأجير سيارات النقل السياحي<sup>2</sup>.
- الإعفاء من رسم التسجيل بالنسبة لعمليات رفع رأس المال، وكذا تأسيس شركات قطاع السياحة.
- تطبيق النسبة المنخفضة للرسم الجمركية فيما يخص إقتناء تجهيزات وأثاث غير مصنعة محليا، تدخل في إطار التأهيل، " لمخطط نوعية السياحة ".
- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة على مستوى الجنوب والهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الإمتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر، على التوالي ب 50% و 80%<sup>3</sup>.
- توسيع المزايا الممنوحة في إطار الترتيب الخاص بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، لفائدة الاستثمارات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية المصنفة.

### المبحث الثاني: تطور المؤشرات السياحية في الجزائر.

سوف نتطرق فيما يلي إلى تطور المؤشرات السياحية في الشكل البشري والنقدي خلال الفترة 2008 - 2015 وهو ما يتوافق مع خطة الأعمال على المدى المتوسط المعلن عنها في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 بالإضافة إلى تتبع نمو مؤشر عدد الليالي السياحية للمقيمين وغير المقيمين .

#### المطلب الأول: تطور التدفقات البشرية:

و تنقسم هذه التدفقات إلى فئتين:

#### 1- دخول السياح إلى الجزائر (السياحة الوافدة):

عرفت التدفقات البشرية الوافدة إجمالا (دخول السياح إلى الجزائر) خلال الفترة (2008-2015) تطورا متزايدا خلال الفترة من 2008 - 2013 ، حيث انتقل عدد السياح الوافدين من 1.772 مليون سائح سنة 2008 إلى 2.732 مليون سائح سنة 2013 أي بنسبة نمو بلغت حوالي 55 % .

<sup>1</sup> Article 11 de la loi de finances complémentaires 2009.

<sup>2</sup> Article 42 de la loi de finances complémentaire 2009.

<sup>3</sup> Article 82 de la loi de finances complémentaire 2009.

## الفصل الثالث: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر

ثم أخذت وتيرة التدفقات السياحية اتجاها تنازليا ابتداء من سنة 2014 حيث بلغ عدد السياح الوافدين إلى الجزائر 2.3 مليون سائح ، وانخفض إلى 1.7 مليون سائح سنة 2015 ، وبذلك لم تحقق التدفقات البشرية الرقم المرصود في الخطة وهو الوصول إلى 2.5 مليون سائح سنة 2015<sup>1</sup> .

والجدول الموالي يرصد التطورات الحاصلة في هذه الفترة .

الجدول رقم (18): توافد السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2008-2015

السنوات	الأجانب	الجزائريين المقيمين بالخارج	المجموع
2008	577000	1215000	1772000
2009	655810	1255696	1911506
2010	654987	1415509	2070496
2011	901642	1493245	2394887
2012	981955	1652101	2634056
2013	964153	1768578	2732731
2014	940125	1361248	2301373
2015	1083121	626873	1709994

المصدر: إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية لعدة سنوات.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن التدفقات البشرية خلال الفترة الممتدة من 2008 - 2013 شهدت زيادة معتبرة، تقارب 55% من إجمالي القادمين إلى الجزائر، ونسبة تطور تساوي 67 % بالنسبة للسياح الأجانب، ونسبة نمو 45.55 % بالنسبة للجزائريين المقيمين بالخارج، وقد حققت الجزائر أحسن أداء في التدفقات البشرية في 2013 وحصلت على المرتبة الخامسة إفريقيا في استقطاب السياح الأجانب الذين زاروا هذه القارة وعددهم 55.7 مليون سائح دولي ، حيث حل المغرب في المركز الأول الذي استقبل حوالي 10 مليون سائح ، تليها في المركز الثاني جنوب إفريقيا بعدد سياح ناهز 9.5 ملايين سائح، ثم

<sup>1</sup> وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي، الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية ص 18.

مصر بـ 9.1 مليون سائح، وفي المركز الرابع جاءت تونس التي استضافت 6.2 مليون سائح<sup>1</sup>. وفي نهاية 2015 قدر عدد السياح الذين زاروا الجزائر بـ 1709994، مع تسجيل انخفاض تدفقات الجزائريين المقيمين في الخارج بنسبة 53.95 %، وزيادة دخول الأجانب بنسبة 15.21 % مقارنة بنتائج سنة 2014، ويرجع السبب في ذلك إلى زيادة تنافسية مقاصد سياحية جديدة، قدمت عروض مغرية لهذه الفئة ولا سيما الوجهة التونسية، بهدف تعويض الخسائر الحاصلة في الفنادق، وانخفاض الإيرادات السياحية بوجه عام.

جدول رقم(19): تركيبة التدفقات السياحية الوافدة الى الجزائر خلال سنتي 2014-2015.

السنوات	فئة السياح	السياح الأجانب	الجزائريين المقيمين في الخارج	المجموع
2014	940 125	1 361 248	2 301 373	
2015	1 083 121	626 873	1 709 994	
معدل الزيادة السنوية	15.21 %	-53.95 %	-25.70 %	

Source : statistique ministère de l'aménagement du territoire, du tourisme et l'artisanat 2015.

نلاحظ من خلال الجدول، تراجع دخول السياح إلى الجزائر إجمالاً، بنسبة وصلت إلى 25.70 % مقارنة بعام 2014، ويعود ذلك إلى الظرفية الاقتصادية العالمية، وتنافسية المقاصد السياحية (تونس والمغرب) والوضع الأمني في الدول العربية الذي يؤثر بصورة سلبية على صورة الجزائر السياحية بوجه عام.

كما شهد دخول الجزائريين المقيمين في الخارج (ومعظمهم مقيمين في فرنسا) انخفاضا حادا فاق النصف (53.95 %) بسبب اختيار هؤلاء الوجهة السياحية التونسية، نظرا لتخفيض أسعار الفنادق، والعروض التنافسية المقدمة في كثير من مؤسسات الإيواء السياحي فيها.

<sup>1</sup>African development bank (AfDB). "Africa tourism monitor report October 2015". P 7.

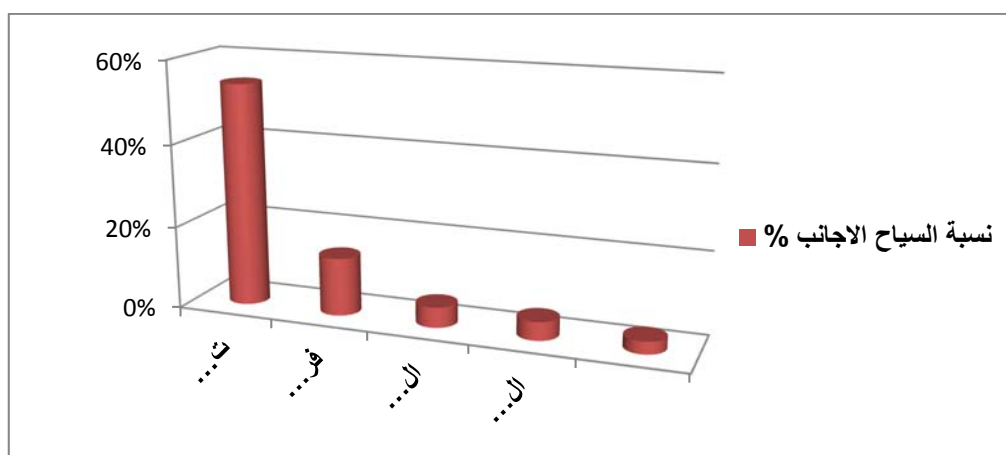
## الفصل الثالث: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر

أما تدفقات السياح الأجانب فقد عرفت ارتفاعا ايجابيا تعدى عتبة المليون سائح ، أي بنسبة تفوق قليلا 15 % ، يشكل فيها السياح القادمين من بلدان عربية حصة الأسد إذ بلغ عددهم 684814 سائح وهو ما يمثل ثلثي التدفقات من السياح الأجانب .

أما من حيث التوزيع الجغرافي للبلدان العربية ، تعتبر اغلب التدفقات وافدة من تونس حيث نحصي 575300 سائح أي ما يمثل نسبة 84 % من حصة الدول العربية، أما البلدان الخمس الأولى المصدرة للسياح الأجانب ، فقد جاءت حسب ترتيب الأهمية على النحو التالي<sup>1</sup>:

- تونس 575300 سائح أي بنسبة قدرها 53.12%.
- فرنسا 149669 سائح أي بنسبة قدرها 13.82%.
- المغرب 53437 سائح بنسبة 4.93 % .
- الصين 48056 أي بنسبة 4.44%.
- اسبانيا ب 32381 سائح بنسبة 2.99%.

الشكل رقم (4): الأهمية النسبية لأفضل 5 دول مصدرة للسياح الأجانب سنة 2015.



المصدر: من إعداد الطالب، بناء على الإحصائيات السابقة الخاصة بأفضل 5 دول مصدرة للسياح الأجانب للجزائر سنة 2015.

نلاحظ من خلال الشكل السابق أن نصيب تدفقات تونس وفرنسا مجتمعتين تقارب 70 % من مجموع حصة الجزائر من السياح الأجانب ، ولم تتعدى النسبة الفردية 5 % لباقي الدول الثلاث الواردة في الشكل (المغرب،الصين واسبانيا).

<sup>1</sup> ministère d'aménagement urbain, du tourisme et l'industrie traditionnelle statistique année 2015.

## الفصل الثالث: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر

أما التدفقات المتبقية التي تعتبر هامشية، فتتوزع على تركيا بنسبة 2.91 %، إيطاليا بنسبة 1.91 % وليبيا بنسبة 1.82 %، وبالتالي فلم تتمكن الجزائر من استقطاب سياح الأسواق البعيدة والناشئة، كما هو مستهدف في المخطط التوجيهي للسياحة أفق 2030 .

و الجدول الموالي يوضح توزيع سائحي البلدان المذكورة سابقا حسب الهدف من الزيارة.

الجدول رقم (20) توزيع السياح القادمون إلى الجزائر حسب الغرض من الزيارة 2015

المجموع	مهمة		أعمال		الاستجمام و الراحة		البلد
	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
575300	0.02%	46	3.10%	17857	96.88%	557397	تونس
149669	0.12%	175	46.73%	69945	53.15%	79549	فرنسا
53437	0.01%	6	34.92%	18663	65.06%	34768	المغرب
48056	0.12%	54	98.77%	47468	1.11%	534	الصين
32381	0.04%	14	79.41%	25715	20.55%	6652	اسبانيا

المصدر : من إعداد الطالب بناء على إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية الجزائرية 2015.

من خلال الجدول السابق، وبناء على النسب المقدمة من وزارة السياحة، فإن دخول السياح الأجانب إلى الجزائر خلال سنة 2015، كان من منطلق الدوافع الرئيسية الثلاثة: إما للاستجمام والراحة وكان عددهم 723098 سائحا أي بنسبة 66.76% من إجمالي السياح الأجانب و 358785 سائحا أي بنسبة 33.12% كان الهدف من الزيارة القيام بأعمال، أما الباقي 0.12% أي 1238 سائحا فكان الهدف من زيارة الجزائر هو زيارة للقيام بمهمة.

## 2- خروج الجزائريين إلى الخارج (السياحة العكسية):

بلغ عدد الجزائريين الذين توجهوا إلى الخارج سنة 2008 ، 1539406 سائحا، وارتفع هذا العدد سنة 2015 إلى 3638140 سائحا وهو ما يمثل معدل نمو خلال الفترة (2008-2015) بلغ أكثر من الضعف ، أما البلدان المفضلة من حيث الوجهة، فهي مرتبة حسب الأهمية على النحو التالي:

- تونس نظرا لتوفرها على مزايا أهمها، القرب الجغرافي، غياب التأشيرة، نوعية الخدمات السياحية، والعروض السياحية المخفضة المقدمة في مؤسسات الإيواء الفندقي، لتعويض التراجع المسجل في الأسواق السياحية الأوروبية التقليدية (فرنسا ايطاليا وبريطانيا)، خاصة بعد تردي الوضع الأمني في تونس نتيجة الظرفية التي تمر بها تونس بعد الربيع العربي، وكنتيجة لذلك، شهد الموسم السياحي ذهاب أكثر من 1389828 سائحا جزائريا إلى تونس سنة 2015، وهو ما يعادل نسبة 38.20% من حجم التدفقات السياحية العكسية.

- فرنسا في المرتبة الثانية، ب 1161162 سائحا أي ما يعادل 31.91% من إجمالي المتجهين إلى الخارج.

- اسبانيا في المرتبة الثالثة ب 228330 سائحا ما يعادل نسبة 6.27% ،

- ثم تأتي المملكة العربية السعودية في المرتبة الرابعة ب 177188 سائحا، وهي سياحة دينية للعمرة و الحج أي بنسبة 4.87% من حجم التدفقات السياحية العكسية.

- و أخيرا تركيا في المرتبة الخامسة ب 175870 سائحا أي بنسبة 4.83 % وهي سياحة تتوزع بين الأعمال والزيارة للراحة والاستجمام .

والجدول الموالي يرصد تطور السياحة العكسية في الجزائر خلال الفترة 2008-2015.



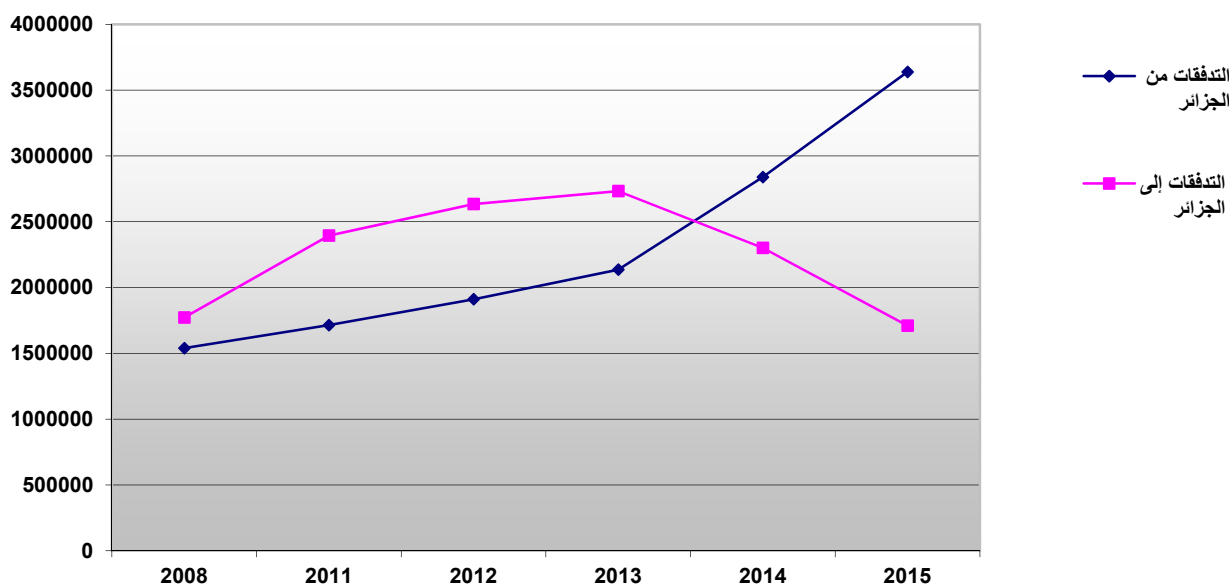
جدول رقم (21): تطور السياحة العكسية في الجزائر للفترة (2008-2015)

السنوات	2008	2011	2012	2013	2014	2015
الجزائريين المتوجهين إلى الخارج	1539406	1714654	1910558	2135523	2839104	3638140
نسبة النمو %	-	11.39	24.11	38.72	84.42	136.33

المصدر : من إعداد الطالب بناء علي إحصائيات وزارة السياحة الجزائرية لعدة سنوات.

ويمكن مقارنة الحركة السياحية بين التدفقات البشرية الوافدة والخارجة للسياح في الشكل التالي :

الشكل رقم (5) تطور دخول السياح إلى الجزائر وخروج الجزائريين من الجزائر (2008-2015)



المصدر : من إعداد الطالب بناء علي إحصائيات وزارة السياحة.

- من خلال الشكل نلاحظ أنه خلال الفترة 2008-2013 كانت السياحة الوافدة أكبر من السياحة العكسية، إلا أنه وخلال السنتين الأخيرتين 2014-2015 يلاحظ تدفق خروج المقيمين من الجزائر أكبر من دخول السياح غير المقيمين إلى الجزائر، واستمرار هذا التطور على هذا المنحى، سيجعل الجزائر بلدا مصدرا للسياح أكثر من كونها بلدا مستقطبا لهم .

المطلب الثاني: تطور التدفقات السياحية النقدية :

1-تطور الإيرادات السياحية في الجزائر :

يمكن توضيح التطورات المتعلقة بالإيرادات السياحية من خلال الجدول الموالي:

جدول رقم (22) التدفقات النقدية والميزان السياحي خلال الفترة (2008-2015) الوحدة : مليون دولار

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الإيرادات السياحية	324.5	266.5	219.1	208.3	196.4	230.3	258.1
النفقات السياحية	468.6	456.6	574.3	501.7	427.8	410.2	611.8
الرصيد	144.1-	190.1-	355.2-	293.4-	231.4-	179.9-	353.7-

المصدر : بنك الجزائر لعدة سنوات .

من خلال الجدول السابق يتبين أن الإيرادات السياحية تميزت بمبالغها الضئيلة، وميلها إلى التناقص من سنة إلى أخرى، حيث عرفت انخفاضا متواصلا خلال الفترة من 2009 إلى 2012 ، وذلك بفعل الأزمة المالية العالمية التي مست اغلب اقتصاديات العالم ، وأثرت على السوق السياحي في العالم ،وبالمقابل شهدت النفقات السياحية نموا فاق حجم الإيرادات ، وهذا أمر طبيعي طالما أن التدفقات البشرية من السياحة الوافدة (شكل من أشكال الصادرات)أقل من حجم التدفقات البشرية من السياحة العكسية (وهي شكل من أشكال الواردات) ويمكن أن يرجع انخفاض الإيرادات السياحية أيضا إلى تسرب جزء مهم منها خارج قنوات الصرف الرسمية (سوق الصرف السوداء)، التي يقوم بها عادة الجزائريون المقيمون في الخارج عند زيارتهم للجزائر، كما يلجأ هؤلاء إلى الإقامة لدى الأهل و الأقارب ، الأمر الذي يخفض إنفاقهم السياحي بوجه عام.

وكنتيجة لما سبق ، يعاني الميزان السياحي عجزا هيكليا متواصلا ، من خلال رصيده السالب طيلة الفترة المدروسة، أي أن المبالغ المنفقة في الخارج أكثر من تلك المحصل عليها كإيرادات من السياح

الأجانب القادمين إلى الجزائر، وعلى العموم، لم تحقق الجزائر الرقم المستهدف في الخطة وهو الوصول إلى إيرادات تتراوح ما بين 1.5 مليار دولار إلى 2 مليار سنة 2015<sup>1</sup>.

إن ارتفاع النفقات السياحية وضعف الإيرادات المحصلة مرده إلى عدة أسباب أهمها<sup>2</sup>:

- ضعف نوعية المنتجات وخدمات السياحة الجزائرية.
  - إيواء وفندقه ذات طاقات غير كافية وذات نوعية سيئة.
  - عجز كبير في تسويق وجهة الجزائر ( داخل وخارج البلاد).
  - خدمات مرتفعة السعر بالنسبة للسكان المحليين وذات نوعية أقل مقارنة بدول الجوار كتونس.
  - نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات السياحية.
  - غياب الأمن السياحي دفع بالمواطن الجزائري، إلى السفر إلى بلدان أخرى.
- هذه العوامل مجتمعة ، ساهمت في عجز الميزان السياحي ، وهو ما يؤثر على ميزان المدفوعات للدولة سواء بتعميق العجز أو التقليل من فائض ميزان المدفوعات.

### المطلب الثالث: تطور عدد الليالي السياحية و الوافدين على المؤسسات الفندقية:

تقوم وزارة السياحة الجزائرية بنشر الإحصاءات الخاصة بعدد نزلاء الفنادق وعدد لياليهم الفندقية ، مع التمييز بين نزلاء الفنادق المقيمين وغير المقيمين ، ويتأثر مؤشر عدد الليالي السياحية بعاملين رئيسيين وهما عدد السياح الوافدين (التدفق البشري) ، ومتوسط فترة الإقامة ، فكلما كان الطلب السياحي مرتفعا كلما صاحب ذلك ارتفاع في مستوى التدفقات، وحيث إن مستوى التدفق البشري (السياح) نحو الجزائر كان ضئيلا -مقارنة بدول الجوار- مما أدى إلى انخفاض مماثل في عدد الليالي، وهو ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول الموالي:

<sup>1</sup> وزارة السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية، ص.18.

<sup>2</sup> عامر عيساني، " الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة ،حالة الجزائر "، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة باتنة 2010/2009 ، ص 107 .

جدول رقم (23) : تطور الليالي السياحية للفترة (2012-2015) الوحدة : ليلة سياحية

السنوات	2012	2013	2014	2015
ليالي سياحية لغير المقيمين	936 631	994 266	837812	681350
ليالي الجزائريين المقيمين	5703550	5926968	6215932	6 504904
المجموع	6640181	6921234	7053744	7 186254
نسبة النمو السنوي %	-	4.23	1.91	1.87

المصدر : وزارة تهيئة الإقليم والسياحة والصناعات التقليدية الجزائرية 2015 .

نلاحظ ان عدد الليالي السياحية بقي ثابتا تقريبا خلال السنتين 2012-2013 ، واتجه نحو الانخفاض في سنتي 2014-2015 وهذا ما يظهره معدل النمو السنوي الذي انتقل من 4.23 % سنة 2013 الى 1.87 % سنة 2015 وهو أداء ضعيف بالمقارنة مع ما تحققه بلدان الجوار ، ويرجع الانخفاض الحاصل في عدد الليالي السياحية المسجل في الجزائر إلى ضعف التدفقات السياحية من جهة، بالإضافة إلى قصر فترة الإقامة ، ففي حين سجلت تونس معدل إقامة خلال السنوات الأخيرة تراوح بين 6.2 إلى 6.3 ليلة لكل سائح، نجد المعدل المحسوب في الجزائر محصورا بين 1.12 إلى 2 ليال لكل سائح، وهو ما انعكس بشكل واضح على إجمالي الليالي السياحية، وحجم الإيرادات المحققة في القطاع.

### المبحث الثالث: واقع الاستثمارات السياحية في الجزائر.

تناول هذا المبحث واقع الاستثمارات السياحية في الجزائر من خلال عرض حالة المشاريع السياحية خلال 2015، وتطور الحظيرة الفندقية وطاقات الإيواء، بالإضافة إلى وضعية الاستثمارات الأجنبية وأهم الشركات المستثمرة في القطاع السياحي في الجزائر.

#### المطلب الأول: حالة المشاريع السياحية في الجزائر خلال 2015.

من خلال إحصائيات وزارة السياحة لوضعية المشاريع الاستثمارية السياحية إلى غاية نهاية عام 2015، يمكن رصد أربع حالات لهذه الاستثمارات:

## الفصل الثالث: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر

1- استثمارات سياحية في طور الإنجاز.

2- استثمارات سياحية متوقفة.

3- استثمارات سياحية غير منطلقة (Non lancés).

4- استثمارات سياحية منجزة.

الجدول التالي يوضح حالة المشاريع السياحية بالأرقام.

الجدول رقم (24): وضعية المشاريع السياحية في نهاية 2015

نوع المشاريع	البيان	مجموع المشاريع	عدد الأسرة	عدد المناصب	الكلفة بملايير دج
مشاريع قيد الإنجاز		504	69 138	28 835	234,877
مشاريع متوقفة		101	8 591	3 732	27,379
مشاريع لم تنطلق		607	78 813	29 074	240,947
المشاريع المنجزة		58	4 241	1 951	10,234
<b>المجموع</b>		<b>1 270</b>	<b>160 783</b>	<b>63 592</b>	<b>513,437</b>

المصدر: إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية لسنة 2015.

من خلال الجدول ، يتبين أن العدد الإجمالي للمشاريع المسجلة على مستوى وزارة السياحة بلغ 1270 مشروعا في نهاية 2015 بكلفة إجمالية تقدر ب 513,437 مليار دينار جزائري، وبطاقة إيواء تبلغ 160783 سريرا ، وقدّر عدد المناصب الممكن إحداثها ب63592 منصب شغل مباشر، أي ما يقابل 0.39 منصب شغل مباشر لكل سرير مستحدث، ويعتبر هذا المعدل منخفضا مقارنة بالمتوسط المحقق دوليا والذي يقدر ب 0.5 منصب شغل مباشر لكل سرير.

كما يلاحظ بطئ وتيرة انجاز المشاريع السياحية في الجزائر، التي لا تلبي الاحتياجات الحالية في الحظيرة الفندقية المطلوب انجازها في نهاية 2015 المقدرة ب:160783 سريرا، حيث بلغت المشاريع

## الفصل الثالث: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر

التي لم تنطلق بعد 607 مشروعا وتمثل نسبة 47.79% من المجموع، ولا تمثل المشاريع المنجزة إلا نسبة ضئيلة بلغت 4.56% أي 58 مشروعا .

وفيما يلي تحليل لوضعية المشاريع السياحية حسب الحالة.

### 1- المشاريع السياحية قيد الإنجاز في نهاية 2015:

في نهاية سنة 2015 قدر عدد المشاريع السياحية 1270 مشروعا، منها 504 مشروع قيد الإنجاز بتكلفة إجمالية قدرها 234,877 مليار د.ج، وسوف تسمح هذه المشاريع بتدعيم الحظيرة الفندقية الحالية بطاقات إيواء جديدة تقدر بـ 138 69 سرير، والتي تمثل نسبة 43% من إجمالي الأسرة، وقدر عدد المناصب الممكن إحداثها 28 835 منصب شغل.

### 2- المشاريع المتوقفة:

لقد تم حصر 101 مشروع سياحي متوقف عبر أنحاء الوطن أي ما يمثل 7.95% من إجمالي المشاريع، بتكلفة انجاز قدرت بـ 27,379 مليار د.ج، و كان من المقرر أن تدعم الحظيرة الفندقية بطاقات إيواء تقدر بـ 8 591 سرير، وتوفير 3 732 منصب شغل.

أما أسباب توقف هذه المشاريع فهي ترجع إلى ما يلي:

-صعوبة الحصول على التمويل، وهو راجع أساسا إلى غياب المؤسسات المالية المتخصصة في تمويل الاستثمارات السياحية، كما يتطلب هذا النوع من الاستثمارات تمويلا كبيرا وطويل المدى، تحجم معظم البنوك على تقديمه للمستثمرين لانعدام الضمانات الكافية لديهم<sup>1</sup>، حيث يشير آخر تقرير صادر عن البنك الدولي حول ممارسة الأعمال إلى ترتيب الجزائر في المرتبة 175 في المؤشر الفرعي "الحصول على القروض" وذلك من مجموع 190 اقتصادا شملهم التقرير<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عوينان عبد القادر "السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025" أطروحة دكتوراة غير منشورة، جامعة الجزائر 03 2012/2013، ص 226.

<sup>2</sup> World Bank., **Doing Business 2017: Equal Opportunity for All**. Washington, DC: World Bank. DOI: 10.1596/978-1-4648-0948-4.country tables, p189.

## الفصل الثالث: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر

-عدم تسوية الوضعية الإدارية، كالحصول على رخص البناء وشهادات المطابقة حيث يبلغ متوسط الحصول على هذه الرخصة في الجزائر 130 يوما مقارنة بـ88.5 يوما في المغرب و93 يوما في تونس.

-مشاكل داخلية بين الشركاء .

- وأخيرا ،عدم الحصول على عقود الملكية والتي تسمح للمستثمرين بالحصول على قروض بنكية حيث جاءت الجزائر في المرتبة 162 في المؤشر الفرعي "تسجيل الملكية" بمجموع 10 إجراءات ،مقارنة بالمرتبة 87 و 92 للمغرب وتونس على التوالي .

### 3- المشاريع التي لم تنطلق:

في نهاية سنة 2015 قدر عدد المشاريع التي لم تنطلق بـ 607 مشروع، وتقدر تكلفتها بـ 240,947 مليار د.ج، و تمثل هذه المشاريع حصة مهمة لدعم الحظيرة الفندقية بطاقة إيواء تصل إلى 78813 سريرا ، بالإضافة إلى توفير 29074 منصب شغل مباشر.

ويرجع السبب في تأخر انطلاق هذه المشاريع إلى التأخر المسجل في المصادقة على المخططات الولائية للتهيئة السياحية ، حيث أحصت الوزارة نهاية 2015 ، 208 مخططا ولائيا على المستوى الوطني منها<sup>1</sup>:

-21 مخططا تم المصادقة عليها بمراسيم.

-11 مخططا على مستوى الأمانة العامة للحكومة للمصادقة.

-102 مخططا في طور الدراسة .

-50 مخططا في طور الانطلاق.

-02 مخططات أنجزت ثم ألغيت.

-22 مخططا غير مصنف.

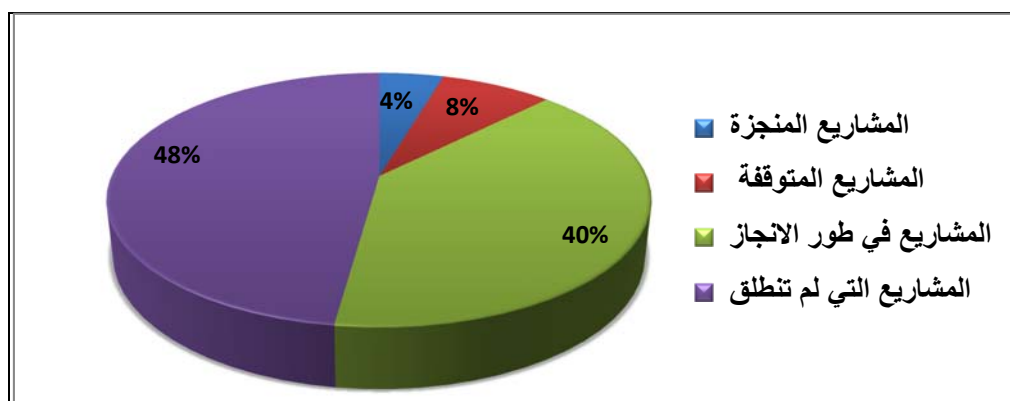
<sup>1</sup> وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية، "وضعية تقدم مخطط التهيئة السياحية للولايات 2015".

#### 4- المشاريع المنجزة:

في نهاية سنة 2015 قدر عدد المشاريع المنجزة بـ 58 مشروع، والتي قدرت تكلفتها بـ 10,234 مليار د.ج، وتعد حصة ضئيلة تبلغ 4.56 % من إجمالي المشاريع البالغ عددها 1270 مشروعا.

والشكل الموالي يوضح وضعية المشاريع السياحية في الجزائر نهاية 2015.

شكل رقم (6): التوزيع النسبي للمشاريع السياحية نهاية 2015.



المصدر: من إعداد الطالب بناء على بيانات الجدول السابق.

نلاحظ من خلال الشكل ، أن اغلب مشاريع الاستثمار السياحي ، لم تنطلق أو في طور الانجاز (48 % 08 % على التوالي) في حين بلغت نسبة المشاريع المنجزة 4 % من القيمة الكلية للاستثمارات السياحية ، وهذا بسبب المعوقات المذكورة سابقا .

#### 5- طلبات الاستثمار للفترة 2012-2014 :

بلغ مجموع الملفات الخاصة بطلبات الاستثمار السياحي التي قامت لجنة تقييم الملفات بدراستها على مستوى الوزارة 861 طلبا خلال الثلاث سنوات الممتدة من 2012 إلى 2014 ، وتم قبول 480 طلبا، ورفض 381 طلبا، لعدم جديتها أو عدم تطابقها مع دفتر الشروط.

الجدول الموالي يبين توزيعها حسب السنوات.



جدول رقم(25): طلبات الاستثمار المودعة لدى لجنة تقييم المشاريع للفترة 2012-2014.

السنة	مجموع الملفات المدروسة	عدد الملفات المقبولة	عدد المشاريع المرفوضة
2012	276	100	176
2013	265	190	75
2014	320	190	130
المجموع	861	480	381

المصدر: إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية 2014.

من خلال الجدول السابق، نلاحظ أن عدد طلبات الاستثمار المودعة لدى الوزارة خلال السنوات 2012 إلى غاية 2014 بلغ 861 ملفا، وتقدر نسبة الطلبات المقبولة منها 55 % بينما بلغت نسبة الطلبات المرفوضة 45%.

### المطلب الثاني: تطور الحظيرة الفندقية وطاقات الإيواء.

سوف نحاول تحليل وضعية طاقات الإيواء وذلك وفق ثلاثة أشكال:

- حسب القطاع القانوني
- حسب نوع المنتج
- حسب الدرجات (التصنيف).

#### أولا: تطور الحظيرة الفندقية وطاقات الإيواء حسب المنتج للفترة 2013-2014

تحصي الحظيرة الفندقية 1176 فندقا سنة 2013، بطاقة إيواء تقدر ب 98804 سرير، وفي سنة 2014 انتقل عدد مؤسسات الإيواء السياحي إلى 1185 وحدة فندقية، بطاقة إيواء بلغت 99605 سرير، حيث تمثل نسبة النمو في عدد الأسرة المستحدثة في 2014 ب 1 % فقط مقارنة بعام 2013. والجدول الموالي يوضح توزيع الحظيرة الفندقية حسب نوع المنتج (الطابع) كما يلي:

جدول رقم(26): تطور الحظيرة الفندقية وطاقات الإيواء حسب المنتج 2013-2014.

نسبة النمو في عدد الأسرة	سنة 2014		سنة 2013		الطابع
	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	
9%	61012	872	55988	798	حضري
7-%	27962	209	29886	219	ساحلي
25-%	4547	60	6058	94	صحراوي
22-%	4259	26	5467	46	حموي
32%	1852	18	1405	19	جبلي مناخي
1%	<b>99605</b>	<b>1185</b>	<b>98804</b>	<b>1176</b>	المجموع

المصدر: وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية 2014.

من خلال الجدول السابق ، يتبين أن الحظيرة الفندقية في سنة 2014 شهدت انخفاضا من حيث عدد الفنادق ،ومس ذلك الانخفاض الفنادق ذات الطابع الصحراوي والحموي والساحلي، وكانت أعلى نسبة مسجلة في الفنادق الصحراوي إذ بلغت 25 % ، ويعزى السبب في ذلك إلى انخفاض السياحة الصحراوية بسبب الوضع الأمني المتردي في المنطقة ، خاصة بعد أحداث تيفنتورين عام 2012، الأمر الذي أدى إلى غلق هذه الفنادق .

أما بالنسبة للفنادق الحموية التي كانت نسبة الانخفاض فيها 22% فإن سبب التراجع يعود أساسا إلى غلقها بسبب أشغال إعادة الاعتبار التي استفادت منها 8 محطات حموية ذات بعد وطني بغلاف مالي يقدر ب 12 مليار دينار<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> بوراوي ساعد، مليكة شبايكي "السياحة الحموية في خنشلة بالجزائر ، دراسة حمام الصالحين باستخدام مصفوفة التحليل الرباعي" ، مداخلة المؤتمر الأردني الثاني للسياحة والضيافة 12-15 ماي 2015 ،جامعة اليرموك كلية السياحة والضيافة ،الأردن .ص 1.

1- توزيع طاقات الإيواء حسب نوع المنتج لسنة 2015.

تتوزع طاقات الإيواء حسب نوع المنتج على خمسة أنواع من المنتجات السياحية تتمثل في:

- المنتج الحضري
- المنتج الساحلي
- المنتج الصحراوي
- المنتج الحموي
- المنتج المناخي.

الجدول رقم (27): توزيع طاقات الإيواء حسب نوع المنتج لسنة 2015

المنتج	عدد الفنادق	عدد الأسرة	% النسبة
حضري	870	62479	61.10
ساحلي	230	30380	29.71
صحراوي	55	3636	3.55
حموي	21	3866	3.78
مناخي	19	1883	1.48
المجموع	1195	102244	100

المصدر: إحصائيات وزارة تهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية لسنة 2015

تشير معطيات الجدول، إلى أن طاقات الإيواء -حسب المنتج- تركزت في نوعين من المنتجات السياحية، وهما المنتج الحضري الذي بلغت طاقات الإيواء فيه 62479 سريرا، أي بمعدل 61.10% من إجمالي الطاقة الفندقية والمنتج الشاطئ الذي بلغت طاقة الإيواء فيه 30380 سرير أي ما يعادل نسبة 29.71% من إجمالي الطاقة الفندقية، بالرغم من أهمية هذا النوع من المنتج السياحي الذي تراهن

## الفصل الثالث: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر

عليه الدولة الجزائرية لكونه يشكل دعائم السياحة الجزائرية في المستقبل إلا أن الوضع الحالي لا يساعد على تلبية الطلب السياحي المتزايد وخاصة في فترات الذروة صيفا.

- أما بالنسبة للمنتج الصحراوي والمناخي والحموي فتشكل هذه الأنواع من المنتجات السياحية حصة لا تتعدى 9.19% من إجمالي الطاقة الفندقية، حيث بلغ عدد الأسرة فيها 9385 سريرا .

### 2- توزيع طاقات الإيواء حسب الطابع القانوني (الملكية):

تتوزع طاقات الإيواء حسب الطابع القانوني إلى أربع قطاعات أساسية وهي :

- القطاع العمومي .

- القطاع الخاص

- قطاع الجماعات المحلية

- القطاع المختلط.

والجدول الموالي يوضح توزيع الطاقة الفندقية في الجزائر حسب الطابع القانوني.

### الجدول رقم (28): توزيع طاقات الإيواء حسب القطاع القانوني لسنة 2015

التوزيع النسبي %	عدد الأسرة	عدد الوحدات الفندقية	البيان القطاع
18.20	18613	65	القطاع العام
75.70	77383	1069	القطاع الخاص
3.06	3134	54	الجماعات المحلية
3.04	3114	07	القطاع المختلط
100	102244	1195	المجموع

المصدر: إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية لسنة 2015

- **القطاع العام:** يتمثل في الفنادق التي تعود ملكيتها للدولة، و خلال سنة 2015 بلغت طاقات الإيواء المنجزة بـ18613 سرير، أي ما يمثل 18.20% من إجمالي طاقات الإيواء ويرجع سبب انخفاض هذه النسبة إلى تراجع الدولة عن الاستثمار في القطاع السياحي منذ بداية الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت فيها الدولة في ثمانينيات القرن الماضي ، بما في ذلك حوصصة بعض الفنادق التي كانت تابعة لملكية الدولة .

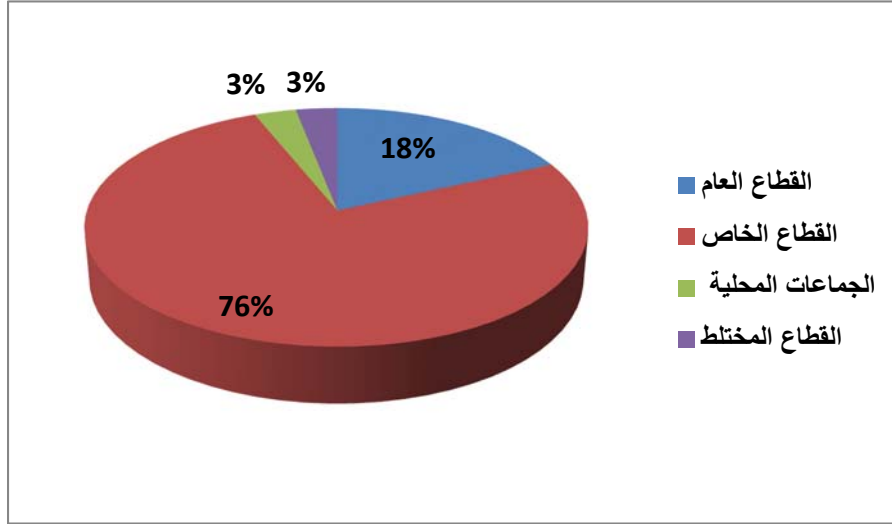
**القطاع الخاص:** يتمثل في الفنادق التي تعود ملكيتها إلى القطاع الخاص ،حيث ساهم القطاع بنسبة معتبرة في تعزيز طاقات الإيواء للحظيرة الفندقية بسبب حجم الاستثمارات السياحية التي اوكلت الى هذا القطاع، واثر عمليات الخصخصة التي أدت إلى انتقال ملكية الفنادق العمومية ،الى القطاع الخاص كليا وبناء على ذلك وفر هذا القطاع قرابة 75.70 % من طاقات الإيواء، أي ما يقارب 77383 سريرا، إن مساهمة القطاع الخاص بالحصة الكبرى من طاقات الإيواء، يتماشى مع السياسة السياحية الجديدة، التي يلعب القطاع الخاص فيها دورا أساسيا في التنمية السياحية كما هو مبين في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030.

- **الجماعات المحلية:** تتمثل في الفنادق التي تعود ملكيتها للولاية أو الدائرة أو البلدية، ويمتاز هذا النوع من الفنادق بأنه أقل درجة أو تصنيف مقارنة بالقطاع العام والخاص، حيث بلغت طاقة الإيواء المنجزة 3134 سريرا.

-**القطاع المختلط:**تتمثل في الفنادق التي يتقاسم ملكيتها القطاع العام والقطاع الخاص،وقد بلغ عدد هذا النوع 07 فنادق ، بطاقة إيواء وصلت إلى 3114 سريرا ،ومعظم هذه الفنادق أنجزت بشراكة أجنبية ، ومصنفة تصنيفا عاليا(4 نجوم أو خمسة نجوم).

والشكل الموالي يبين التوزيع النسبي للفنادق حسب الطبيعة القانونية.

شكل رقم (7) : التوزيع النسبي للفنادق حسب الطبيعة القانونية .



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات الجدول رقم:28.

### 3- توزيع طاقات الإيواء حسب التصنيف:

تتوزع طاقات الإيواء حسب التصنيف إلى ست درجات حسب نوع الخدمة السياحية المقدمة في تلك الفنادق وتشمل أيضا القرى و الاقامات السياحية و باقي وحدات الإيواء غير المصنفة (في طور التصنيف ) . (انظر الجدول في الصفحة الموالية).

نلاحظ من الجدول أن طاقة الإيواء في الفنادق غير المصنفة احتلت الجزء الأكبر بنسبة 53.55 % من إجمالي مؤسسات الإيواء في سنة 2015 أي ما يمثل 54742 سريرا، وبلغت حصة الإيواء في المؤسسات المصنفة- حسب طريقة التصنيف المعتمدة من الوزارة -46.45 % ، بينما لم تتعدى نسبة الفنادق من الخمسة نجوم 8.93 % و عددها لا يتجاوز 8 فنادق، وفي ذات الوقت لم تتعدى نسبة باقي الفنادق المصنفة ( ذات درجتين وثلاث درجات وأربعة درجات ) نسبة 29.53 % ، بينما بلغت نسبة الفنادق ذات درجة واحدة نسبة 23.77 % ، وكانت حصة المؤسسات الأخرى الموجهة للفندقة 23.24 % .

إن هذا التوزيع يظهر التأخر المسجل في انجاز الفنادق من الطراز العالي الذي جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المحدد ب40 ألف سرير، وكان من المتوقع أيضا أن يصل العدد الإجمالي للأسرة في سنة 2015 إلى 159869 سريرا ، أي بعجز قدره 57 ألف سرير مقارنة بما هو محقق .

جدول رقم (29): توزيع طاقات الإيواء حسب درجة التصنيف لسنة 2015

النسبة %	عدد الأسرة	البيان التصنيف
8.93	4242	فنادق 5*
3.78	1800	فنادق 4*
12.27	5829	فنادق 3*
13.48	6405	فنادق 2*
23.77	11295	فنادق 1*
17.96	8533	فنادق بدون نجمة*
23.54	11198	وحدات إيواء أخرى مصنفة**
46.45	47502	مجموع المؤسسات المصنفة
53.55	54742	مجموع المؤسسات بدون تصنيف
100	102244	المجموع

المصدر: إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية لسنة 2015.

\*: تحصي الوزارة الفنادق بدون نجمة كمؤسسات فندقية مصنفة.

\*\* : تشمل الاقامات السياحية والنزل المفروشة والعائلية والريفية ، ومحطات الاستراحة ، وقرى العطل وهايكل أخرى موجهة للفندقة ، حسب تصنيف وزارة السياحة .

و من جهة أخرى، يمكن الإشارة إلى ضعف أداء مخطط جودة السياحة، الذي يهدف إلى تحسين نوعية العرض السياحي من خلال تشجيع انخراط المؤسسات الفندقية و رفع قدرات الإيواء الفندقي المصنفة حيث لم يشهد هو الآخر تطورا كبيرا في هذا المجال.

### المطلب الثالث: وضعية الاستثمارات السياحية الأجنبية في الجزائر.

تحصي وزارة التهيئة العمرانية و السياحة و الصناعة التقليدية وجود أكثر من 550 مشروع سياحي يوجد في طور الانجاز على المستوى الوطني من أصل 1600 مشروع سياحي معتمد من طرف الوزارة وذلك إلى غاية ديسمبر 2016<sup>1</sup>.

وبحسب إحصائيات المجلس العالمي للسفر والسياحية الصادر في 2016 والخاص بمنجزات سنة 2015، فقد بلغت نسبة الاستثمار السياحي 2.8 % فقط من مجموع الاستثمارات.

### أولا: المشاريع السياحية الأجنبية في القطاع السياحي.

نشير في البداية إلى انه لا توجد مشاريع مملوكة 100 % للأجانب، وهذا ما ينص عليه قانون الاستثمار الجزائري في المادة 51 منه الذي يعتمد قاعدة 49/51 (أي 51 % على الأقل من رأس المال الاجتماعي للمستثمر الوطني و 49 % للمستثمر الأجنبي)، كما انه لا يمكن انجاز مشروع أجنبي إلا بشراكة وطنية، وهذه التدابير جاءت في قانون المالية التكميلي لسنة 2009<sup>2</sup>.

وتشكل الاستثمارات الأجنبية في قطاع السياحة نسبة 4 % من إجمالي الاستثمارات الأجنبية في الجزائر خلال الفترة 2003 إلى مايو 2015، كما بلغ عدد الشركات الأجنبية المستثمرة في القطاع 8 شركات، استثمرت في 14 مشروعا سياحيا بتكلفة 2.678 مليون دولار وتقدر عدد الوظائف المباشرة في هذه المشاريع 5826 وظيفة.

و يأتي قطاع النفط والغاز الطبيعي في مقدمة القطاعات الأكثر استقطابا للاستثمار الأجنبي المباشر، حيث بلغت حصته 28 %، يليه قطاع المعادن بنسبة 21 %، ثم قطاع العقارات بنسبة 20 %، و قطاع المواد الكيماوية بنسبة 11 %، ثم قطاع السياحة بنسبة 4 % فقط.

<sup>1</sup> تصريح وزير التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية في موقع الوزارة: <http://www.matta.gov.dz/index.php/ar/66-2015-10-06-10-11-38/257-550> تاريخ الزيارة: 2016/12/13.

<sup>2</sup> المادة 58 المتممة للأمر رقم: 03-01 المتعلق بتطوير الاستثمار، قانون المالية التكميلي لسنة 2009، الجريدة الرسمية عدد 44.



## الفصل الثالث: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في الجزائر

و الجدول الموالي يوضح توزع الاستثمارات الأجنبية المباشرة على أهم القطاعات الاقتصادية في الجزائر.

جدول رقم(30): توزع الاستثمارات الأجنبية المباشرة على القطاعات الاقتصادية في الجزائر 2003- مايو 2015.

الترتيب	القطاع	عدد الشركات	عدد المشروعات	عدد الوظائف	التكلفة /مليون دولار	% من إجمالي الاستثمارات
1	الفحم والنفط والغاز الطبيعي	22	28	6489	19.130	28
2	المعادن	17	21	16486	14.371	21
3	العقارات	14	19	14199	13.343	20
4	المواد الكيميائية	12	14	3863	7.294	11
5	السياحة	8	12	5826	2.786	4

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، نشرة ضمان الاستثمار السنة 33، العدد الفصلي الثاني، ابريل- يونيو 2015.

ثانيا: أهم الشركات المستثمرة في القطاع السياحي في الجزائر .

حسب إحصائيات وزارة السياحة حول وضعية الاستثمارات السياحية بشراكة أجنبية لسنة 2014<sup>1</sup>، توجد 4 شركات أجنبية مستثمرة في القطاع السياحي وذلك بشراكة جزائرية ، و منها 3 شركات عربية وواحدة ايطالية ، ومن المنتظر أن يتم تسليم مشاريع سياحية كبرى وهي الآن في طور

<sup>1</sup> Ministère du Tourisme, direction d'évaluation et du suivi des projets touristiques, situation des projets touristiques en partenariat avec des étrangers, année 2014.

الانجاز - على غرار القرية السياحية لمجمع "إميرال" الإماراتي بسيدي أفرج و مجمع "تراست" للفنادق (5 فنادق) وهو استثمار مشترك أردني،قطري بحريني، بباب الزوار وهذه المشاريع ستدعم الطاقة الفندقية ب 7292 سرير إضافي وتوفير حوالي 4700 منصب شغل مباشر، والجدول الموالي يبين ذلك.

جدول رقم(31): الشركات المستثمرة في القطاع السياحي في الجزائر 2014.

الشركة المستثمرة	المشروع	عدد الأسرة	عدد الوظائف	التكلفة/مليون دينار
الشركة العقارية الإماراتية EMIREL	فندق 5 نجوم، 36 فيلا راقية شقق فندقية، مارينا، مجمع تجاري، مصحة، 4 أبراج سكنية 3 أبراج تجارية	2004	1500	27.366.744
الشركة الأردنية القطرية Spa TRUST REAL ESTATE	برج سياحي يحوي مجمع تجاري، مجمع أعمال ، شقق فندقية، شقق، نادي رياضي، ومطعم.	2500	1200	27.122.644
الشركة السعودية RUSSICA PARK	إقامة سياحية راقية A، إقامة سياحية B ،مركز علاجي، حديقة مائية ،بارك للألعاب، مجمع إداري.	1684	1500	7.320.000
الشركة الإيطالية SARL RICARDI GLOPAL	قرية سياحية ،مركز رياضي، حديقة مائية	1.104	200	/

Source : Ministère du Tourisme, direction d'évaluation et du suivi des projets touristiques, situation des projets touristiques en partenariat avec des étrangers, année 2014.

وبالنسبة لمجمع "تراست" للفنادق فهو يتكون من 11 برنامجا منها 5 فنادق من الطراز الرفيع (5 نجوم) و سيتم تسليم في 5 جويلية 2017 الجزء الأكبر من المشروع و هو عبارة عن ثلاثة فنادق حسبما أكده الرئيس المدير العام للمجمع غازي أبو نحل.<sup>1</sup>

من المرتقب أن تسلم شركة "تراست ريل استات" أكبر مشروع فندقي وسياحي في الجزائر، في غضون بداية 2017. ويضم المشروع المقام بالعاصمة أربعة فنادق ومنتجات بعلامة المجموعة الدولية 'ماريوت'، فضلا عن مركز تجاري يضم أكبر العلامات الدولية، هذا المشروع الذي تفوق مساحته الإجمالية المغطاة 280 ألف متر مربع، سيضم مجمعات فندقية و إقامية، بما في ذلك 4 أبراج إقامية ذات 14 طابقا، و برج متطور خاص بفندق 5 نجوم، مع مطاعم بانورامية و مولات تجارية ومكاتب أعمال وشقق إقامية، أماكن للراحة والترفيه، ومستودعان للسيارات تحت الأرض، كما يوفر 10 آلاف منصب عمل، منها 3000 منصب عمل قار. وقد قاربت نسبة الأشغال، حسب مصدر مقرب من قطاع السياحة، 80 في المائة مع نهاية السنة الحالية، في وقت أسندت للشركة الأردنية "أرت لاين" مهمة التهيئة الداخلية والخارجية. وتم تصميم المركب على شاكلة "المروج روتانا الفندقية" بدبي، ويوفر أكبر مساحة فندقية في الجزائر ومجمعات أخرى في ماليزيا. ويعتبر المشروع أيضا الأهم من نوعه في الجزائر بقيمة استثمارية تفوق 250 مليون دولار، ويمتد على مساحة 40398 متر مربع ومساحة مبنية بـ280545 متر مربع، ويشتمل على 9 أبراج من 14 طابقا وبنائيتين وبنية مركزية من ثلاثة طوابق، تم إدماجها في مجمع واحد مرتكز على ثلاثة طوابق تحت الأرض على مساحة 87930 متر مربع مهيأة لاستقبال أكثر من 1610 مكان أو مقعد.

واستفاد المشروع من شراكة قائمة مع المجموعة والعلامة الدولية "ماريوت"، حيث يتم إقامة فندق من 'خمسة نجوم' 'ماريوت أنترناشيونال ريسورت' على مساحة 37072 متر مربع و216 غرفة وفندق ثان من أربع نجوم 'ماريوت كورنيارد' على مساحة 30274 متر مربع و275 غرفة، إضافة إلى فندق شقق بعلامة 'ماريوت ايكزيكوتيف أبارتمانز' من 5 نجوم على مساحة 32879 متر مربع و185 شقق وملاحق من 63 إلى 116 متر مربع، فضلا عن 147 شقة فندقية

<sup>1</sup> موقع جريدة الخبر اليومية على الموقع :

<http://www.elkhabar.com/press/article/96003/#sthash.yPj1hUXn.dpuf> تاريخ الزيارة 2016/12/12.

من 4 نجوم بعلامة 'ماريوت ريزيدانس اين' على مساحة 16337 متر مربع، أي ما مجموعه 832 غرفة وشقة بما يعادل 1100 سرير، تم الاتفاق على تجهيزها وفقا لآخر المقاييس الخاصة بالعلامة الأمريكية والدولية 'ماريوت'.

وكشف المصدر ذاته أن العلامة الدولية الأمريكية 'ماريوت ليميتد' ستكفل، وفقا لاتفاق مبرم، بالتسيير لمدة 35 سنة. على صعيد آخر، يشتمل المجمع الفندقي والسياحي على 5 أبراج مخصصة للمكاتب والأعمال على مساحة 62483 متر مربع وتتوفر بها كافة الخدمات، إضافة إلى مركب تجاري يمتد على مساحة 92412 متر مربع، سيستقبل عدة علامات دولية تم الاتفاق معها وحظيرة سيارات تتسع لـ 2300 سيارة.

وأبرم المجمع الأردني القطري 'تراست ريل إيستات' عقد الإنجاز مع الشركة التركية 'أي. بي. سي' لتجسيد هذا المشروع في نهاية 2007.

## خلاصة الفصل.

تبين لنا من خلال دراسة ما جاء في هذا الفصل انه بالرغم من الحوافز والتسهيلات و الإعفاءات المقدمة إلى الاستثمارات السياحية في الجزائر ، إلا أن أداء المؤشرات السياحية لم يكن بالشكل المطلوب ، مقارنة بالمقومات الطبيعية والتاريخية والثقافية التي تزخر بها الجزائر في هذا المجال .

فعلى صعيد مؤشر التدفقات البشرية ، قدر عدد السياح الذين زاروا الجزائر في عام 2015 بـ 1709994 ، مع تسجيل انخفاض تدفقات الجزائريين المقيمين في الخارج بنسبة 53.95 % ، وزيادة دخول الأجانب بنسبة 15.21 % مقارنة بنتائج سنة 2014، ويرجع السبب في ذلك إلى زيادة تنافسية مقاصد سياحية جديدة ، قدمت عروض مغرية لهذه الفئة ولا سيما الوجهة التونسية ،

كما يلاحظ استمرار العجز في الميزان السياحي الذي حقق نتيجة سلبية عام 2014 تقدر بـ: 353.7 مليون دولار وهذا بسبب زيادة وتيرة السياحة العكسية ، مما نتج عنه انخفاض في الإيرادات السياحية وبالمقابل زيادة في حجم النفقات السياحية .

كما يلاحظ بطئ وتيرة انجاز المشاريع السياحية في الجزائر، التي لا تلبى الاحتياجات الحالية في الحظيرة الفندقية المطلوب انجازها في نهاية 2015 المقدرة بـ: 160783 سريرا، حيث بلغت المشاريع التي لم تتطلق بعد 607 مشروعا وتمثل نسبة 47.79% من المجموع، ولا تمثل المشاريع المنجزة نهائيا إلا نسبة ضئيلة بلغت 4.56 % أي 58 مشروعا، ومن جهة أخرى مثلت الاستثمارات السياحية الأجنبية المتواجدة في الجزائر نسبة متواضعة وصلت إلى 4 % من مجموع الاستثمارات الأجنبية المباشرة ، بتعداد 8 شركات أجنبية في أحسن الحالات.

وبناء على ما سبق، يتوجب على السلطات العمومية إعادة النظر في بعض المعطيات الكمية الواردة في المخطط التوجيهي لتنمية السياحة، وتحسين أداء المؤشرات السياحية الرئيسية لتحقيق الأهداف الكمية بأعلى نسبة ممكنة.

## الفصل الرابع

واقع السياحة و الاستثمارات

السياحية الوطنية والأجنبية

في تونس و المغرب

### تمهيد الفصل .

يتناول هذا الفصل دراسة البيئة الاستثمارية في تونس والمغرب، من خلال تقديم الإطار التشريعي

والتنظيمي للاستثمار السياحي، و عرض الحوافز والتسهيلات المقدمة للنشاط السياحي في كلا البلدين .

كما نتناول بالدراسة لأهم المؤشرات السياحية المحققة منها ، مؤشر التدفقات السياحية البشرية والنقدية ،

ومؤشر الليالي السياحية التي يقضيها السياح المقيمين وغير المقيمين في الفنادق وباقي مؤسسات الإيواء

السياحي الأخرى المصنفة ، ونستعرض وضعية الميزان السياحي ، بما في ذلك حجم الإيرادات والنفقات

السياحية المحققة ونسبة تغطية الميزان السياحي للعجز في الميزان التجاري .

كما تناولنا بالدراسة تطور الطاقة الفندقية من خلال مؤشر عدد الأسرة وتوزيعها حسب درجة التصنيف

المعتمدة في هذا المجال، فضلا عن حجم الاستثمارات السياحية المنجزة ، ونسبة الاستثمارات الأجنبية

المتواجدة في كلا من تونس والمغرب واهم المستثمرين الأجانب في القطاع السياحي.

وتماشيا مع تحقيق الهدف من هذا الفصل فقد تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث كما يلي:

المبحث الأول: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية و الأجنبية في تونس.

المبحث الثاني: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية و الأجنبية في المغرب (رؤية 2010).

المبحث الثالث: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية و الأجنبية في المغرب (رؤية 2020).

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

المبحث الأول: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس

تناول هذا المبحث بيئة الاستثمار السياحي والحوافز المقدمة إضافة إلى التدفقات السياحية البشرية والنقدية في تونس وأخيرا تطور طاقات الإيواء الفندقي والليالي السياحية ووضعية الإستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية إلى غاية 2015.

المطلب الأول: بيئة الاستثمار السياحي والحوافز المقدمة .

أولا: البيئة العامة للاستثمار السياحي في تونس .

يخضع الإستثمار في القطاع السياحي كباقي القطاعات، إلى أحكام مجلة تشجيع الإستثمارات التي صدرت بمقتضى القانون عدد 120 لسنة 93 المؤرخ في 27 ديسمبر 1993.

1 - الإطار العام للاستثمار السياحي المقيم و الأجنبي .

لتدعيم تحرير إقتصادها وتفتحها على المحيط الخارجي و تنشيط الإستثمار الخارجي ، أقرت الحكومة التونسية -في قانون الاستثمار- مجموعة من المبادئ منها<sup>1</sup>:

- حرية الإستثمار: يمكن للمستثمر الأجنبي وبدون ترخيص مسبق، المساهمة في رأس مال المؤسسات السياحية إلى حدود 100%.

- حرية تحويل الأرباح : يمكن للمستثمر الأجنبي تحويل الأرباح وقيمة بيع الأصول بما في ذلك فائض القيمة المحقق عند عملية البيع وذلك وفقا لما جاء في القانون عدد 48 لسنة 1993 الذي أقر التحويل الجاري للدينار التونسي.

- حماية الإستثمارات: في إطار الإتفاقيات الثنائية المبرمة مع البلدان الشقيقة والصديقة وخاصة منها البلدان العربية اقر القانون مبدأ حماية الاستثمارات من أي شكل من أشكال المصادرة أو التأميم.

- عدم الإزدواج الضريبي: حيث تم إقراره في إطار الإتفاقيات الثنائية التي أبرمتها تونس مع عديد بلدان العالم.

-الإعتراف بقرارات التحكيم الأجنبية وتنفيذها: بناء على انضمام تونس لإتفاقية نيويورك المؤرخة في 10 جوان 1958 وإصدار قانون التحكيم بتونس خلال سنة 1993.

<sup>1</sup> مجلة تشجيع الاستثمارات، القانون عدد 120 لسنة 93 المؤرخ في 27 ديسمبر 1993 .



## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

- تغطية المخاطر غير التجارية: بإنضمام تونس للوكالة المتعددة الأطراف لضمان الإستثمار (MIGA\*) بواشنطن ،و المؤسسة العربية لضمان الإستثمار بالكويت.

وتغطي مجلة تشجيع الاستثمارات (قانون الاستثمارات التونسي ) العديد من المجالات السياحية ،وتمنح الحق لكل شخص طبيعي أو معنوي ،تونسي أو أجنبي، مقيم أو غير مقيم أو في نطاق الشراكة، من الإستثمار بحرية في الأنشطة التالية<sup>1</sup>:

- الإيواء.

- التنشيط.

- النقل السياحي.

- السياحة المتعلقة بالمحطات الإستشفائية بالمياه المعدنية.

- سياحة المؤتمرات.

- شركات التصرف في وحدات الإيواء والتنشيط.

- وكالات الأسفار.

وتتجز الإستثمارات في الأنشطة المذكورة بحرية شريطة الإستجابة للشروط الخاصة بتعاطي هذه الأنشطة،حيث يشترط الحصول على المصادقة المسبقة، ثم إيداع تصريح بالإستثمار لدى مصالح الديوان الوطني التونسي للسياحة التي تسلم المستثمر شهادة إيداع تصريح بإستثمار .

وتخضع المساهمة الأجنبية في نشاط وكالات الأسفار السياحية، إلى موافقة اللجنة العليا للإستثمار في حالة تجاوز هذه المساهمة حدود 50% من رأس مال الشركة .

كما يستوجب الانتفاع بالإمتيازات المنصوص عليها بمجلة تشجيع الاستثمارات، أن يتضمن هيكل تمويل المشروع أموالا ذاتية لا تقل عن 30% من تكلفة الإستثمار .

وتقدم الأموال الذاتية في شكل إسهامات نقدية أو عينية.

ثانيا- أشكال التشجيعات المقدمة للإستثمار السياحي .

تمنح التشجيعات في شكل حوافز مشتركة وأخرى خصوصية<sup>2</sup> .

-1- الحوافز المشتركة:

تنتفع الإستثمارات في الأنشطة السياحية بالتشجيعات التالية:

\* MIGA=Multilateral Investment Guarantee Agency.

<sup>1</sup> مجلة تشجيع الاستثمارات التونسية ، القانون عدد 120 لسنة 1993 المؤرخ في 27 ديسمبر 1993.

<sup>2</sup> نفس المرجع .

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

- تسجيل العقود التأسيسية للشركة أو محاضر الرفع في رأس المال الشركة .
  - 1. طرح المداخيل أو الأرباح المكتتبه في رأس المال أو الترفيع فيه من أساس الضريبة على الدخل في حدود 35% من المداخيل أو الأرباح الصافية الخاضعة للضريبة على دخل الأشخاص الطبيعيين أو للضريبة على الشركات.
  - 2. الإعفاء من دفع القيمة المضافة على إقتناء التجهيزات المصنعة محليا.
  - 3. الإعفاء من الحقوق الجمركية وتخفيض الأداء على القيمة المضافة إلى نسبة 12% عند توريد التجهيزات التي ليس لها مثيل مصنع في تونس.
  - 4. إمكانية إختيار نظام الإستهلاكات التنازلية بالنسبة للمعدات التي تفوق مدة إستعمالها 7 سنوات.
- 2- الحوافز الخصوصية:

تنتفع المشاريع المنجزة بمناطق التنمية الجهوية بالحوافز التالية:

- طرح كل المداخيل أو الأرباح المكتتبه في رأس مال المؤسسة أو الترفيع فيه من أساس الضريبة على الدخل.
- طرح كل المداخيل أو الأرباح المتأتية من الإستثمارات من أساس الضريبة على الدخل خلال العشر سنوات الأولى من النشاط الفعلي وطرح 50% من هذه المداخيل خلال العشر سنوات الموالية.
- منحة إستثمار بنسبة:
- 25% من تكلفة المشروع بدون إعتبار قيمة الأرض بالنسبة للإستثمارات المنجزة بمناطق الحوض المنجمي.
- 8% من تكلفة المشروع بدون إعتبار قيمة الأرض بالنسبة للإستثمارات المنجزة في مناطق تشجيع التنمية الجهوية.
- الإعفاء من المساهمة في صندوق النهوض بالمساكن لفائدة الأجراء خلال الخمس سنوات الأولى من النشاط الفعلي.
- تتكفل الدولة بالمساهمة في النظام القانوني للضمان الإجتماعي لمدة :
  - العشر سنوات الأولى من النشاط الفعلي لمشاريع السياحة الصحراوية.
  - الخمس سنوات الأولى بالنسبة لمناطق تشجيع التنمية الجهوية الأخرى.

### (3) شركات التصرف:

يمكن لشركات التصرف التي تستغل مشروع إيواء أو تنشيط سياحي منجز في إطار مجلة تشجيع الإستثمارات، الإنتفاع عند إحالة المشروع لفائدتها، بالإمتيازات الممنوحة بعنوان الضريبة على دخل الأشخاص الطبيعيين والضريبة على الشركات أو تكفل الدولة بمساهمة الأعراف في النظام القانوني للضمان الإجتماعي وذلك بالنسبة للفترة المتبقية.

### (4) النقل السياحي:

الإستثمارات المنجزة في قطاع النقل السياحي يمكنها الإنتفاع:

\* بالإعفاء من الرسوم الديوانية والأداءات ذات الأثر المماثل والأداء على القيمة المضافة عند اقتناء الحافلات الكبيرة والصغيرة المستوردة من طرف وكالات الأسفار السياحية، والنزل التي تحتوي على 200 سريرا على الأقل.

\* الإعفاء من القيمة المضافة بالنسبة للحافلات الكبيرة والصغيرة المصنوعة محليا والمقتناة من طرف وكالات الأسفار السياحية والنزل التي تحتوي على 200 سريرا على الأقل.

\* بالإعفاء من المعاليم الديوانية و المعلوم على الإستهلاك ودفع الأداء على القيمة المضافة بنسبة 12% بالنسبة للعربات الصالحة لكل المسالك المستوردة وليس لها مثل مصنوع محليا التي وقع إقتناؤها من طرف وكالات الأسفار. كذلك النزل المقامة في المناطق الصحراوية يمكنها الإنتفاع بهذا الإمتياز وذلك في حدود عربتين لكل نزل كما أن مشاريع سياحة الصيد المقامة في الجهات الغربية بالمناطق الجبلية تنتفع بهذا الإمتياز في حدود عربة لكل نزل.

### (5) المساكن السياحية:

(1) تعفى من المعاليم والأداءات الأدباش والمنقولات المعدة لتجهيز المساكن السياحية التي يملكها غير المقيمين.

(3) تعفى من الترخيص المسبق كل عملية إقتناء أو كراء، من طرف الأجانب، لأراضي كائنة بالمناطق السياحية قصد إنجاز مشاريع إقتصادية.<sup>1</sup>

كما يمكن ان تنتفع الاستثمارات، ذات الأهمية الخاصة للإقتصاد الوطني أو المنجزة في المناطق

<sup>1</sup> القانون عدد 40 لسنة 2005 مؤرخ 11 ماي 2005 المتمم للأمر المؤرخ في 4 جوان 1957 والمتعلق بالعمليات العقارية.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

الحدودية، من إعفاءات إضافية تتمثل فيما يلي<sup>1</sup>:

- (1) الإعفاء من الضريبة على الدخل أو الأرباح لمدة خمس سنوات.
  - (2) مساهمة الدولة بعنوان مصاريف البنية الأساسية.
  - (3) منحة استثمار لا تتجاوز 5% من قيمة الاستثمار.
  - (4) توقيف العمل بالأداءات و المعاليم المعمول بها بالنسبة للتجهيزات اللازمة لإنجاز الاستثمار.
- المطلب الثاني: التدفقات السياحية البشرية والنقدية .**

تعتبر تونس من أهم البلدان العربية في مجال السياحة ،وهي واحدة من أهم البلدان الرئيسية في حوض البحر الأبيض المتوسط لما تتمتع به من مقومات سياحية طبيعية ساعدتها على تطوير قطاعها السياحي و تدعيم مكانتها في السوق السياحي العالمي، كما سعت إلى تدعيم المقومات السياحية بإمكانات مادية تمثلت في توفير البنى التحتية حتى تستجيب للطلب السياحي المحلي و الأجنبي ، وفي هذا المجال قامت بتحسين أسطولها البري و البحري والجوي، ففي السنوات الأخيرة شرعت في بناء أكبر مطار ( مطار النفطية) في تونس العاصمة بسعة 25 مليون مسافر في السنة إضافة إلى المطارات الموزعة على كافة أنحاء تونس، ومن جهة أخرى و منذ استقلالها وتونس تعمل على تطوير هياكلها الفندقية حتى تواكب التطور الحاصل في السياحة الدولية الوافدة إلى تونس ، فقد ارتفعت طاقات الإيواء من حجم 4000 سرير سنة 1965 ، ليصل عددها إلى أكثر من 240000 سرير سنة 2015 ،

### أولاً: التدفقات السياحية (السياح الوافدون):

شهدت التدفقات السياحية للوافدين تطورات مستمرة و متسارعة لكنها اتسمت بالتذبذب وعدم الاستقرار، و الجدول الموالي يوضح تطور عدد السياح القادمين إلى تونس خلال الفترة (2009-2015).

<sup>1</sup>القانون عدد 40 لسنة 2005 مؤرخ 11 ماي 2005 المتمم للأمر المؤرخ في 4 جوان 1957 والمتعلق بالعمليات العقارية.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

جدول (32): تطور عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2009-2015)

السنوات	عدد السياح	معدل التغير السنوي %
2009	6.901.406	-
2010	7.828.075	13.42
2011	4.781.896	-38.91
2012	5.950.464	24.43
2013	6.268.582	5.34
2014	7.163.437	14.27
2015	5.359.309	-25.18

المصدر: السياحة في أرقام، سنوات متعددة ، وزارة السياحة والصناعات التقليدية التونسية على الموقع:

<http://www.tourisme.gov.tn/ar/realisations-et-perspectives/tourisme-en-chiffres/statistiques->

ترصد بيانات الجدول السابق بأن قطاع السياحة في تونس استطاع استقطاب ما يفوق سبعة ملايين سائح خلال سنة 2010، و شهدت التدفقات البشرية تراجعا وصل الى 38.91% سنة 2011 مقارنة بالسنة الماضية، ويعزى ذلك إلى بداية ثورة الياسمين في تونس واثر الاحتجاجات الاجتماعية أو ما عرف بثورة الربيع العربي ، التي أدت إلى عدم الاستقرار السياسي و الأمني والاجتماعي وهو ما اثر سلبيا على أداء القطاع السياحي في تونس ، ومع ذلك شهدت التدفقات البشرية انتعاشة قوية في سنة 2012 مع زيادة السياح بنمو سنوي وصل إلى أكثر من 24 % ، وذلك بفعل استعادة النشاط السياحي عافيته وتعويض الخسائر بالتدفقات السياحية من بلدان المغرب العربي التي وصلت إلى 3.10 ملايين سائح سنة 2014 أي ما يمثل نسبة 51.12 % من السياح الوافدين إجمالا.

غير أن القطاع عاود الانتكاسة بفعل حادث باردو في 18 مارس 2015 ، والعمل الإرهابي الذي

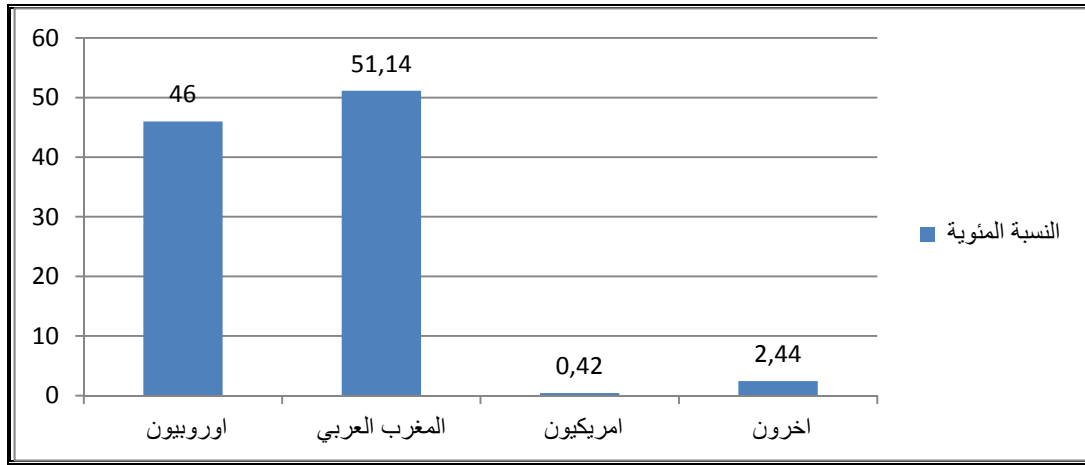
استهدف فندق امبريال بسوسة في 26 جوان 2015 في أوج الموسم السياحي التونسي الذي خلف 38

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

قتيلا معظمهم من السياح البريطانيين ، وانخفضت على إثره التدفقات السياحية الواردة من روسيا (-11.5%) وفرنسا (-6.5%) الدول الاسكندنافية (-19%) وليبيا (-21%)<sup>1</sup>. وهذا ما يدل على الحساسية العالية للقطاع السياحي للعامل الأمني وتأثيره على اتجاهات السياح في اختيارهم للوجهات السياحية .

و الشكل الموالي يبين التوزيع النسبي للسياح الأجانب الوافدين إلى تونس سنة 2014 حسب الجنسية.

شكل رقم (8): التوزيع النسبي للسياح الوافدين إلى تونس سنة 2014 حسب الجنسية



المصدر: من إعداد الطالب، بناء على إحصائيات الديون الوطني التونسي للسياحة 2014.

نلاحظ من خلال الشكل، أن نصف حصة تونس من السياحة الوافدة كانت من بلدان المغرب العربي، بنسبة تصل إلى 51.14% ، وفي المرتبة الثانية الأوروبيون بنسبة 46%، ويرجع السبب في هذا الترتيب إلى الزيادة في أعداد الوافدين من الأسواق التالية<sup>2</sup>:

-السياح الجزائريون بنسبة نمو تساوي 35%.

-السياح الايطاليون بنسبة 9% .

-بريطانيا بنسبة نمو 4% .

-السياح الألمان بنسبة نمو 0.3%.

<sup>1</sup><http://www.leconomistemaghreb.com/2015/01/22/tunisie-tourisme-bilan>

<sup>2</sup>Amel Karboul ,bilan du secteur 2014 sur [https://www.youtube.com/watch?v=z4VGK4qhd6w.\(22/01/2015\)](https://www.youtube.com/watch?v=z4VGK4qhd6w.(22/01/2015))

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

وبالنسبة للأوروبيين تعتبر السوق التونسية سوق تقليدية، تتميز بميزات تنافسية منها، القرب الجغرافي حيث لا تبعد بعض المدن الإيطالية عن العاصمة تونس إلا ساعة طيران، وانخفاض تكلفة النقل الجوي إليها، سياسة الأجواء المفتوحة للرحلات التي تربط مباشرة بعض المدن الأوروبية بالمدن التونسية، وانخفاض تكاليف الإقامة في الفنادق وارتفاع مستوى الخدمات، وضيافة الشعب التونسي وقبوله للسائح الأجنبي بسهولة، مما انعكس على رضا الزبون الأوروبي وبالتالي تكرار الزيارة إلى تونس، غير أن هذه العوامل لم تكن وحدها كافية للأوروبيين و الأمريكيين مقارنة بانعدام الأمن والاستقرار الاجتماعي. وعلى العموم لم تتمكن تونس من استقطاب 10 ملايين سائح سنة 2014، وهو العدد المستهدف في خطة السياحة التونسية افاق2016، إلا أنها كانت ضمن العشر وجهات سياحية الأكثر استقطابا للسياح في بلدان منظمة المؤتمر الإسلامي عام 2013.<sup>1</sup>

### ثانيا: التدفقات السياحية النقدية (الإيرادات السياحية):

بلغت إيرادات السياحة الدولية في تونس سنة 2014، 3.042 مليار دولار أمريكي، أي بمعدل نمو بلغ 6.25% عما كانت عليه في سنة 2013، غير أن انجازات سنة 2015 كانت الأسوأ في تونس حيث شهدت التدفقات النقدية تراجعا كبيرا وصل إلى 1.354 مليون دولار، أي بمعدل نمو سلبي بلغ أكثر من النصف (55.48%) وذلك بفعل انخفاض أعداد السياح الوافدين نتيجة تدهور الوضع الأمني في تونس.

مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب، منظمة التعاون الإسلامي " السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة 1 التعاون الإسلامي، الأفاق والتحديات 2015. أنقرة . ص 13.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

والجدول الموالي يرصد تطور الإيرادات السياحية في تونس خلال الفترة 2008-2015.

جدول رقم(33): تطور إيرادات السياحة الدولية للفترة 2008-2015\*

%معدل النمو السنوي	القيمة بالآلاف الدولارات	الإيرادات السياحية
		السنوات
-	3,909	2008
-9.85	3,524	2009
-1.33	3,477	2010
-27.26	2,529	2011
15.90	2,931	2012
-2.32	2,863	2013
6.25	3,042	2014
55.48-	1,354	2015

Source :

[http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=TN&view=chart\(04/11/2016\)](http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=TN&view=chart(04/11/2016))

\*2015 data from [http://www.e-nwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145.\(03/10/2016\)](http://www.e-nwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145.(03/10/2016))

من خلال الجدول السابق، نلاحظ أن الإيرادات السياحية في تونس عرفت انخفاضا حادا خلال الفترة 2008-2011 بمعدل متوسط بلغ 12.81 % ، وسجل العام 2011 أعلى تراجع إذ بلغت الإيرادات السياحية 2529 مليون دولار وهو ما يمثل انخفاض بنسبة 27.26 % مقارنة بالعام 2010، كما لم يتعدى



## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

متوسط مساهمة الميزان السياحي\* في الناتج المحلي الإجمالي نسبة 5.40 % خلال الفترة 2009-2013<sup>1</sup>. ويعود السبب في ذلك التراجع إلى الآثار السلبية للربيع العربي وموجة الاحتجاجات الاجتماعية التي أطاحت بالنظام الحاكم في تونس، وانخفاض السياح الوافدين إلى تونس ولا سيما من بعض الوجهات التقليدية (فرنسا، بريطانيا).

### ثالثا: تطور الميزان السياحي التونسي.

بالرغم من تراجع العائدات السياحية في تونس خلال الفترة 2008-2015 بوجه عام، إلا أن الميزان السياحي حقق فائضا خلال نفس الفترة، وذلك بسبب قلة مدفوعات السياحة العكسية، أي إنفاق السائحين التونسيين في الخارج، و إذا رصدنا جانب المدفوعات (النفقات السياحية) فهي لا تمثل إلا نسبة لا تتعدى 26.80 % من الإيرادات السياحية (2011).

والجدول الموالي يظهر التطور الحاصل في ميزان السياحة التونسي للفترة 2008-2015.

### جدول رقم (34) تطور الميزان السياحي التونسي خلال الفترة (2008-2015)

الوحدة : مليون دولار

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الإيرادات السياحية	3.909	3.524	3.477	2.529	9.931	2.863	3.042	1.354
النفقات السياحية	555	478	611	678	673	768	770	769
الرصيد	3.354	3.046	2.866	1.851	2.258	2.095	2.272	585

المصدر: إحصائيات بنك تونس لسنوات متعددة.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن ميزان السياحة والسفر في تونس قد حقق فائضا خلال الفترة (2008-2015)، فبفضل إيرادات السياحة الوافدة والتي فاقت بكثير مدفوعات السياحة العكسية، إلا أن أداء القطاع السياحي كان ضعيفا في سنة 2015 وحقق ميزان السياحة اقل قيمة له خلال الفترة المدروسة

\* يحسب الميزان السياحي بالوضع الصافية ويساوي الإيرادات السياحية الدولية (-) النفقات السياحية الدولية. \*  
<sup>1</sup> مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب، منظمة التعاون الإسلامي " السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الأفق والتحديات 2015. أنقرة . الملحق الإحصائي ص. 59.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

انخفضت الإيرادات السياحية من 3042 مليون دولار إلى 1.354 مليون دولار، أي بنسبة 40 % مقارنة بعام 2014 ، سبب الظرفية الأمنية والاقتصادية التي مرت بها تونس في عام 2015 ، وانخفاض سعر صرف الدينار التونسي أمام اليورو والدولار الأمريكي<sup>1</sup>.

و مع ذلك يبقى قطاع السياحة في تونس مساهما إيجابيا في حصيلة ميزان المدفوعات وتغطية العجز، من خلال الأرصدة الإيجابية المحققة سنويا في الميزان السياحي ، حيث تمثلت الإيرادات السياحية الدولية نسبة 14.10 % من مجموع صادرات السلع والخدمات عام 2014.<sup>2</sup> كما بلغت نسبة نفقات السياحة الدولية 2.9 % من الواردات الإجمالية في نفس العام<sup>3</sup>.

**المطلب الثالث: تطور طاقات الإيواء الفندقي و الليلي السياحية.**

**أولا: تطور طاقات الإيواء السياحي .**

تشير الأرقام الواردة في الجدول الموالي عموما، إلى استقرار نسبي في طاقات الإيواء الفندقي في تونس خلال الفترة 2008-2014 ، وتراجع معدل الإشغال الفندقي من 46.1 % عام 2013 إلى 44.9 % عام 2014.<sup>4</sup>

**الجدول (35): تطور طاقات الإيواء في تونس للفترة (2008-2014)**

السنوات	عدد المؤسسات	الأسرة بالآلاف	الطاقة المتوسطة أسرة
2008	836	238.5	285
2009	856	239.9	280
2010	856	241.5	282
2011	861	242.1	281
2012	846	242	286
2013	847	240.2	283
2014	848	240	283

Source : office national du tourisme tunisien 2014, le Tourisme Tunisien en Chiffres, p. 18.

<sup>1</sup> <http://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/arabe/documents/Balance.pdf> p.22.

<sup>2</sup> <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/tunisia2016.pdf> p.8.

<sup>3</sup> <http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.MP.ZS?locations=TN&view=chart>

<sup>4</sup> Tunisie en chiffres ,Institut Nationale de la Statistique tunisien in :

<http://www.ins.tn/sites/default/files/publication/pdf/tec-newform-51-web%20.pdf> p.34.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

من خلال الجدول السابق نلاحظ أنه خلال فترة (2008-2014) ارتفع عدد المؤسسات الفندقية ب 12 مؤسسة فقط، أي بمعدل نمو متوسط سنوي قدر ب 1.43 % إذ ارتفع عدد الفنادق من 836 في عام 2008 إلى 848 فندقا سنة 2014 ، أما من حيث عدد الأسرة فقد عرفت ارتفاعا بسيطا حيث بلغت 1500 سريرا جديدا ، أي بمعدل نمو يقدر ب 6.28 % خلال الفترة . وقدرت الدراسة الإستراتيجية لقطاع السياحة في تونس أفاق 2016 ، أن 80 % من طاقات الإيواء تتمثل في الفنادق المصنفة ، وان حوالي 100 ألف سرير تم بناؤها منذ أكثر من 20 سنة أي ما يمثل 40 % من مجموع الطاقة الفندقية البالغة 240 ألف سرير<sup>1</sup> .

و يلاحظ من معطيات الجدول أن عدد الفنادق قد انخفض بشكل واضح خلال عام 2012 سبب تراجع النشاط السياحي في تونس عقب الثورة، وغلق بعض الفنادق لظروف مالية نتيجة عدم قدرتها على تسديد الديون حيث بلغ عدد الفنادق المتضررة 89 فندقا حسب الدراسة الإستراتيجية المشار إليها سابقا<sup>2</sup>. وفي عام 2014، كما بلغ حجم الديون المتعثرة في القطاع السياحي 878 مليون دينار تونسي<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Etude stratégique du secteur touristique tunisien à l'horizon 2016, phase III, Tunisie 16juin2010.p18.

<sup>2</sup> Etude stratégique du secteur touristique tunisien à l'horizon 2016, phase III, p 82

<sup>3</sup> Ambassade de France en Tunisie, service économique régional, mai2015.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

الجدول (36): توزيع الطاقة الفندقية بالأسرة وحسب التصنيف 2015/2014.

التغير 2015/2014 %	2015	2014	السنوات التصنيف
-2.8	28.424	29.232	خمس نجوم
0.9	79.957	79.247	أربع نجوم
9	69.525	63.756	ثلاث نجوم
-11.3	29.424	33.180	نجمتان
14.1	7.560	6.625	نجمة
1.3	214.890	212.040	مجموع الأسرة في الفنادق المصنفة
	89	88.30	%
15.8	7.802	6.738	قري سياحية
	3.2	2.8	%
1.1	3.164	3.130	إقامات عائلية
	1.3	1.3	%
-27.2	8.257	11.461	الأسرة في الفنادق غير المصنفة
	3.5	4.8	%
8.5	7.279	6.708	أخرى
	3	2.8	%
0.5	241.392	240.077	المجموع الإجمالي

Source : office national du tourisme tunisien 2015, le Tourisme Tunisien en Chiffres, P.19.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

نلاحظ من خلال الجدول رقم (37) أن الطاقة الإيوائية في المؤسسات الفندقية حسب تصنيفها في تونس قد نمت بنسبة متواضعة جدا تقدر ب 0.5 % بين عامي 2015 و 2015 ، كما يتبين أن هذه الطاقة موزعة بين مؤسسات فندقية مصنفة بنسبة 89% و قرى سياحية بنسبة 3.2%، و إقامات عائلية بنسبة 1.3% ، أما المؤسسات الفندقية غير المصنفة فلم تتجاوز نسبة 3.5% خلال سنة 2015 ،أي أن اغلب الحظيرة الفندقية مصنفة ، وهي سياسة تتطابق والمسعى المسطر من قبل السلطات لتطوير القطاع تماشيا والأهداف الكبرى المبرمج تحقيقها خلال فترة الخطة (1999-2016)، مع الاحتفاظ على تحقيق نسبة 80 % على الأقل كطاقة إيوائية مصنفة .ويلاحظ أيضا أن نسبة الفنادق غير المصنفة قد تراجعت بنسبة 27.2 % في سنة 2015 مقارنة بسنة 2014 ، مما يفسر أنها استفادت من عمليات التصنيف التي تجريها السلطات المختصة دوريا للاستجابة للمقاييس المعمول بها وطنيا ودوليا .

ومن جهة أخرى نلاحظ أن السعة الإيوائية للفنادق المصنفة تتوزع سنة 2015 حسب النسب التالية:

13.22% للفنادق من صنف خمس نجوم، 37.20% صنف أربع نجوم، 32.35% صنف ثلاث نجوم، 13.70% صنف نجمتان وأخيرا 3.51% للفنادق من صنف نجمة واحدة.

### ثانيا: تطور الليالي السياحية.

إن الانجاز الذي حققته السياحة التونسية في سنة 2010 يدل على مكانة التجربة التونسية الرائدة في أسواق البلدان المنافسة في حوض البحر الأبيض المتوسط عموما ،حيث حظيت السياحة التونسية بشهرة عالمية متميزة ، وكانت قبلة لكثير من السياح الأجانب القادمين من أوروبا ، غير أن تلك الطفرة لم تدم طويلا ، إذ تراجع مؤشر الليالي السياحية سنة 2011 بمعدل وصل إلى ما يقارب 42 % ، وذلك كنتيجة للظروف السياسية التي مرت بها تونس في تلك السنة وما عقبها من توترات اجتماعية ،أثرت سلبا على أداء نمو القطاع السياحي في مجمل مؤشرات ،واعتبرت سنة 2015 كارثة على السياحة التونسية حيث انخفض مؤشر الليالي السياحية فيها إلى 44.41 % مقارنة بسنة 2014 ، والى 54.51 %مقارنة بالنتائج المحققة في سنة 2010 ، والجدول الموالي يوضح ذلك .

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

الجدول رقم (37) تطور الليالي السياحية (2010-2015) الوحدة: مليون ليلة سياحية

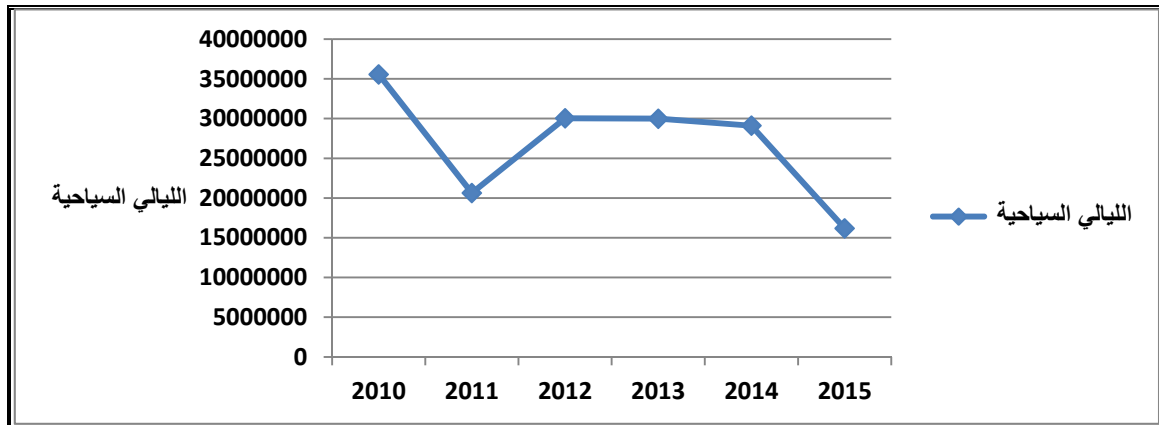
السنوات	عدد الليالي	معدل التغير (%)
2010	35.565.104	-
2011	20.636.847	-41.97
2012	30.035.419	45.54
2013	29.980.174	-0.18
2014	29.107.239	-2.91
2015	16.177.575	-44,42

المصدر : الديوان الوطني التونسي للسياحة، السياحة التونسية بالأرقام 2015 ، ص 49.

-وزارة الداخلية و التنمية المحلية تونس ، نشره السياحة التونسية في أرقام 2015 .

من خلال المعطيات الواردة في الجدول، كانت نسبة النمو في الليالي السياحية سالبة خلال الفترة، فيما عدا سنة 2012 التي شهدت انتعاشة مدفوعة بالتدفق السياحي للوافدين الذي بلغ 5.5 مليون سائح، وكذا ارتفاع متوسط مدة الإقامة الذي وصل إلى 4.4 يوم لكل سائح مقارنة ب 3.6 يوم سنة 2011 .

الشكل رقم (9): تطور الليالي السياحية 2010-2015



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات الجدول رقم : 37.

## **الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب**

إن هذا التراجع الذي بينه الشكل السابق ، مرده إلى الأحداث الإرهابية الدامية التي أثرت على القطاع السياحي سنة 2015، وكان أولها استهداف متحف باردو الذي أودى بحياة 20 سائحا أجنبيا ، ثم ضرب معقل السياحة في تونس بالاعتداء الإرهابي على شواطئ سوسة في 26 جوان 2015 الذي خلف 30 قتيلا جلهم من البريطانيين ، ثم ضرب حافلة الأمن الرئاسي الذي قضي على أكثر من 12 عنصرا من الحراس الأمنيين في 24 نوفمبر 2015.<sup>1</sup>

هذه الحوادث الأمنية والاعتداءات الإرهابية ضربت السياحة التونسية في مقتل، ودمرت صورة المقصد السياحي على المدى البعيد، وزعزعت الثقة لدى السائحين ولدى المستثمرين المحتملين في صناعة السياحة ، وانهارت بفعل ذلك المؤشرات السياحية في تونس ، حيث بلغ عدد الوافدين في نهاية 2015 ، 5.35 مليون سائح ، وانخفضت العائدات السياحية بنحو 35 % عما كانت عليه في 2014 ، و تسبب هذا الوضع في انخفاض عدد السياح الأوروبيين المتجهين إلى تونس بنحو 53.6%.

**المطلب الرابع: تطور الاستثمارات السياحية في تونس.**

**أولا: تطور الاستثمار السياحي في تونس خلال الفترة 2010-2014.**

شهدت الاستثمارات السياحية في تونس تذبذبا ملحوظا خلال الفترة 2010-2014، وسجل العام 2010 أعلى مستوى من الاستثمار السياحي في تونس حيث بلغ حجمه 376.4 مليون دينار تونسي (165.3 مليون دولار)، في حين سجلت أقل قيمة له عام 2011 بمبلغ 208.2 مليون دينار تونسي (91.4 مليون دولار). والجدول الموالي يبين التطور الحاصل في الاستثمار السياحي خلال الفترة المدروسة.

<sup>1</sup> قناة فرانس 24 الإخبارية على الموقع : <http://www.france24.com/ar/20151124>

جدول رقم(38): تطور الاستثمار السياحي في تونس للفترة 2010-2014.

السنة	قيمة الاستثمار بالملايين	معدل النمو السنوي %
2010	376.4	/
2011	208.2	-55.31
2012	240.1	15.32
2013	250.1	4.16
2014	229.6	-8.19
2015	200.2	12.81 -

المصدر: المعهد التونسي للإحصاء، إحصائيات تونسية، (<http://dataportal.ins.tn/ar/DataAnalysis>)

يلاحظ من الجدول السابق أن الاستثمار السياحي في تونس شهد انخفاضا حادا سنة 2011 يقدر بـ 55.31% مقارنة بسنة 2010 التي شهدت أعلى مستوى من الاستثمارات، ويرجع السبب في ذلك إلى الظروف الأمنية وعدم الاستقرار السياسي الذي شهدته تونس في تلك السنة.

كما يلاحظ أن الاستثمار السياحي قد عاود الانتعاش في سنة 2012 حيث سجل نمو ايجابيا بنسبة 15.32% ، ليعاود الانخفاض في سنة 2015 التي سجلت نمو سلبيا بنسبة 12.81%.

وتشير إحصائيات مجلس السفر و السياحة العالمي ، أن نسبة الاستثمار السياحي إلى مجموع الاستثمار الكلي قد بلغت 8.3 % سنة 2014<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> WTTC, travel and tourism economic impact 2015, Tunisia ,P 4.



## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

ثانيا: وضعية الاستثمارات السياحية الأجنبية في تونس سنة 2015.

بالرغم من أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد التونسي، إلا انه لم يتمكن من استقطاب الاستثمارات الأجنبية التي تتوافق مع تلك الأهمية، حيث تشير الإحصائيات إلى أن حجم الاستثمارات الأجنبية في نهاية عام 2015 بلغت 1697.8 مليون دينار تونسي<sup>1</sup>، وهي تمثل نسبة 8.5 % من إجمالي حجم الاستثمارات الأجنبية (خارج قطاع المحروقات)، كما وفرت هذه الاستثمارات 16.363 منصب عمل أي حصة تقدر ب 4.6 % من فرص العمل المحققة، وتمثل الشركات المستثمرة في قطاع السياحة نسبة 4.5 % من عدد الشركات الأجنبية المتواجدة في تونس (باستثناء الشركات العاملة في قطاع المحروقات).

و من حيث مصدر هذه الاستثمارات فهي مرتبة من حيث القيمة كما يلي:

-السعودية في مقدمة الدول بحجم قدره 374 مليون دينار تونسي.

- ليبيا بقيمة 370.20 مليون دينار تونسي .

- فرنسا بمبلغ 271.3 مليون دينار تونسي .

-الكويت بمبلغ 247.6 مليون دينار تونسي.

و تشير إلى أن أغلب الاستثمارات الأجنبية قد تركزت في قطاع الطاقة الذي استحوذ لوحده على مبلغ 780 مليون دينار أي ما يمثل حصة 54 % من تدفقات الاستثمارات الأجنبية الواردة إلى تونس البالغة 1379 مليون دينار خلال التسعة الأشهر الأولى من عام 2016<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Banque de Tunisie, Rapport des IDE 2015, et perspectives 2016.mai 2016, P 34.

<sup>2</sup> <http://www.babnet.net/cadredetail-133187.asp> visite le 14/12/2016.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

المبحث الثاني: واقع السياحة والاستثمارات السياحية في المغرب (رؤية 2010).

تخص هذه الفترة العشرية الممتدة من 2001 إلى 2010 وهي الفترة التي تبنى فيها المغرب الإستراتيجية الأولى لتنمية السياحة المعروفة برؤية السياحة أفق 2010.

المطلب الأول: مناخ الاستثمار السياحي في المغرب.

أولاً: الإطار القانوني للاستثمار السياحي.

قام المغرب بعدة إصلاحات في منظومته التشريعية التي تحكم عمليات الاستثمار، وتخضع كل طلبات الاستثمار سواء أكانت وطنية أو أجنبية وبغض النظر عن القطاع الاقتصادي الذي تعمل فيه، إلى أحكام ميثاق الاستثمار الذي تم اعتماده سنة 1995<sup>1</sup>.

### 1- الإيواء السياحي:

وقد أعدت وزارة السياحة إطاراً قانونياً جديداً وهو القانون رقم 14-80 المؤرخ في المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى الذي سيدخل حيز التنفيذ بمجرد نشر نصوصه التطبيقية. ويندرج هذا القانون في إطار إستراتيجية قطاع السياحة "رؤية 2020"، و يسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحسين تنافسية وجودة الخدمات المقدمة على مستوى المؤسسات السياحية؛
- جعل العرض السياحي الوطني يتماشى والمعايير الدولية من خلال إدماج أفضل الممارسات وتكييفه مع تطور متطلبات السياح فيما يخص الجودة، وحفظ الصحة والسلامة والتنمية المستدامة؛
- الرفع من إشعاع العرض السياحي الوطني عن طريق تكييف نظام التصنيف الفندقي مع تطور وتنوع عرض الإيواء السياحي.

<sup>1</sup> قانون إطار رقم 95-18 الصادر بتاريخ 8 نوفمبر 1995، الجريدة الرسمية المغربية عدد 4335.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

### 2- توزيع الأسفار:

يخضع نشاط وكيل الأسفار على المستوى الوطني إلى القانون رقم (31.96) المتعلق بالنظام الأساسي لوكالات الأسفار الذي يحدد شروط تسليم واستغلال رخص وكالات الأسفار.

يبلغ عدد وكالات الأسفار حاليا إلى أكثر من 941 وكالة (حوالي 1258 نقطة بيع)، ويتمركز أكثر من نصف هذه الوكالات في مدينتي الدار البيضاء ومراكش.

### 3- النقل السياحي:

يخضع النقل السياحي في المغرب إلى النصوص القانونية التالية:

- الظهير المغربي رقم 1.63.260. بشأن النقل بواسطة السيارات عبر الطرق؛
- القانون رقم 52.05 المتعلق بمدونة السير والنصوص المعتمدة لتطبيقه؛
- مرسوم رقم 2.63.363. بتنسيق أنواع النقل عبر السكك الحديدية والطرق ولاسيما الفقرة الرابعة من المادة الأولى؛
- مرسوم رقم 2.63.364 بقبول مقاولي المصالح العمومية للنقل بواسطة السيارات وبالترخيص للسيارات المخصصة بهذا النقل؛
- قرار لوزير الأشغال العمومية والمواصلات رقم 50.73 بتاريخ 20 ذي الحجة 1392 (25 يناير 1973) بتحديد مميزات وشروط تهيئة السيارات المخصصة بأنواع النقل السياحي الطارئ كما تم تنميته وتعديله.

ويحدد دفتر الشروط المتعلقة بمزاولة نشاط النقل السياحي الطرقي (1) شروط ولوج المهنة و(2) شروط مزاولتها و(3) الشروط المتعلقة بتتبع ومراقبة النشاط.

### 4- المرشدون السياحيون:

تُنظَّم مهنة المرشد السياحي وفقا للقانون رقم 05.12 يتعلق بتنظيم مهنة المرشد السياحي. ويحدد القانون المذكور الشروط الضرورية لولوج ومزاولة المهنة وجعلها أكثر احترافية وضمان معايير جودة الخدمات المقدمة.

## **الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب**

ويبلغ عدد المرشدين الوطنيين 2759 مرشد سياحي معتمد بمختلف الجهات الوطنية. ويحدد القانون المذكور بين فئتين من المرشدين<sup>1</sup>:

- مرشدو المدن والمدارات السياحية،
- مرشدو الفضاءات الطبيعية.

**ثانيا: الحوافز والتسهيلات المقدمة للاستثمار السياحي في المغرب.**

تتمثل أهم الحوافز الجبائية والجمركية والتسهيلات المالية المقدمة للنشاط السياحي في المغرب فيما يلي<sup>2</sup>:

### **1-الإعفاء الضريبي.**

-الإعفاء المؤقت من الرسم على القيمة المضافة على التجهيزات المقتناة محليا لمدة 24 شهرا من تاريخ بدء النشاط، و الإعفاء لمدة 36 شهرا في حالة اقتناء التجهيزات المستوردة.

-الإعفاء الكامل من ضريبة الشركات لمدة 5 سنوات على رقم الأعمال المحقق بالعملة الأجنبية ، وتخفيض هذه الضريبة بنسبة 17.5 % بعد تلك المدة.

-الإعفاء الكامل من ضريبة الدخل لمدة 5 سنوات على رقم الأعمال المحقق بالعملة الأجنبية، وتخفيض هذه الضريبة إلى 50% بعد تلك المدة.

-الإعفاء الكامل من الرسوم الجمركية المطبقة على المقتنيات المستوردة الموجهة للاستغلال السياحي.

### **2-صناديق وبرامج تمويل المشاريع السياحية.**

-**الصندوق المغربي للتنمية السياحية:** تتمثل المهمة الرئيسية للصندوق في تمويل الاستثمارات السياحية التي تستجيب لدفتر شروط محدد مسبقا، وقد خصص غلاف مالي بمبلغ 15 مليار درهم تجمع على مدى عشر سنوات، إضافة إلى تمويل البنوك بمبلغ 24 مليار درهم.

**صندوق الحسن الثاني :** ويقدم منحة الاستثمار وهي إعانة مقدمة للحصول على العقار السياحي بنسبة

<sup>1</sup> المادة الرابعة من القانون رقم:05/12 المؤرخ في 4 سبتمبر 2012 المتعلق بتنظيم مهنة المرشد السياحي الجريدة الرسمية عدد 6085،.

<sup>2</sup> وزارة السياحة المغربية على الموقع: <http://www.tourisme.gov.ma/ar>.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

50 % من قيمة العقار ،وفي حدود 250 درهم للمتر المربع<sup>1</sup>.

كما يتولى هذا الصندوق تهيئة البنية التحتية للمناطق السياحية التي تم فيها الاستثمار.

-برنامج رينوفتيل: هو صندوق للتمويل المشترك مع البنوك لرفع مستوى الوحدات الفندقية. فهو موجه إلى تمويل المشاريع الاستثمارية المادية وغير المادية، باستثناء الزيادة في الطاقة الإيوائية.

خصص في هذا البرنامج غلafa ماليا بمبلغ 500 مليون درهم، ليصل إلى 1.3 مليار درهم من اجل تجديد 16.000 سرير فندقي، ويستفيد من هذا البرنامج<sup>2</sup>:

- المقاولات الصغرى المصنفة في (1 \*، و2 \* و3 \* نجوم، ودور الضيافة و الإقامة الفندقية) بنسبة 10 % ، و 15% بالنسبة للمقاولات الكبرى المصنفة في (4 \* و 5 \* نجوم)؛
- تكاليف للتمويل تصل إلى 250.000 درهم لكل غرفة بالنسبة للوحدات الكبرى؛

### المطلب الثاني: واقع السياحة في المغرب (رؤية 2010 )

أولاً- التدفقات السياحية البشرية والنقدية:

#### 1-التدفقات السياحية للوافدين للفترة 2001-2010:

حقق المغرب نتائج ايجابية في مؤشر التدفقات السياحية البشرية في العشرية الأولى من تطبيق الخطة الإستراتيجية للسياحة "أفق 2010" حيث انتقل عدد السياح الوافدين إلى المغرب من 4.380 مليون سائح عام 2001 إلى 9.288 سائح عام 2010 أي بنمو متوسط بلغ: 8.70 % خلال الفترة، ومن بينهم المغاربة القاطنين بالخارج الذي بلغ عددهم 4.378 مليون في نهاية 2010، أي ما يمثل نسبة 47.13 % من العدد الإجمالي للسياح<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> <http://www.tourisme.gov.ma/ar/>

<sup>2</sup> <http://www.tourisme.gov.ma/ar/node/168>.

<sup>3</sup> Observatoire du tourisme marocain, analyse de la demande touristique, décembre 2011 p.10

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

والجدول الموالي يبرز التطور الحاصل في عدد السياح القادمين إلى المغرب خلال الفترة (2001-2010).

جدول (39) تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب خلال الفترة (2001-2010)

السنوات	عدد السياح بالمليون	معدل التغير السنوي %
2001	4.380	-
2002	4.453	1.66
2003	4.761	6.91
2004	5.477	15.04
2005	5.843	6.68
2006	6.558	12.96
2007	7.408	6.36
2008	7.879	6.36
2009	8.341	5.86
2010	9.288	11.35

المصدر: قاعدة بيانات البنك الدولي حول مؤشرات التنمية العالمية على الموقع: <http://data.albankaldawli.org>

ترصد بيانات الجدول السابق بأن قطاع السياحة في المغرب تمكن من استقطاب أكثر من 9 ملايين سائح خلال سنة 2010، وبذلك يكون قد أنجز ما نسبته 93 % من الرقم المستهدف في الخطة العشرية (أفق 2010) وهي تحقيق 10 ملايين سائح ، وعلى العموم شهدت التدفقات البشرية نموا سنويا وصل أقصاه إلى 15.04 % عام 2004 ، وسجل عامي 2008 و2009 اقل نمو سنوي ب: 6.36 % و

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

5.86 % على التوالي ، وهذا راجع إلى آثار الأزمة المالية العالمية والارتفاع الحاد في أسعار النفط ، وأنفلونزا الخنازير ، التي أثرت على القطاع السياحي وأدت إلى تراجع عدد الوافدين على مستوى العالم بنسبة 4.2 % عام 2009<sup>1</sup>.

و الجدول(40) الموالي يبين توزيع السياح الأجانب الوافدين إلى المغرب سنتي 2009-2010 حسب المناطق.

معدل النمو 09-10	عدد الوافدين 2010	عدد الوافدين 2009	المناطق
8 %	1.827.453	1.699.201	فرنسا
13%	726.540	642.817	اسبانيا
18%	205.417	174384	ألمانيا
34%	338.060	252.945	المملكة المتحدة
31%	233.224	177.915	ايطاليا
21%	463.667	384.307	دول البنيليكس
15%	147.841	128.897	باقي دول الاتحاد الأوروبي
24%	202.218	163.607	دول خارج الاتحاد الأوروبي
16%	203.301	175.933	أمريكا الشمالية
15%	155.550	135.766	دول المغرب
04%	121.635	117.489	الشرق الأوسط
16%	121.502	104.884	إفريقيا
25%	106.862	85.181	آسيا واستراليا
15%	57.164	49.632	باقي الدول
<b>14%</b>	<b>4.910.434</b>	<b>4.292.958</b>	<b>المجموع</b>

Source : Observatoire du tourisme marocain, analyse de la demande touristique, décembre 2011

p.14

<sup>1</sup> مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية للدول الإسلامية ، السياحة في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الأفاق والتحديات مركز انقره 2013 ص 8.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

نلاحظ من خلال الجدول ، أن معدل نمو عدد السياح الأجانب الوافدين إلى المغرب بلغ 14 % إجمالاً ، حيث انتقل من 4.2 مليون سائح عام 2009 إلى 4.9 مليون سائح عام 2010، وهو معدل أعلى من المتوسط المحقق عالمياً البالغ 6.6%<sup>1</sup>.

وسجلت جميع المناطق الواردة في الجدول ارتفاعاً في عدد السياح ، وبتحليل المناطق الأكثر استقطاباً في التدفقات السياحية سنة 2010 ، نجد أنها مرتبة حسب أهميتها النسبية كالتالي :

-الفرنسيون بنسبة 37.21 %

--الأسبان بنسبة 14.79 %

-دول البنيليكس بنسبة 9.44 %

-المملكة المتحدة بنسبة 6.88 %

-الاطاليون بنسبة 4.74 %

-الألمان بنسبة 4.18 %

وتشكل منطقة المغرب العربي نسبة لا تتعدى 3.16 % في حين شكلت باقي المناطق في مجموعها ،نسبة تقارب 20 % من تدفقات السياح الأجانب.

وبالنسبة للأوروبيين تعتبر السوق المغربية سوق سياحية تقليدية ،تتميز بميزات تنافسية منها ،القرب الجغرافي والتنوع الثقافي والبيئي، وانتهاج المغرب لسياسة الأجواء المفتوحة ، وانخفاض تكلفة النقل الجوي نسبياً، وانخفاض تكاليف الإقامة في الفنادق مقارنة ببعض الوجهات المنافسة كاسبانيا، الأمر الذي انعكس على رضا الزبون الأوروبي حيث شكل الأوروبيون ما نسبته 84 % من مجموع السياح الوافدين إلى المغرب عام 2010.

ويزور الأجانب والمغاربة القاطنين بالخارج المغرب، لأغراض متنوعة منها زيارة الاستجمام والمتعة، زيارة الأهل و الأصدقاء، زيارة للأعمال والأغراض المهنية.

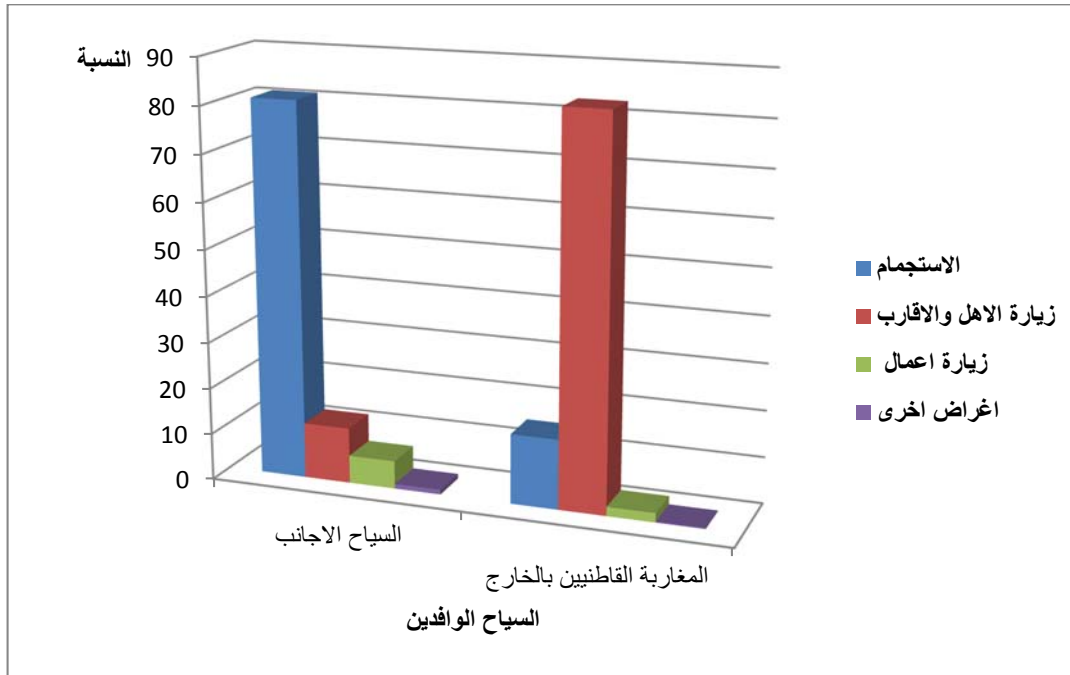
<sup>1</sup> Organisation Mondiale du Tourisme, Baromètre du tourisme mondial, OMT, juin 2010.



## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

والشكل الموالي يقدم التوزيع النسبي للسياح حسب الغرض من الزيارة .

شكل رقم (10): التوزيع النسبي للسياح الوافدين إلى المغرب سنة 2010 حسب الغرض من الزيارة.



Source : annuaires statistiques, Observatoire Marocain du tourisme 2010.

يلاحظ من الشكل ، إن السبب الرئيسي لزيارة المغرب بالنسبة للسياح الأجانب هو للاستجمام والراحة بنسبة 81 % ، أما زيارة الأهل والأقارب فتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 12 %، ثم تليها الزيارة لأغراض الأعمال التي شكلت نسبة 6 % .

أما بالنسبة للمغاربة القاطنين بالخارج، فإن سبب الزيارة الرئيس هو زيارة الأهل والأقارب بنسبة 83 % ، على اعتبار أن هذه الفئة هي من الجالية المغتربة التي عادة ما تقضي عطلها الصيفية لدى العائلة أو الأهل، وهو ما يؤثر نسبيا على انخفاض عدد ليالي المبيت في الفنادق عند هذه الفئة من السياح كما سنرى لاحقا.

### 2- التدفقات السياحية النقدية (الإيرادات السياحية) للفترة 2001-2010:

سجلت إيرادات السياحة الدولية المحققة في المغرب، نموا مضطربا خلال العشرية الأولى من الخطة (2001-2010) حيث انتقلت العائدات السياحية من 2.97 مليار دولار عام 2001 إلى 8.18

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

مليار دولار عام 2010 أي تضاعفت ثلاث مرات عما كانت عليه في بداية الخطة، وذلك نتيجة لارتفاع أعداد السياح الأجانب الوافدين على المغرب الذي تضاعف حجمه خلال نفس الفترة .

والجدول الموالي يرصد تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة 2001-2010.

**جدول رقم(41): تطور إيرادات السياحة الدولية في المغرب للفترة 2001-2010.**

%معدل النمو السنوي	القيمة بالآلاف الدولارات	الإيرادات السياحية
		السنوات
--	2.970	2001
3.39	3.160	2002
20.31	3.802	2003
19.41	4.540	2004
19.60	5.430	2005
27.07	6.900	2006
20.40	8.310	2007
6.91	8.885	2008
-10.18	7.980	2009
25.06	8.180	2010

Source : <http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=MA>

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

من خلال الجدول السابق، نلاحظ أن الإيرادات السياحية في المغرب عرفت ارتفاعا خلال الفترة 2001-2010 بمعدل متوسط بلغ 14.66 % ، وسجل العام 2009 نموا سلبيا بمعدل 10.18 % مقارنة بعام 2008 ، ويرجع السبب في ذلك إلى آثار الأزمة المالية العالمية التي مست أكثر الدول الأوروبية المصدرة للسياح، وهو ما أدى إلى تراجع العائدات السياحية من جهة، وتباطؤ معدل التدفقات البشرية من جهة ثانية ، ومع ذلك فقد حقق المغرب نسبة 82 % من الأهداف النقدية المرسومة في الخطة العشرية المحددة ب 480 مليار درهم، وبلغت الإيرادات السياحية المتراكمة خلال العشرية 440.6 مليار درهم مغربي<sup>1</sup>.

### 3-تطور الميزان السياحي المغربي للفترة 2005-2010 .

ساهمت الإيرادات السياحية المنجزة خلال العشرية الأولى من الإستراتيجية المغربية لتنمية قطاع السياحة، في تحقيق عوائد اقتصادية مرضية للاقتصاد المغربي ، وقد حقق ميزان السياحة الدولية فائضا موجبا خلال تلك السنوات ، وذلك بسبب قلة مدفوعات السياحة العكسية ، أي إنفاق السائحين المغاربة في الخارج ، مقارنة بإنفاق السائحين الأجانب في المغرب.

والجدول الموالي يظهر التطور الحاصل في ميزان السياحة المغربي للفترة 2005-2010.

### جدول رقم (42) تطور الميزان السياحي المغربي خلال الفترة (2005-2010) .

الوحدة : مليون دولار

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010
الإيرادات السياحية	5.430	6.900	8.307	8.885	7.980	8.176
النفقات السياحية	999	1.110	1.418	1.910	1.713	1.879
الرصيد	4.431	5.790	6.889	6.975	6.267	7.297

المصدر: قاعدة بيانات البنك الدولي حول مؤشرات التنمية العالمية على الموقع: <http://data.albankaldawli.org>

<sup>1</sup> Ministère de l'économie et des finances Marocain, secteur du tourisme, bilan d'étape et analyse prospective, avril 2011 p.7

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن ميزان السياحة والسفر في المغرب حقق فائضا خلال الفترة (2005-2010)، بفضل إيرادات السياحة الوافدة والتي فاقت بكثير مدفوعات السياحة العكسية، ففي عام 2010 مثلا، لم تمثل النفقات السياحية إلا نسبة 23 % من الإيرادات السياحية في نفس العام.

و يعتبر الميزان السياحي المساهم الأول في جلب العملة الأجنبية، حيث قدرت مساهمته في إجمالي الصادرات المغربية بنسبة تصل إلى 35 % عام 2006<sup>1</sup>.

### ثانيا- تطور طاقات الإيواء الفندقي والليالي السياحية للفترة 2001-2010.

#### 1- تطور الإيواء الفندقي للفترة 2001-2010.

أحصى المغرب 2003 مؤسسة فندقية مصنفة في نهاية 2010، بطاقة إيواء تبلغ 173.133 سريرا، وتطورت الطاقة الإيوائية في المغرب بنسبة 81 % خلال العشرية الأولى من الخطة (2001-2010) أي ما يمثل نمو متوسط بلغ 8.1 % سنويا، حيث انتقل عدد الأسرة من 95.180 سريرا بداية عام 2001 إلى 173.133 سريرا نهاية عام 2010، معظمها يتركز في الفنادق المصنفة بنسبة 71 %، وكانت الحصة الأكبر للفنادق ذات 4 نجوم التي وصل عددها إلى 46.114 سريرا أي ما يشكل نسبة 27 % من طاقة الإيواء الإجمالية، ونسبة 59 % من الأسرة الإضافية خلال الفترة.

والجدول الموالي يوضح التطور المحقق في طاقات الإيواء الفندقي .

#### الجدول (43): تطور طاقات الإيواء في المغرب ما بين 2001/2010

السنوات	عدد المؤسسات	الأسرة بالآلاف	الطاقة المتوسطة/ أسرة
2001	1.413	95.180	68
2010	2.003	173.133	88

Source : Observatoire du Tourisme Marocain, Annuaire Statistiques du Tourisme 2010, P 24.

<sup>1</sup> Ministère de l'économie et des finances Marocain, Op.Cit. p.8

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

من خلال الجدول السابق نلاحظ أنه خلال فترة (2001 / 2010) ارتفع عدد الوحدات الفندقية ب 590 وحدة، إذ ارتفع عدد المؤسسات السياحية ومختلف أشكال الإيواء الأخرى من 1.413 في عام 2001 إلى 2.003 مؤسسة سنة 2010، أما من حيث عدد الأسرة فقد عرفت ارتفاعا كبيرا حيث بلغت 77.953 سريرا جديدا ، أي بمعدل نمو يقدر بـ 81.90% خلال الفترة .وقد خصص المغرب حوالي 3 مليار دولار من اجل انجاز 230 ألف سرير أي بزيادة 160 ألف سرير إضافي<sup>1</sup> .

أما من حيث متوسط الطاقة الفندقية فقد نمت بنسبة تقدر بـ 30% في المتوسط، حيث انتقلت من 68 سريرا لكل فندق عام 2001 إلى 88 سريرا عام 2010، وتتوزع حسب تصنيف الفنادق بصورة متباينة .

الجدول (44): توزيع الطاقة الفندقية بالأسرة وحسب التصنيف 2010/2001

السنوات	2001	2010	الحصة % خلال سنة 2010
التصنيف			
خمس نجوم	15.006	27.889	16
أربع نجوم	26.935	46.411	27
ثلاث نجوم	17.925	25.378	14
نجمتان	9.768	13.575	8
نجمة واحدة	5.246	9.882	6
مج الأسرة في الفنادق المصنفة	74.880	123.135	71
إقامة فندقية R.H	4.641	11.580	5
نوادي فنادق H.C	15.659	19.707	11
ديار الضيافة M.H	/	15.531	9
الآخرون*	/	6.677	3
المجموع الإجمالي	95.180	176.630	%100

Source : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement> 2010.

\*الآخرون:فندق عائلي،فندق طرقي ،مأوى وملجأ.

<sup>1</sup> عيد القادر عوينان، مرجع سبق ذكره ، ص 124.

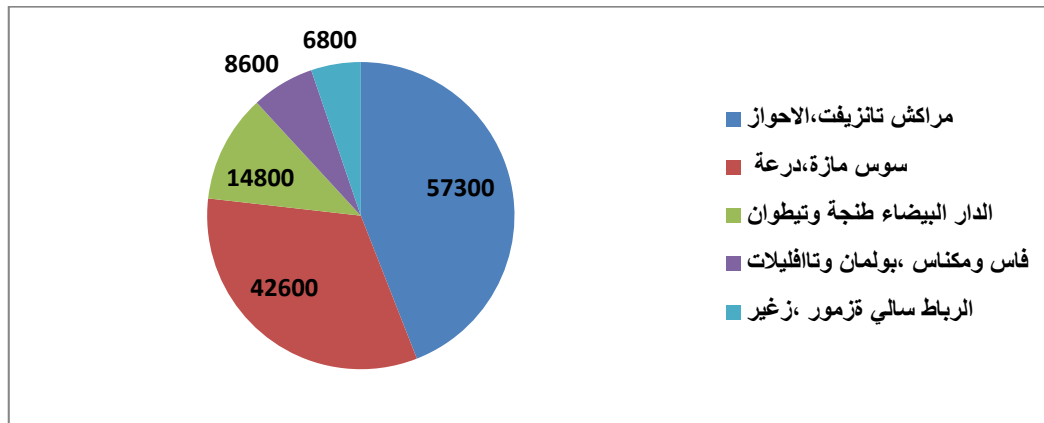
## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

نلاحظ من حيث توزيع الطاقة الإيوائية في المؤسسات الفندقية حسب تصنيفها في المغرب ووفق ما تضمنه الجدول رقم ( )، فقد توزعت بين الفنادق المصنفة بنسبة 71 % و اقامات فندقية بنسبة 5 %، و نوادي فنادق بنسبة 11%، ودور الضيافة بنسبة 9 % وهو ما يعكس مستوى الخدمات السياحية الراقية المقدمة في هذا النوع من الفنادق من جهة ، ويعكس أيضا نوعية الزبائن المستهدفين ، التي تتشكل في اغلبها من السياح الأوروبيون ، حيث تفيد مسح رضا الزبون التي أجريت على هؤلاء أن 90 % منهم عبروا عن رضاهم عن مستوى الخدمات السياحية التي تلقوها في المغرب<sup>1</sup>.

أما الطاقة الإيوائية في المؤسسات الفندقية غير المصنفة، فلم تتجاوز نسبة 3% خلال سنة 2010 ، مما يدل على أن المؤسسات المصنفة حازت على أكبر نصيب من الاستثمارات المخصصة لقطاع الإيواء في المغرب ، وبمقارنة ما أنجز في إطار الخطة العشرية لإستراتيجية تنمية السياحة أفق 2010 ، يتبين أن المغرب قد حقق نسبة عالية تقارب ب 80 % من الطاقة الإيوائية المتوقعة المقدر ب 230 ألف سرير .

وتتركز الطاقة الإيوائية في جهة مراكش ،تانزيفت ،الاهواز بنسبة 33 % تليها منطقة سوس مازة ،درعة بنسبة 24 %<sup>2</sup>.

شكل رقم(11): توزيع الأسرة والحصة النسبية لأهم خمس مناطق سياحية في المغرب سنة 2010.



المصدر:وزارة السياحة المغربية على الموقع:

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement>

<sup>1</sup> Observatoire du tourisme Marocain, les cahiers de l'observatoire n°10, analyse de la demande touristique, décembre 2010, P 29.

<sup>2</sup> Ministère de l'économie et des finances , Bilan d'étapes et analyse prospective ,op.cit p.9.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

### 2- تطور الليالي السياحية للفترة 2001-2010.

عرف مؤشر الليالي السياحية المحققة في المغرب خلال الفترة 2001-2010 نموا معتبرا وصل إلى 33 % ، مدفوعا بنمو التدفقات السياحية البشرية ، وباستقرار نسبي في متوسط مدة الإقامة للسائح الأجنبي .والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (45) تطور الليالي السياحية (2010/2001). الوحدة: مليون ليلة سياحية

معدل التغير (%)	المجموع	عدد الليالي		السنوات
		غير المقيمين	المقيمين	
-	13.539.567	11.267.761	2.271.806	2001
33	18.020.305	13.954.733	4.065.572	2010

المصدر : موقع وزارة السياحة المغربية :

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/frequentation-hoteliere>

من خلال المعطيات الواردة في الجدول، كانت نسبة النمو في الليالي السياحية موجبة خلال الفترة، حيث انتقل عدد الليالي المحققة من 13.5 مليون ليلة مبيت في عام 2001 إلى 18 مليون ليلة مبيت في عام 2010، أي بنسبة نمو بلغت 33 % إجمالاً.

وقد كان النصيب الأكبر المحقق في هذا المؤشر لصالح مبيتات المقيمين التي بلغت 78.95 % ، في حين حققت المبيتات لغير المقيمين نموا بلغ 23.84 % كما تظهره أرقام الجدول السابق، ويعزى الانخفاض في ليالي غير المقيمين إلى تقليص مدة الرحلة بسبب الأزمة المالية العالمية 2008-2009.

وعند مقارنة ما تحقق من الليالي السياحية بما هو مستهدف في الخطة العشرية والمقدر ب 50 مليون ليلة، يتبين أن المغرب لم يحقق هذا الهدف إلا بنسبة متواضعة تقدر ب 37 % ، ويرجع السبب في ذلك إلى التباين في تقدير معدلات النمو ، حيث نلاحظ أن معدل النمو المقدر في الخطة هو تضاعف الليالي السياحية بنحو 4 مرات (أي الانتقال من 12.7 مليون ليلة إلى 50 مليون ليلة) في حين قدر معدل النمو في التدفقات السياحية البشرية بضعفين فقط (أي الانتقال من 4.4 مليون سائح إلى 10 ملايين سائح).

### المبحث الثالث: واقع السياحة في المغرب أفق 2020.

وتخص هذه المرحلة السنوات من 2011 إلى 2014 وفي هذه الفترة انطلق المغرب في تنفيذ الإستراتيجية الثانية لتنمية السياحة الوطنية والمعروفة برؤية السياحة أفق 2020.<sup>1</sup>

تطمح "رؤية" 2020 " الجديدة التي بدأ العمل بها في 2011 ويتم تنفيذها خلال العشرية الثانية (2011-2020) إلى مضاعفة حجم القطاع السياحي في المغرب، وجعله من بين العشرين وجهةً سياحية على الصعيد العالمي، كما يتجلى هدفه الرئيسي في مضاعفة عدد الزائرين بالوصول إلى 20 مليون سائح عام 2020 ، وتوفير 372 ألف سرير أي انجاز حوالي 200 ألف سرير جديد للطاقة الإيوائية بالمقارنة مع السنة المرجعية 2010 التي حققت 174.180 ألف سرير.

أما من حيث العائدات السياحية ، فمن المتوقع أن ترتفع إلى 138 مليار درهم، مسجلة بذلك نموًا سنويًا قدره 9,6 في المائة.

#### المطلب الأول : التدفقات البشرية والنقدية .

#### أولاً: التدفقات السياحية للوافدين للفترة 2011-2014.

حققت التدفقات السياحية نتائج ايجابية خلال الفترة 2011-2014 ، حيث انتقل عدد السياح الوافدين للمغرب من 9.342 مليون سائح عام 2011 إلى 10.283 مليون سائح عام 2014 أي بنمو سنوي متوسط بلغ 10% خلال الفترة، ومن حيث هيكل السياح الوافدين ، تقوم وزارة السياحة المغربية بتقسيم التدفقات السياحية إلى فئة السياح الأجانب (Touristes Etrangers de Séjour- TES) وفئة المغاربة القاطنين بالخارج (Marocains Résident à L'Etrangers-MRE) حيث بلغت تدفقات الفئة الأولى عام 2014 ، 5.4 مليون سائح ، وبلغت تدفقات الفئة الثانية 4.8 مليون سائح ، أي بنسبة 53 % و 47 % على التوالي.<sup>2</sup>

والجدول الموالي يبرز التطور الحاصل في عدد السياح القادمين إلى المغرب خلال الفترة (2011-2014).

<sup>1</sup> يمكن الاطلاع على استراتيجيه تنمية السياحة المغربية أفق 2020 ، على الرابط التالي:

<http://www.orientalinvest.ma/telechargementfichiers/tourisme/Plaqueette-2020-FR-bat.pdf>

<sup>2</sup> Observatoire du tourisme marocain, suivi de la demande touristique 2014. p.09



## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

جدول (46): تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب خلال الفترة (2011-2014)

السنوات	عدد السياح /مليون	معدل التغير السنوي %
2011	9.342	-
2012	9.375	0.10
2013	10.046	7.15
2014	10.283	2.35

المصدر: قاعدة بيانات البنك الدولي حول مؤشرات التنمية العالمية على الموقع: <http://data.albankaldawli.org>

تبين الأرقام الواردة في الجدول السابق بأن قطاع السياحة في المغرب لم يتمكن من تحقيق معدل النمو السنوي المتوقع والذي يبلغ 10 % ، وذلك بالنظر إلى الرقم المستهدف وهو تحقيق 20 مليون سائح نهاية 2020، حيث كان المتوسط السنوي في حدود 2.4 % خلال 4 سنوات.

وبسبب الظرفية الأمنية التي تتميز بها منطقة المغرب العربي عموما وتحذيرات بعض البلدان المصدرة للسياحة في حوض البحر المتوسط، تراجع مؤشر السياحة الوافدة إلى المغرب بشكل ملحوظ عما كان عليه في العشرية السابقة 2001-2010 التي نما فيها هذا المؤشر بمعدل 113% ، هذه المعطيات المستجدة تدعو القائمين على السياحة في المغرب إلى إعادة صياغة الأهداف الكمية والنقدية من جديد .

و الجدول الموالي يبين أعداد السياح الوافدين إلى المغرب وحصتهم النسبية موزعين حسب

الجنسية .

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

جدول رقم(47): توزيع أعداد السياح الوافدين إلى المغرب وحصتهم النسبية سنة 2014 حسب الجنسية.  
الوحدة :ألف سائح

الجنسيات	عدد الوافدين 2014	الحصة النسبية %
فرنسا	2.084	38.34
اسبانيا	812	15.19
ألمانيا	229	4.21
المملكة المتحدة	501	9.21
ايطاليا	265	4.87
بلجيكا -لوكسمبورغ	288	5.30
الأراضي المنخفضة	186	3.42
الدول الاسكندنافية	80	1.47
روسيا	20	0.36
بولونيا	51	0.93
باقي دول أوروبا	245	4.50
أمريكا الشمالية	209	3.84
دول المغرب	147	2.70
الشرق الأوسط	164	3.01
باقي دول إفريقيا	44	0.80
آسيا واستراليا	73	1.43
باقي الدول	37	0.68
مجموع الوافدين الأجانب	5.435	52.86 %
المغاربة المقيمون بالخارج	4.845	47.13 %
المجموع	10.280	100%

Source : Observatoire du tourisme marocain, Etude portant sur le suivi de la demande touristique, 2014 p.12

<http://www.observatoiredutourisme.ma/wp-content/uploads/2015/10/Etude-sur-la-demande-touristique-2014.pdf>

نلاحظ من خلال الجدول ، أن فرنسا هي السوق الرئيسية المصدرة للسياح الأجانب الوافدين للمغرب ، حيث كانت حصتها 38 % من مجموع التدفقات الوافدة سنة 2014 ، تليها اسبانيا في المرتبة الثانية بنسبة 15% ، ثم المملكة المتحدة في المرتبة الثالثة بنسبة 9 % ، ولا تمثل حصة باقي الأسواق سوى نسبة تتراوح ما بين 3 إلى 5 % ، وشكلت منطقة المغرب العربي نسبة ضعيفة لا تتعدى 2.17 % من

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

مجموع الوافدين الأجانب إلى المغرب وهي تقل قليلا عن حصة وافدي منطقة الشرق الأوسط التي بلغت 3 %.

وتعتبر السوق الفرنسية والاسبانية من أهم الأسواق السياحية الأوروبية للمغرب، حيث حافظت على نفس الترتيب تقريبا في العشرية السابقة 2001-2010، (37.21 % للفرنسيين و14.79 % للأسبان ) كما أن الروابط التاريخية والثقافية هي من أهم أسباب توجه الفرنسيين والأسبان للمغرب، وتفيد الإحصائيات التي قدمها مرصد السياحة المغربي سنة 2014، إلى أن نسبة 59 % من الفرنسيين كرروا زيارة المغرب لأكثر من مرة، وتصل هذه النسبة إلى 66 % بالنسبة للأسبان، وهو ما يفسر رضا الزبون الأوروبي عن الخدمات السياحية التي يتلقاها في المغرب بنسبة عالية وصلت إلى 75 %<sup>1</sup>،

ومن أهم المعالم التي يقصدها هؤلاء السياح المتاحف والمسارح بنسبة 45 % و43 % على التوالي<sup>2</sup>.

وبالنسبة للأوروبيين عموما، تعتبر السوق المغربية سوق سياحية تقليدية، تتمتع بميزات تنافسية مقارنة بالوجهات التنافسية الأخرى منها، القرب الجغرافي والتنوع الثقافي والبيئي، كما ساهمت إستراتيجية المغرب بتحرير النقل الجوي منذ بداية عام 2004، و إبرام اتفاقيات الأجواء المفتوحة " Open skies " مع الاتحاد الأوروبي، في مضاعفة خطوط الربط الجوي الدولي باتجاه المغرب، ودخول فاعلين جدد إلى السماء المغربية، ومن بينهم على الخصوص شركات النقل الجوي المنخفضة التكلفة "Low cost" . وتتوقع رؤية 2020 ربطا جويا يتراوح ما بين 1032 إلى 1079 رحلة في الأسبوع<sup>3</sup> .

ويزور الأجانب والمغاربة القاطنين بالخارج، المغرب، لأغراض متنوعة منها زيارة الاستجمام والمتعة، زيارة الأهل و الأصدقاء، زيارة للأعمال والأغراض المهنية.

والشكل الموالي يقدم التوزيع النسبي للسياح حسب الغرض من الزيارة .

<sup>1</sup> <http://www.observatoiredu tourisme.ma/wp-content/uploads/2015/10/Etude-sur-la-satisfaction-des-touristes-2014.pdf>, p10.

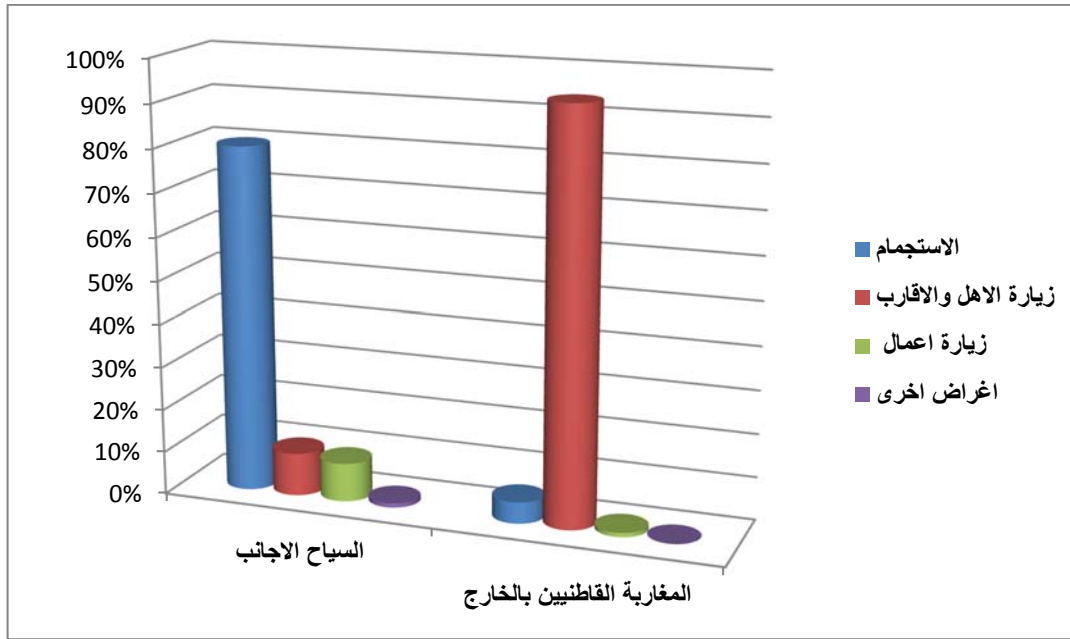
<sup>2</sup> Observatoire du tourisme marocain, op.cit p.36-37

\* وهي فتح الأسواق أمام شركات الطيران لتقديم خدماتها من خلال حرية في السعة والحركة، وتقديم أسعار مناسبة تحقق المكاسب لكل من الركاب والشحن الجوي ومقدمي الخدمات، والمجتمع ككل، استخدم هذا التعبير أول مرة من طرف الرئيس الأمريكي ايزنهاور سنة 1955، أثناء الحرب الباردة بين الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد السوفياتي، وكان استخدام الأجواء المفتوحة لأغراض عسكرية .  
<sup>3</sup> انظر رؤية المغرب السياحية أفاق 2020 على الرابط:

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

شكل رقم (12): التوزيع النسبي للسياح الوافدين إلى المغرب سنة 2014 حسب الغرض من

الزيارة.



Source : Observatoire Marocain du tourisme, annuaires statistiques, 2014.

يلاحظ من الشكل ، إن السبب الرئيسي لزيارة المغرب بالنسبة للسياح الأجانب هو للاستجمام والراحة بنسبة 80 % ، أما زيارة الأهل والأقارب فتأتي في المرتبة الثانية بنسبة 10 % ، ثم تليها الزيارة لأغراض الأعمال التي شكلت نسبة 9 % .

أما بالنسبة للمغاربة القاطنين بالخارج، فإن هدف الزيارة الرئيس هو زيارة الأهل والأقارب بنسبة 94 % ، على اعتبار أن هذه الفئة هي من الجالية المغربية التي عادة ما تقضي عطلتها الصيفية لدى العائلة أو الأهل، وهو ما يؤثر نسبيا على انخفاض عدد ليالي المبيت التجارية المسوقة في الفنادق عند هذه الفئة من السياح التي وصلت إلى 2 % فقط كما سنرى ذلك لاحقا.

### ثانيا: التدفقات السياحية النقدية (الإيرادات السياحية) للفترة 2011-2014.

سجلت إيرادات السياحة الدولية المحققة في المغرب، تراجعا طفيفا خلال الأربع سنوات الأولى من الخطة (2011-2020) حيث انتقلت العائدات السياحية من 58.9 مليار درهم مغربي (5.8 مليار دولار) عام 2011 إلى 57.2 مليار درهم (5.7 مليار دولار) عام 2014، أي بمعدل انخفاض بلغت نسبته 2.83 % مقارنة عما كانت عليه في سنة 2011 ، وذلك على الرغم من نمو أعداد الوافدين الذي بلغت نسبته 10 % خلال نفس الفترة.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

والجدول الموالي يرصد تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة 2011-2014.

جدول رقم(48): تطور إيرادات السياحة الدولية في المغرب للفترة 2011-2014.

معدل النمو السنوي %	القيمة بالآلاف الدرهم	الإيرادات السياحية السنوات
--	58.904	2011
- 1.84	57.835	2012
- 0.38	57.614	2013
- 0.66	57.233	2014

Source : ministère du tourisme marocain 2014.

من خلال الجدول السابق، نلاحظ أن الإيرادات السياحية في المغرب عرفت انخفاضا ملموسا خلال الفترة 2011-2014، بمعدل متوسط بلغ 2.83 % ، وسجل عام 2014 نموا سلبيا بمعدل 0.66 % مقارنة بعام 2013 ، ويرجع السبب في ذلك إلى تراجع متوسط مدة الإقامة الذي انخفض من 8.3 ليلة سنة 2013 إلى 7.9 ليلة سنة 2014 أي بنسبة 5 %<sup>1</sup>.

### ثالثا: تطور الميزان السياحي المغربي 2011-2014 .

حقق ميزان السياحة الدولية في المغرب، فائضا موجبا خلال السنوات 2011 - 2014، وقد ساهمت العائدات المرتفعة المتولدة عن السياحة الوافدة مقارنة بالنفقات السياحية المنخفضة التي أنفقها السائحون المغاربة بالخارج -أي السياحة العكسية -في تحقيق ذلك الفائض.

والجدول الموالي يظهر التطور الحاصل في ميزان السياحة المغربي للفترة 2011-2014.

<sup>1</sup> Observatoire du tourisme marocain .op .cit p 32.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

### جدول رقم (49) تطور الميزان السياحي المغربي خلال الفترة (2011-2014)

الوحدة : مليون دولار

السنوات	2011	2012	2013	*2014
الإيرادات السياحية	9.101	8.491	8.201	7.131
النفقات السياحية	2.260	2.095	2.002	1.500
الرصيد	6.841	6.396	6.199	5.630

المصدر: قاعدة بيانات البنك الدولي حول مؤشرات التنمية العالمية على الموقع: <http://data.albankaldawli.org>

\*المصدر: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2015، ملحق الجداول والإحصائيات، ص

491، مع الإشارة إلى أن الأرقام الواردة في الجدول لسنة 2014 لا تتضمن بند النقل الدولي.

من خلال الجدول السابق، نلاحظ أن ميزان السياحة والسفر في المغرب حقق فائضا خلال الفترة (2011-2014)، بفضل إيرادات السياحة الوافدة والتي فاقت بكثير مدفوعات السياحة العكسية، ففي عام 2011 مثلا، لم تمثل النفقات السياحية إلا نسبة 24 % من الإيرادات السياحية في نفس العام، كما تشير إحصاءات السياحة المغادرة إلى خروج 1.850 مليون مغربي إلى الخارج، مقارنة بدخول 10.283 مليون سائح إلى المغرب في عام 2014<sup>1</sup>، وهو ما يعني أن حجم السياحة الوافدة تمثل أكثر من 4 أضعاف السياحة المغادرة، كما يبرر تفوق قيمة الإيرادات والنفقات السياحية في الجدول، بتباين مستوى إنفاق السياح الأجانب في المغرب الذي يفوق بكثير إنفاق السياح المغاربة بالخارج نتيجة الدخول المرتفعة لدى الفئة الأولى.

و يلاحظ من جهة أخرى، أن رصيد الميزان السياحي يتجه نحو الانخفاض بشكل تدريجي، بسبب تراجع الإيرادات السياحية المحققة سنويا كما تظهره أرقام الجدول.

ومع ذلك، يعتبر الميزان السياحي المساهم الأول في جلب العملة الأجنبية، حيث قدرت مساهمته بحصة تقارب 29 % من صادرات السلع والخدمات، وغطى ما نسبته 24% من العجز الحاصل في الميزان التجاري عام 2014.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> البنك الدولي، "بيانات مؤشرات التنمية العالمية" على الموقع: <http://data.albankaldawli.org>  
المملكة المغربية، المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع إحالة رقم 2015/16 ص.15.

المطلب الثاني: تطور طاقات الإيواء السياحي والليالي السياحية.

أولا: تطور طاقات الإيواء السياحي للفترة 2011/2014.

يتوفر المغرب على 3.199 وحدة إيواء سياحي مصنفة في نهاية 2014، بطاقة استيعاب تبلغ 216.386 سريرا، وتطورت الطاقة الإيوائية في المغرب بنسبة 15 % خلال الفترة (2011-2014) أي ما يمثل نمو متوسط بلغ 3.75% سنويا، حيث انتقل عدد الأسرة من 187.827 سريرا عام 2011 إلى 216.386 سريرا نهاية عام 2014، أي بزيادة قدرها 28.559 سريرا، يتركز معظمها في الفنادق المصنفة بنسبة 65 %، وكانت الحصة الأكبر في هذه الطاقة للفنادق ذات 4 نجوم، التي وصل عدد الأسرة فيها إلى 49.211 سريرا، أي ما يشكل نسبة 23 % من طاقة الإيواء الإجمالية.

والجدول الموالي يوضح توزيع طاقات الإيواء الفندقي في المغرب حسب التصنيف (انظر الجدول في الصفحة الموالية).

نلاحظ أن الطاقة الإيوائية في المؤسسات الفندقية حسب تصنيفها في المغرب ووفق ما تضمنه الجدول رقم (50)، توزعت بين الفنادق المصنفة بنسبة 65 % و اقامات فندقية بنسبة 5 %، و نوادي فنادق بنسبة 11%، ودور الضيافة بنسبة 9 %، ومن حيث تطور طاقات الإيواء الفندقي حسب التصنيف، نلاحظ أن مجموع الأسرة في الفنادق قد انتقل من 127.047 سريرا عام 2011 إلى 140.494 سريرا أي بنسبة نمو تقدر بـ 10.5 %، وداخل الفنادق المصنفة (من نجمة إلى خمسة نجوم) كانت حصة النمو خلال الفترة لصالح فنادق النجمة الواحدة بنسبة 40% ويتمشى هذا النمو مع توجه المغرب للسياحة الداخلية، وتلبية احتياجات الأسرة المغربية في إطار ما يعرف بـ "برنامج بلادي للسياحة".

الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

الجدول (50) توزيع الطاقة الفندقية بالأسرة وحسب التصنيف 2014/2011

الحصة % خلال سنة 2014	2014	2011	السنوات الفترة
15	32.662	30.551	خمس نجوم
23	49.211	46.591	أربع نجوم
13	28.829	26.182	ثلاث نجوم
7	15.386	13.405	نجمتان
7	14.406	10.318	نجمة واحدة
<b>65</b>	<b>140.494</b>	<b>127.047</b>	<b>مج الفنادق المصنفة</b>
9	19.820	15.600	إقامة فندقية R .H
10	21.015	20.169	نوادي فنادق H.C
11	23.863	17.748	ديار الضيافة M.H
5	11.194	7.263	الآخرون*
%100	216.386	187.827	المجموع الإجمالي

Source : <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement> 2014.

\*الآخرون:فندق عائلي،فندق طرقي ،مأوى وملجأ.



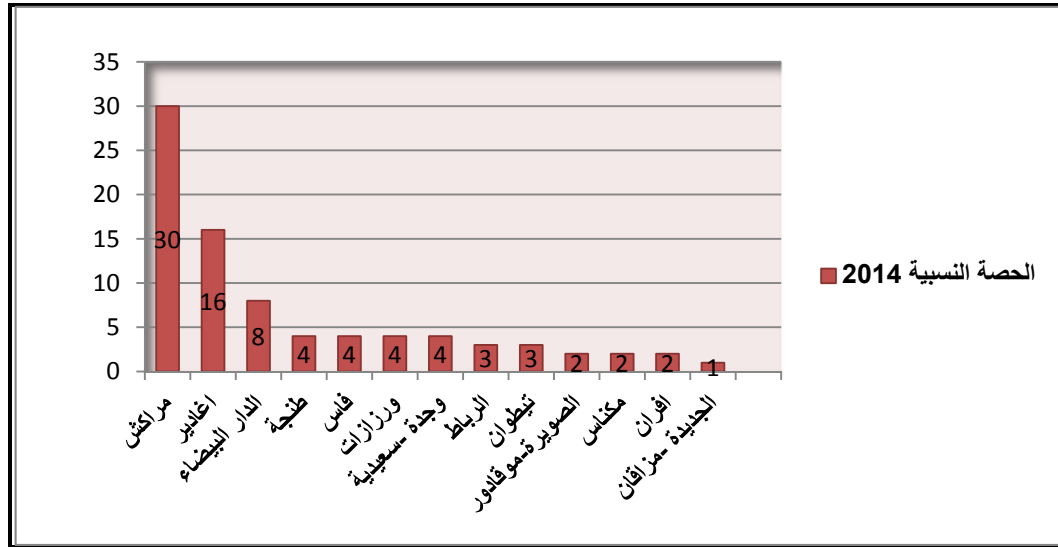
## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

أما باقي أصناف الإيواء الأخرى ، فقد عرفت نموا يتراوح بين 54 % للفنادق العائلية و الطرقية ، و 1 % لنوادي الفنادق .

وبمقارنة ما أنجز في إطار الخطة العشرية لإستراتيجية تنمية السياحة أفق 2020 ،التي قدرت نسبة النمو السنوي المتوسط في طاقات الإيواء بنحو الضعف،أي توفير 15680 سرير جديد سنويا،وهذا ما يتطلب انجاز حوالي 62.700 سرير جديد خلال 2011-2014، يتبين أن المغرب لم يحقق إلا 40 ألف سرير جديد، حيث كانت الطاقة الفندقية تحصي 176.630 سرير سنة 2010 وهي السنة المرجعية للمقارنة، وانتقل العدد إلى 216.386 سرير نهاية 2014 ، ويمثل ذلك نسبة انجاز تقارب 65 % من الطاقة الإيوائية المتوقعة المقدرة ب 372.300 ألف سرير عام 2020.

ويوضح الشكل التالي توزيع الطاقة الإيوائية بالحصص النسبية حسب المناطق السياحية .

شكل رقم(13): توزيع الأسرة والحصص النسبية للمناطق السياحية في المغرب سنة 2014.



المصدر:وزارة السياحة المغربية على الموقع:

<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/capacite-dhebergement>

ونلاحظ أن الطاقة الإيوائية في المغرب تتركز في مدينة مراكش ب 65.640 سريرا ونسبة 33 % تليها منطقة أغادير ب 34.773 سريرا ونسبة 16 %، ثم مدينة الدار البيضاء ب 16.529 سريرا ونسبة 8% ولا تمثل باقي المناطق السياحية مجتمعة إلا نسبة 43 % من مجموع الطاقة الإيوائية في المغرب .

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

### ثانيا: تطور الليالي السياحية 2011-2014.

حقق مؤشر الليالي السياحية تطورا ملحوظا خلال السنوات 2014/2011، حيث ارتفع عدد المبيتات في مؤسسات الإيواء السياحي من 16.868 مليون ليلة سنة 2011 إلى 19.633 مليون ليلة نهاية 2014، أي بمتوسط نمو سنوي بلغ 16 % .وحازت الفنادق ذات 4 نجوم حصة كبيرة من هذه الليالي، تليها فنادق 5 نجوم، ثم نوادي الفنادق و أخيرا فنادق 3 نجوم، وقدرت الليالي الممضاة في الفئات الأربعة المذكورة بنسبة 83 % من إجمالي الليالي السياحية المسوقة في الفنادق<sup>1</sup>.

وتتوزع الليالي السياحية المحققة بين فئة السياح المقيمين (السياحة الداخلية) بمجموع 5.307 مليون ليلة ، وفئة السياح الأجانب والمغاربة القاطنون بالخارج (السياحة الوافدة) بمجموع 14.326 مليون ليلة سياحية . والجدول الموالي يوضح التطور المحقق في مؤشر الليالي السياحية للفترة 2011-2014 .

الجدول رقم (51) تطور الليالي السياحية في المغرب (2011-2014) الوحدة: مليون ليلة سياحية

المجموع	عدد الليالي				السنوات
	الحصة %	غير المقيمين	الحصة %	المقيمين	
16.867.666	77	12.418.868	23	4.448.798	2011
17.485.762	72	12.549.244	28	4.936.518	2012
19.114.129	73	13.931.125	27	5.183.004	2013
19.633.475	73	14.326.312	27	5.307.163	2014

المصدر : موقع وزارة السياحة المغربية على الموقع :

. <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/frequentation-hoteliere>

من خلال المعطيات الواردة في الجدول، يلاحظ بطئ في تطور الليالي السياحية وخاصة بين سنتي 2013 و2014 ويرجع ذلك إلى قصر مدة الإقامة التي لم تتجاوز 44 % وهي بعيدة عن المتوسط المسجل في الدول المنافسة (تركيا %)، وتظهر أرقام الجدول أن حصة غير المقيمين من الليالي السياحية المسجلة خلال الفترة المدروسة مستقرة في حدود تتراوح ما بين 72 % إلى 77 % ،

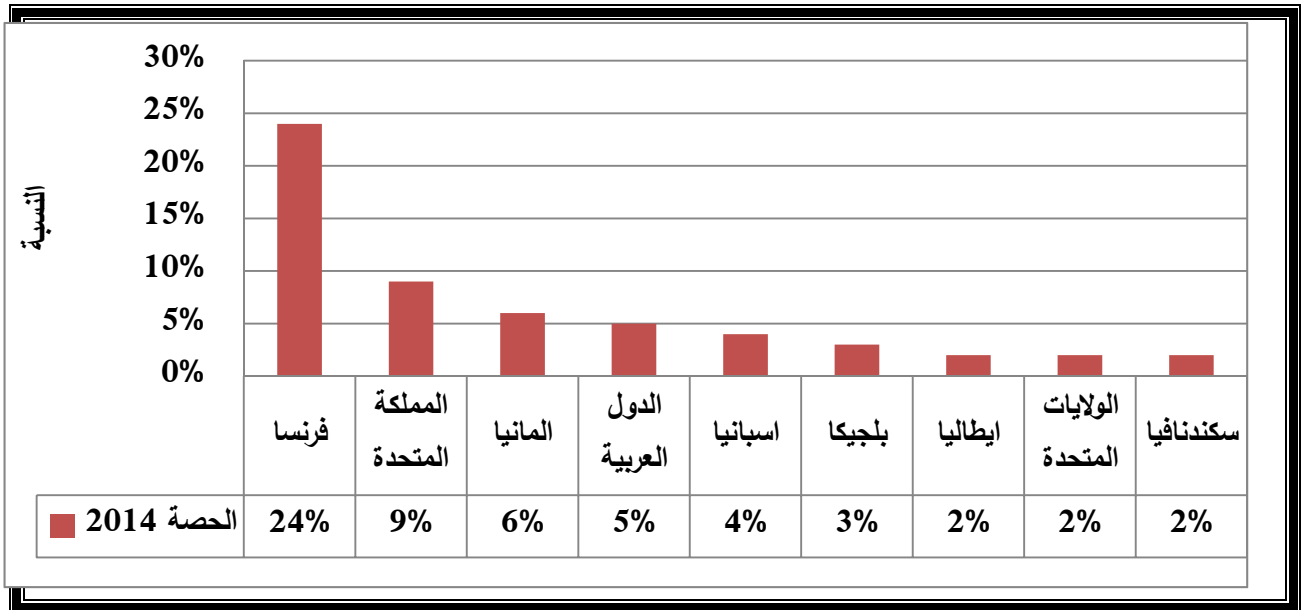
<sup>1</sup> Observatoire du tourisme marocain, annuaire statistique 2014, p37.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

أما نصيب المقيمين فقد تراوح ما بين 23 % و 28 % ، وهذه النسب تتوافق مع توصيات المنظمة العالمية للسياحة التي قدرت ثلث الليالي للسياحة الداخلية (المقيمين) والثلثين المتبقين للسياحة الوافدة<sup>1</sup>.

ومن حيث تطور عدد الليالي السياحية حسب الجنسيات ، فقد عرفت توزعا مشابها لتوزيع التدفقات البشرية حيث جاء الفرنسيون في المرتبة الأولى ، ثم يليهم سياح المملكة المتحدة، كما يظهره الشكل التالي :

شكل رقم(14): توزيع الليالي السياحية على السياح غير المقيمين سنة 2014 حسب الأسواق



المصدر: من إعداد الطالب، بناء على إحصائيات المرصد المغربي للسياحة 2014 على الرابط التالي:

[http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/Referentiel/tbn/TBNAT\\_12-14\\_version\\_arabe\\_0.pdf](http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/Referentiel/tbn/TBNAT_12-14_version_arabe_0.pdf)

ويبرز الشكل السابق أهمية السوق الفرنسي الذي بقي مهيمنا على عدد الليالي السياحية بحصة 24 % من مجموع الليالي السياحية المسجلة في عام 2014 ، ثم يليه سوق المملكة المتحدة بنسبة 9 % ، والسوق الألماني بنسبة 6 % ، أما حصة الدول العربية مجتمعة (المغرب العربي والمشرق العربي) فلم تتجاوز 5 % من المجموع ، أما حصة المغاربة المقيمون فقد بلغت 5.3 مليون ليلة وبنسبة 27 % .

وتركز توزيع الليالي السياحية حسب المناطق في مراكش بنسبة 34 % ، و أغادير بنسبة 26 % أي ما يمثل 60 % من إجمالي الليالي السياحية في الفنادق المصنفة<sup>2</sup>، أما باقي المناطق السياحية فقد

<sup>1</sup> توصيات منظمة السياحة العالمية (IRTS2008)

<sup>2</sup> المرصد المغربي للسياحة، إحصائيات السياحة بالمغرب 2014 الموقع الإلكتروني (<http://www.observatoiredu tourisme.ma>)

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

سجلت نسبة لا تتفوق 10 % لكل واحدة منها، وبهذا تبقى مدينة مراكش الأولى سياحيا في المغرب في اغلب المؤشرات السياحية المدروسة.

و صنف الموقع العالمي المتخصص في الأسفار "تريب أدفايزر" مدينة مراكش كأول وجهة سياحية جديدة في العالم سنة 2015، وتقدمت بذلك على كبريات العواصم العالمية من قبيل لندن (المرتبة السادسة)، وروما (المرتبة السابعة)، وبيونس آيريس (المرتبة الثامنة)، وباريس (المرتبة التاسعة). وكانت مدينة اسطنبول التركية قد حازت هذه الجائزة السنة الماضية<sup>1</sup>.

### ثالثا: معدل الإشغال الفندقي \* ومتوسط مدة الإقامة\*.

بلغت نسبة الإشغال الفندقي أو معدل الملء بمؤسسات الإيواء السياحي المصنفة 44 % خلال عام 2014 ، وقد ارتفع هذا المؤشر بنقطة واحدة عما كان عليه في عام 2013 ، حيث سجل 43 % ، وتقدمت مدينة أغادير التي سجلت نسبة 58 % ، تليها مدينة مراكش بنسبة ملء تبلغ 54 % ، ثم الدار البيضاء بنسبة 53 %<sup>2</sup> ، وهي نسب تتفوق المعدل الوطني المتوسط المحقق في المغرب، وسجلت باقي المناطق السياحية معدلا اقل من المتوسط الوطني (44 %).

كما بلغ متوسط مدة الإقامة إجمالا 7.9 ليلة للسياح الأجانب مقابل 8.3 ليلة في 2013، و 18.5 ليلة للمغاربة المقيمين في الخارج مقابل 18.7 ليلة في 2013، وهذه الفئة تقضي مدة أطول في المغرب لقضاء عطلها الصيفية وتقيم بين الأهل و الأقارب.<sup>3</sup>

### المطلب الثالث: تطور الاستثمارات السياحية في المغرب.

#### أولا: تطور الاستثمار السياحي خلال الفترة 2010-2015.

شهدت حركة الاستثمارات السياحية في المغرب نموا مستقرا خلال السنوات 2010-2015 ، حيث تشير إحصائيات مجلس السفر والسياحة العالمي إلى انتقال حجم الاستثمارات السياحية من 26.9 مليار درهم سنة 2010 إلى 35.3 مليار درهم عام 2015<sup>4</sup> ، أي بمتوسط نمو بلغ 31 % خلال نفس الفترة .

<sup>1</sup> أخبار العربية.نت ، <http://www.alarabiya.net/ar/last-page/2015/03/25/> .html

\* معدل الإشغال الفندقي = مجموع عدد الأسرة المشغولة خلال الفترة / مجموع عدد الأسرة المتوفرة خلال الفترة X 100

\* متوسط مدة الإقامة : عدد الليالي السياحية المقضاه في السنة / عدد السياح الوافدين في نفس السنة.

<sup>2</sup> [http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/Referentiel/tbn/TBNAT\\_12-14\\_version\\_arabe\\_0.pdf](http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/Referentiel/tbn/TBNAT_12-14_version_arabe_0.pdf).

<sup>3</sup> Observatoire du tourisme marocain, étude sur le suivi de la demande touristique 2014, P 9.

<sup>4</sup> WTTC2016, in : <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/morocco2016.pdf> P 5.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

كما يمثل الاستثمار السياحي سنة 2015 نسبة 12.4 % من مجموع الاستثمار المحلي في المغرب، مقارنة بنسبة 11.7 % المحققة في عام 2014 .

و الجدول الموالي يبين القيمة و الحصة النسبية للاستثمار السياحي من إجمالي الاستثمار المحلي في المغرب.

### جدول رقم(52): الاستثمار السياحي ونسبته في إجمالي الاستثمار في المغرب 2014-2015

الوحدة:مليار دولار

الرتبة عالميا	النسبة /الاستثمار الإجمالي	قيمة الاستثمار السياحي	السنة
38	11.7%	3.615	2014
35	12.4%	3.750	2015

المصدر: من إعداد الطالب بناء على إحصائيات مجلس السفر والسياحة العالمي لسنتي: 2014-2015.

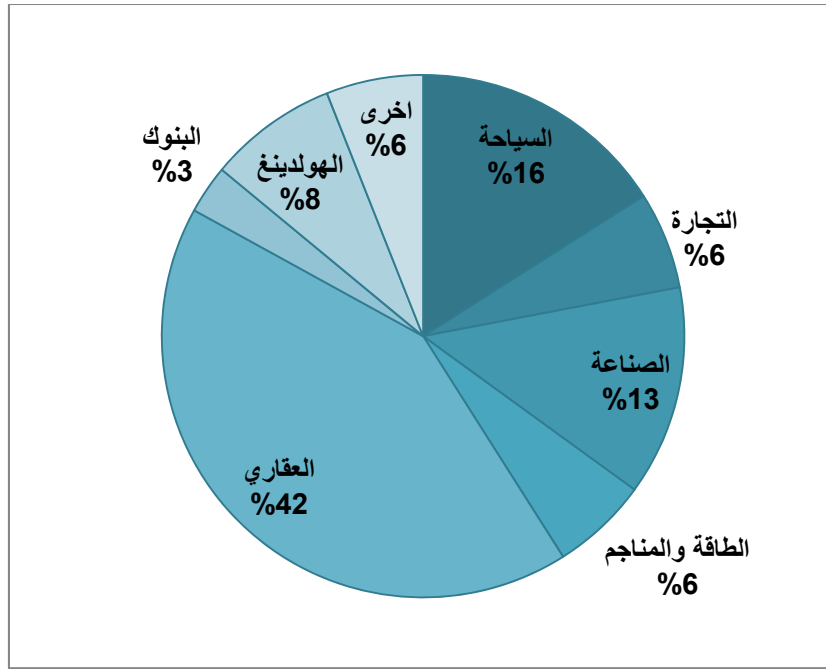
من خلال الجدول السابق، يتبين أن الاستثمارات السياحية في المغرب بلغت 3.615 مليار دولار عام 2014 أي ما يمثل نسبة تقدر ب 11.7 % من إجمالي الاستثمارات ، وعليه حصل على المرتبة 38 عالميا ، أما في سنة 2015 ، فقد بلغت قيمة الاستثمارات السياحية 3.750 مليار دولار ، وهو ما يمثل 12.4 % من مجموع الاستثمارات في المغرب ، وجاء في المرتبة 35 عالميا .

### ثانيا: وضعية الاستثمارات الأجنبية في المغرب لغاية 2015.

تمكن المغرب من جلب 35 مليار درهم كاستثمارات أجنبية مباشرة في القطاع السياحي ، وهذه القيمة تمثل نسبة قدرها 16 % من مجموع الاستثمارات الأجنبية الواردة إلى مختلف القطاعات الاقتصادية في المغرب ، والشكل الموالي يوضح توزع الاستثمارات الأجنبية حسب القطاعات والحصة النسبية لقطاع السياحة منها.

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

شكل رقم(15): التوزيع النسبي للاستثمارات الأجنبية المباشرة حسب القطاع في المغرب عام 2014.



Source : Agence marocaine de Développement des Investissements, 2014

يلاحظ من الشكل السابق ، أن حصة السياحة من تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر قد بلغت 16 % وتأتي في المرتبة الثانية بعد القطاع العقاري من حيث جذب الاستثمارات ، وهو ما يعني أن هذا القطاع ما زال يتمتع بديناميكية و مردودية في نظر المستثمرين الأجانب ، كما يفسر ان الاستثمارات السياحية في المغرب ممولة بقنوات تمويل أجنبية و تأتي فرنسا في مقدمة الدول المستثمرة في هذا القطاع الحيوي في الاقتصاد المغربي. مما سبق، يمكن تلخيص أهم المؤشرات السياحية لدول المغرب العربي فيما يلي:

## الفصل الرابع: واقع السياحة والاستثمارات السياحية الوطنية والأجنبية في تونس والمغرب

جدول رقم (53): أهم المؤشرات السياحية في دول المغرب العربي 2015.

المغرب	تونس	الجزائر	الدولة
10.17	5.35	1.70	عدد السياح الوافدين (ملايين)
7130	1354	258.1	الإيرادات السياحية (ملايين دولار)
1.500	769	611.8	النفقات السياحية (ملايين دولار)
216.3	240	102.20	طاقة الإيواء بالأسرة (آلاف)
18.40	16.17	7.18	الليالي السياحية (ملايين)
12.40	8.40	2.80	نسبة الاستثمار السياحي (%)
16	5.8	4	الاستثمار الأجنبي في السياحة (%)

المصدر : من إعداد الطالب بناء على الجداول السابقة.

### خلاصة الفصل.

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل تبين لنا ان المؤشرات السياحية في تونس عرفت تراجعا كبيرا في الفترة المدروسة، حيث شهدت التدفقات البشرية تراجعا وصل الى 38.91% سنة 2011 مقارنة سنة 2010 ، ويعزى ذلك إلى بداية ثورة الياسمين في تونس واثار الاحتجاجات الاجتماعية أو ما عرف بثورة الربيع العربي ،وانخفضت على إثره التدفقات السياحية الواردة من روسيا (-11.5%) وفرنسا (-6.5%) (الدول الاسكندنافية (-19%) وليبيا (-21%) ، غير أن سنة 2015 كانت الأسوأ في تونس حيث شهدت التدفقات النقدية تراجعا كبيرا وصل إلى 1.354 مليون دولار، وفي عام 2014 بلغ حجم الديون المتعثرة في القطاع السياحي 878 مليون دينار تونسي.

واعتبرت سنة 2015 كارثة حقيقية على السياحة التونسية حيث انخفض مؤشر الليالي السياحية فيها إلى 44.41% مقارنة بسنة 2014، وإلى 54.51% مقارنة بالنتائج المحققة في سنة 2010.

أما في المغرب، فقد عرفت فيها اغلب المؤشرات السياحية نموا معتبرا ، وحققت رؤية 2010 نتائج ايجابية ،حيث بلغت نسبة تحقيق الأهداف النقدية 82% من التقديرات الموضوعة في الخطة، كما قدرت مساهمة الميزان السياحي في الصادرات المغربية حوالي نسبة 35% .

وبالنسبة للمؤشرات السياحية المحققة في إطار رؤية 2020 ، فقد عرفت الإيرادات السياحية تراجعا طفيفا قدر بنسبة 2.83% على الرغم من نمو أعداد الوافدين التي وصلت إلى 10% خلال الفترة 2011-2014 ،وعرف ميزان السياحة فائضا موجبا ، كما بلغ متوسط النمو في الاستثمارات السياحية نسبة 31% خلال نفس الفترة ،وشكلت الاستثمارات الأجنبية المباشرة في القطاع السياحي نسبة 16% من مجموع الاستثمار الأجنبي المباشر المسجل في المغرب.

غير أن المنجزات المتعلقة بالليالي السياحية عرفت أداء متواضعا لم يتعد نسبة 66.42% ، ويبقى هذا الرقم بعيد عن طموح الخطة بحوالي 9.3 مليون ليلة، ويمكن تفسير الفشل النسبي في تحقيق هذا الهدف ،إلى تراجع وتيرة السياحة الدولية خلال الخمس سنوات الأخيرة نظرا للظرفية الاقتصادية و الأمنية التي تمر بها المنطقة العربية ومنطقة شمال إفريقيا عموما وفرنسا بوجه الخصوص بعد الاعتداءات الإرهابية التي مست التراب الفرنسي ،وهي أول دولة مصدرة للسياح إلى السوق المغربي.



# الفصل الخامس

تقييم ومقارنة استراتيجيات

تنمية القطاع السياحي في

بلدان المغرب العربي

### تمهيد الفصل:

يتناول هذا الفصل تقييم استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي ، باستخدام مجموعة من المؤشرات السياحية ، ومقارنة المنجزات المحققة في تلك المؤشرات بما تم استهدافه عند إعداد الخطة ، حيث لا يمكن الحكم على نجاح أو فشل هذه الاستراتيجيات إلا بمستوى الأداء الذي وصلت إليه ومدى مساهمة قطاع السياحة في تحقيق الأهداف المخططة مسبقا.

وتتعدد الأهداف المطلوب تحقيقها في تلك الاستراتيجيات ، فمنها ما هو ذو طبيعة كمية مثل عدد الوافدين من السياح الأجانب ، وعدد طاقات الإيواء الفندقي ممثلة في عدد الأسرة، وعدد الليالي السياحية ، وحجم العمالة المستهدفة في الخطة ، كما قد تكون تلك الأهداف ذات طبيعة نقدية مثل قيمة الإيرادات السياحية المحققة أو صافي الميزان السياحي، والنتائج المحلي الإجمالي السياحي ، وحجم الاستثمارات المحدثة والمنجزة في القطاع مقارنة بمجموع الاستثمار الوطني.

هذا ويمكن قياس الأهمية الاقتصادية للسياحة ، من خلال تقييم مساهمتها في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي ، ومساهمتها في الصادرات الخدمية ، وحجم العمالة المباشرة وغير المباشرة التي تولدت داخل القطاع السياحي وخارجه نتيجة للإنفاق السياحي بوجه عام.

و من جهة أخرى، فقد تم تقييم أداء قطاع السياحة في مؤشر تنافسية السفر والسياحة ومقارنة ترتيب بلدان المغرب العربي -موضوع الدراسة- في هذا المؤشر العالمي.

ولتحليل ودراسة ما سبق ، تم تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول تقييم استراتيجيات التنمية السياحية في دول المغرب العربي كل دولة على حدى، وذلك من خلال مقارنة الأهداف الكمية المستهدفة مع المنجزات المحققة ، أما المبحث الثاني فقد تعرض إلى الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال رصد مساهمتها في المؤشرات النقدية المشار إليها أعلاه.

و تناول المبحث الثالث و الأخير تنافسية قطاع السفر والسياحة من خلال معرفة ترتيب دول المغرب العربي في هذا المؤشر المركب الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي ( دافوس).

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

المبحث الأول: تقييم الاستراتيجيات من خلال مقارنة الأهداف المحققة بالأهداف المخططة .

سيتم في هذا المبحث تقييم استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي من خلال مقارنة التقديرات النقدية والكمية المستهدفة (المخططة)، بالأهداف المحققة (المنجزة) فعليا في نهاية الفترة، ومن ثم معرفة نسبة نجاح هذه الدول في تحقيق تلك الأهداف .

وسيتم التقييم في هذا المبحث، باستخدام أهم المؤشرات السياحية التي يمكن قياسها كميًا ، وهي مؤشر التدفقات البشرية للسياح الوافدين ، مؤشر الطاقة الفندقية (عدد الأسرة المنجزة)، مؤشر عدد الليالي السياحية المقضاة في المؤسسات السياحية المصنفة، و أخيرا مؤشر الإيرادات السياحية المحققة.

أما قياس مساهمة السياحة في المؤشرات الاقتصادية الأخرى ومنها الناتج المحلي الإجمالي، العمالة والصادرات و ميزان المدفوعات(صافي الميزان السياحي) وحصّة الاستثمار السياحي من الاستثمار المحلي الاجمالي فسيتم عرضها منفصلة في مبحث لاحق.

### المطلب الأول: مؤشر التدفقات البشرية للسياح الوافدين.

يعتبر مؤشر التدفقات السياحية البشرية من أهم المؤشرات الكمية في خطط التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي ، وتسعى هذه البلدان إلى زيادة أعداد السائحين القادمين إليها سواء من الأسواق التقليدية أو من خلال فتح أسواق جديدة، و عادة ما يشار إلى القدرات الاستيعابية للدول في مجال الجذب السياحي وتوفير الخدمات المختلفة للسائحين بمؤشر نسبة عدد السياح إلى عدد السكان ،وفي الدول السياحية العريقة تتجاوز هذه النسبة 100 في المائة ، ففي فرنسا مثلا بلغت 126 في المائة ، وفي اسبانيا بلغت 129 % غير أن هذه النسبة تتأثر إلى حد بعيد بعدد السكان، حيث كلما كانت الدولة اقل سكانا ارتفع هذا المؤشر لصالحها ،لذلك نجد بعض الدول الخليجية مثل البحرين وقطر و الإمارات تجاوزت نسبة هذا المؤشر فيها 100 % ، حيث بلغت 538.4 % و 143 % و 114.7 % على التوالي<sup>1</sup>.

وبالنسبة لدول المغرب العربي موضوع الدراسة، فان وضع هذا المؤشر يتباين من دولة إلى أخرى والجدول الموالي يوضح ذلك.

<sup>1</sup> جامعة الدول العربية، النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس 2007.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

جدول رقم(54): مقارنة السياح الوافدين بعدد السكان في دول المغرب العربي لسنة 2014.

الدولة	عدد السكان بالمليون 2014	عدد السياح بالمليون	نسبة عدد السياح إلى عدد السكان
الجزائر	39.116	1.709.994	4.37%.
تونس	10.983	5.359.309	48.79 %.
المغرب	33.304	10.176.762	30.55 %.

المصدر: من إعداد الطالب بناء على عدد السكان وعدد السياح الوافدين إلى الدول الثلاث .

-جامعة الدول العربية ،أرقام ومؤشرات ،العدد الخامس 2015.

نلاحظ من خلال الجدول، أن دول المغرب العربي جاءت مرتبة في هذا المؤشر على النحو التالي، تونس بنسبة 48.79 % تليها المغرب بنسبة 30.55 % و أخيرا الجزائر بنسبة 4.37 % فقط ، ويرجع هذا التباين في الترتيب، إلى ارتفاع عدد السياح الوافدين إلى كل من تونس والمغرب وانخفاضه في الجزائر مقارنة بعدد السكان، ومع ذلك يبقى هذا المؤشر محدود الاستعمال في المجال السياحي لعدم موضوعيته وميله دائما في صالح البلدان الأقل سكانا.

### 1-تقييم مؤشر السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر .

تسعى الجزائر من خلال تبنيتها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030 ( SDAT 2030) على جذب أكبر عدد ممكن من السياحة الدولية الوافدة، ويستهدف المخطط استقطاب 2.5 مليون سائح وافر سنة 2015<sup>1</sup>، حيث كان عدد السياح الوافدين 1.44 مليون سائحا في عام 2005 ، ويتوقع أن يصل إلى 2.5 مليون سائح في 2015، أي بمتوسط نمو سنوي يقدر ب 7.3 % للفترة 2005-2015 وبالنظر إلى النتائج المحققة المشار إليها في الفصل الثالث، يمكننا أن ندرج الجدول الموالي الذي يوضح

<sup>1</sup> Ministère du tourisme, SDAT 2030, livre1 « Diagnostic du tourisme Algérien », janvier 2008.p 30.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

مستوى التطور في التدفقات السياحية على المدى المتوسط (2008-2015) ومقارنة التقديرات المستهدفة بالإنجازات المحققة فعليا.

الجدول رقم (55): مقارنة التقديرات المتوقعة والمحققة فعليا في مؤشر التدفقات السياحية

الوافدة إلى الجزائر 2015/2008

نسبة الانجاز	2008-----< 2015		السنة
	المحقق	المستهدف	البيان
68 %	1.7 مليون	2.5 مليون	التدفقات السياحية الوافدة

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية .

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مستوى تحقيق الهدف المتعلق برفع حجم التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر على المدى المتوسط حقق نتائج إيجابية، حيث بلغ 68 %، و تمثل نسبة الجزائريين المقيمين بالخارج معدلا متوسطا يقدر بـ 53 % من إجمالي التدفقات خلال فترة (2008-2015)، مع ملاحظة تراجع أعدادهم سنة 2015 إلى 626 873 سائحا، بعدما وصل إلى 1.361.248 سائحا خلال سنة 2014، ويعزى تراجع عدد الجزائريين المقيمين في الخارج على التدفق إلى الوطن، بسبب اختيار هذه الفئة وجهات سياحية أخرى منافسة وخاصة تونس.

و رغم أهمية النتائج المحققة على مستوى هذا المؤشر، فإن الجزائر تبقى بعيدة نسبيا عن الرقم المستهدف في الخطة بواقع 32 %، حيث لم تتمكن إلا من استقطاب نسبة ضعيفة تمثل 1 % من السياحة الدولية الوافدة إلى منطقة حوض البحر الأبيض المتوسط.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

### 2-تقييم مؤشر السياحة الدولية الوافدة إلى تونس :

ارتكزت عملية تقدير التدفقات البشرية المستهدفة خلال الخطة (2001-2016) على تنبؤات منظمة السياحة العالمية للتدفقات الصادرة والأسواق المستقطبة لآفاق 2020 ، التي قدرت معدل النمو بواقع 3.8%<sup>1</sup> على المستوى العالمي.

أما متوسط النمو السنوي المقدر في الخطة فقد قدر بـ 4.4%<sup>2</sup> ، مع أخذ منجزات سنة 2001 كمرجع عند القيام بالمقارنات ، حيث بلغ عدد السياح الوافدين فيها 5.387 مليون سائح ، ولا تتضمن هذه الإحصاءات التونسيين المقيمين بالخارج.

وبالنظر إلى النتائج المحققة في تونس، يمكننا إجراء عملية مقارنة بين التقديرات المبدئية من جهة والانجازات المحققة من جهة ثانية ، و الجدول الموالي يوضح ذلك .

### جدول رقم (56): التقديرات المستهدفة و المحققة للخطة الخماسية الثالثة 2010/2015

الوحدة : ألف سائح

البيان	سنة 2010		نسبة الإنجاز	سنة 2015		نسبة الإنجاز
	مستهدف*	محقق		مستهدف*	محقق	
تدفقات السياح	7.509	7.828	104 %	5.359	8.942	60%

المصدر : من انجاز الباحث بناء على المعطيات السابقة الخاصة بتدفقات السياح الوافدين إلى تونس.

-المستهدف سنة 2010: تم التوصل إليه بضرب معامل النمو السنوي المتوسط X9X عدد السياح سنة 2001.

-المستهدف سنة 2015: تم التوصل إليه بضرب معامل النمو السنوي المتوسط X15X عدد السياح سنة 2001

يلاحظ من خلال الجدول أن خطة التنمية السياحية قد نجحت في تحقيق مؤشر التدفقات السياحية الوافدة خلال سنة 2010 وذلك بنسبة 104 % عما هو مستهدف في الخطة على الرغم من أن الإحصائيات السياحية في تونس تستبعد احتساب السياح التونسيين المقيمين بالخارج في السياحة الوافدة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> Organisation mondiale du tourisme, faits saillants OMT du tourisme, édition 2015.p14.

<sup>2</sup> ONTT, prévision de la demande pour 2016, p .91.

<sup>3</sup> UNTWO, methodological notes to the tourism statistics database, 2015 P.55.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

أما بالنسبة لسنة 2015 ، فإن الرقم المستهدف في الخطة لم يتم تحقيق إلا 60 % منه ، ويرجع سبب ذلك إلى الظروف الأمنية التي مرت بها تونس بدءا من سنة 2011 ، والتي اتسمت بالاحتجاجات الاجتماعية بدأت بتغيير نظام الحكم ، وما تلاها من عمليات إرهابية أدت إلى مقتل بعض السياح الأوروبيين ، هذه الظروف جعلت السياحة التونسية بجميع مؤشراتها في مأزق شديد .

### 3-تقييم مؤشر السياحة الدولية الوافدة إلى المغرب .

سيتم في هذا المحور تقييم مؤشر السياحة الدولية الوافدة للمغرب من خلال المنجزات المحققة في إطار "رؤية السياحة 2010" ، التي استهدفت تحقيق 10 ملايين سائح بنهاية 2010، وتقييم الخطة المرحلية 2015/2011 والتي استهدفت الوصول إلى 13.711 مليون سائح بنهاية 2015<sup>1</sup>.

والجدول الموالي يوضح التقديرات والمنجزات المحققة لمؤشر السياحة الدولية الوافدة عند نهاية العشرية الأولى في 2010، وكذا خلال الخمس سنوات الأولى من الخطة العشرية الثانية 2011-2020.

### جدول رقم(57): تقييم المنجزات المحققة في مؤشر السياحة الدولية في المغرب 2015/2010

الوحدة : ألف سائح

نسبة الإنجاز	رؤية السياحة 2020		نسبة الإنجاز	رؤية السياحة 2010		البيان
	محقق 2015	مستهدف 2015		محقق	مستهدف	
%74	10.176	13.711	%92	9.200	10.000	تدفقات السياح

Source : Ministère du tourisme Marocain, vision stratégique de développement touristique « vision 2020 » p.39.

- [http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/Referentiel/tbn/TBNAT\\_12-15\\_V\\_Arabe\\_0.pdf](http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/Referentiel/tbn/TBNAT_12-15_V_Arabe_0.pdf)

يلاحظ من خلال الجدول، أن المغرب وبالنسبة لمؤشر السياحة الدولية الوافدة قد حقق 92 % من الرقم المستهدف في خطة السياحة "رؤية 2010" وهي نسبة مرضية جدا، أما أداء هذا المؤشر في نهاية 2015 فلم يحقق إلا نسبة 74 % مما هو مستهدف في "رؤية 2020" ، وبنسبة نمو سنوي لا تتعدى 2

<sup>1</sup> Ministère du tourisme Marocain, vision stratégique de développement touristique « vision 2020 » P.39

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

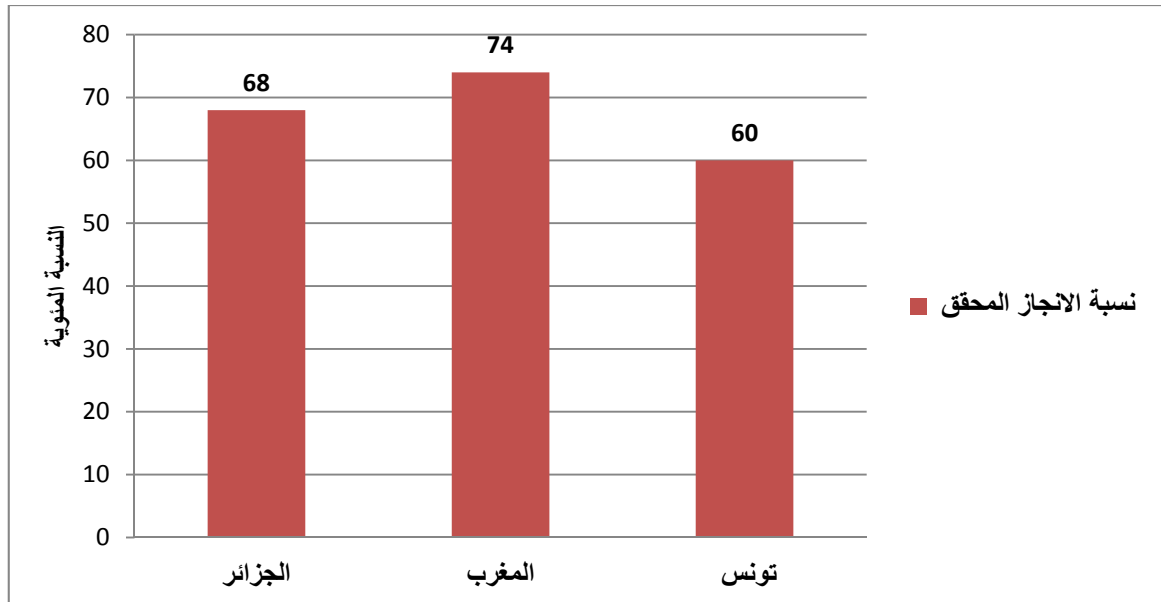
% خلال الفترة 2010-2015 ، وهي نسبة اقل من متوسط النمو العالمي المتوقع للفترة 2010-2020 المقدر بـ 3.8 %، حسب تقديرات منظمة السياحة العالمية<sup>1</sup>.

إن التراجع المعين في حجم تدفقات السياحة الدولية الواردة إلى المغرب خلال الفترة 2010-2015 ، كان بسبب الظروف الاجتماعية و الأمنية التي شهدتها منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا عموما ، وفرنسا خصوصا وهي السوق السياحية الرئيسية للمغرب ، كل ذلك أدى إلى تحويل طلب المسافرين بعيدا عن هذه المنطقة .

ومع ذلك فإن أداء المغرب في هذا المؤشر يعتبر جيدا مقارنة بباقي دول المغرب العربي (تونس والجزائر)، حيث تشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة لسنة 2015 ، إلى أن دول المغرب العربي قد استحوذت على حصة 33.7 % من مجموع الوافدين إلى إفريقيا ، موزعة بنسبة 19 % للمغرب، 10 % لتونس ، وأخيرا 3.7 % للجزائر<sup>2</sup>، وعلى ذلك يبقى المغرب الوجهة السياحية الأكثر جذبا للسياح الأجانب في منطقة جنوب حوض البحر الأبيض المتوسط .

والشكل الموالي يقارن أداء دول المغرب العربي في تحقيق مؤشر السياحة الوافدة .

شكل رقم(16): مقارنة الأداء النسبي لدول المغرب العربي في مؤشر السياحة الوافدة 2015.



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات الجداول السابقة .

<sup>1</sup> UNTWO, tourism highlights 2016 edition, p15.

<sup>2</sup> UNTWO, op cit , p11.



## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

من الشكل أعلاه، الذي يقارن مستوى أداء دول المغرب العربي في مؤشر السياحة الدولية الوافدة يتبين أن المغرب استطاع أن يحقق أكبر نسبة أداء بـ 74 %، ثم تليه الجزائر بنسبة 68 %، و أخيرا تونس بنسبة 60 %.

### المطلب الثاني: مؤشر الطاقة الفندقية (طاقات الإيواء).

تعتبر الطاقة الفندقية ثاني أهم مؤشر سياحي كمي في خطط التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي موضوع الدراسة، وتمثل طاقات الإيواء بعدد الأسرة المتوفرة والمتاحة في الوحدات الفندقية و باقي مؤسسات الإيواء المماثلة، المسخرة لاستقبال السياح المحليين و الوافدين القادمين إلى الدولة السياحية المضييفة على حد سواء\*.

### 1-تقييم مؤشر طاقات الإيواء في الجزائر.

يعمل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية في الجزائر على انجاز أكثر من 159 ألف سرير على المدى المتوسط للخطة (2008-2015)، وبحسب التشخيص الذي قامت به الوزارة في سنة 2008 ، فان قطاع الفنادق في الجزائر يعاني من ضعف طاقات الإيواء وتدهور مستوى الخدمات السياحية فيه ، حيث أن 10 % فقط من الحظيرة الفندقية تستجيب للمعايير الدولية<sup>1</sup>.

ولتعزيز طاقات الإيواء وتلبية طلب الوافدين المتوقع، المقدر بـ 2.5 مليون سائح في نهاية 2015 تستهدف الخطة على المدى المتوسط إعادة تأهيل 84.869 سرير، وتوفير 75000 سرير جديد من النوعية الجيدة، منها 40.000 سرير يستجيب للمعايير الدولية يتم انجازه في أقطاب الامتياز السياحي السبعة، وقد خصص غلاف مالي لتحقيق هذا الهدف يبلغ 2.5 مليار دولار كاستثمارات سياحية أي ما يقابل حوالي 60 ألف دولار لكل سرير منجز.

والجدول الموالي يبين حجم التقديرات المتوقعة والمحقة لطاقات الإيواء خلال الخطة.

\* تستخدم المعادلة التالية لتقدير الطلب على الأسرة الفندقية = عدد السياح في فترة زمنية x متوسط فترة الإقامة / عدد الليالي السياحية في الفترة x معدل الإشغال الفندقي.

<sup>1</sup> Ministère du tourisme, SDAT 2030, livre1 « Diagnostic du tourisme Algérien », janvier 2008.p 53.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

جدول رقم (58): التقديرات المستهدفة والمحقة في الجزائر لطاقت الإيواء (2015/ 2008 )

نسبة الانجاز (%)	2015 ----- 2008		السنة
	المحقق	المستهدف	البيان
63.95	102.244	159.869	طاقات الإيواء بالأسرة بالآلاف

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على إحصائيات وزارة تهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية 2015، وتقديرات سنة 2008 الواردة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق 2030.

من خلال الجدول نلاحظ أن النتائج المحققة على المدى المتوسط 2008 / 2015 في مؤشر طاقات الإيواء بلغت نسبة 63.95 %، و ترجع أسباب عدم بلوغ الأهداف المسطرة، والفشل في تحقيق طاقات الإيواء إلى العديد من المشاكل، حيث قدمت وزارة السياحة حصيلة هذه المشاريع لسنة 2015 كما يلي: (1)

- 1- المشاريع المتوقفة بلغت 101 مشروعا متوقفا بطاقة إجمالية تقدر بـ 8591 سرير.
  - 2- المشاريع التي لم تنطلق بعد حيث بلغت 607 مشروعا بطاقة إجمالية مقدرة بـ 78813 سرير.
- وترجع اغلب الأسباب التي عطلت انجاز هذه المشاريع إلى ضعف الاستثمارات الخاصة في القطاع السياحي، ونقص تمويل البنوك، والمشاكل الإدارية على مستوى مناطق التوسع السياحي ، وغياب عقود الملكية.

### 1-تقييم مؤشر طاقات الإيواء في تونس.

تم تقدير طاقات الإيواء المطلوب إنجازها تماشيا مع أهداف السياسة السياحية و بناء على توقعات تدفقات السياح الأجانب من جهة، و من جهة أخرى متوسط الإقامة المرصودتين خلال فترة الخطة، و قد تمت على أساس السيناريو A (معدل نمو مرتفع) الذي يستهدف انجاز 268.7 ألف سرير في نهاية 2016 .

<sup>1</sup> - وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية، حصيلة المشاريع الاستثمارية 2015.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

وقد أشارت الدراسة الإستراتيجية لقطاع السياحة أفاق 2016 التي أنجزها مكتب الاستشارات الدولي "رولاند برغر" سنة 2010 ، إلى أن 80 % من حظيرة الإيواء السياحي تتكون من الفنادق ، بالإضافة إلى تقادم هذه الفنادق ، إذ أن 10 آلاف سرير من طاقات الإيواء البالغ عددها 240 ألف سرير ، تم انجازها منذ أكثر من 20 سنة<sup>1</sup>.

والجدول الموالي يبين تقدير الاحتياجات في عدد الأسرة المطلوب توفيرها وما تم انجازه في نهاية سنة 2015.

الجدول رقم (59): مقارنة التقديرات والمنجزات في عدد الأسرة في تونس 2015.

نسبة الانجاز (%)	2010 ----- 2015		السنة
	المحقق	المستهدف	البيان
76.92	206.7	268.7	طاقات الإيواء بالأسرة (الآلاف)

المرجع: المعهد التونسي للإحصاء على الموقع: <http://www.ins.tn/ar/statistiques>

-إحصائيات الجامعة التونسية للنزل، جريدة المنبر التونسي على الموقع :

<http://almanber.tunisie-tribune.com/archives/9888>

-Roland Berger, étude stratégique du secteur touristique tunisien à l'horizon 2016. Juillet 2010 .p109.

من خلال الجدول نلاحظ أن تقديرات الخطة في 2010 كانت تستهدف انجاز 268.7 ألف سرير في نهاية عام 2015 ، ولم يتم انجاز إلا 206.7 ألف سرير ، وهو ما يمثل نسبة 76.92 % من الرقم المقدر، و يرجع السبب في ذلك إلى تراجع الاستثمارات السياحية في القطاع بسبب انخفاض المردودية المالية فيه، ونتيجة للوضع العام المتدهور الذي تعيشه تونس ،الذي أدى إلى إغلاق ما يقارب 47 % من مؤسسات الإيواء السياحي التي بلغ مجموعها 823 وحدة ، منها 527 فندقا مصنفا .حيث تم غلق 270 فندقا منها، أي ما يعادل طاقة إيواء تقدر ب 116 ألف سرير من مجموع 206.7 ألف سرير حسب

<sup>1</sup>Roland Berger, étude stratégique du secteur touristique tunisien à l'horizon 2016. Juillet 2010 .p129.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

ملخص وضعية النزول المصنفة في تونس الذي أعلنت عنه الجامعة التونسية للنزل في نهاية ديسمبر 2015<sup>1</sup>.

### 1-تقييم مؤشر طاقات الإيواء في المغرب.

تستهدف خطة السياحة المغربية رؤية 2020 توفير 372.3 ألف سرير في نهاية الخطة ،و 256.4 ألف سرير نهاية سنة 2015 ،وكان طموح الخطة هو انجاز 200 ألف سرير جديد يضاف إلى طاقات الإيواء التي بلغت 180 ألف سرير عام 2010 ، وتنتوق التقديرات انجاز 20 ألف سرير سنويا على امتداد الفترة 2011-2020 .

وبالنسبة لمنجزات رؤية 2010 ، فقد تم انجاز 180 ألف سرير من مجموع 230 ألف سرير أي ما يمثل نسبة 78 % مما هو مستهدف في نهاية العشرية الأولى 2001-2010.

والجدول الموالي يوضح ذلك.

### جدول رقم(60): تقييم المنجزات المحققة في مؤشر طاقة الإيواء في المغرب 2010/2015

الوحدة : ألف سرير

نسبة الإنجاز	رؤية السياحة 2020		نسبة الإنجاز	رؤية السياحة 2010		البيان
	محقق 2015	مستهدف 2015		محقق	مستهدف	
% 89	230.6	256.4	%78	180	230	طاقات الإيواء بالأسرة (الألاف)

المصدر: من إعداد الطالب بناء على:

- تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المغربي إحالة رقم 16/2015 ص12.

- Ministère du tourisme Marocain, vision stratégique de développement touristique « vision 2020 »p.39.

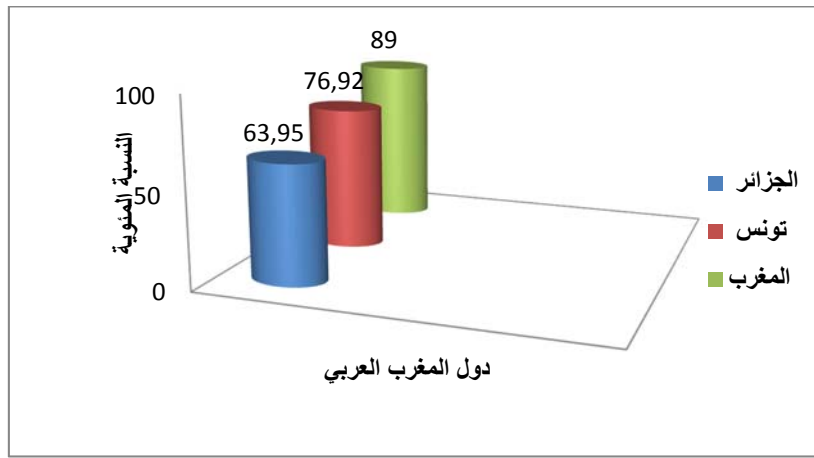
-<http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>.

<sup>1</sup> الجامعة التونسية للنزل ملخص وضعية النزول المصنفة في تونس ديسمبر 2015 جريدة المنبر التونسي على الموقع : <http://almanber.tunisie-tribune.com/archives/9888>

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

يتبين من خلال الأرقام الواردة في الجدول، أن المغرب قد حقق نسب انجاز معتبرة في مؤشر طاقات الإيواء، حيث حقق 78 % من طاقات الإيواء المستهدفة في خطة السياحة رؤية 2010، وحقق نسبة 89 % مما هو مستهدف في سنة 2015 (رؤية 2020)، وتتركز طاقات الإيواء المحققة في الفنادق المصنفة (3\*، 4\*، 5\*) بنسبة 61 % من مجموع عدد الأسرة البالغ 230.6 ألف سرير .  
والشكل الموالي يقارن أداء دول المغرب العربي في مؤشر طاقات الإيواء .

شكل رقم(17): مقارنة الأداء النسبي لدول المغرب العربي في مؤشر طاقات الإيواء 2015



المصدر: الشكل من إعداد الطالب بناء على معطيات الجداول السابقة.

بمقارنة نتائج دول المغرب في مؤشر طاقات الإيواء، يبين الشكل أن المغرب قد حقق أحسن أداء بنتيجة 89 % تليه تونس بنسبة تقارب 77 % ثم الجزائر بنسبة حوالي 64 %، و تظهر هذه النتائج أهمية الاستثمارات السياحية المخصصة لرفع طاقات الإيواء في هذه البلدان، ويترجم الجهود المبذولة لتلبية احتياجات العرض السياحي بوجه عام.

### المطلب الثالث: مؤشر الليالي السياحية.

يعبر مؤشر الليالي السياحية عن عدد الليالي التي يقضيها السياح المقيمين وغير المقيمين في مؤسسات الإيواء السياحي المصنفة، ويتأثر هذا المؤشر عموما بعدد السائحين سواء كانوا وافدين أو محليين، وتشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة طردية بين هذا المؤشر ومتوسط مدة الإقامة، حيث كلما زادت

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

مدة إقامة السائحين في المقاصد السياحية كلما زادت الليالي التي يقضونها في الفنادق ولكن ليس دائماً بنفس النسبة<sup>1</sup>.

### 1- تقييم أداء الجزائر في مؤشر الليالي السياحية .

بلغ عدد الليالي المقضات في مؤسسات الإيواء السياحي المصنفة 7.186.254 ليلة منها 681.350 ليلة لغير المقيمين و 6.504.904 ليلة للسياح المقيمين، أي بنسبة 9.48 % و 90.52 % على التوالي، ويرجع السبب في انخفاض عدد ليالي غير المقيمين إلى:

- انخفاض أعداد الوافدين غير المقيمين الذين ارتادوا الفنادق ، الذي بلغ 399.873 وافداً من مجموع 1.709.994 سائحا<sup>2</sup>، أي ما يقابل نسبة 23.38 % فقط ، وهو ما قلل من عدد الليالي المسوقة في الفنادق.

- الغرض من الزيارة، حيث أن ثلث هؤلاء الوافدين جاءوا لزيارة الجزائر بغرض الأعمال، ويميل هؤلاء عادة إلى تقليص مدة الإقامة،

- نوعية السائحين الوافدين ، حيث بلغ عدد السياح من تونس 575.300 سائحا، ويستخدم معظم هؤلاء الجزائر كمنطقة عبور لزيارة المغرب ، ولا يميلون إلى المبيت في الفنادق المصنفة ويلجئون إلى الإقامة لدى العائلات الجزائرية أو في الفنادق غير المصنفة التي لا تحتسب ليااليهم عند الإحصاء.

- كما أن معظم الجزائريين المقيمين في الخارج يختار الإقامة لدى العائلات و الأقارب لقضاء عطلةهم.

كل العوامل المذكورة سابقا، أدت إلى انخفاض متوسط مدة الإقامة لدى السياحة الوافدة التي لم تتعدى 1.7 يوم إذا ما تم تقسيم عدد الليالي المقضات على عدد السياح الوافدين .

أما بالنسبة للسياحة المحلية فيلاحظ ارتفاع نصيبها في عدد الليالي السياحية ، ويرجع السبب في ذلك إلى ضعف أداء السياحة الدولية عند المقارنة ، والارتفاع المحسوس في القدرة الشرائية لأغلب شرائح المجتمع الجزائري ، واستقرار الوضع الأمني الذي شجع السياح المحليين على التنقل والسياحة لأجل الاستجمام والترفيه.

<sup>1</sup> محيا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر، الطبعة الأولى 2002، دار الشروق، القاهرة، ص 51.  
<sup>2</sup> وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية الجزائرية، إحصائيات السياحة سنة 2015.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

و بغية التمكن من مقارنة مؤشر عدد الليالي السياحية المحققة بما هو مستهدف في المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة على المدى المتوسط 2008-2015، قمنا باعتماد نفس مضاعف الاحتياجات في عدد الأسرة المطلوب توفيرها سنة 2015 أي 1.8 ، ثم ضربناه في عدد الليالي السياحية المحققة سنة 2007 وهي السنة المرجعية في الخطة كما يلي:

**عدد الليالي السياحية سنة 2007 X مضاعف عدد الأسرة سنة 2015.**

ومنه يكون تقدير عدد الليالي السياحية في سنة 2015 يساوي :

$$5.12 \text{ مليون ليلة} \times 1.8 = 9.21 \text{ مليون ليلة سياحية متوقعة .}$$

وهذا يتوافق مع تقديرات النمو المتوقع في عدد الوافدين الذي قدر بـ 2.5 مليون سائح وتطور مؤشر السياحة الداخلية في الجزائر .

**جدول رقم(61): تقييم المنجزات المحققة في مؤشر الليالي السياحية في الجزائر 2015**

البيان	المستهدف	المحقق	نسبة الانجاز
عدد الليالي السياحية	9.21 مليون	7.18 مليون	78 %

المصدر : من انجاز الطالب بناء على معطيات الجداول السابقة.

ومنه يلاحظ أن نسبة انجاز مؤشر الليالي السياحية بلغت 78 % ، مع تسجيل متوسط إقامة يقارب 1.7 يوم ، وهو متوسط ضعيف بالمقارنة مع ما هو محقق في كل من تونس والمغرب سنة 2014 ( 4.6 و 2.9 يوم لكل منهما على التوالي ) ونستنتج أيضا، أن محدودية الليالي السياحية لغير المقيمين يتوافق مع عدد السياح الوافدين، وهذا راجع إلى عدم قدرة المنتج السياحي في الجزائر على منافسة السوق السياحة الدولية وفشل تسويق وجهة الجزائر في الخارج.

وعليه، يتحتم صياغة إستراتيجية تسويقية تهدف إلى إطالة مدة بقاء السائح ، من خلال تنويع العروض السياحية ، والتعريف بكنوز الجزائر بكل أطيافها الطبيعية والثقافية واستغلال الإمكانيات التي تتوفر عليها العديد من المقاصد السياحية وتوفير الخدمات السياحية في الفنادق، التي ترضي رغبات السائح المحلي والوافد على حد سواء.

### 2- تقييم أداء تونس في مؤشر الليالي السياحية .

لقد تم إعداد التقديرات الخاصة بالليالي السياحية بناء على تقديرات دخول السياح المنجزة سابقا، بالإضافة إلى فرضية متوسط الإقامة.

أما من حيث تقديرات متوسط الإقامة فقد تم تقسيم السوق السياحي إلى أربع مناطق وهي دول غرب أوروبا، دول شرق أوروبا، المغرب العربي، مناطق أخرى.

وقد تبنت الخطة سيناريوهين لتقديرات الليالي السياحية للفترة 2001-2016 و هما<sup>1</sup>:

-**السيناريو A**: يفترض معدل نمو مرتفع، وفيه تم تقدير متوسط النمو السنوي (TCMA) في حدود 4.6 % . ومنه قدرت الليالي السياحية ب 48 مليون ليلة سياحية مع نهاية 2006، و 60 مليون ليلة سياحية مع نهاية 2011، و 74 مليون ليلة سياحية مع نهاية فترة الخطة 2016.

-**السيناريو B**: يفترض معدل نمو منخفض، وفيه تم تقدير متوسط النمو السنوي (TCMA) في حدود 3.3 % ، وبناء عليه تم تقدير الليالي السياحية ب 45.4 مليون ليلة سياحية مع نهاية 2006، 53.4 مليون ليلة سياحية مع نهاية سنة 2011، و 61.9 مليون ليلة سياحية في نهاية الخطة 2016. ولتقييم نجاح الخطة في تحقيق هذا المؤشر ندرج الجدول التالي.

<sup>1</sup>Office Nationale du Tourisme Tunisien. Prévission de la demande pour 2016, P. 93.



## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

جدول رقم (62): التقديرات المستهدفة و المحققة في الليالي السياحية في تونس 2015.  
الوحدة : مليون ليلة سياحية

نسبة الإنجاز	2015		البيان الليالي السياحية
	محقق	مستهدف	
50 %	35.5	70.6	مستوى عال
59.36 %	35.5	59.8	مستوى منخفض

المصدر : من انجاز الباحث بناء علي المعطيات السابقة و إحصائيات وزارة السياحة التونسية 2015 على الموقع التالي:

-<http://www.tourisme.gov.tn/ar/realisations-et-perspectives/tourisme-en-chiffres/statistiques-2015.html>

من خلال نسبة الانجاز المحققة في مؤشر الليالي السياحية لسنة 2015 ، يتبين أن تونس لم تحقق إلا 50 % من الرقم المستهدف وهو الوصول إلى 70.6 مليون ليلة ، وهذا بتطبيق فرضية النمو المرتفع أي وفق السيناريو A ، أما عند افتراض تطبيق السيناريو B فان نسبة تحقيق الهدف وفقا لذلك تقارب 60 % .

وعند الرجوع إلى إحصائيات سنة 2010 - وهي السنة المرجعية التي تأخذ بها تونس عند القيام بعمليات المقارنة على اعتبار أنها فترة ما قبل الثورة - يلاحظ أن عدد الليالي السياحية قد بلغ أكثر من 35.5 مليون ليلة سياحية ، وهو ما يمثل نسبة تراجع تقدر ب 54.50 % مقارنة بنتائج 2015.

و يمكن تفسير التراجع في هذا المؤشر خلال فترة ما بعد الثورة، إلى انخفاض أعداد السائحين الدوليين الوافدين إلى تونس الذي انخفض بنسبة 31.5 %<sup>1</sup> في نفس الفترة (2010/2015) وذلك بسبب تردي الوضع الأمني، وهذا ما أدى إلى تقليص مدة الإقامة للأجانب نتيجة التخوف من العمليات الإرهابية و تصنيف تونس ضمن منطقة الخطر العالي من طرف العديد من الوكالات السياحية في العالم التي كانت تصدر السياح إلى الوجهة التونسية ، مع بقاء ذلك الخطر مستمرا إلى الآن ، كما أدى هذا الوضع إلى إغلاق العديد من مؤسسات الإيواء الفندقي لانخفاض معدلات الإشغال فيها وعدم الوصول إلى عتبة المردودية المالية التي تسمح لها بالبقاء ، حيث تشير الإحصائيات إلى غلق أكثر من

<sup>1</sup> وزارة السياحة التونسية ، السياحة في أرقام، انجازات القطاع السياحي لسنة 2015 . (<http://www.tourisme.gov.tn>)

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

47%<sup>1</sup> من الحظيرة الفندقية لظروف مالية و أمنية ، وقد أعلنت الحكومة التونسية حالة الطوارئ الاقتصادية بداية من أوت 2016 إلى جانب حالة الطوارئ الأمنية السائدة أصلا .

### 3-تقييم أداء المغرب في مؤشر الليالي السياحية .

تستهدف رؤية 2020 السياحية في المغرب تحقيق 27.7 مليون ليلة سياحية في نهاية 2015 ، و 37 مليون ليلة بنهاية 2020 وذلك على أساس مضاعفة الرقم المحقق في سنة 2010 البالغ 18.5 مليون ليلة سياحية.

جدول رقم (63): التقديرات المستهدفة و المحققة في الليالي السياحية في المغرب 2015.  
الوحدة :مليون ليلة سياحية

نسبة الإنجاز	2015		البيان
	المحقق	المستهدف	
66.42 %	18.4	27.7	الليالي السياحية

المصدر : من انجاز الباحث بناء علي المعطيات السابقة و إحصائيات وزارة السياحة المغربية 2015 على الموقع التالي:

[http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/Referentiel/tbn/TBNAT\\_12-15\\_V\\_Arabe\\_0.pdf](http://www.tourisme.gov.ma/sites/default/files/Referentiel/tbn/TBNAT_12-15_V_Arabe_0.pdf)

يلاحظ من خلال المعطيات المقدمة في الجدول أن مؤشر الليالي السياحية في المغرب قد حقق نسبة انجاز تصل إلى 66.42 % ، ويبقى هذا الرقم بعيد عن طموح الخطة بحوالي 9.3 مليون ليلة وذلك بالنظر إلى جاذبية السياحة المغربية في منطقة شمال أفريقيا ، وحوض البحر الأبيض المتوسط، حيث يراهن المغرب أن يكون ضمن العشرين وجهة سياحية الأولى في العالم ، ومرجعا في السياحة المستدامة ويمكن تفسير الفشل النسبي في تحقيق هذا الهدف ،إلى تراجع وتيرة السياحة الدولية خلال الخمس سنوات الأخيرة نظرا للظرفية الاقتصادية و الأمنية التي تمر بها المنطقة العربية ومنطقة شمال إفريقيا عموما وفرنسا بوجه الخصوص بعد الاعتداءات الإرهابية التي مست التراب الفرنسي ،وهي أول دولة مصدرة للسياح إلى السوق المغربي .

<sup>1</sup> تصريح الجامعة التونسية للنزل ملخص وضعية النزل المصنفة في تونس ديسمبر 2015 جريدة المنبر التونسي على الموقع :  
<http://almanber.tunisie-tribune.com/archives/9888>

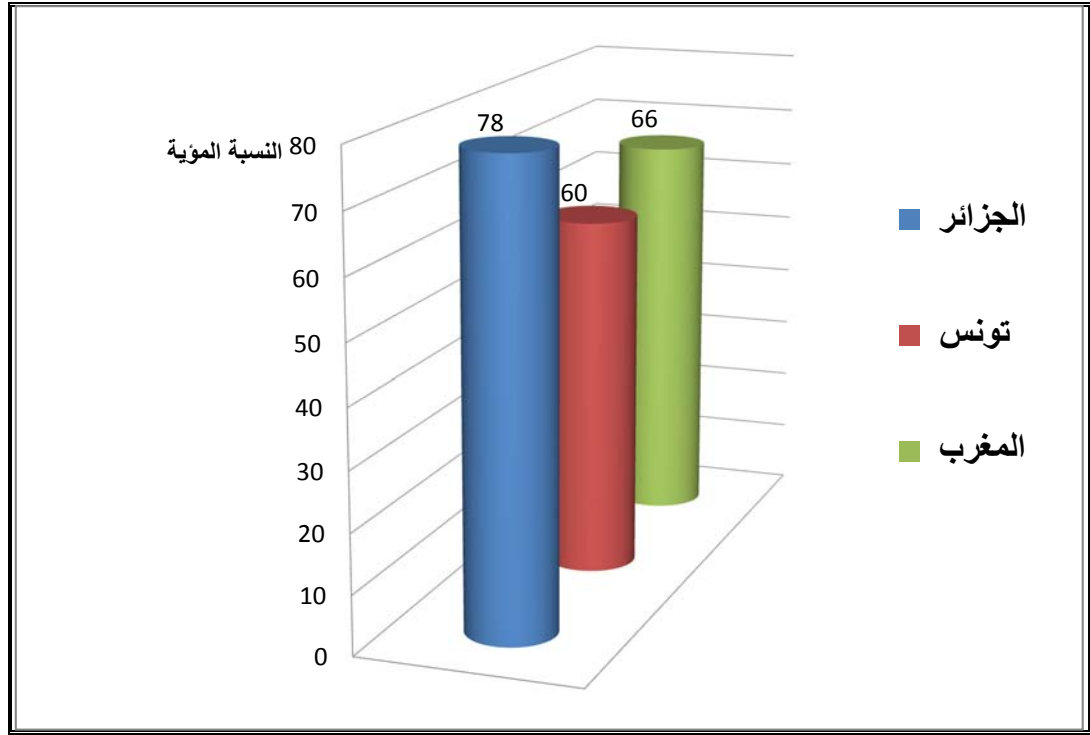
## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

وقد تراجع عدد الليالي السياحية لغير المقيمين إجمالاً بحوالي 12.7 % مقارنة بسنة 2014 و 10 % مقارنة بسنة 2010، وكان نصيب الليالي الفرنسية من هذا الانخفاض 36 %.

أما عدد ليالي المقيمين فقد شهد نمواً كبيراً بلغ نسبة 45 % مقارنة بما هو محقق في 2010 ، وذلك بفعل إطلاق مشروع بلادي لتشجيع السياحة المحلية الذي يستجيب لتطلعات وعادات السياح المحليين.

و على العموم، أظهرت دول المغرب العربي أداءً متبايناً في مؤشر الليالي السياحية، وهذا ما يوضحه الشكل الموالي.

شكل رقم(18): مقارنة الأداء النسبي لدول المغرب العربي في مؤشر عدد الليالي السياحية 2015



المصدر: من إعداد الطالب بناء على الجداول السابقة.

يلاحظ من الشكل السابق أن الجزائر تصدرت دول المغرب العربي في مؤشر الليالي السياحية المحققة ، وذلك بنسبة 78 % تليها المغرب بنسبة 66% ثم تونس بنسبة 60 %.

و من حيث توزيع ليالي المبيت بين المقيمين وغير المقيمين، نلاحظ أن التوزيع بالنسب كان كما يلي:  
-الجزائر: 90% للمقيمين و 10 % لغير المقيمين.

-تونس: 15 % للمقيمين و 85 % لغير المقيمين.(إحصاءات 2014)

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

-المغرب: 32% للمقيمين و 68% لغير المقيمين.

و توصي منظمة السياحة العالمية بان يكون التوزيع النسبي لليالي السياحية على أساس الثلث للسياحة المحلية، والثلثين للسياحة الدولية الوافدة<sup>1</sup>، وهو ما يتطابق مع توزيع نسب المغرب بصورة مثالية، وتونس بدرجة اقل، ولكنه لا يتوافق بشكل شديد مع حالة الجزائر.

### المطلب الرابع: مؤشر توفير مناصب الشغل.

تعتبر السياحة نشاط كثيف العمالة مقارنة بباقي قطاعات الاقتصاد الأخرى ،وطبقا لتقديرات منظمة السياحة العالمية المتعلقة بالشغل في القطاع السياحي، فإن إنجاز سريرين يؤدي إلى خلق منصب شغل واحد مباشر وثلاثة مناصب غير مباشرة متعلقة بالنشاطات الملحقة<sup>2</sup>.

وبحسب تقديرات مجلس السفر والسياحة العالمي (WTTC) لسنة 2015، فإن قطاع السياحة يوفر ما يقارب 283 مليون وظيفة مباشرة وغير مباشرة في الاقتصاد العالمي ، وهذا ما يمثل 9.5% من مجموع العمالة العالمية ، ويحصل القطاع السياحي على وظيفة من كل 11 وظيفة مستحدثة عالميا و تنمو الفرص الوظيفية في قطاع السياحة بما يقارب ضعف معدل نمو التوظيف في القطاعات الأخرى<sup>3</sup>. ونظرا لأهمية النشاط السياحي في توفير مناصب الشغل، فقد عملت بلدان المغرب العربي -موضوع الدراسة- على إدراج هذا المؤشر في مخططات تنمية القطاع السياحي ، باعتباره عنصرا فاعلا في تحقيق فرص نجاح تلك الخطط من خلال تكوين الموارد البشرية المؤهلة للتوظيف في هذه الصناعة ، وكذا العمل على امتصاص البطالة التي تعاني منها مجتمعات دول المغرب العربي.

### 1- تقييم مؤشر توفير مناصب الشغل في الجزائر.

يستهدف مخطط التهيئة السياحية 2030 ، عند عرضه لخطة الأعمال بالأرقام إلى تحقيق 400 ألف منصب عمل مباشر وغير مباشر في نهاية 2015 ، أي مضاعفة حجم العمالة التي ولدتها السياحة سنة 2007 البالغة وقتئذ 200 ألف منصب شغل.

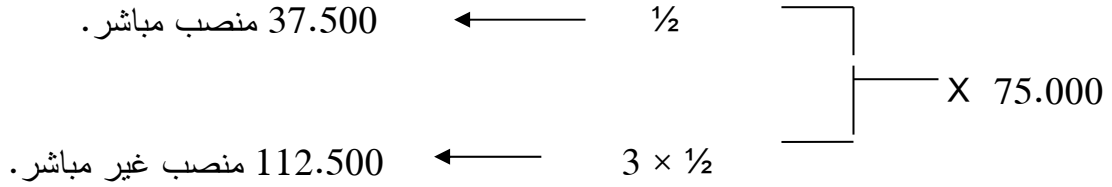
<sup>1</sup>Ministère de l'économie et des finances marocain, le tourisme interne en tant que levier de croissance pour le secteur, juillet 2014.P.9 (<https://www.finances.gov.ma/Docs/.../Le%20tourisme%20interne.pdf> )

<sup>2</sup> توصيات منظمة السياحة العالمية IRIS

<sup>3</sup> WTTC, Travel and Tourism Economic Impact 2016. P 4. in: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

وتنطبق معيار منظمة السياحة العالمية المشار إليه أعلاه، الذي يحدد توفير منصب شغل مباشر و ثلاث مناصب عمل غير مباشرة عند انجاز كل سريرين ، وحيث أن الخطة تعتزم انجاز 75 ألف سرير جديد كما هو موضح سابقا، ومنه فإن المناصب المحتمل توفيرها تقدر بما يلي:



أي بمجموع يقدر بـ 150.000 ( 112.500 + 37.500 ) منصب شغل جديد في أفق 2015.

ولتحديد المناصب المباشرة وغير المباشرة من فرص العمل الجديدة المقدر بـ 400 ألف حسب خطة الأعمال، نستعمل معيار توزيع منظمة السياحة العالمية أعلاه، الذي يعطي النتيجة التالية:

$$- \text{مناصب عمل مباشرة} = 400.000 \times \frac{1}{4} = 100 \text{ ألف وظيفة .}$$

$$- \text{مناصب عمل غير مباشرة} = 400.000 \times \frac{3}{4} = 300 \text{ ألف وظيفة .}$$

و الجدول الموالي يبين الانجازات التي حققتها السياحة في مناصب الشغل .

### جدول رقم(64): التقديرات المستهدفة والمحقة لمناصب الشغل للفترة 2008 – 2015

الوحدة: بالألف

النسبة	2008-----<2015		السنة البيان
	المحقق	مستهدف	
نسبة الانجاز %109	327.5	300=100+ 200	عمالة مباشرة
%60.2	301.0	500=300+ 200	عمالة غير مباشرة
%78.56	628.5	800= 400+ 400	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على إحصائيات :

-SDAT 2030, livre 2-plan stratégique, janvier 2008, P18.

-<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/algeria2016.pdf>.(World Travel and Tourism Council).

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة تحقيق الأهداف المتعلقة بحجم العمالة المستحدثة بلغ 628.5 وظيفة أي 78.56 % من الرقم المستهدف وهو تحقيق 800 ألف وظيفة ، ويلاحظ ارتفاع نسبة الوظائف المباشرة في القطاع السياحي التي فاقت نسبتها 100 % ، في حين بلغت نسبة العمالة غير المباشرة التي ولدتها السياحة في الاقتصاد عموما 60.2 %، ويرجع السبب في ذلك إلى ضعف الروابط التشابكية الأمامية والخلفية لهذا القطاع مع القطاعات الأخرى ، وعدم تبني النظام الفرعي للسياحة الذي أوصت به المنظمة عام 2008 (Tourism Satellite Accounts (TSA))، حيث بقي هذا القطاع معزولا ولا يحدث الأثر الإيجابي المطلوب، نتيجة الطابع الموسمي للنشاط السياحي، وهذا ما أدى إلى انخفاض مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي التي لم تتعدى 1.5 % سنة 2014 حسب الديوان الوطني للإحصاء<sup>1</sup>، في حين قدرها مجلس السياحة والسفر العالمي ب 3.5 %<sup>2</sup> مقارنة ب 10 % عالميا.

**2- تقييم مؤشر توفير مناصب الشغل في تونس.**

تستهدف إستراتيجية تنمية السياحة في تونس أفاق 2016 ، توفير 594.164 منصب شغل إجمالي، منها 173.146 منصب شغل مباشر و 421.019 منصب شغل غير مباشر .

والجدول الموالي يبين حجم العمالة المستهدف والانجازات المحققة في الخطة.

**جدول رقم (65): التقديرات المستهدفة و المحققة في مناصب الشغل في تونس 2015.**

نسبة الانجاز	2015		السنوات
	محقق	مستهدف	البيان
111 %	185.000	166.500	عمالة مباشرة
53 %	215.000	407.350	عمالة غير مباشرة
70 %	400.000	573.850	المجموع

Source : Objectifs et stratégies de développement du tourisme tunisien, Rapport final . EQUIPE D ETUDE JICA.

-<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/tunisia2016.pdf>

<sup>1</sup> موقع الديوان الوطني للإحصاء ، <http://www.ons.dz/-Tourisme-.html> ،  
<sup>2</sup> -World Travel and Tourism Council in :<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/algeria2016.pdf>.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

تبين من خلال الجدول، أن القطاع السياحي قد وفر 400 وظيفة إجمالاً، وهذا ما يمثل نسبة 70 % من الأهداف التي رسمتها الخطة لأفاق 2016 ، منها 185 ألف وظيفة مباشرة أي تتجاوز ما كان مستهدفاً بنسبة 111 % ، و 215 ألف وظيفة غير مباشرة ، وبمقارنة هذه المنجزات مع نسبة الأداء العالمي الذي يصل إلى 10 % ، فإن ما حققته تونس يساوي 11.5 %<sup>1</sup>، وهذا دليل على أهمية القطاع السياحي و أثره الإيجابي في تحقيق الوظائف في الاقتصاد التونسي .

### 3- تقييم مؤشر توفير مناصب الشغل في المغرب.

تهدف خطة التنمية السياحية أفق 2020 إلى تحقيق 645.147 وظيفة مباشرة في سنة 2015 والجدول الموالي يبين مناصب الشغل المستهدفة والمحققة في قطاع السياحة في المغرب .

#### جدول رقم (66): مناصب الشغل المستهدفة و المحققة في المغرب سنة 2015.

نسبة الانجاز	2015		السنوات
	محقق	مستهدف	البيان
113%	731.500	645.147	عمالة مباشرة
79%	956.000	1.200.000	عمالة غير مباشرة
91%	1.687.500	1.845.147	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تقديرات رؤية السياحة المغربية أفق 2020 (لمناصب الشغل المستهدفة)

وإحصائيات المجلس العالمي للسفر والسياحة (لمناصب الشغل المحققة) على الرابط:

-<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/morocco2016.pdf>.

نلاحظ من الجدول، أن المغرب قد أنجز 91 % من الهدف المتمثل في توفير 1.845 مليون وظيفة المراد توفيرها نتيجة النشاط السياحي إجمالاً، كما حقق مستوى فاق المتوقع أي 113 % من

<sup>1</sup>-<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/tunisia2016.pdf>

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

الوظائف المباشرة في القطاع السياحي، وبذلك يعتبر هذا القطاع ثاني قطاع اقتصادي مولد للعمالة بعد الفلاحة.

و على العموم فان المساهمة الإجمالية للسياحة بلغت 15.6 % من حجم العمالة المحصاة في المغرب سنة 2015، وهذا المعدل أعلى مما هو محقق في كلا من تونس و الجزائر (11.5% و 5.7% على التوالي ) و أعلى من المتوسط العالمي أيضا (10%).

### المبحث الثاني: الأهمية الاقتصادية للسياحة في بلدان المغرب العربي.

تعتبر السياحة من الأنشطة التي تؤثر في العديد من القطاعات الاقتصادية ، وتشير الدراسات التي أجرتها منظمة السياحة العالمية إلى أن النشاط السياحي يؤثر في أكثر من 50 نشاطا داخل الاقتصاد، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، وذلك من خلال ديناميكية المضاعف السياحي ، وبصفة عامة يمكن التمييز بين<sup>1</sup>:

-**الآثار المباشرة للمضاعف** : هي الزيادة المباشرة في النشاط الاقتصادي بسبب الإنفاق السياحي، مثل

ارتفاع المبيعات والدخل والوظائف الناتجة عن زيادة عدد الليالي التي يقضيها السياح في الفنادق، أي زيادة المبيعات في قطاع الفنادق ؛

-**الآثار غير المباشرة للمضاعف** : هي الزيادة غير المباشرة في النشاط الاقتصادي بسبب الارتباط الخلفي لبعض الصناعات بالقطاع السياحي، أي تلك الصناعات التي تشتري منها السياحة السلع والخدمات بشكل مباشر، فيؤدي ذلك إلى زيادة النشاط الاقتصادي ؛

-**الآثار المستحدثة عن طريق المضاعف** : وهي التغيرات التي تحدث في النشاط الاقتصادي بسبب إنفاق الدخل المكتسب بصورة مباشرة أو غير مباشرة من النشاط السياحي، مثل إنفاق العائلات العاملة في الصناعات التقليدية المداخل المكتسبة من النشاط السياحي على غذائها وملبسها...الخ.

**الآثار الإجمالية للمضاعف = الآثار المباشرة + الآثار غير المباشرة + الآثار المستحدثة.**

<sup>1</sup> محمود فوزي شعوبي، السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974-2002، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 2007 ص 37.



## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

ويتم عادة قياس الأثر الاقتصادي للسياحة باستخدام المعادلة البسيطة التالية<sup>1</sup>:

$$\text{الأثر الاقتصادي للسياحة} = \text{المضاعف} \times \text{متوسط إنفاق السائح} \times \text{عدد السياح}$$

ومن أجل القياس الإحصائي الدقيق لمختلف الآثار الاقتصادية المباشرة وغير المباشر للاقتصاد السياحي على الحسابات الوطنية، قام 60 بلدا عضوا في منظمة السياحة العالمية بتطبيق نظام حسابات يسمى نظام حسابات السياحة (TSA) Tourism Settelite Accounts وذلك حسب النسخة المحينة لسنة 2008<sup>2</sup>.

سيتم في هذا المبحث دراسة الأثر الاقتصادي للسياحة على المتغيرات الاقتصادية التالية :

1-مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ،

2-مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات.

3- مساهمة السياحة في التشغيل.

4-و أخيرا ، حصة الاستثمارات السياحية إلى مجموع الاستثمار المحلي الإجمالي.

### المطلب الأول: مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي

تشير الإحصاءات الصادرة عن المجلس العالمي للسياحة والسفر ( WTTC2016 ) إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي يصل إلى 9.8%، كما بلغ هذا المعدل 8.10 % في أفريقيا<sup>3</sup>، ويعتبر قطاع السياحة أكبر قطاع مكون للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية، كما أن بعض الدول المصدرة للبتروول أعطت للسياحة أهمية كبرى كقطاع رئيس في الاقتصاد الوطني ومنها دولة الإمارات العربية المتحدة وقطر والسعودية ،كما تحاول دول المغرب العربي الاستفادة من المنافع الاقتصادية و الآثار الايجابية التي يولدها قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ، والنمو الاقتصادي بصفة عامة .

<sup>1</sup> الهيئة العليا للسياحة "الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة " المملكة العربية السعودية 2001.

<sup>2</sup> UNWTO. Glossary of Tourism Terms , Last update: February 2014.

<sup>3</sup> World Travel &Tourism Concl, in:

<http://www.wttc.org/-media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf>

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

و يمكن قياس دور السياحة في الناتج المحلي الإجمالي كنسبة مئوية، من خلال المعادلة الرياضية التالية:

$$\text{نسبة مساهمة الناتج السياحي} = \frac{\text{الناتج السياحي}}{\text{الناتج المحلي الإجمالي}} \times 100$$

و الجدول التالي يوضح المساهمة الكلية (المباشرة وغير المباشرة) لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في دول المغرب العربي سنة 2015.

جدول رقم (67): مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لدول المغرب العربي لسنة 2015

الدولة	المساهمة المباشرة %	المساهمة غير المباشرة %	المساهمة الكلية %	الترتيب العالمي 184 دولة	نسبة النمو المتوقعة % 2026-2015
الجزائر	3.5	3.1	6.6	137	3.6
تونس	5.8	6.8	12.6	62	2.3
المغرب	7.7	9.8	17.5	42	4.1
أفريقيا	3.3	4.8	8.1		4.8
العالم	3.1	6.7	9.8		4.0

المصدر: من إعداد الطالب بناء على إحصائيات المجلس العالمي للسفر والسياحة 2016 .

من خلال الأرقام الواردة في الجدول أعلاه، الصادرة عن المجلس العالمي للسفر والسياحة، يتبين أن المساهمة الكلية لقطاع السفر والسياحة في الجزائر بلغت 6.6% من الناتج المحلي الإجمالي، وهي نسبة قريبة من المتوسط المحقق في أفريقيا لكنها تظل بعيدة عن النتائج المحققة في كل من المغرب وتونس، حيث بلغت هذه النسبة 17.5% و 12.6% على التوالي، ومن حيث الترتيب العالمي فإن المغرب حصل على المرتبة 42 من مجموع 184 بلدا رتبت من حيث مساهمة قطاعها السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، كما جاءت تونس في المرتبة 62، وتليها الجزائر في المرتبة 137 عالميا. كما

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

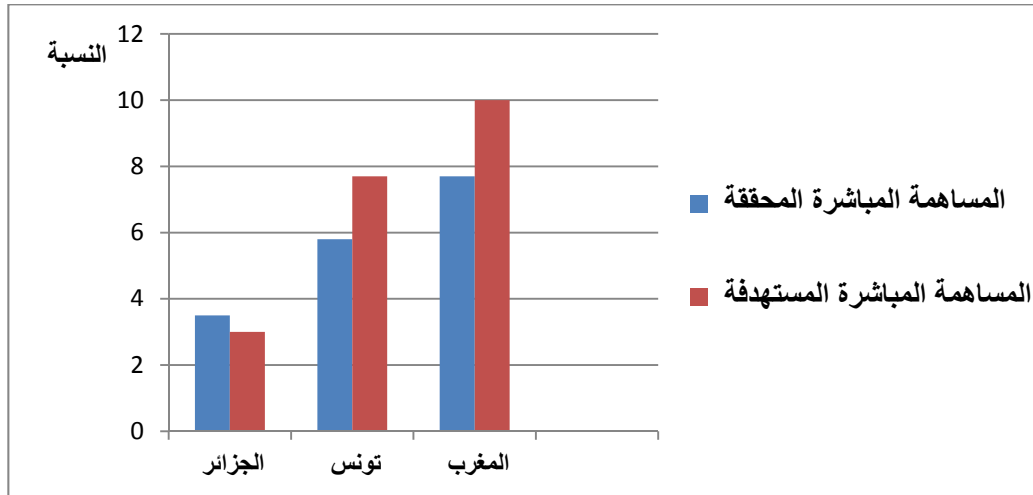
نلاحظ أن المساهمة غير المباشرة لقطاع السياحة على الناتج المحلي الإجمالي في دول المقارنة (تونس والمغرب) قد فاقت المتوسط المحقق في العالم ، وهذا ما يبين الأهمية الاقتصادية للسياحة في تونس والمغرب، ودورها في تنشيط الدورة الاقتصادية من خلال ما يعرف بالمضاعف السياحي<sup>1</sup> ،

و من حيث مقارنة النسب المحققة بما هو مستهدف في خطط التنمية السياحية في هذه البلدان وذلك فيما يتعلق بتقدير المساهمة المباشرة للناتج السياحي في الناتج المحلي الإجمالي ،نلاحظ أن الجزائر هي الدولة التي حققت النسبة المستهدفة المقدرة بـ 3% وهي نسبة تقديرية متواضعة مقارنة بما هو مستهدف في باقي دول المغرب العربي التي وصلت إلى 7.7% في تونس ، و 10% في المغرب (زيادة نقطتين بما هو محقق في سنة 2010 ) ،وهي نسب معتبرة تؤكد أهمية القطاع السياحي في اقتصاد هذين البلدين.

والشكل الموالي يوضح ذلك .

شكل رقم(19): نسبة المساهمة المباشرة للناتج السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لدول

المغرب العربي 2015.



المصدر : من إعداد الطالب بناء على معطيات الجداول السابقة .

<sup>1</sup> المضاعف السياحي يقيس الأثر المضاعف للإنفاق السياحي ويتمثل في مجموع لدخول المتولدة خلال دورات الإنفاق السياحي، وتوزع على عناصر الإنتاج في قطاعات أخرى كالنقل ومحطات الوقود، الخ.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

حيث بالرغم من الأداء الجيد للقطاع السياحي بالمغرب إلا انه لم يصل بعد إلى تحقيق المساهمة المباشرة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي لسنة 2015 ، وهي 10 % ، وذلك بسبب تعثر تنفيذ استثمارات المخطط الأزرق للسياحة الذي لم يتحقق منه إلا 40 % ، أما بالنسبة لتونس فقد تأثرت إلى حد كبير بالوضع الأمني الذي اثر على كل المؤشرات السياحية ولا سيما في سنة 2015 التي حدثت فيها العمليات الإرهابية ، وهو ما انعكس سلبا على الدخل السياحي ، وبالتالي انخفاض نسبة المساهمة المباشرة التي كانت مستهدفة في خطة التنمية السياحية في تونس .

ومن جهة أخرى ينبغي الإشارة إلى بقاء هيمنة قطاع المحروقات على تشكيل الناتج المحلي الإجمالي وعدم تنويع مصادر الثروة في الاقتصاد الجزائري بالإضافة إلى عدم الاهتمام الكافي بالسياحة من طرف السلطات العمومية ، وعلى الرغم من ذلك كله، فقد حققت الجزائر الهدف النقدي المستهدف في خطة الأعمال أفاق 2015 وهو تحقيق نسبة مساهمة للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي تبلغ : 3 %<sup>1</sup>، و ذلك اعتمادا على تقديرات مجلس السفر والسياحة العالمي، أما الديوان الوطني للإحصاء فيعطي رقما مغايرا، حيث قدر نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بـ 1.3 % فقط في سنة 2015<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: مساهمة السياحة في التشغيل

يمثل قطاع السياحة مصدرا رئيسيا للتوظيف والتشغيل ، و يوصف بأنه قطاع كثيف العمالة حيث تشير الإحصائيات إلى أن اقتصاد السياحة استوعب أكثر من 283 مليون شخص على المستوى العالمي حسب تقديرات المجلس العالمي للسفر والسياحة 2015 ، كما تشير الدراسات في هذا المجال إلى أن الفرص الوظيفية في قطاع السياحة تنمو بما يقارب الضعف مقارنة بالقطاعات الأخرى، وتمثل حوالي نسبة 9.5% من العمالة على المستوى العالمي، أي أن كل 12 وظيفة مستحدثة، توجد منها وظيفة واحدة ضمن قطاع السياحة وأن بناء غرفة فندقية جديدة توفر ثلاث فرص عمل مباشرة وغير مباشرة<sup>3</sup>، ومن هذا المنطلق فإن التنمية السياحية تعد

<sup>1</sup>وزارة السياحة والتهيئة العمرانية والصناعات التقليدية الجزائرية ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات

الأولوية ص 18 .

<sup>2</sup> نشرة الديوان الوطني للإحصاء 2015. على الرابط التالي : <http://www.ons.dz/IMG/pdf/Cptna2t16.pdf>

<sup>3</sup> تقديرات مجلس السفر والسياحة العالمي لسنة 2015 .

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

ضرورة ومخرجا لمعالجة أزمة البطالة في كثير من بلدان المغرب العربي ، والجدول الموالي يوضح مساهمة قطاع السياحة في خلق فرص العمل المباشرة وغير المباشرة في هذه الدول .

الجدول رقم(68): مساهمة قطاع السياحة في العمالة المباشرة وغير المباشرة في دول

المغرب العربي 2015.

العمالة المباشرة وغير المباشرة		العمالة المباشرة		الدولة
النسبة من إجمالي المشتغلين في الاقتصاد %	عدد المشتغلين(ألف)	النسبة من إجمالي المشتغلين في الاقتصاد %	عدد المشتغلين(ألف)	
5.7	628.5	3.0	327.5	الجزائر
11.5	400	5.3	185.5	تونس
15.6	1.687.5	6.8	751.5	المغرب
9.5	2.123	3.6	845.8	المتوسط العالمي

Source: World Travel & Tourism Council (2016): Travel and Tourism Economic Impact 2016

من الجدول نلاحظ أن مساهمة قطاع السياحة في العمالة جاءت بقدر الأهمية التي توليها الدولة للقطاع، فبالنسبة لبلدان المقارنة، نجد أن المغرب قد حقق أكبر نسبة مساهمة للسياحة قدرت بـ 15.6% من حجم الطبقة الشغيلة في الاقتصاد المغربي عموما، وتأتي السياحة كثاني أكبر مساهم في توفير فرص العمل بعد قطاع الفلاحة، وقد نما معدل التشغيل في السياحة خلال العشرية 2001-2010 بنسبة 40 %<sup>1</sup>. كما حقق المغرب أهم مؤشرات رؤية 2020 -المرحلة الجزئية- المحددة ب: 645.147 منصب شغل مباشر في نهاية 2015.<sup>2</sup>

أما في تونس فقد حظي القطاع السياحي بأهمية كبيرة منذ استقلالها والذي تجسد في تشغيل القطاع السياحي نحو 400 ألف عامل ، أي ما يمثل نسبة 11.5 % من حجم العمالة الكلية لسنة 2015.

<sup>1</sup> انظر موقع وزارة السياحة المغربية على الموقع الإلكتروني <http://www.tourisme.gov.ma/ar>  
<sup>2</sup> المملكة المغربية ، تقرير المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي،إحالة رقم:2015/16 ص 13 .

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

غير أن الوضع الحالي في تونس مع بداية 2016، يندر بكارثة في قطاع السياحة يتصدره إعلان وزارة السياحة بإغلاق أكثر من 270 فندقا نتيجة الإفلاس، وهو ما يمثل نسبة تقارب 48% من الحظيرة الفندقية، ويمثل طاقة استيعاب تقدر ب: 116.000 سرير، كما انخفض عدد السياح الأجانب الوافدين إلى تونس في نهاية 2015 بنسبة 26 %، وهو ما يتطلب وضع خارطة طريق جديدة لإنقاذ القطاع السياحي في ظل الظروف الراهنة التي تعيشها تونس ولا سيما الأوضاع الأمنية المتدهورة، وعدم الاستقرار السياسي والاجتماعي الذي يظل يكبت الجهود المبذولة في هذا القطاع .

وبالنسبة للجزائر التي تبنت إستراتيجية وطنية لأفاق 2030 قصد تنمية قطاع السياحة وجعله أحد روافد التنمية خلال الألفية الثالثة، فقد بلغ عدد المستغلين في قطاع السياحة 628.5 ألف وظيفة بطريقة مباشرة وغير مباشرة، أي ما يمثل 5.6 % من مجموع اليد العاملة في الاقتصاد، وهو معدل اقل من المعدل العالمي المقدر ب 9.5 % ، غير أن الجزائر حققت الرقم المستهدف في الخطة المتمثل في 400 ألف منصب شغل مباشر وغير مباشر عام 2015<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات.

ميزان المدفوعات عبارة عن سجل منظم يتكون من جانبين: جانب مدين تدرج ضمنه كافة العمليات التي تدفع فيها الدولة مقابل ما تستورده من الخدمات من العالم الخارجي، والجانب الدائن تدرج به كافة العمليات التي تحصل منها الدولة على النقد الأجنبي مقابل ما تصدره من الخدمات إلى العالم الخارجي، وتعتبر السياحة إحدى الصادرات غير المنظورة في ميزان المدفوعات وتوضح أهمية قطاع السياحة من خلال رصيد الميزان التجاري السياحي الذي يمثل الفرق بين مداخل السياحة المستقبلية (السياحة القادمة) ونفقات السياحة العكسية (سياحة المواطنين خارج بلدهم)، فإذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري سلبية وكان التأثير الصافي للميزان التجاري السياحي ايجابيا فانه قد يغير العجز في الميزان التجاري إلى فائض أو يخفف منه على الأقل، أما إذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري ايجابية وكان التأثير

<sup>1</sup> وزارة السياحة والتهيئة العمرانية والصناعات التقليدية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 18 .

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

الصافي للميزان السياحي ايجابيا ،سيساعد ذلك التأثير في زيادة تلك الايجابية في الميزان التجاري وبالتالي سوف ينعكس التأثير ايجابيا على ميزان مدفوعات الدولة<sup>1</sup>.

والجدول الموالي يستعرض تطور رصيد الميزان السياحي لدول المغرب العربي خلال الفترة الممتدة من 2010 إلى 2015.

جدول رقم(69):تطور رصيد الميزان السياحي في دول المغرب العربي 2010-2014.

الوحدة :آلاف الدولارات.

الدول /السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
الجزائر	350-	271-	270-	156-	265-
تونس	2866+	1851+	2258+	2095+	+2.361
المغرب	6279+	6841+	6396+	6199+	غ.م

المصدر:من إعداد الطالب بناء على قاعدة بيانات البنك الدولي: مؤشرات التنمية العالمية الموقع الالكتروني:

<http://databank.albankaldawli.org>

نلاحظ من الجدول أن رصيد الميزان السياحي في الجزائر سجل عجزا هيكليا متواصلا خلال السنوات 2010 إلى 2014 . وهذا يدل على أن النفقات السياحية التي يصرفها المقيمون الجزائريون في السياحة الدولية في المجموع ، كانت اكبر من العائدات السياحية الناتجة عن السياحة الدولية الوافدة ، وهو ما يؤثر سلبا على ميزان المدفوعات ،ويؤدي إلى تقلص الموارد من العملات الأجنبية ،ويعود السبب في ذلك إلى انخفاض مؤشر عدد الوافدين الأجانب إلى الجزائر. حيث لم يتعد عددهم في سنة 2015 حسب إحصاءات وزارة السياحة الجزائرية 940.125 سائحا ،وبالمقابل ارتفاع السياحة العكسية ولا سيما اتجاه الجارة تونس بالإضافة إلى نوعية السياح الوافدين إلى الجزائر الذين هم في الغالب من الفئات ذات الزيارة القصيرة (سياحة أعمال) وتدنى متوسط فترة الإقامة ، وانخفاض متوسط الإنفاق السياحي للزائر ، هذه العوامل مجتمعة تؤثر في ميزان السياحة الذي اظهر رصيदा سالبًا على مدى فترة الدراسة .

<sup>1</sup> على رحال ،عامر عيساني ،التنمية السياحية المستدامة دراسة مقارنة (الجزائر ،تونس) مجلة اداء المؤسسات الجزائرية العدد 01 ،2011-2012 ص 137 .

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

أما في تونس فقد سجل الميزان السياحي رصيذا ايجابيا خلال الفترة ، وكان أحسن أداء سجله سنة 2010 بمبلغ 2.866 مليار دولار ،وابتداء من عام 2011 عرفت النتائج المسجلة اتجاها هبوطيا بسبب ما عرف بالربيع العربي الذي شهدته تونس والتحركات الاجتماعية وتغيير النظام ،وحادث متحف باردو، واغتيال السياسيين شكري بلعيد و البراهمي، كل هذه العوامل مجتمعة أضرت بصناعة السياحة في تونس وأدت إلى تراجع عدد السياح وانخفاض العائدات السياحية بشكل مباشر.

وفي المغرب ، وبتحليل الأرقام المبينة في الجدول ، يلاحظ التذبذب الواضح في حجم العائدات السياحية على العموم ، ولكن من الملاحظ أيضا أن المغرب قد استفاد من الظرفية التي مرت بها تونس في عام 2011 ،حيث شهد الميزان السياحي فيها أعلى قيمة خلال الفترة المدروسة بمبلغ 6.841 مليار دولار ،ويصنف المغرب الوجهة السياحية الرابعة أفريقيا خلال عام 2015 كما أشارت إلى ذلك بيانات المنتدى الاقتصادي العالمي.

وبمقارنة الدول الثلاث في المؤشرات المذكورة في الجداول السابقة، يتبين الدور و الأهمية الاقتصادية للسياحة في المغرب باعتبارها أول مورد للعملات الأجنبية ومصدر مهم مولد لفرص العمل بنسبة بلغت حوالي 16 % من مجموع قوى العمل في الاقتصاد المغربي.

**جدول رقم(70): عائدات السياحة الدولية كنسبة مئوية من الصادرات في دول المغرب العربي (الجزائر، تونس و المغرب) للفترة 2010-2014.**

الدول	السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
الجزائر		0.53	0.40	0.40	0.50	0.55
المغرب		30.23	28.58	26.26	25.15	غ.م
تونس		15.72	11.24	13.23	13.03	14.10

المصدر: من إعداد الطالب بناء على قاعدة بيانات البنك الدولي: مؤشرات التنمية العالمية الموقع الإلكتروني:

<http://databank.albankaldawli.org>



## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

يبين الجدول أعلاه، الأهمية النسبية لعائدات السياحة الدولية في هيكل الصادرات السلعية لدول المغرب العربي ، حيث يلاحظ أن العائدات السياحية في المغرب تمثل نسبة كبيرة من الصادرات تصل إلى أكثر من الربع (25 %) خلال فترات الدراسة ،و تأتي تونس في المرتبة الثانية من حيث هذه الأهمية بنسبة وصلت إلى أكثر من 14 % ، وبناء على هذه النسب نستنتج أن السياحة في تونس والمغرب تمثل موردا مهما لتوليد إيرادات النقد الأجنبي ،بسبب مساهمتها المرتفعة في هيكل الصادرات ، ولا سيما السياحة الدولية التي تمثل شكلا من أشكال الصادرات (تحقق إيرادات من النقد الأجنبي ) وعلى النقيض من ذلك فان السياحة العكسية هي شكل من أشكال الواردات (تؤدي إلى مدفوعات بالنقد الأجنبي) وهي الحالة التي تنطبق على الجزائر حيث لا تمثل العائدات السياحية الدولية في هيكل الصادرات سوى نسبة نصف في المائة (0.5 % ) وهي قيمة مهملة إذا ما قورنت بما هو محقق في تونس والمغرب ، وهذا ما يبين ضعف مساهمة السياحة في الاقتصاد الجزائري، واحتكار قيمة صادرات المحروقات لنسبة كبيرة في المعاملات الخارجية بلغت 94.54 % من مجموع صادرات الجزائر نحو الخارج سنة 2015<sup>1</sup>.

### المطلب الرابع: حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمار الإجمالي.

تتباين حصة الاستثمارات السياحية من مجموع الاستثمارات المحلية من دولة إلى أخرى في دول المغرب العربي، ويعزى ذلك إلى الأهمية النسبية التي توليها كل دولة للقطاع السياحي، وتشير بيانات المجلس العالمي للسفر والسياحة سنة 2015 إلى بلوغ المتوسط العالمي للاستثمار السياحي نسبة 4.3 % من إجمالي الاستثمار على مستوى العالم ، كما بلغ هذا المتوسط نسبة 6.3 % في إفريقيا<sup>2</sup>.

و سيتم عرض حجم الاستثمار السياحي في دول المغرب العربي مقارنة فيما بينها، ثم مقارنة ذلك الأداء بالمتوسط المحقق إفريقيا وعالميا، والجدول التالي يقارن مستوى الأداء في هذا المؤشر سنة 2015.

<sup>1</sup> منشورات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI، "حصيلة التجارة الخارجية لسنة 2015." على الموقع الإلكتروني:

<http://www.andi.dz/index.php/ar/statistique/bilan-du-commerce-exterieur>

<sup>2</sup> WTTC(2016) in : <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2016/world2016.pdf>

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

جدول رقم(71): مقارنة حجم الاستثمار السياحي في دول المغرب العربي سنة 2015.

الدول	الجزائر	تونس	المغرب	المتوسط العالمي	متوسط إفريقيا
نسبة الاستثمار السياحي من الاستثمار الإجمالي (%)	2.8	8.4	12.4	4.3	6.3

Source :WTTC(2016) ,Travel and Tourism economic impact, in :  
<http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports/Algeria,Tunisia,Morocco>.

يلاحظ من خلال الجدول، أن المغرب قد حقق أعلى أداء في دول المقارنة، حيث بلغت مساهمة الاستثمارات السياحية إلى مجموع الاستثمار المحلي الإجمالي نسبة 12.4 %، وهي أعلى من المتوسط العالمي البالغ 4.3 %، و أعلى من المتوسط المحقق إفريقيا البالغ 6.3 % ، تليه تونس بنسبة 8.4 % وهي نسبة أعلى من المتوسطين العالمي و الإفريقي ، في حين جاءت الجزائر في المرتبة الأخيرة في مجموعة دول المغرب العربي بنسبة 2.8 % فقط، وهي نسبة اقل من المتوسطين العالمي و الإفريقي ، ويبين هذا التوزيع النسبي أهمية قطاع السياحة في كل من المغرب وتونس في التنمية الاقتصادية، وضعف الاستثمارات السياحية في الجزائر حيث لم يتمكن هذا القطاع من جذب الاستثمارات التي تؤهله لتبوأ المكانة التي تليق به سواء أكان ذلك داخليا أو خارجيا ، ويمكن تفسير ذلك الضعف إلى مجموعة من العوامل ، ولعل أهمها أن المشاريع الاستثمارية التي أعلن عنها في المخطط التوجيهي للسياحة سنة 2008 لم تكن إلا مجرد نوايا ووعود للمستثمرين ولم ترقى إلى مرحلة التنفيذ، وهو ما يفسر عدم جاذبية مناخ الاستثمار في الجزائر عموما، ونتيجة للمعوقات التي يعاني منها قطاع السياحة على وجه الخصوص، (تباطؤ البنوك في التمويل، مشكل العقار في مناطق التوسع السياحي، تباطؤ تنفيذ المخططات الولائية للتهيئة السياحية، الخ)

و في هذا الصدد نشير إلى غياب الخطة الإستراتيجية بالأرقام للفترة الموالية بعد انتهاء المخطط التوجيهي متوسط المدى، أي فترة ما بعد (2008-2015) بالإضافة إلى غياب عملية التقييم للمرحلة السابقة، وهي عملية لازمة لبناء إستراتيجية جديدة للقطاع للفترة المقبلة (2016-2030).

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

المطلب الخامس: حصة القطاع السياحي من الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

يبين الجدول الموالي نصيب دول المغرب العربي من الاستثمارات السياحية المباشرة خلال الفترة الممتدة من 2003 إلى غاية مايو 2015.

جدول رقم(72): حصة القطاع السياحي من الاستثمارات الأجنبية المباشرة في دول المغرب العربي للفترة: 2003- مايو 2015.

الدول	الجزائر	تونس	المغرب
حصة السياحة من الاستثمار الأجنبي المباشر الإجمالي	4 %	6%	15%
عدد الشركات الأجنبية	8	17	39
عدد المشروعات الأجنبية	12	25	59
عدد الوظائف	5.826	4.325	17.045
التكلفة بمليون /دولار	2.678	2.342	8.210
الاستثمار الأجنبي المباشر الإجمالي بالمليون دولار	68.040	40.911	55.798

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، نشرة ضمان الاستثمار السنة33، العدد الفصلي الثاني، ابريل- يونيو2016.

يتبين من خلال المعطيات الواردة في الجدول أن أعلى حصة للاستثمارات الأجنبية المباشرة في القطاع السياحي كانت لصالح المغرب بنسبة 15 %، حيث استطاع هذا القطاع الحيوي في الاقتصاد المغربي أن يستقطب 59 مشروعا خلال الفترة ، بمبلغ إجمالي قدر ب:8.210 مليون دولار، كما قدر عدد الوظائف التي وفرتها تلك الاستثمارات حوالي 17.045 وظيفة وبالتالي كان في المرتبة الثالثة من حيث أول القطاعات الجاذبة للاستثمار الأجنبي المباشر بعد كلا من العقارات (22 %) والفحم والنفط والغاز الطبيعي (18%).

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

أما حصة الاستثمار الأجنبي المباشر السياحي في الجزائر فلم تتعدى نسبته 4 % من الاستثمارات الأجنبية المباشرة ، أي بمبلغ يقدر ب 2.678 مليون دولار ، كما بلغ عدد الشركات الأجنبية العاملة في السياحة 8 شركات ، بمجموع 12 مشروعا سياحيا ، يوفر 5.826 منصب عمل.

أما في تونس فقد بلغت حصة الاستثمار الأجنبي المباشر السياحي نسبة 6 % من الاستثمارات الأجنبية المباشرة ، وهو يقابل مبلغ قدره: 2.342 مليون دولار من مجموع 40.911 مليون دولار استثمارات أجنبية مباشرة في تونس خلال الفترة 2003 إلى غاية ماي 2015 ، كما بلغ عدد الشركات الأجنبية العاملة في السياحة 12 شركة، لانجاز 12 مشروعا سياحيا ، يوفر 4.325 منصب شغل.

ومن حيث تواجد سلاسل الفنادق العالمية، يوجد في دول المغرب العربي موضوع الدراسة 63 فندقا ، والجدول الموالي يوضح توزيعها على هذه البلدان.

جدول رقم(73): الفنادق ذات السلسلة العالمية المتواجدة في دول المغرب العربي لسنة 2016.

الدول	عدد الفنادق	عدد الغرف	متوسط عدد الغرف لكل فندق
الجزائر	15	3.263	218
تونس	15	2.976	198
المغرب	33	5.861	172
مجموع دول المغرب العربي	63	12.100	192

Source : <http://www.leisurepropertyservices.com/wp-content/uploads/Hotel-Chain-Development-Pipeline-in-Africa-2016.pdf>

يبين الجدول السابق عدد الفنادق ذات السلسلة العالمية المتواجدة في دول المغرب العربي ،حيث تحصي في المجموع 63 فندقا بسعة 12.100 غرفة ، أما من حيث توزيع هذه السلاسل الفندقية داخل دول المغرب العربي موضوع الدراسة، فنجد أن أغلبها متواجد في المغرب ب 33 فندقا عالميا، بسعة 5861 غرفة فندقية أي ما يمثل نسبة 48.44% من مجموع الغرف ، ثم تأتي الجزائر في المرتبة الثانية ب15 فندقا بسعة 3.263 غرفة (27 %)، وبمتوسط عدد الغرف لكل فندق وصل إلى 218، وتأتي تونس في المرتبة الثالثة ب 15 فندقا، و ب 2.976 غرفة توفرها تلك الفنادق (25 %) وبمتوسط يقارب 198 غرفة لكل فندق.

المبحث الثالث: ترتيب دول المغرب العربي في مؤشر تنافسية قطاع السفر و السياحة.

يتعرض هذا المبحث بداية إلى مفهوم التنافسية باعتباره من المفاهيم الاقتصادية التي ظهرت حديثاً، وذلك استناداً إلى مستوى التحليل الكلي (تنافسية الدول) أو الجزئي (تنافسية القطاع الاقتصادي)، كما يتطرق هذا المبحث بالتحليل إلى مفهوم تنافسية السفر والسياحة باعتباره مؤشراً دولياً يتم فيه ترتيب الدول حسب تنافسية قطاعها السياحي مقارنة بالدول الأخرى المرتبة فيه .

كما تعرض المبحث إلى تصنيف وترتيب دول المغرب العربي في هذا المؤشر ، بغية معرفة قدراتها التنافسية من خلال وضعها في المؤشرات الفرعية وهي البيئة التمكينية وسياسات السفر والسياحة و الإمكانيات الطبيعية والثقافية وقدراتها في مجال البنية التحتية ذات العلاقة بالسياحة.

### المطلب الأول: مفهوم التنافسية بوجه عام.

يتميز مفهوم التنافسية بالحدثة ولا يخضع لنظرية اقتصادية عامة، وأول ظهور له كان خلال الفترة 1981-1987 التي عرفت عجزاً كبيراً في الميزان التجاري للولايات المتحدة الأمريكية (خاصة في تبادلاتها مع اليابان) وزيادة حجم الديون الخارجية، وظهر الاهتمام مجدداً بمفهوم التنافسية مع بداية التسعينات كنتاج للنظام الاقتصادي العالمي الجديد وبروز ظاهرة العولمة، وكذا التوجه العام لتطبيق اقتصاديات السوق.

وتشير كثير من الدراسات إلى أن التنافسية ليست هدفاً في حد ذاته، وإنما هي وسيلة لزيادة الرفاه وتحقيق التنافسية المستدامة، كما أن مفهوم التنافسية يختلف وفقاً لمستوى التحليل، فهو إما على مستوى منشأة، أو قطاع نشاط، أو دول . و عليه سوف نستعرض المفاهيم تبعا لمستوى التحليل المشار إليه سابقاً.

**أولاً: مفهوم التنافسية على مستوى الدول:** تعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE)<sup>1</sup>

التنافسية على أنها : "المدى الذي من خلاله تنتج الدولة وفي ظل شروط السوق الحرة والعادلة، منتجات وخدمات تنافس في الأسواق العالمية، وفي نفس الوقت يتم تحقيق زيادة الدخل الحقيقي لأفرادها في الأجل الطويل"<sup>2</sup>

<sup>1</sup> OCDE : Organisation de Coopération et Développement Economique

<sup>2</sup> <https://www.imd.org/uupload/imd.website/wcc/Fundamentals.pdf>. p 503.

ويرى معهد التنافسية الدولية على أنها قدرة البلد على<sup>1</sup>:

- أ- أن ينتج أكثر وأكفاً نسبياً، و يقصد بالكفاءة :
- **تكلفة أقل** : من خلال تحسينات في الإنتاجية و استعمال الموارد بما فيها التقنية والتنظيم.
- **ارتفاع الجودة** : وفقاً لأفضل معلومات السوق و تقنيات الإنتاج.
- **الملائمة** : و هي الصلة مع الحاجات العالمية، وليس فقط المحلية، في المكان والزمان ونظم لتوريد، بالاستناد إلى معلومات حديثة عن السوق و مرونة كافية في الإنتاج و التخزين و الإدارة.
- ب- أن يبيع أكثر من السلع المصنعة و التحول نحو السلع عالية التصنيع والتقنية وبالتالي ذات قيمة مضافة عالية في السوقين الخارجي والمحلي، و بالتالي يتحصل على عوائد أكبر متمثلة في دخل قومي أعلى للفرد، وذي نمو مطرد، وهو أحد عناصر التنمية البشرية.
- ج- أن يستقطب الاستثمارات الأجنبية المباشرة بما يوفره البلد من بيئة مناسبة و بما ترفعه الاستثمارات الأجنبية من المزايا التنافسية التي تضاف إلى المزايا النسبية.

### ثانياً- مفهوم التنافسية على مستوى القطاع:

تعمل القطاعات الاقتصادية ذات القدرة التنافسية على تحقيق أربع معايير أساسية متفق عليها و هي<sup>2</sup>:  
الربحية :وهي قدرة القطاع على تحقيق أرباح مطردة قابلة للاستمرار مع تحقيق التميز والاختلاف بين القطاعات الأخرى.

التميز: أي تحقيق الاختلاف بين القطاعات الأخرى بالتفرد بإنتاج منتج متميز .

المساهمة في التجارة الدولية : أي زيادة حصة القطاع في الأسواق العالمية.

المساهمة في تحقيق النمو الاقتصادي المتواصل: ويعني ذلك المساهمة الفعالة في زيادة نصيب الفرد من الدخل الحقيقي مع الاستمرارية.

1 -المعهد العربي للتخطيط -الكويت ،جسر التنمية ،القدرة التنافسية وقياسها د محمد عدنان وديع ديسمبر 2003 ص ص 6-7 .  
2 منى طعمية الجرف ،مفهوم التنافسية ومحدداتها: مسح مرجعي ،اوراق اقتصادية (مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية ،جامعة القاهرة ) العدد 19 -2002 ،ص 9.

### المطلب الثاني : مؤشر تنافسية السفر والسياحة:

تعتبر تنافسية السفر و السياحة من أهم المؤشرات التي تعبر عن القوة الاقتصادية التي يمتلكها قطاع السياحة في اقتصاد ما ، وقد بينت الأدبيات الاقتصادية أن السياسات والاستراتيجيات التي تضعها الدولة تعد هي المحرك الأساسي للتحوّل من الميزة النسبية (والتي تتميز فيها كثير من الدول النامية) وترجمتها إلى ميزة تنافسية . فالميزات التنافسية لا تعتمد على الموارد الموهوبة بقدر اعتمادها على الموارد المبتكرة من خلال السياسات الداعمة<sup>1</sup>.

### أولاً- تعريف التنافسية السياحية:

حسب تعريف منظمة السياحة العالمية، تعرف التنافسية السياحية على أنها " الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات، بما يرضي أذواق المستهلكين. وتعرف أيضا بأنها قدرة الدولة على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق الدولية " <sup>2</sup>.

### 1- تقديم مؤشر تنافسية السفر والسياحة: (TRAVEL & TOURISM competitiveness INDEX):

يصدر المنتدى الاقتصادي العالمي (World Economic Forum) تقريراً عن تنافسية قطاع السياحة والسفر على المستوى العالمي، وقد كان أول إصدار له عام 2007 وشاركت فيه 10 دول عربية، ثم تبعه إصدار عام 2008 وعام 2009 وضم 133 دولة في العالم، وإصدار عام 2013 الذي شمل 140 دولة.

وقد أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) تقرير التنافسية العالمية لقطاع السفر والسياحة لسنة 2015 تحت شعار "النمو من خلال الصدمات " <sup>3</sup>GROWTH THROUGH SHOOKS

<sup>1</sup> بلقاسم العباس، برنامج تدريبي عن سياسات تطوير القدرة التنافسية، المعهد العربي للتخطيط، مارس 2008 . ص 70.

وكذلك دراسة Satya Dev Gupta, **Comparative Advantage and Competitive Advantage : An Economics Perspective and a Synthesis**, St. Thomas University, Fredericton, N.B., Canada, at the address: <http://economics.ca/2009/papers/0534.pdf>

<sup>2</sup> المعهد العربي للتخطيط، تقرير التنافسية العربية 2006 ، الكويت ص 136 الرابط الإلكتروني التالي : [http://www.arab-api.org/arabcomp/comp\\_issue\\_2006.htm](http://www.arab-api.org/arabcomp/comp_issue_2006.htm)

<sup>3</sup> المنتدى الاقتصادي العالمي، تقرير تنافسية السفر والسياحة لعام 2015 ، على الرابط الإلكتروني التالي : <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2015>

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

يغطي التقرير 141 دولة من جميع أنحاء العالم منها 14 دولة عربية .

وعلى خلاف الإصدارات السابقة، التي ضمت 3 مؤشرات رئيسية ، و 14 مؤشراً فرعياً، و79 متغيراً، فإن تقرير هذا العام جاء بمنهجية جديدة تعتمد على أربع مؤشرات رئيسية و 14 مؤشر فرعياً و 90 متغيراً لذا فإنه من غير الصحيح مقارنة النتائج القديمة مع نتائج هذا العام <sup>1</sup>.

ويأتي هذا التغيير في تقرير 2015 لتطويره حسب طلب عدة دول ،منها دول عربية شاركت في الاجتماعات التي تمت مع المسؤولين في المنتدى الاقتصادي العالمي ،عن إدارة قسم تنافسية السفر والسياحة ، ومنها المملكة العربية السعودية وجمهورية مصر العربية .

### 2-منهجية تصنيف تنافسية الدول:

تعتمد منهجية التصنيف أربع محاور أساسية ( أو مؤشرات رئيسية)، و هي <sup>2</sup>:

المحور الأول : البيئة التمكينية .

المحور الثاني : سياسات السفر والسياحة والظروف الملائمة .

المحور الثالث : البنية التحتية .

المحور الرابع : الموارد الطبيعية والثقافية.

وتستمد المنهجية بياناتها من النوعين التاليين من البيانات:

•**البيانات الكمية**: يتم الحصول عليها غالباً من الهيئات الدولية، مثل: منظمة السياحة العالمية، ومجلس السياحة والسفر العالمي، إضافة إلى كبرى شركات الطيران الجوي والبحري، والنشرات الإحصائية المحلية والدولية المنشورة أيضاً .وتعبر البيانات الكمية غالباً عن عدد السياح، والتكنولوجيا الموجودة، والأسعار، وعدد المواقع السياحية الخ...، وتمثل المعلومات الإحصائية ثلثي البيانات المعتمد عليها في تقرير تنافسية السفر والسياحة العالمي لسنة 2015 <sup>3</sup> .

<sup>1</sup> المنظمة العربية للسياحة ،تحليل تنافسية السفر والسياحة للدول العربية 2015 ،جدة العربية السعودية مايو 2015 ص 2.

<sup>2</sup> , "The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015 " World Economic Forum p.4.

<sup>3</sup> Op.cit p.4.

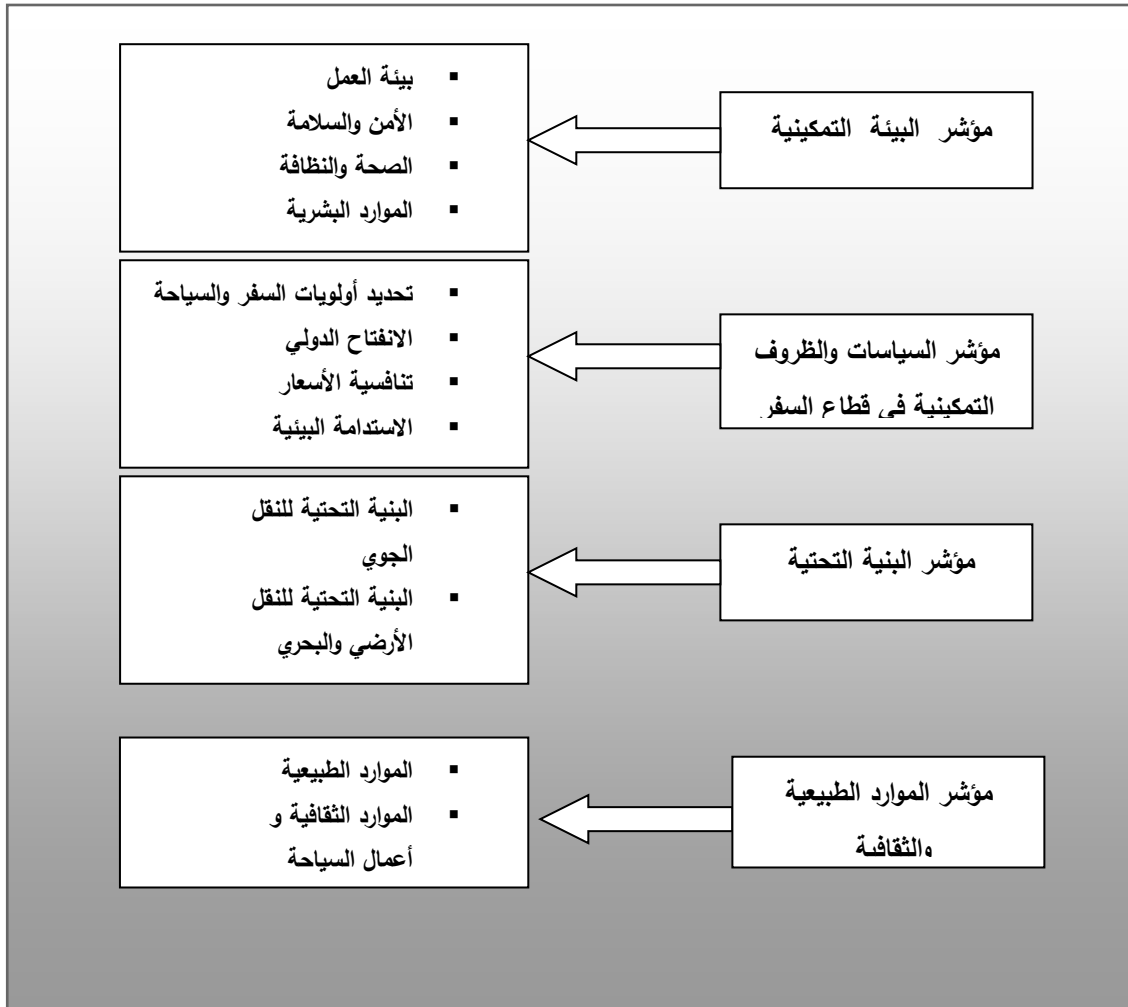


## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

•البيانات النوعية: يتم الحصول عليها من خلال المسوحات الميدانية ( الاستقصاءات والاستبيانات)

التي يقوم بها المنتدى الاقتصادي العالمي، وتكون العينة المستهدفة غالباً آراء رجال الأعمال وصناع القرار حول الأداء السياحي في دولة ما. يمثل هذا النوع من المعلومات ثلث البيانات المعتمد عليها في تقرير تنافسية السفر والسياحة العالمي لسنة 2015.

الشكل رقم (20): هيكل المؤشر العام لتنافسية السفر والسياحة لعام 2015.



المصدر: المنظمة العربية للسياحة، تقرير تحليل تنافسية السفر والسياحة في الدول العربية 2015 ص.6

من خلال عرض مؤشرات تنافسية السفر والسياحة لعام 2015 الواردة في الجدول أعلاه، نلاحظ أن عدد المؤشرات الرئيسية أصبح أربعة بدلا من ثلاث مؤشرات في الإصدارات السابقة، أما من حيث المؤشرات الفرعية فما زال الاعتماد على 14 مؤشرا فرعيا كما في الإصدارات السابقة، في حين أصبح عدد المتغيرات الإجمالية 90 متغيرا بعد أن كانت 79 متغيرا فقط.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

وقد جاءت هذه التعديلات في هيكل المؤشر، بناء على التوصيات التي توصل إليها المنتدى الاقتصادي العالمي، مع الخبراء، وصناع القرار، والمؤسسات الشريكة والتي هدفت إلى تحسين المعلومات والبيانات التي اعتمد عليها في بناء المؤشر باعتباره أداة فعالة لتقييم السياسات الحكومية المثلى و الأنظمة الداعمة لنمو تنافسية قطاع السفر والسياحة في العالم .

### المطلب الثالث: ترتيب ومقارنة دول المغرب العربي في مؤشر تنافسية السفر والسياحة 2015.

يضم تقرير تنافسية السفر و السياحة العالمي لسنة 2015، 141 بلدا، من بينها 14 بلدا عربيا، وهي: الإمارات العربية المتحدة، قطر، البحرين، المغرب، السعودية، سلطنة عمان ،الأردن، تونس ،مصر، لبنان ،الكويت، الجزائر، موريطانيا، و اليمن، واحتلت الإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى عربيا والمرتبة 24 دوليا.

و الجدول الموالي يبين ترتيب دول المغرب العربي (موضوع الدراسة) في المؤشر العام لتنافسية السفر و السياحة 2015.

الجدول رقم (74) : ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر العام لتنافسية السفر و السياحة لعام

2015

الترتيب في المؤشر العام		الدول
عربيا (14 دولة)	دوليا (141 دولة)	
12	123	الجزائر
4	62	المغرب
8	71	تونس

**المصدر:** من إعداد الطالب بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة 2015.

يتبين من الجدول ،أن المغرب تبوأ مراكز متقدمة في مجموعة بلدان المغرب العربي ،حيث جاء في المرتبة 62 عالميا تليه تونس في المرتبة 71 ،و أخيرا الجزائر في المرتبة 123 . ونفس الصدارة

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

تحصل عليها المغرب في مجموعة الدول العربية، فقد جاء في المرتبة الرابعة بعد كل من الإمارات العربية المتحدة وقطر والبحرين، في حين كانت الجزائر في ذيل القائمة في المرتبة 12 من مجموع 14 دولة عربية، حيث تأتي بعدها مباشرة كلا من موريطانيا واليمن .

الجدول رقم (75) : ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الأول البيئة التمكينية .

المؤشر الرئيسي الأول: البيئة التمكينية						الدولة
جاهزية تكنولوجيا المعلومات	الموارد البشرية وسوق العمل	الصحة والنظافة	الأمن والسلامة	بيئة العمل	نتيجة المؤشر ككل	
105	109	84	95	121	99	الجزائر
75	107	98	37	42	71	المغرب
76	87	76	98	71	75	تونس

**المصدر:** من إعداد الطالب بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة 2015.

نلاحظ من خلال الترتيب الوارد في الجدول رقم أن الجزائر جاءت في المرتبة 99 في مؤشر البيئة التمكينية ، وتحصلت كل من المغرب وتونس على المرتبة 71 و 75 على التوالي ، أما من حيث الترتيب في المؤشرات الفرعية فقد تفوقت الجزائر على تونس في مؤشر الأمن والسلامة وتفوقت في الترتيب على المغرب في مؤشر الصحة والنظافة ، وبالرجوع إلى المتغيرات المكونة لمؤشر الأمن والسلامة في قاعدة بيانات المنتدى الاقتصادي نلاحظ أن الجزائر حصلت على المرتبة التاسعة عالميا في قيمة المتغير (مدى جرائم القتل) وحصلت على المرتبة الأولى عالميا في قيمة المتغير (مدى انتشار فيروس الايدز) في المؤشر الفرعي للصحة والنظافة<sup>1</sup>، وهذا ما قوى تنافسيتها في هذين المؤشرين الفرعيين .

<sup>1</sup> WEF, Travel and Tourism Competitiveness Report 2015 ,Country/Economy Profiles ,Algeria p73.

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

الجدول رقم (76) : ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الثاني : مؤشر السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة .

المؤشر الرئيسي الأول : مؤشر السياسات والظروف الملائمة في قطاع السفر والسياحة					الدولة
الاستدامة البيئية	تنافسية الأسعار	الانفتاح الدولي	أولوية السفر والسياحة	نتيجة المؤشر ككل	
113	10	137	139	135	الجزائر
70	47	94	26	62	المغرب
59	7	103	44	50	تونس

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة 2015.

نلاحظ أن الجزائر كانت في ذيل الترتيب عالميا في هذا المؤشر ،حيث حصلت على المرتبة 135 من مجموع 141 بلدا ،أما تونس والمغرب فقد حصلتا على المرتبتين 50 و62 على التوالي .

ويرجع السبب في هذا الترتيب المتأخر بالنسبة إلى الجزائر إلى ضعفها في نتائج المتغيرات المكونة لهذا المؤشر ولا سيما أولويات السفر والسياحة والانفتاح الدولي ،حيث كان اهتمام الجزائر بأولوية قطاع السياحة والسفر كصناعة ضعيفا وجاء متأخر نسبيا، وكذا ضبابية الرؤية الإستراتيجية ،وضعف فاعلية التسويق كآلية لجذب السياح، وضعف منظومة البيانات السياحية لعدم توفر الإحصاءات الكافية و الدقيقة في هذا المجال .

و على العموم فقد تحصلت دول المغرب العربي جميعها على ترتيب متقدم في المؤشر الفرعي الخاص بتنافسية الأسعار، بسبب انخفاض تكاليف المعيشة في هذه البلدان مقارنة بكثير من دول العالم،و انخفاض أسعار الوقود في الجزائر والتي تؤثر بشكل مباشر على تكاليف السفر .

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

الجدول رقم (77) : ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الثالث، البنية التحتية .

المؤشر الرئيسي الثالث: البنية التحتية				الدول
البنية التحتية للخدمات السياحية	البنية التحتية للنقل البري والبحري	البنية التحتية للنقل الجوي	نتيجة المؤشر ككل	
138	121	113	133	الجزائر
65	69	64	68	المغرب
61	94	77	76	تونس

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة 2015.

يشير تقرير منظمة السياحة العربية إلى أهمية البنية التحتية للنقل الجوي والبري والبحري في صناعة السفر والسياحة فالدول السياحية هي تلك التي تمتلك أكبر عدد من المطارات والموانئ والطرق البرية لتسهيل تدفق السائحين إليها، وحسب إحصاءات منظمة السياحة العالمية (UNWTO) فإن النقل الجوي يبقى الوسيلة الأكثر استعمالاً من السياح بنسبة 54% مقارنة بالنقل البري والبحري بنسبة 41% و 5% على التوالي<sup>1</sup>.

ويلاحظ من خلال الترتيب الوارد في الجدول أعلاه، أن الجزائر تعاني ضعفاً شديداً في كافة المؤشرات الخاصة بالبنية التحتية (النقل الجوي والنقل البري والبحري وبنية الخدمات السياحية)

وللإشارة فإن المتغيرات التي يتكون منها مؤشر البنية التحتية تتمحور حول نوعية البنية التحتية للنقل الجوي كعدد المطارات، عدد شركات الطيران العاملة، وعدد الرحلات الدولية، أما متغيرات البنية التحتية للنقل البري والبحري فمنها: نوعية شبكة الطرقات البرية والبحرية، وطول الطرق المعبدة في كل 100 كلم مربع، أما بالنسبة للخدمات السياحية فركزت المتغيرات على عدد الغرف المتوفرة لكل 100 ساكن، ومدى توفر شركات إيجار السيارات، والصراف الآلي الدولي (ATMs, Accepting Visa Cards).

<sup>1</sup> UNWTO, Tourism Highlights Edition 2015.p4

## الفصل الخامس: تقييم ومقارنة استراتيجيات التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي

الجدول رقم (78) : ترتيب دول المغرب العربي في المؤشر الرئيسي الرابع الموارد الطبيعية والثقافية

المؤشر الرئيسي الرابع: الموارد الطبيعية والثقافية			الدولة
الموارد الثقافية	الموارد الطبيعية	نتيجة المؤشر ككل	
50	127	90	الجزائر
39	59	45	المغرب
70	105	99	تونس

المصدر: من إعداد الطالب بناء على تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي والمنظمة العربية للسياحة 2015.

من خلال المعطيات الواردة في الجدول رقم: نلاحظ أن المغرب يتصدر دول المغرب العربي في هذا المؤشر، تليه الجزائر ثم تونس، كما جاء المغرب في المرتبة الأولى عربيا و45 عالميا، نتيجة عدد المواقع المسجلة في التراث العالمي والبالغ عددها 9 مواقع، بالإضافة إلى تواجد العديد من الملاعب الرياضية وعدد من المعارض والمؤتمرات السنوية التي يعقدها المغرب سنويا .

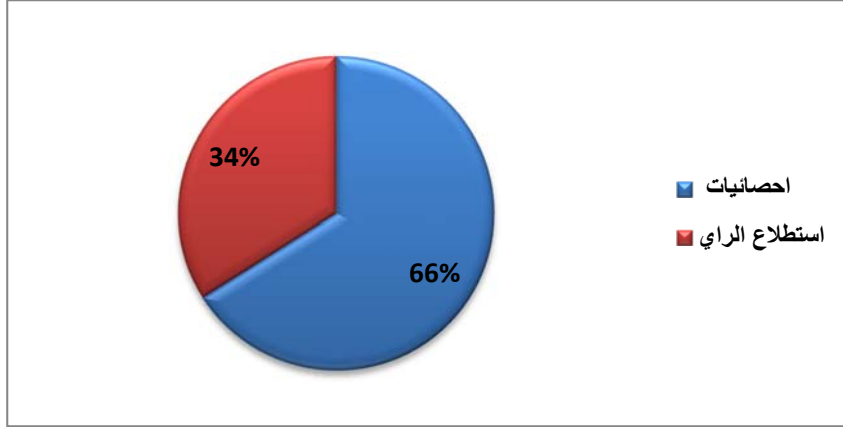
أما في الجزائر فقد تم إحصاء 7 مواقع مصنفة في التراث العالمي، و في تونس بلغ عدد المواقع الطبيعية والثقافية المصنفة عالميا 8 مواقع، وهذا حسب قاعدة بيانات منظمة الأمم المتحدة للتربية و العلوم و الثقافة-اليونسكو<sup>1</sup>.

ولزيادة تنافسية الموارد الطبيعية والثقافية المتواجدة في الجزائر، يتوجب على السلطات الوصية تسجيل العديد منها- ذات البعد العالمي -في منظمة اليونسكو، حيث يبلغ عدد المواقع المقترحة منذ عام 2002 ما يقارب الستة، منها قباب وادي سوف و الفقارات في منطقة وادي ميزاب.

وفي نهاية تحليلنا للمؤشرات الرئيسية والفرعية والمتغيرات المكونة لها، نلاحظ التغير الجوهري الذي طرأ على مصادر المعلومات التي بني عليها المنتدى الاقتصادي العالمي تقرير تنافسية السفر والسياحة لعام 2015، الذي يصدر كل عامين، حيث يبين الشكل الموالي توزيع تلك المصادر بين المعلومات الإحصائية واستطلاعات الرأي لكبار الأعمال والقادة في ريادة الأعمال في العالم.

<sup>1</sup> UNESCO ,World Heritage Centre ,France 2015 . in <http://whc.unesco.org/en/statesparties>  
Last Date of visit :10/01/2016.

الشكل رقم (21): يبين توزيع مصادر المعلومات في تقرير تنافسية السفر والسياحة لعام 2015.



المصدر: المنظمة العربية للسياحة، تقرير تحليل تنافسية السفر والسياحة في الدول العربية 2015 ص19.

وبالمقارنة مع تقرير 2013، فإن استطلاعات الرأي كانت تشكل 41 % وانخفضت عام 2015 إلى 34 %، مع زيادة في عدد المؤشرات الرئيسية من ثلاث إلى أربع مؤشرات، وارتفاع في عدد المتغيرات من 79 إلى 90 متغيرا .

و يذكر خبراء المنتدى الاقتصادي العالمي ،إلى أن قواعد اللعبة في مجال السفر والسياحة قد تغيرت تماما ، فلم تعد الصورة النمطية للدولة السياحية كما كانت في الماضي ،بعد أن أصبح للسفر مؤشرات سياحية تنافسية وقياسية ،وليس أدل على ذلك من أن الدول الثلاث الأولى في التنافسية السياحية في المنطقة العربية هي دول خليجية (الإمارات العربية ،قطر والبحرين)في الوقت الذي تراجعت الدول العربية التقليدية في هذا المجال (مصر،تونس والأردن)إلى مراكز الوسط أو المؤخرة في الترتيب العام.

وهذا ما يؤكد حقيقة أن السياحة أصبحت صناعة معقدة ،فلم تعد المسألة تقتصر على الشقة أو البحر أو الجبل وإنما توفير البنية التحتية والبيئة التمكينية والخدمات الراقية والثقافة السياحية.

والمحصلة النهائية هي أن الجزائر لم تستطع أن تفتك لنفسها واحدة من المراتب العشر الأولى للدول العربية الـ14 المشاركة في التقرير، بالرغم من المؤهلات الطبيعية والثقافية التي حباها الله بها ، الأمر الذي يستدعي تدخل الدولة العاجل، من اجل تفعيل مساهمة السياحة في تحقيق القيمة المضافة للاقتصاد الوطني وتنويع مصادر الدخل، ولا سيما بعد موجة الانهيار في أسعار البترول في الأسواق العالمية خلال عام 2015 و التي قد تمتد خلال الأعوام المقبلة ، إذا بقي الوضع الجيو استراتيجي في المنطقة العربية على حاله أو ازداد تفاقما .

### خلاصة الفصل.

من خلال ما تم دراسته في هذا الفصل تبين لنا أهمية عملية التقييم لاستراتيجيات التنمية السياحية في دول المغرب العربي موضوع الدراسة ، وذلك للوقوف على مدى نجاح هذه الدول في تحقيق الأهداف المخططة ومعرفة الأسباب التي كانت عائقا دون انجاز تلك الأهداف.

و في هذا الصدد، فقد توصلنا إلى أن هناك تباين في الأهداف المحققة وذلك من دولة إلى أخرى، حيث نجح المغرب إلى حد كبير وبنسب عالية في انجاز أهداف رؤية 2020 وخاصة في جانبها النقدي ، إلا انه لم يتمكن من تحقيق الأهداف البشرية ، حيث كانت التقديرات هو الوصول إلى سائح نهاية عام 2015 إلا أن المحقق كان في حدود .

أما في تونس ونظرا للظرفية الاقتصادية والأمنية التي تمر بها ، فقد كانت مؤشرات الأداء السياحي في مجملها سلبية ،حيث كانت سنة 2015 سنة كارثية على السياحة التونسية بوجه عام ، وانخفض مؤشر السياحة الوافدة بنسبة 31.5% مقارنة بسنة المقارنة 2010، كما انخفض نتيجة لذلك مؤشر عدد المبيتات إلى 54.5% ، وانخفضت المداخل السياحية بنسبة 33.2% ، ومع ذلك يمكن التنبؤ بتحسّن تلك المؤشرات مع استقرار الوضع الأمني والاقتصادي في تونس ولا سيما بعد نجاح تونس في عقد اكبر مؤتمر دولي لجلب الاستثمارات سنة 2016 .

وفي الجزائر، فقد كانت المؤشرات السياحية في مجملها متواضعة ولم تحقق الأهداف الموضوعية في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفق 2030 ، ولا سيما في جانب الاستثمارات ، حيث أكدت الأرقام و الإحصائيات التي عرضناها في هذا الفصل على توقف العديد من المشاريع الاستثمارية ، وكانت نسبة المشاريع السياحية المنجزة لا تتعدى 4.56% ، كما أن الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة على الناتج المحلي والعمالة والميزان السياحي كان ضعيفا ، كما كانت مؤشرات تنافسية القطاع متدنية مقارنة بما هو محقق في دول المقارنة ، وذلك بالنظر إلى حجم المؤهلات السياحية التي تتمتع بها الجزائر في هذا المجال (الطبيعية والثقافية وغيرها) .



الخاتمة العامة

## خاتمة

تبين لنا من هذه الدراسة أن السياحة أصبحت ظاهرة عالمية، كما حظيت باهتمام كبير في الكثير من بلدان العالم باختلاف أنظمتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وبهذا كانت وما تزال السياحة واحدة من أهم القطاعات الاقتصادية الموفرة للدخل في اقتصاديات العديد من الدول، حيث تمثل احد أهم مكونات الصادرات الخدمية، ومحركا للنمو الاقتصادي من خلال مساهمتها في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي، ومصدرا مهما من مصادر الإيرادات من النقد الأجنبي بالإضافة إلى مساهمتها الفعالة في التشغيل، باعتبارها من أكبر القطاعات الاقتصادية ذات الكثافة العالية في العمالة .

كما بينت الدراسة، أن عملية تطوير السياحة وتمييزها لا ينبغي أن يهمل البعد البيئي والاجتماعي مع البعد الاقتصادي، وذلك حفاظا على تلك الموارد وصيانتها من التدهور والاندثار حتى تتمكن الأجيال الحاضرة والقادمة من حق الاستفادة منها.

وعلى الرغم من امتلاك الجزائر لمقومات سياحية كبيرة تؤهلها لان تكون من أهم دول العالم جذبا للسياح- إلا أن حصتها من السياحة العالمية لا تتجاوز 0.15% عام 2015، ونسبة 3.2 % من السياحة الوافدة لدول إفريقيا، وهي حصة لا تتناسب مع ما تزخر به من ثروات طبيعية وثقافية و حضارية وترجع الأسباب في ذلك إلى إهمال قطاع السياحة في مختلف برامج التنمية الاقتصادية، حيث ظل هذا القطاع مهمشا لسنوات طويلة مما انعكس سلبا على مستوى القدرات التنافسية للقطاع، حيث يشير تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي الصادر في عام 2015 إلى ترتيب الجزائر على المرتبة 102 عالميا من ضمن 130 دولة شملها تقرير تنافسية السفر و السياحة، وعلى العموم فان الخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي تم تنفيذه منذ 2008 يعبر عن الرغبة الحقيقية والنية الحسنة من قبل السلطات العمومية للنهوض بهذا القطاع وإعطائه الأهمية التي يستحقها بجعله واحدا من القطاعات الاقتصادية التي يعول عليها في التوجه نحو تنويع مصادر النمو والثروة في الاقتصاد الوطني.

## أولا: اختبار الفرضيات.

-الفرضية الأولى: افترضت الدراسة أن الاستثمارات الأجنبية تؤثر ايجابيا في تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي"، وقد تم التأكد من صحة هذه الفرضية بالنسبة لحالة تونس والمغرب، وثبت خطئها بالنسبة لحالة الجزائر، حيث لم تتمكن هذه الأخيرة من جذب الاستثمارات الأجنبية

بالحجم الملائم الذي يؤدي إلى تنمية القطاع السياحي، وكانت نسبة مساهمة الاستثمارات السياحية الأجنبية متواضعة جدا لم تتعد نسبة 4 % من مجموع الاستثمارات الأجنبية بوجه عام .

كما أثرت السياحة على النمو الاقتصادي لدول المغرب العربي من خلال قياس أثرها على الناتج المحلي الإجمالي وميزان المدفوعات و مساهمتها في حجم العمالة ، ولكن بنسب متباينة من دولة إلى أخرى، حيث أشارت الإحصائيات التي تم عرضها في هذه الدراسة إلى الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة من خلال مساهمتها الإجمالية في الناتج المحلي لبلدان المغرب العربي ، التي بلغت نسبة 12.6% في تونس ونسبة 17.5 % في المغرب ، وهي نسب تفوق المتوسط العالمي المحقق المقدر ب: 9.8 % عام 2015، أما في الجزائر فقد كانت مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي متواضعة بلغت 6.6 % ، خاصة إذا ما قورنت بالمتوسط العالمي، أما من حيث تقييم اثر السياحة على ميزان المدفوعات فقد سجلت الدراسة الآثار الايجابية للميزان السياحي الذي سجلا فائضا صافيا في تونس والمغرب ، في حين سجل الميزان السياحي عجزا هيكليا في الجزائر، ومن حيث الأثر على العمالة فقد سجلت بلدان المغرب العربي وضعا ايجابيا في هذا المؤشر مقارنة بما هو مخطط ، ولكن إذا ما تم تقييم حالة الجزائر في هذا المؤشر المقدر ب 5.7 % فهي بعيدة عن المتوسط العالمي المقدر ب: 9.5% .

**-الفرضية الثانية:** "حققت إستراتيجية التنمية السياحية في بلدان المغرب العربي الأهداف المخططة ." وقد تم التأكد من صحة هذه الفرضية ولكن بنسب متفاوتة ، ففي المغرب تم تحقيق الأهداف بنسب عالية، وعلى العكس من ذلك شهدت معظم المؤشرات السياحية تراجعا كبيرا في تونس بسبب الظروف الأمنية وحالة عدم الاستقرار السياسي التي يعيشها هذا البلد حاليا، أما في الجزائر فقد كانت نسبة تحقيق الأهداف متواضعة ، فيما عدا الهدف الخاص بتشغيل اليد العاملة حيث استطاع هذا القطاع أن يوفر ما يقارب 628.5 ألف وظيفة مباشرة وغير مباشرة حسب إحصاءات مجلس السفر والسياحة العالمي لسنة 2015 ، وهذا الرقم يفوق الرقم المستهدف في المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة أفق 2030 وللفترة من 2008-2015 وهو توفير 400 ألف وظيفة مباشرة وغير مباشرة في مجموع القطاعات ذات العلاقة بالسياحة، كما تم تحقيق هدف الناتج السياحي (PIB Touristique) الذي بلغت نسبته 3 % من الناتج المحلي الإجمالي وهذا المعدل يتطابق مع الرقم المستهدف في خطة الأعمال على المدى المتوسط .

## ثانيا: الاستنتاجات.

لقد توصل الباحث - حسب ما توفر من بيانات و إحصاءات- حول البلدان الثلاث موضوع المقارنة (الجزائر، تونس والمغرب) إلى مجموعة من الاستنتاجات يمكن إدراجها على النحو التالي:

1- تباين الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في بلدان المغرب العربي ، ويرجع ذلك التباين إلى درجة ومستوى اهتمام كل دولة بالقطاع السياحي فيها من جهة ، وبالتالي مساهمته في الاقتصاديات الوطنية لتلك الدول ، حيث نستنتج أن اهتمام الجزائر بالسياحة كصناعة ، جاء متأخرا، مقارنة بكل من تونس والمغرب، كما لم يكن بالمستوى المطلوب ، وهذا ما أشارت إليه مؤشر الفرعي لتنافسية السفر والسياحة -مدى اهتمام السلطات بالسياحة -الذي رتب فيه الجزائر في المرتبة 139 عالميا.

2- كانت المساهمة الاقتصادية لقطاع السفر والسياحة أيضا متباينة ،وهذا ما تؤكدته المؤشرات السياحية المدروسة ،

3- أثبتت الدراسة أن التجارب السياحية في دول المقارنة نجحت نسبيا في تحقيق الأهداف المخططة بالرغم من امتلاكها لمؤهلات سياحية اقل مما هو متاح في الجزائر ، وهو ما جعل -تلك الدول - قبلة للسياح الأجانب ، وجعل السياحة فيها موردا اقتصاديا مهما ، الأمر الذي لم تتمكن الجزائر من تحقيقه ، ويرجع السبب في ذلك إلى جودة الخدمات السياحية المقدمة وحسن الضيافة ، وهذا ما تفنقده السياحة الجزائرية .

4- يعتبر العامل الأمني من المحددات الرئيسية للنشاط السياحي بوجه عام، كما أن نمو السياحة ذو درجة عالية من الحساسية لهذا العامل، وعند المقارنة لاحظنا أن تدهور الأوضاع الأمنية ، وما سمي بالربيع العربي ،اثر بشكل سلبي على صورة المقصد السياحي في تونس ، بعدما عانت الجزائر منه خلال سنوات التسعينات من القرن الماضي ، كما لم يكن لهذا العامل تأثير ذو أهمية على السياحة في المغرب نظرا للاستقرار الأمني بها نسبيا.

5- اتجهت السياسات السياحية المطبقة في تونس و المغرب إلى توفير منتجات سياحية تنافسية على مستوى أسواقها، في الوقت الذي تعاني فيه الجزائر من تخلف في هذا الميدان، وليست لديها القدرات التنافسية التي تمكنها من الولوج إلى ساحة السياحة الدولية و الحصول على المنافع التي حققتها العديد من دول المنطقة كالمغرب و تونس،

6- لم تتمكن الجزائر من رفع قدراتها في مؤشر طاقات الإيواء السياحي و التي لم تتجاوز إلى غاية 2015، 100 ألف سرير، منها فقط 10% تستجيب للمقاييس الدولية وهي لا تتوافق مع التقديرات المبرمجة ضمن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة أفق 2015 المقدرة ب: 159 ألف سرير، منها 75 ألف سرير من الطراز العالي.

7- يلاحظ ركود وتراجع للاستثمارات السياحية ولا سيما الأجنبية منها ، على الرغم من القوانين والتشريعات المحفزة لاستقطابها، وترجع الفجوة المعينة بين الاستثمارات المرخصة و المنفذة إلى الطبيعة الطاردة لمناخ الاستثمار السياحي في الجزائر بسبب كثرة المشاكل والعراقيل ، إذ سجل في هذا المجال، توقف ما يقارب 607 مشروعا سياحيا من مجموع 1270 مشروعا مسجلا نهاية 2015، إضافة إلى انسحاب العديد من الاستثمارات الأجنبية وعلى الخصوص العربية منها، وأسباب ذلك متعددة أهمها:

- مشكلة توفير العقار السياحي و عدم التحكم في مناطق التوسع السياحي.
- غياب استراتيجية ترقية فعالة .
- انعدام مصادر و آليات التمويل في المجال السياحي.
- مشاكل إدارية و تقنية.

8- عدم مواكبة التطورات الحاصلة في الميدان السياحي ولا سيما في جانب اليد العاملة ، حيث يلاحظ ضعف مستوى ونوعية التكوين بسبب قلة المؤسسات التعليمية المتخصصة و ضعف مستوى التأهيل و التدريب لدى نسبة عالية من العاملين بالقطاع.

9- ضعف دور الإعلام في نشر الوعي السياحي والثقافة السياحية و تخلف التوعية بأهمية السياحة لدى معظم المواطنين.

10- عدم فعالية السياسة الترويجية ، وضعفها بسبب نقص خطط الترويج و التسويق السياحي في الجزائر .

11- تواضع مساهمة قطاع السياحة في الجزائر مقارنة بما هو محقق في كل من تونس والمغرب، و يظهر ذلك واضحا من خلال المؤشرات التالية(إحصاءات 2015):

- مساهمة القطاع بتشغيل ما نسبته 5.7% من حجم العمالة في الاقتصاد الوطني مقارنة بالمعدل العالمي المقدر ب9.5%، في حين قدرت نسبة المساهمة ب 11.5% في تونس، و 15.6% في المغرب.

- مساهمة مباشرة للقطاع بنسبة 3% في حجم الناتج المحلي الإجمالي ، بينما كانت نسبة المساهمة ب 7.7% في تونس، و 10% في المغرب، وهذه النتائج صادرة عن المجلس العالمي للسفر و السياحة لعام 2016 .

12- تسجيل العجز الهيكلي في الميزان التجاري السياحي في الجزائر -خلال فترة الدراسة - و على العكس من ذلك ، كانت أرصدة الموازين السياحية في المغرب و تونس موجبة وحقت فوائض معتبرة من النقد الأجنبي في كلا البلدين.

13- لم يكن أداء القطاع السياحي بالمستوى المطلوب، و جاء ترتيب الجزائر في مؤشر تنافسية السفر والسياحة متأخرا، حيث حصلت على المرتبة 123 عالميا من مجموع 141 بلدا و المرتبة 12 عربيا ضمن مجموعة الدول العربية الـ 14 .

### ثالثا: التوصيات.

بناء على النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة يمكن اقتراح التوصيات التالية:

1-تسريع وتيرة انجاز المشاريع السياحية المتوقفة ، وتطبيق عقوبات على المستثمرين المتأخرين، أو إلغاء رخص مقررات المنح في حالة التأخر غير المبرر من جانب المستثمرين .

2-الاستفادة من تجارب السياحة للدول المجاورة، والدول التي تتشابه ظروفها الاقتصادية والاجتماعية مع الجزائر .

3-تشجيع السياحة الداخلية باعتبارها محركا للتنمية السياحية ،ومحاولة تثبيت السياح الجزائريين نحو الداخل بتوفير نفس الإمكانيات المتواجدة في مناطق الجذب السياحي الخارجي(تونس)، وذلك للتقليل من اثر السياحة العكسية على الميزان السياحي.

4-حل بعض مشاكل العقار السياحي العالقة ولا سيما في مناطق التوسع السياحي و تهيئتها بمستلزمات البنية التحتية، حتى تصبح مؤهلة للاستغلال من طرف المستثمرين.

5-تشجيع وترويج السياحة الصحراوية كمنتوج سياحي تتمتع فيه الجزائر بمزايا تنافسية في حوض البحر الأبيض المتوسط ، ودول المقارنة.

- 6- تفعيل دور الترويج والتسويق للسياحة الجزائرية من خلال تبني تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة (NTIC)، وإعداد الخرائط السياحية المرقمنة باستعمال نظام المعلومات الجغرافية (SIG)، ووضعها على المواقع السياحية الالكترونية وخاصة موقع وزارة السياحة والديون الوطني للسياحة.
- 7- تشجيع المؤسسات الفندقية على الانخراط في مخطط الجودة الوطني، من خلال تقديم مجموعة من التسهيلات و التحفيزات ذات الطبيعة الجبائية .
- 8- وضع برامج التأهيل والتدريب للموارد البشرية في المجال السياحي، تتلاءم والمعايير المعمول بها دوليا، ولا سيما ما تعلق منها بحسن الضيافة و الاستقبال، التي يفتقد إليها العاملون في مؤسسات الإيواء السياحي في الجزائر .
- 9- تحسين الخدمات السياحية الملائمة لتوقعات و أذواق السياح ،وتحسين خدمات النقل الجوي باحترام المواعيد ،وفتح باب المنافسة لشركات الطيران الدولي .
- 10- ضرورة قيام وكالات الأسفار بالترويج للسياحة الداخلية بدلا من الترويج للسياحة العكسية.
- 11- تطبيق حساب السياحة الفرعي (TSA) وتوصيات منظمة السياحة العالمية بشأن الإحصاءات السياحية (IRTS2008) وذلك لتوفير معلومات سياحية متجانسة و قابلة للمقارنة والتقييم حسب المعايير الدولية المتعارف عليها.
- 12- تنويع المنتجات السياحية من خلال تنمية منتجات سياحية جديدة تتميز بها الجزائر، مثل سياحة الريف في الشمال وسياحة السفاري في الصحراء،
- 13- تفعيل دور الديوان الوطني للسياحة في الخارج من خلال تنصيب مكاتب له على مستوى السفارات والقنصليات الجزائرية بالخارج (الدبلوماسية التجارية والاقتصادية).
- 14- تنظيم الملتقيات الدولية المخصصة لجلب الاستثمارات السياحية الأجنبية إلى الجزائر ، تدعى له اكبر الشركات وسلاسل الفنادق العالمية المتخصصة في الفنادق والسياحة وكبار المستثمرين في العالم.
- 15- إطلاق قناة فضائية متخصصة في الترويج للسياحة الجزائرية .
- 16- إنشاء بنك متخصص في الاستثمار السياحي، تكون مهمته تمويل مشاريع السياحة وتقديم القروض في المجال السياحي.
- 17- ضرورة تقييم وتقويم الإستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة وتعيينها مرحليا، من خلال التجزئة الزمنية للمخطط (SDAT2030) ومقارنة ما هو مستهدف بما هو محقق فعليا مع ضرورة إعداد خطة الأعمال لما بعد سنة 2015 أي الفترة (2016-2030).

18- تفعيل دور الجامعة من خلال الاستفادة من مخرجات البحث العلمي والبحوث التي تجريها المخابر في الميدان السياحي مع ضرورة إشراك الجامعة في عملية تكوين وتأهيل الموارد البشرية بإنشاء مدارس وطنية أو معاهد متخصصة أو فروع في الماستر المهني للتكوين السياحي والفندقي.

#### رابعاً: آفاق الدراسة.

من خلال ما تم دراسته في هذه الأطروحة، يمكن اقتراح بعض المواضيع التي يمكن أن تشكل بحثاً مستقبلياً كما يلي:

- إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر أفق 2030 -دراسة تقييمية-
- أهمية الاستثمارات السياحية ودورها في تنمية السياحة في الجزائر .
- استراتيجيات تنمية القطاع السياحي في دول المغرب العربي -دراسة تقييمية ومقارنة-
- استراتيجيات التنوع الاقتصادي في الجزائر -السياحة نموذجاً-



# المراجع و المصادر

قائمة المراجع

أولاً: قائمة المراجع باللغة العربية

1. الكتب

- 1- قريوع عليوش كمال ، قانون الاستثمارات في الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،1999.
- 2- موافق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، الطبعة الأولى، عمان الأردن، الوراق للنشر والتوزيع،2010.
- 3- عبد السلام ابو قحف ،أساسيات في الإدارة ،الدار الجامعية للطباعة والنشر ، بيروت ،1995.
- 4- محمد السيد سعيد،"الشركات عابرة القومية ومستقبل الظاهرة القومية "إصدار المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب،الكويت 1986.
- 5- عبد السلام أبو قحف ،اقتصاديات الاستثمار الدولي ، الإسكندرية مصر ، الدار الجامعية 2001.
- 6- احمد محروس خضير ، تحليل السياسات العامة السياحية في مصر، الشركة العربية للنشر و التوزيع القاهرة، 2006.
- 7- ماهر عبد العزيز ، صناعة السياحة ، دار زهران،عمان الأردن ، 1997.
- 8- أسامة صبحي الفاعوري، الجغرافيا السياحية ما بين النظرية والتطبيق، الوراق للنشر و التوزيع، الأردن، 2012.
- 9- نبيل الروبي ، اقتصاديات السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية مصر ، 1985.
- 10- ماهر عبد الخالق السيبي ، صناعة السياحة الأساسية و المبادئ ، مطابع الولاة الحديثة مصر، 2003.
- 11- صلاح عبد الوهاب ، السياحة الدولية ، مطبعة الزهران 1990.
- 12- هدي سيد لطيف ، السياحة النظرية و التطبيق ،الشركة العربية للنشر والتوزيع ،القاهرة 1994.
- 13- مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار رسلان للطباعة و النشر و التوزيع الطبعة الأولى، دمشق 2009.
- 14- نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،عمان الاردن،الطبعة الثانية 2007.

## قائمة المراجع

- 15- عادل عبد الله العنزي، حميد الطائي، التسويق في إدارة الضيافة والسياحة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2013.
- 16- عبير عطية، التنمية السياحية على المستويين الدولي والمحلي، جامعة الإسكندرية مصر، دون سنة نشر.
- 17- جلييلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية، جامعة الإسكندرية 2006.
- 18- فؤاد عبد المنعم البكري، التنمية السياحية في مصر و الوطن العربي، عالم الكتب مصر، 2004.
- 19- محيا زيتون، السياحة ومستقبل مصر بين إمكانات التنمية ومخاطر الهدر، الطبعة الأولى 2002، دار الشروق، القاهرة.
- 20- مصطفى احمد السيد، تقييم علاقة الطاقة الاستيعابية بإرساء مبادئ التواصل للتنمية السياحية، دون دار نشر 2003.
- 21- صلاح عبد الوهاب، السياسة القومية للتسويق السياحي، المركز العربي للبحث والنشر، القاهرة 1994.
- 22- موفق عدنان عبد الجبار الحميري، رامي فلاح الطويل، التسويق الاستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى 2016.
- 23- طه احمد عبيد، مشكلات التسويق السياحي، دراسة ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2010.
- 24- محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 2009.
- 25- عادل عبد الله العنزي، حميد عبد النبي الطائي، التسويق في إدارة الضيافة والسياحة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2013.
- 26- محمد عبد الفتاح احمد، طابع عبد الله لطيف، الجغرافيا السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 2009.
- 27- مصطفى يوسف كافي، الأمن السياحي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى 2015.
- 28- مصطفى يوسف كافي، هبة كافي، جغرافية السياحة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى 2016.
- 29- مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السفر والسياحة، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، الطبعة الأولى 2016.

## قائمة المراجع

30-مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى العلوم السياحية و الفندقية، دار الحامد للنشر والتوزيع،عمان الأردن، الطبعة الأولى 2015.

31- عبد الرحمان سليم، مذكرات عن مبادئ التنمية السياحية ، مصر90/91.

### II. الدراسات والتقارير

32- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الاونكتاد) ،تقرير الاستثمار العالمي 2011 ،عرض عام"أشكال الإنتاج الدولي والتنمية غير القائمة على المساهمة في رأس المال "نيويورك،2001.

33- منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية -الاونكتاد- " سلسلة تقرير الاستثمار العالمي 2001 " ، نيويورك ،جنيف.

34- صندوق النقد الدولي، دليل ميزان المدفوعات، الطبعة الخامسة، الجزء 18، الفقرة 1993، 359.

35- منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الاونكتاد )،تقرير الاستثمار العالمي 2005 ،نيويورك، جنيف.

36- المجموعة الإحصائية السنوية للجزائر ، الديوان الوطني للإحصائيات نشرة 1991.

37- منظمة التعاون الإسلامي ، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية "السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الأفاق والتحديات 2015 "سيسريك ،مركز أنقرة .

38- الهيئة العليا للسياحة "الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة " المملكة العربية السعودية 2001.

39- ورقة عمل الهيئة العليا للسياحة، البرنامج الاقتصادي، "الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية القطاع السياحي :حالة المملكة العربية السعودية" 19\_21/6/2001.

40- الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي، جامعة الدول العربية .

41- وزارة السياحة الجزائرية ، تصور تطوير السياحة للعشرية 2004-2013.

42- وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط الاستراتيجي : الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال السياحية ذات الأولوية.

43- وزارة تهيئة الأقاليم البيئة والسياحة، الكتاب 3، الأقطاب السياحية للامتياز POT والقرى السياحية للامتياز VTE.

44- وزارة السياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008.

## قائمة المراجع

- 45- وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية، "وضعية تقدم مخطط التهيئة السياحية للولايات 2015".
- 46- مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب، منظمة التعاون الإسلامي " السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، الأفق والتحديات 2015، أنقرة .
- 47- مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية للدول الإسلامية ، السياحة في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي :الأفاق والتحديات مركز انقره 2013 .
- 48- المملكة المغربية ، المجلس الاقتصادي والاجتماعي و البيئي ، مشروع إحالة رقم 2015/16
- 49- جامعة الدول العربية، النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس 2007.
- 50- وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية، حصيلة المشاريع الاستثمارية 2015.
- 51- وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية الجزائرية، إحصائيات السياحة سنة 2015.
- 52- الهيئة العليا للسياحة "الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة" المملكة العربية السعودية 2001.
- 53- وزارة السياحة والتهيئة العمرانية والصناعات التقليدية الجزائرية ،المخطط التوجيهي للهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008.
- 54- تقرير التنافسية السياحية لمجلس السفر والسياحة العالمي لسنة 2015 .
- 55- المنظمة العربية للسياحة، تحليل تنافسية السفر والسياحة للدول العربية 2015، جدة العربية السعودية مايو 2015
- 56- وزارة السياحة التونسية ، السياحة في أرقام، انجازات القطاع السياحي لسنة 2015 .
- 57- المعهد العربي للتخطيط ، تقرير التنافسية العربية 2006 ، الكويت .
- III. المؤتمرات والملتقيات**
- 58 - عيسى مرزوقة، محمد الشريف شخشاخ، "التنمية السياحية المستدامة في الجزائر"، دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الدوليحول :اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، 09\_10 مارس 2010.
- 59- مغاري عبد الرحمان، تطور سياسات الاستثمار السياحي في الجزائر (1962-2012)، ملتقى الدولي الأول، التنمية السياحية وعلاقتها بالتنمية المحلية الأبعاد والأفاق، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الاجتماعية جامعة الطارف، الجزائر، يومي 3-4 مارس 2015.

## قائمة المراجع

- 60- بوراوي ساعد، مليكة شبايكي "السياحة الحموية في خنشلة بالجزائر، دراسة حمام الصالحين باستخدام مصفوفة التحليل الرباعي"، مداخلة المؤتمر الأردني الثاني للسياحة والضيافة 12-15 ماي 2015، جامعة اليرموك كلية السياحة والضيافة،الأردن.
- 61- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار،ندوة " الحوافز الممنوحة للاستثمار الأجنبي المباشر في الدول العربية " الحمامات تونس،24-25 مارس 1997.
- 62- المكتب السعودي للمعارض والمؤتمرات ، "سياحة المعارض والمؤتمرات كأسلوب لتحقيق التنمية المستدامة " منتدى ابها للاستثمار 23 ديسمبر 2015.
- IV. المجالات والدوريات**
- 63- طلال زغبة،عبد الحميد برحومة، "الأشكال الجديدة لتدفقات الاستثمار الأجنبي غير القائم على المساهمة في رأس المال وأثارها على التنمية الاقتصادية في الدول النامية"،مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية ، جامعة المسيلة ،العدد 11/2014.
- 64- شبوطي حكيم، "الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر"، مجلة البحوث و الدراسات العلمية، العدد الخامس، جامعة المدية، 2011.
- 65- عبد الباسط وفا ، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية و التحديات المعاصرة ، مجلة حقوق حلوان العدد 12 /2005.
- 66- وزارة الاقتصاد والمالية المغربية، القطاع السياحي: رؤية إستراتيجية متجددة، مجلة المالية، العدد15 يونيو 2011.
- 67- على رحال ،عامر عيساني ،التنمية السياحية المستدامة دراسة مقارنة (الجزائر ،تونس)مجلة اداء المؤسسات الجزائرية العدد 01 ،2011-2012.
- 68- محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، مجلة جسر التنمية ، المعهد العربي للتخطيط -الكويت ، ديسمبر 2003
- 69- منى طعمية الجرف ،مفهوم التنافسية ومحدداتها، أوراق اقتصادية، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية ،جامعة القاهرة ، العدد 19 -2002.
- 70- بلقاسم العباس، سياسات تطوير القدرة التنافسية، المعهد العربي للتخطيط، مارس 2008.

v. الرسائل الجامعية

- 71- كريمة فرحي ، أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول النامية مع دراسة مقارنة بين الصين ،تركيا مصر والجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،جامعة الجزائر3.
- 72- صليحة عشي،"الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس و المغرب"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير ، جامعة باتنة،2010/2011.
- 73- عامر عيساني، "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه،كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة باتنة،2009/2010.
- 74- كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية - حالة الجزائر - أطروحة دكتوراه غير منشورة،جامعة الجزائر 2004.
- 75- حيزية حاج الله، "الاستثمارات السياحية في الجزائر"، رسالة ماجستير غير منشورة ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة البليدة ماي 2006.
- 76- حفيظ مليكه، السياحة وأثارها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة،جامعة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جوان 2003.
- 77- حميدة بوعموشة، "دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، دراسة حالة الجزائر"،رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة سطيف، 2011\_2012.
- 78- عبد القدر هدير، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية،جامعة الجزائر،2005/2006.
- 79- احمد أديب احمد ،تحليل الأنشطة السياحية في سوريا باستخدام النماذج القياسية ، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة،كلية الاقتصاد،جامعة تشرين 2006.
- 80- عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2005) في ظل إستراتيجية السياحة الجديدة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، التخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر 3، الجزائر، سنة 2013.

## قائمة المراجع

- 81- محمود فوزي شعوبي، السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974-2002، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2007.
- VI. مقالات ومواقع الأنترنت
- 82- الوكالة الوطنية لتنمية السياحة: <http://www.andt-dz>.
- 83- جريدة مغرس الإلكترونية: <http://www.maghress.com>
- 84- يومية العلم المغربية : <http://www.alalam.ma>
- 85- تصريح وزير التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية في موقع الوزارة  
<http://www.matta.gov.dz/index.php/ar/66-2015-10-06-10-11-38/257-550>:
- 86- موقع جريدة الخبر اليومية على الموقع: <http://www.elkhabar.com>
- 87- جريدة الإقتصادي المغربي:  
<http://www.leconomistemaghreb.com/2015/01/22/tunisie-tourisme-bilan>
- 88- البنك المركزي التونسي:  
<http://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/arabe/documents/Balance.pdf>
- 89- مجلس السفر والسياحة العالمي:  
<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/tunisia2016.pdf> p.8
- 90- البنك الدولي :  
<http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.XPND.MP.ZS?locations=TN&view=chart>
- 91- قناة فرانس 24 الإخبارية: <http://www.france24.com/ar/20151124>
- 92- يمكن الاطلاع على استراتيجيه تنمية السياحة المغربية أفق 2020 ، على الرابط التالي:  
<http://www.orientalinvest.ma/telechargementfichiers/tourisme/Plaqueette-2020-FR-bat.pdf>
- 93- المرصد المغربي للسياحة، إحصائيات السياحة بالمغرب 2014:  
<http://www.observatoiredu tourisme.ma>



94- أخبار العربية.نت : <http://www.alarabiya.net/ar/last-page/2015/03/25/.html>

95- جريدة المنبر التونسي : <http://almanber.tunisie-tribune.com/archives/9888>

96- الديوان الوطني للإحصاء: <http://www.ons.dz>

97- نشرة الديوان الوطني للإحصاء 2015 : <http://www.ons.dz/IMG/pdf/Cptna2t16.pdf>

98- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI، "حصيلة التجارة الخارجية لسنة 2015." على الموقع

الالكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/ar/statistique/bilan-commerce-exterieur>

99- منظمة اليونسكو: [www.unesco.org/culture/ich/doc/src/Example\\_code\\_of\\_ethics-](http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/Example_code_of_ethics-UNWTO-AR.pdf)

[UNWTO-AR.pdf](http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/Example_code_of_ethics-UNWTO-AR.pdf)

100- الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار [www. Andi.dz](http://www.Andi.dz)

## VII. الأوامر والمراسيم والقوانين.

101- الأمر رقم 03-01، المؤرخ في 20 أوت 2001، الجريدة الرسمية رقم 47، الصادرة في 22 أوت 2001.

102- قانون رقم: 09-16 المؤرخ في 3 أوت 2016 الجريدة الرسمية عدد 46 .

103- قانون رقم 03-01، المؤرخ في 17 فبراير 2003 الموافق لـ 16 ذي الحجة 1423، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 2003/02/19.

104- قانون رقم 03-02، الجريدة الرسمية، العدد 11، الصادرة في 2003/02/19.

105- المادة 58 المتممة للأمر رقم: 03-01 المتعلق بتطوير الاستثمار ،قانون المالية التكميلي لسنة 2009 ،الجريدة الرسمية عدد 44.

106- مجلة تشجيع الاستثمارات التونسية، القانون عدد 120 لسنة 93 المؤرخ في 27 ديسمبر 1993 .

107- القانون عدد 40 لسنة 2005 مؤرخ 11 ماي 2005 المتمم للأمر المؤرخ في 4 جوان 1957 والمتعلق بالعمليات العقارية في تونس. - قانون إطار رقم 95-18 الصادر بتاريخ 8 نوفمبر 1995 ،الجريدة الرسمية المغربية عدد 4335.

108- القانون رقم: 05/12 المؤرخ في 4 سبتمبر 2012 المتعلق بتنظيم مهنة المرشد السياحي الجريدة الرسمية عدد 6085.

109- أمر رقم 01/09 المؤرخ في 22 يوليو 2009، المتضمن قانون المالية التكميلي سنة 2009.

ثانيا: قائمة المراجع باللغة الأجنبية

1. الكتب

- 110- Sarbajit Chaudhuri and Ujjaini Mukhopadhyay, Foreign Direct Investment in Developing Countries aTheoretical Evaluation, (India: Springer, 2014).
- 111- Philippe D'ARVISENET, Jean- Pierre PETIT, Echange et finance internationale, les enjeux(Edition la revue Banque éditeurs, 1996).
- 112- OCDE, Detailed Benchmark definition of FDI (Third Edition, 1996). Geneva, 2011.
- 113- Denis Tersen,Jean-lue-Bricout « l'investissement Internationale »édition Armand Collin,Paris 1996.
- 114- Bernard Hugonnier, «Investissement Directs ,Cooperation Internationale et Firmes Multinationale »Edition Economa,Paris1984.
- 115- Tim Birth and Helen .V. Miler,"the Politics of Foreign Direct Investment Into Developing Countries□Increasing FDI Through International Trade Agreement", American Journal of Political Science, vol 52,N°4, (October 2008).
- 116- K. Krapf : Le tourisme facteur de l'économie moderne, A.I.E.S.T Le tourisme moderne et son importance économique et les possibilités de sa planification, Berne, Gurten, 1963.
- 117- Observatoire du tourisme marocain, analyse de la demande touristique, décembre 2011.
- 118- Observatoire du tourisme Marocain, les cahiers de l'observatoire n°10, analyse de la demande touristique, décembre 2010.
- 119- Observatoire du tourisme marocain, suivi de la demande touristique 2014.
- 120- Ministère du tourisme, SDAT 2030, livre1 « Diagnostic du tourisme Algérien », janvier 2008.

121–Ministère du tourisme, SDAT 2030, livre1 « Diagnostic du tourisme Algérien », janvier 2008.

122– Roland Berger, étude stratégique du secteur touristique tunisien à l’horizon 2016.Juillet 2010.

123– UNWTO. Glossary of Tourism Terms , Last update: February 2014.

124– Satya Dev Gupta, Comparative Advantage and Competitive Advantage : An Economics Perspective and a Synthesis, St. Thomas University, Fredericton, N.B., Canada.

.II الدراسات والتقارير والإحصائيات

125–Rapport du Ministère du Tourisme Marocain « Vision 2010 » in :

<http://www.tourisme.gov.ma>.

126–Observatoire du Tourisme, Etude-sur-la-satisfaction-des-touristes–

2014.pdf in : [http://www.observatoiredu tourisme.ma/wp-](http://www.observatoiredu tourisme.ma/wp-content/uploads/2015/10/Etude-sur-la-satisfaction-des-touristes-2014.pdf)

[content/uploads/2015/10/Etude-sur-la-satisfaction-des-touristes-2014.pdf](http://www.observatoiredu tourisme.ma/wp-content/uploads/2015/10/Etude-sur-la-satisfaction-des-touristes-2014.pdf)

127 –World Bank “World Development Indicators data base” in

<http://data.albankaldawli.org>

128–World Economic Forum in :

<http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2015>

129– UNCTAD,World Investment Report 2007,“Transnational Corporations ,Extractive Industries and Development”,New York,(2007).

130– UNCTAD, World Investment Raport 2011, Non–Equity Modes Of International Production and Development, New York and Geneva, 2011.

131–“Foreign Direct Investment in Small Island Developing States”,United Nation University, Research paper N°2007/ 28,(May 2007).

- 132– UNCTAD, World Investment Report 2011, Non–Equity Modes Of International Production and Development, New York and Geneva, 2011.
- 133– The United Nations, Conference on International Travel and Tourism, “the concept of international visitor”, Rome, (1963).<http://pub.world-tourism.org:81/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1035/1035-1.pdf>.
- 134– UNWTO, Faits saillants du tourisme OMT, édition 2015.
- <sup>135</sup>– WTTC, Travel and Tourism Economic Impact ,2015.
- 136– UNWTO. Glossary of Tourism Terms , Last update: February 2014.
- 137– Evaluation du tourisme tunisien rapport étude equipe jica.
- <sup>138</sup>– Objectif et stratégies de développement du tourisme tunisien , rapport final étude equipe jica.
- 139– UNWTO Tourism Highlights 2015, in:  
<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
- 140– IPEMED, le rôle des firmes touristiques dans le développement du tourisme au Maroc, Paris France décembre 2012.
- 141– Ministère du tourisme marocain, contrat programme, vision stratégique de développement touristique 2020.
- 142– ONT, la planification de la croissance, Algérie tourisme, publication d’information, N° 02, 1997.
- 143– African development bank (AfDB). “Africa tourism monitor report October 2015”.
- 144– statistique ministère d’aménagement urbain, du tourisme et l’industrie traditionnelle année 2015.
- 145– World Bank., Doing Business 2017: Equal Opportunity for All. Washington, DC: World Bank. DOI: 10.1596/978-1-4648-0948-4.country tables.

- 146– Ministère du Tourisme, direction d'évaluation et du suivi des projets touristiques, situation des projets touristiques en partenariat avec des étrangers, année 2014.
- 147– Tunisie en chiffres ,Institut Nationale de la Statistique tunisien in : <http://www.ins.tn/sites/default/files/publication/pdf/tec-newform-51-web%20.pdf>
- 148– Etude stratégique du secteur touristique tunisien à l'horizon 2016, phase III, Tunisie 16juin2010.
- 149– WTTC, travel and tourism economic impact 2015,Tunisia.
- 150– Banque de Tunisie, Rapport des IDE 2015, et perspectives 2016.mai 2016. Organisation Mondiale du Tourisme, Baromètre du tourisme mondial, OMT, juin 2010.
- 151– Ministère de l'économie et des finances Marocain, secteur du tourisme, biland'étape et analyse prospective, avril 2011 .
- 152– Observatoire du tourisme marocain, annuaires statistique 2014.
- 153– Organisation mondiale du tourisme, faits saillants OMT du tourisme, édition 2015.
- <sup>154</sup>– Office nationale tunisien du tourisme (ONTT), prévision de la demande pour 2016.
- 155– UNTWO, methodological notes to the tourism statistics database, 2015.
- <sup>156</sup>– Ministère du tourisme Marocain, vision stratégique de développement touristique « vision 2020 ».
- <sup>157</sup>– UNTWO, tourism highlights 2016 edition.
- 158– Ministère de l'économie et des finances marocain, le tourisme interne en tant que levier de croissance pour le secteur, juillet 2014.

159- " World Economic Forum "The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015".

<sup>160</sup>- WEF, Travel and Tourism Competitiveness Report 2015 ,Country/Economy Profiles ,Algeria.

.III مقالات ومواقع الأنترنت

161 -Loi de finance complémentaire 2009 :

<http://www.joradp.dz/FTP/jo-arabe/2009/A2009044.pdf>

162- WTTC 2016,in :<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/morocco2016.pdf> .

163- Amel Karboul ,bilan du secteur 2014 sur

<https://www.youtube.com/watch?v=z4VGK4qhd6w>

164- Ambassade de France en Tunisie, service économique régional, mai2015.

<http://www.ambassadefrance-tn.org/>

165- WTTC2016,in :<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/morocco2016.pdf>

166- WTTC, Travel and Tourism Economic Impact 2016. in:

<http://www.wttc.org/->

[/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf](http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regions%202016/world2016.pdf)

167- World Travel and Tourism Council in : <http://www.wttc.org/->

[/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/algeria2016.pdf](http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/algeria2016.pdf)

<sup>168</sup>- UNESCO ,World Heritage Centre ,France 2015 . in

<http://whc.unesco.org/en/statesparties>

169-WTTC(2016) in : <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2016/world2016.pdf>

الملاحق



الملحق رقم 01 :

**Entrées aux frontières des touristes  
A fin 2015**

	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Total
Total des étrangers	2014	68 986	66 642	72 245	80 578	85 295	74 369	91 057	88 295	77 615	81 564	65 273	940 125
	2015	80 820	74 737	78 692	92 024	99 646	83 276	95 486	88 047	97 181	95 837	97 614	1 083 121
	Taux de croissance	17,15%	12,15%	8,92%	14,20%	16,83%	13,10%	11,98%	4,86%	-0,28%	25,21%	17,50%	49,55%
Algériens résidents à l'étranger	2014	140 725	123 150	106 129	159 122	114 154	157 806	173 302	81 964	92 231	57 830	59 019	1 361 248
	2015	47 045	54 255	54 216	65 922	54 497	101 411	66 377	42 585	33 770	13 591	43 383	626 873
	Taux de croissance	-66,57%	-55,94%	-48,91%	-58,57%	-52,26%	-48,00%	-35,74%	-61,70%	-48,04%	-63,39%	-76,50%	-26,49%
Total Général	2014	209 711	189 792	178 374	239 700	199 449	184 022	232 175	170 259	169 846	139 394	124 292	2 301 373
	2015	127 865	128 992	132 908	157 946	154 143	149 582	184 687	130 632	130 951	109 428	140 997	1 709 994
	Taux de croissance	-39,03%	-32,04%	-25,49%	-34,11%	-22,72%	-18,72%	-20,45%	-38,77%	-23,27%	-22,90%	-21,50%	13,44%



الملاحق 2

**Sorties aux frontières des nationaux par pays de destination**  
**A fin 2015**

Mois	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Total
2014	269 357	162 430	181 573	190 756	205 558	252 360	135 361	465 975	304 758	211 523	211 167	248 286	2 839 104
2015	249 669	186 569	322 373	272 956	306 025	252 883	289 038	739 301	71 831	338 283	294 942	314 270	3 638 140
Taux de croissance	-7,31%	14,86%	77,54%	43,09%	48,88%	0,21%	113,53%	58,66%	-76,43%	59,93%	39,67%	26,58%	28,14%

الملحق 3

**Arrivées et Nuitées dans les établissements d'hébergement hôtelier**  
**A fin 2015**

	Arrivées		évolution 2014/2015	Nuitées		évolution 2014/2015
	Année 2014	Année 2015(*)		Année 2014	Année 2015(*)	
Total des non résidents	401 073	399 873	-0,30%	837 812	681 350	-18,68%
Total des résidents	3 772 511	3 827 683	1,46%	6 215 932	6 504 904	4,65%
<b>TOTAL</b>	<b>4 173 584</b>	<b>4 227 556</b>	<b>1,30%</b>	<b>7 053 744</b>	<b>7 186 254</b>	<b>1,88%</b>

(\*) Estimation



**Situation du parc hôtelier national**  
**A fin 2015**

الملاحق 4

**1- Répartition par vocation :**

	Nombre des établissements hôteliers	Capacités en lits
Urbaine	870	62 479
Balnéaire	230	30 380
Saharienne	55	3 636
Thermale	21	3 866
Climatique	19	1 883
<b>TOTAL</b>	<b>1 195</b>	<b>102 244</b>

**2- Répartition par secteur juridique :**

	Nombre des établissements hôteliers	Capacités en lits
Public	65	18 613
Privé	1 069	77 383
Collectivité locale	54	3 134
Mixte	07	3114
<b>TOTAL</b>	<b>1 195</b>	<b>102 244</b>

## 3- Répartition par catégorie de classement :

Classement	Nombre des Etablissements Hôteliers	Nombre en lits
Hôtel 5*	08	4 242
Hôtel 4*	06	1 800
Hôtel 3*	39	5 829
Hôtel 2*	46	4 605
Hôtel 1*	158	11 295
Hôtel Sans étoile	160	8 533
Résidence 2*	02	384
Résidence 1*	01	313
Motel/Relais 2*	02	93
Motel/Relais 1*	01	30
Auberge 2*	01	16
Auberge 1*	01	20
Villages de vacances 3*	01	274
Catégorie unique (Meublé du tourisme)	05	91
Catégorie unique (Pension)	10	426
Autres structure d'établissements hôteliers	196	9381
Catégorie unique (Gite d'étape)	06	170
<b>Total des établissements classés</b>	<b>643</b>	<b>47 502</b>
<b>Etablissements hôteliers en cours de classement</b>	<b>552</b>	<b>54 742</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1 195</b>	<b>102 244</b>



الملاحق 6

Destinations	Série	Arrivées de touristes internationaux								Recettes du tourisme international				
		(1000)				Variation (%)			Part (%)	(millions SEU)				Part (%)
		2010	2013	2014	2015*	13/12	14/13	15*/14	2015*	2010	2013	2014	2015*	2015*
Afrique		50.426	54.693	55.309	53.466	4,4	1,1	-3,3	100	31.183	35.562	36.125	33.069	100
Afrique du Nord		19.682	20.722	20.431	18.031	5,8	-1,4	-11,7	33,7	9.662	10.063	10.640	8.555	25,9
Algérie	VF	2.070	2.733	2.301	1.710	3,7	-15,8	-25,7	3,2	220	250	258	..	..
Maroc	TF	9.288	10.046	10.283	10.177	7,2	2,4	-1,0	19,0	6.703	6.849	7.056	6.003	18,2
Soudan	TF	495	591	684	..	2,9	15,7	..	..	94	773	967	949	2,9
Tunisie	TF	7.828	7.352	7.163	5.359	5,0	-2,6	-25,2	10,0	2.645	2.191	2.359	1.354	4,1
Afrique subsaharienne		30.743	33.971	34.877	35.435	3,6	2,7	1,6	66,3	21.521	25.499	25.484	24.514	74,1
Afrique du Sud	TF	8.074	9.537	9.549	8.904	3,8	0,1	-6,8	16,7	9.070	9.238	9.348	8.235	24,9
Angola	TF	425	650	595	..	23,1	-8,4	..	..	719	1.234	1.589	..	..
Bénin	TF	199	231	242	..	5,0	4,8	..	..	149	189	151	..	..
Botswana	TF	1.973	1.544	1.966	..	-4,3	27,3	..	..	779	885	977	948	2,9
Burkina Faso	THS	274	218	191	..	-8,0	-12,4	..	..	72	153	135	..	..
Burundi	TF	142	..	..	..	..	..	..	..	2	2	4	..	..
Cabo Verde	THS	336	503	494	520	4,3	-1,8	5,3	1,0	278	462	405	351	1,1
Cameroun	TF	569	912	..	..	12,3	..	..	..	159	576	..	..	..
Comores	TF	15	..	..	..	..	..	..	..	35	48	51	..	..
Congo	THS	194	343	373	..	34,0	8,7	..	..	63	38	..	..	..
Côte d'Ivoire	VF	252	380	471	..	31,5	23,9	..	..	201	181	184	..	..
Djibouti	TF	51	63	..	..	5,0	..	..	..	9	19	21	..	..
Erythrée	VF	84	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Ethiopie	TF	468	681	770	..	14,2	13,1	..	..	522	621	351	394	1,2
Gabon	TF	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Gambie	TF	91	171	156	..	8,8	-8,9	..	..	74	..	..	..	..
Ghana	TF	931	994	1.093	..	10,0	10,0	..	..	620	853	897	819	2,5
Guinée	TF	12	56	33	35	-41,7	-41,1	6,1	0,1	2	..	..	..	..
Guinée équatoriale	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Guinée-Bissau	TF	22	36	36	44	0,3	1,7	21,3	0,1	13	17	21	..	..
Kenya	TF	1.470	1.433	1.261	1.114	-11,5	-12,0	-11,7	2,1	800	881	811	723	2,2
Lesotho	TF	414	320	..	..	0,9	..	..	..	23	17	16	13	0,0
Libéria	..	..	..	..	..	..	..	..	..	12	..	91	..	..
Madagascar	TF	196	196	222	244	-23,3	13,2	9,9	0,5	307	574	..	..	..
Malawi	TF	746	795	..	..	3,2	..	..	..	31	28	31	37	0,1
Mali	TF	169	142	168	..	6,0	18,3	..	..	205	178	212	..	..
Maurice	TF	935	993	1.039	1.152	2,9	4,6	10,9	2,2	1.282	1.321	1.447	1.432	4,3
Mauritanie	TF	..	..	..	..	..	..	..	..	..	41	37	29	0,1
Mozambique	TF	1.718	1.886	1.661	1.552	-10,7	-11,9	-6,6	2,9	108	199	207	193	0,6
Namibie	TF	984	1.176	1.320	..	9,0	12,2	..	..	438	411	413	378	1,1
Niger	TF	74	123	135	135	31,0	9,2	-0,1	0,3	105	58	90	..	..
Nigéria	TF	1.555	600	..	..	23,5	..	..	..	576	542	543	404	1,2
Ouganda	TF	946	1.206	1.266	..	0,8	4,9	..	..	784	1.334	791	1.149	3,5
R. Dem. Congo	TF	81	191	..	..	14,4	..	..	..	11	8	45	0,1	0,0
Rép. centrafricaine	TF	54	..	..	..	..	..	..	..	11	..	..	..	..
Rép. Unie. Tanzanie	TF	754	1.063	1.113	..	1,9	4,7	..	..	1.255	1.880	2.010	2.231	6,7
Réunion	TF	421	416	406	426	-6,8	-2,5	5,1	0,8	392	403	387	339	1,0
Rwanda	TF	504	864	926	..	6,0	7,2	..	..	202	294	304	318	1,0
Sao Tomé-et-Prn	TF	8	..	..	..	..	..	..	..	11	31	56	52	0,2
Sénégal	TF	900	1.063	836	..	10,5	-21,4	..	..	453	439	423	..	..
Seychelles	TF	175	230	233	276	10,7	1,0	18,7	0,5	343	430	398	392	1,2
Sierra Leone	TF	39	81	44	24	36,0	-46,2	-45,6	0,0	26	66	35	23	0,1
Somalie	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..
Swaziland	TF	868	968	..	..	9,0	..	..	..	51	13	15	..	..
Tchad	THS	71	100	122	..	16,3	22,0	..	..	..	..	..	..	..
Togo	THS	202	327	282	273	39,1	-13,8	-3,2	0,5	66	125	125	..	..
Zambie	TF	815	915	947	..	6,5	3,5	..	..	492	552	642	..	..
Zimbabwe	VF	2.239	1.833	1.880	2.057	2,1	2,6	9,4	3,8	634	856	827	886	2,7

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ©. Voir page 9 pour les symboles et abréviations.

(d'après les données de l'OMT-UNWTO, juillet 2016)



Pour les principaux concepts, définitions et classifications pour la mesure du tourisme, veuillez-vous reporter aux *Recommandations internationales 2008 sur les statistiques du tourisme (RIST 2008)* à [statistics.unwto.org/content/irts-2008](http://statistics.unwto.org/content/irts-2008).



الملاحق 7



## Algeria

### 2016 ANNUAL RESEARCH: KEY FACTS<sup>1</sup>

2016  
forecast

#### GDP: DIRECT CONTRIBUTION

The direct contribution of Travel & Tourism to GDP was DZD590.0bn (3.5% of total GDP) in 2015, and is forecast to rise by 4.0% in 2016, and to rise by 3.6% pa, from 2016-2026, to DZD873.7bn (3.7% of total GDP) in 2026.

#### GDP: TOTAL CONTRIBUTION

The total contribution of Travel & Tourism to GDP was DZD1,098.4bn (6.6% of GDP) in 2015, and is forecast to rise by 4.0% in 2016, and to rise by 4.0% pa to DZD1,696.8bn (7.3% of GDP) in 2026.

#### EMPLOYMENT: DIRECT CONTRIBUTION

In 2015 Travel & Tourism directly supported 327,500 jobs (3.0% of total employment). This is expected to rise by 4.8% in 2016 and rise by 3.3% pa to 475,000 jobs (3.3% of total employment) in 2026.

#### EMPLOYMENT: TOTAL CONTRIBUTION

In 2015, the total contribution of Travel & Tourism to employment, including jobs indirectly supported by the industry, was 5.7% of total employment (628,500 jobs). This is expected to rise by 4.5% in 2016 to 657,000 jobs and rise by 3.6% pa to 934,000 jobs in 2026 (6.6% of total).

#### VISITOR EXPORTS

Visitor exports generated DZD30.2bn (0.8% of total exports) in 2015. This is forecast to grow by 4.6% in 2016, and grow by 1.6% pa, from 2016-2026, to DZD36.9bn in 2026 (0.7% of total).

#### INVESTMENT

Travel & Tourism investment in 2015 was DZD161.2bn, or 2.8% of total investment. It should rise by 6.3% in 2016, and rise by 3.9% pa over the next ten years to DZD251.1bn in 2026 (3.2% of total).

<sup>1</sup>All values are in constant 2015 prices & exchange rates

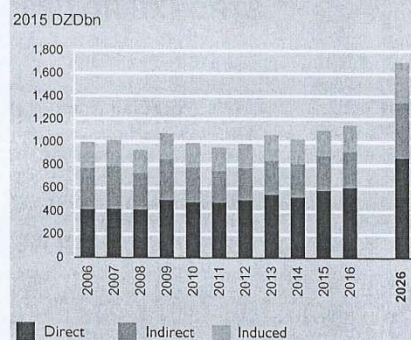


### WORLD RANKING (OUT OF 184 COUNTRIES):

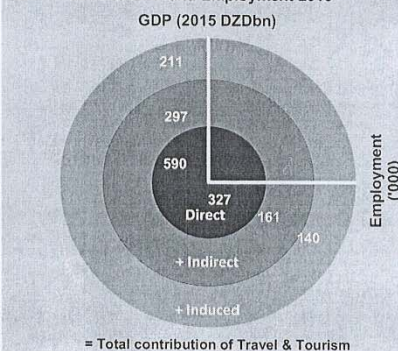
Relative importance of Travel & Tourism's total contribution to GDP

<b>59</b> ABSOLUTE Size in 2015	<b>137</b> RELATIVE SIZE Contribution to GDP in 2015	<b>56</b> GROWTH 2016 forecast	<b>104</b> LONG-TERM GROWTH Forecast 2016-2026
---------------------------------------	--	--------------------------------------	--

Total Contribution of Travel & Tourism to GDP



Breakdown of Travel & Tourism's Total Contribution to GDP and Employment 2015





الملاحق 8



# Tunisia

## 2016 ANNUAL RESEARCH: KEY FACTS<sup>1</sup>

2016  
forecast

### GDP: DIRECT CONTRIBUTION

The direct contribution of Travel & Tourism to GDP was TND4,973.2mn (5.8% of total GDP) in 2015, and is forecast to fall by 1.0% in 2016, and to rise by 2.1% pa, from 2016-2026, to TND6,056.6mn (4.6% of total GDP) in 2026.

### GDP: TOTAL CONTRIBUTION

The total contribution of Travel & Tourism to GDP was TND10,772.2mn (12.6% of GDP) in 2015, and is forecast to fall by 0.9% in 2016, and to rise by 2.3% pa to TND13,365.0mn (10.3% of GDP) in 2026.

### EMPLOYMENT: DIRECT CONTRIBUTION

In 2015 Travel & Tourism directly supported 185,500 jobs (5.3% of total employment). This is expected to fall by 1.3% in 2016 and rise by 0.4% pa to 190,000 jobs (4.4% of total employment) in 2026.

### EMPLOYMENT: TOTAL CONTRIBUTION

In 2015, the total contribution of Travel & Tourism to employment, including jobs indirectly supported by the industry, was 11.5% of total employment (400,000 jobs). This is expected to fall by 1.3% in 2016 to 395,000 jobs and rise by 0.4% pa to 410,000 jobs in 2026 (9.6% of total).

### VISITOR EXPORTS

Visitor exports generated TND3,414.5mn (9.1% of total exports) in 2015. This is forecast to fall by 4.8% in 2016, and grow by 1.5% pa, from 2016-2026, to TND3,757.9mn in 2026 (6.6% of total).

### INVESTMENT

Travel & Tourism investment in 2015 was TND1,410.0mn, or 8.4% of total investment. It should fall by 0.1% in 2016, and rise by 1.5% pa over the next ten years to TND1,642.9mn in 2026 (6.2% of total).

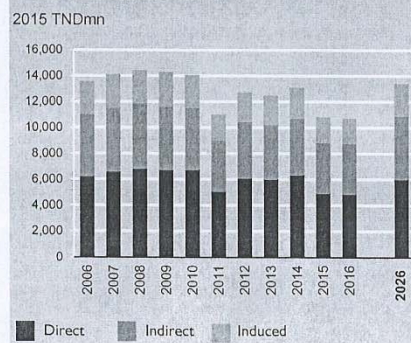
<sup>1</sup>All values are in constant 2015 prices & exchange rates

### WORLD RANKING (OUT OF 184 COUNTRIES):

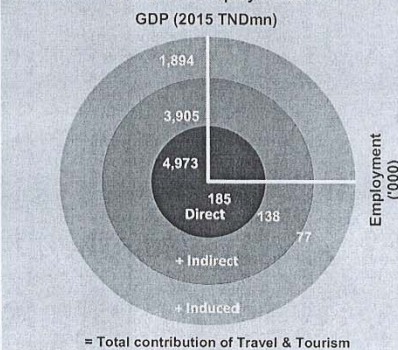
Relative importance of Travel & Tourism's total contribution to GDP

<b>78</b> ABSOLUTE Size in 2015	<b>62</b> RELATIVE SIZE Contribution to GDP in 2015	<b>174</b> GROWTH 2016 forecast	<b>171</b> LONG-TERM GROWTH Forecast 2016-2026
---------------------------------------	---	---------------------------------------	--

Total Contribution of Travel & Tourism to GDP



Breakdown of Travel & Tourism's Total Contribution to GDP and Employment 2015





الملاحق و



## Morocco

### 2016 ANNUAL RESEARCH: KEY FACTS<sup>1</sup>

2016  
forecast

#### GDP: DIRECT CONTRIBUTION

The direct contribution of Travel & Tourism to GDP was MAD75.5bn (7.7% of total GDP) in 2015, and is forecast to rise by 2.0% in 2016, and to rise by 4.0% pa, from 2016-2026, to MAD113.9bn (7.5% of total GDP) in 2026.



#### GDP: TOTAL CONTRIBUTION

The total contribution of Travel & Tourism to GDP was MAD172.0bn (17.5% of GDP) in 2015, and is forecast to rise by 2.0% in 2016, and to rise by 4.1% pa to MAD261.9bn (17.3% of GDP) in 2026.



#### EMPLOYMENT: DIRECT CONTRIBUTION

In 2015 Travel & Tourism directly supported 731,500 jobs (6.8% of total employment). This is expected to rise by 0.4% in 2016 and rise by 1.6% pa to 863,000 jobs (6.8% of total employment) in 2026.



#### EMPLOYMENT: TOTAL CONTRIBUTION

In 2015, the total contribution of Travel & Tourism to employment, including jobs indirectly supported by the industry, was 15.6% of total employment (1,687,500 jobs). This is expected to rise by 0.4% in 2016 to 1,694,500 jobs and rise by 1.6% pa to 1,988,000 jobs in 2026 (15.7% of total).



#### VISITOR EXPORTS

Visitor exports generated MAD70.4bn (21.2% of total exports) in 2015. This is forecast to grow by 2.3% in 2016, and grow by 3.9% pa, from 2016-2026, to MAD105.3bn in 2026 (20.1% of total).



#### INVESTMENT

Travel & Tourism investment in 2015 was MAD35.3bn, or 12.4% of total investment. It should rise by 3.9% in 2016, and rise by 4.1% pa over the next ten years to MAD54.9bn in 2026 (12.6% of total).



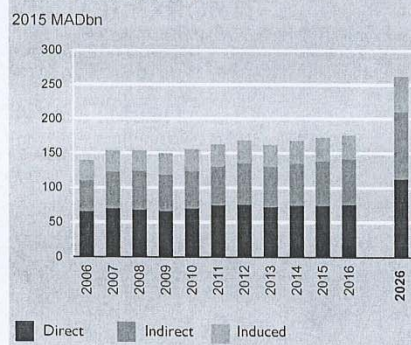
<sup>1</sup>All values are in constant 2015 prices & exchange rates

### WORLD RANKING (OUT OF 184 COUNTRIES):

Relative importance of Travel & Tourism's total contribution to GDP

<b>51</b> ABSOLUTE Size in 2015	<b>42</b> RELATIVE SIZE Contribution to GDP in 2015	<b>130</b> GROWTH 2016 forecast	<b>102</b> LONG-TERM GROWTH Forecast 2016-2026
---------------------------------------	---	---------------------------------------	--

Total Contribution of Travel & Tourism to GDP



Breakdown of Travel & Tourism's Total Contribution to GDP and Employment 2015

