

## دعم المقاولات السياحية كآلية للنهوض بقطاع السياحة في البلدان المغاربية

د. ولد محمد عيسى محمد محمود  
جامعة مسنغانج  
mohamedec@yahoo.fr

### الملخص:

شهد قطاع السياحة تطورا مستمرا خلال العقود الأخيرة، إلى درجة أنه يعتبر من أسرع القطاعات الاقتصادية نموًا في العالم، وأصبح العائد من أعمال السياحة يكافئ أو يزيد عن الدخل المحقق في قطاعات البترول والصناعات الغذائية والسيارات، فقطاع السياحة يمثل اليوم لاعباً رئيسياً في التجارة الدولية، ومصدراً رئيسياً للدخل بالنسبة للكثير من البلدان النامية. إن دعم المقاولات السياحية هو السبيل الوحيد لتعزيز مساهمة قطاع السياحة في اقتصاديات البلدان المغاربية، حيث تساهم هذه المقاولات في الحد من البطالة ورفع معدلات النمو الاقتصادي. وفي هذا السياق جاءت هذه الدراسة التي تهدف إلى إلقاء الضوء على آليات دعم المقاولات السياحية في البلدان المغاربية.

الكلمات المفتاح: التجارة الدولية، المقاولات السياحية، النمو الاقتصادي، البلدان المغاربية.

### **Résumé :**

Au fil des décennies, le tourisme a connu un essor continu et s'est diversifié de plus en plus, au point de devenir un des secteurs économiques à la croissance la plus rapide du monde. Aujourd'hui, le volume d'affaires du secteur touristique égale, voire dépasse celui des industries pétrolière, agroalimentaire ou automobile. Le tourisme est désormais un des grands acteurs du commerce international et, en même temps, il constitue une des principales sources de revenus de beaucoup de pays en développement.

Le soutien de l'entrepreneuriat touristique est le seul moyen de renforcer la contribution du secteur du tourisme dans l'économie maghrébine, où l'entrepreneuriat contribue à la réduction du chômage et augmenter les taux de croissance économique.

A cet effet, la présente étude fait la lumière sur le rôle de soutien de l'entrepreneuriat touristique dans l'économie maghrébine.

**Mots clés:** commerce international, l'entrepreneuriat touristique, croissance économique, économie maghrébine.

## المقدمة:

تعد السياحة واحدة من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني للعديد من دول العالم ، حيث تمثل أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات، كما أنها من الأنشطة التي تساهم بفعالية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وزيادة إيرادات النقد الأجنبي، وتمثل السياحة صناعة متطورة ومتعددة الاتجاهات والتشابكات مع مجمل الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

وعلى الرغم من امتلاك البلدان المغاربية مقومات سياحية كبيرة يمكنها أن تؤهلها لأن تكون من أكثر مناطق العالم جذباً للسياح إلا أن حصتها من السياحة العالمية لا تزال دون المستوى المطلوب، ولا تتناسب مع ما تتوفر عليه البلدان من ثروات طبيعية وثقافية وحضارية مختلفة.

وقد أدركت البلدان المغاربية أهمية قطاع السياحة في النمو الاقتصادي وتخفيف حدة الفقر وتخفيف معدلات البطالة، حيث صاحب الاهتمام بقطاع السياحة والسفر ارتفاع مستوى الاستثمار العام والخاص في مشاريع البنية الأساسية المرتبطة بالسياحة والتي تشمل الإقامة، الانتقال، الحدائق العامة، والمنتجات، كما تبذل جهوداً كبيرة لتيسير الاستثمار في هذه المجالات.

إن مضاعفة عدد الوافدين الأجانب، وإعطاء ديناميكية للسياحة الداخلية، وإنشاء طاقة سريرية إضافية ورفع من عائدات العملة الصعبة، تعد تحديات ستعمل على مضاعفة حجم القطاع السياحي، وجعل البلدان المغاربية من بين أهم الوجهات السياحية عالمياً، ولبلوغ هذه الأهداف، لا بد من دعم المقاولات السياحية بآليات ووسائل حديثة، منظمة ومهنية، وهذا شرط أساسي لرفع مختلف التحديات التي يعاني منها قطاع السياحة في هذه البلدان، وتقديم عرض خدمات يتماشى مع المعايير الدولية المتعارف عليها.

وفي هذا الإطار يمكن صياغة إشكالية الدراسة في السؤال الجوهرى التالي:

**ما هي آليات البلدان المغربية في دعم المقاولات السياحية ؟**

وللإجابة على هذا الإشكال سيتم تناول الموضوع من خلال المحاور التالية:

أولاً: تصنيف البلدان المغربية في تقرير التنافسية العالمية في مجال السياحة والسفر لعام 2015.

ثانياً: لمحة عن قطاع السياحة في البلدان المغربية.

ثالثاً: جهود البلدان المغربية في دعم المقاولات السياحية.

**أولاً: تصنيف البلدان المغربية في تقرير التنافسية العالمية في مجال السياحة والسفر لعام 2015**

توصف السياحة بأنها الأوسع والأسرع نمواً بالمقارنة مع الصناعات الأخرى، إضافة إلى كونها المصدر الأساسي للعملة الصعبة للكثير من بلدان العالم، وتشير بيانات منظمة السياحة العالمية<sup>1</sup>، والمجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن هناك حوالي 15 دولة تستقطب 90% من إجمالي حركة السياحة العالمية، و ما تبقى تتنافس عليه عشرات الدول السياحية النامية.

كما يشير تقرير آخر صادر عن منظمة السياحة العالمية لعام 2009 أن صناعة السياحة أصبحت ظاهرة اقتصادية واجتماعية تستحق الاهتمام والدراسة والتحليل، وسوف تحتل موقعا متميزا في النشاطات الاقتصادية لبعض بلدان العالم في القرن الحادي والعشرين<sup>2</sup>، وفي إطار الاهتمام بالسياحة الدولية، أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي تقريراً عن تنافسية قطاع السياحة والسفر على المستوى العالمي لعام 2015، وقد كان أول إصدار عام 2007 وشاركت فيه 10 دول عربية، ثم تبعه إصدار عام 2008 وعام 2009 وضم 33 دولة في العالم<sup>3</sup>، وإصدار عام 2013 شمل 140 دولة،

وتبرز أهمية التقرير في كونه يصنف الدول في مؤشر يعبر عن مدى توافر البيئة الداعمة للسياحة من حيث النظم والإجراءات والبنية التحتية والموارد الطبيعية والبشرية... إلخ

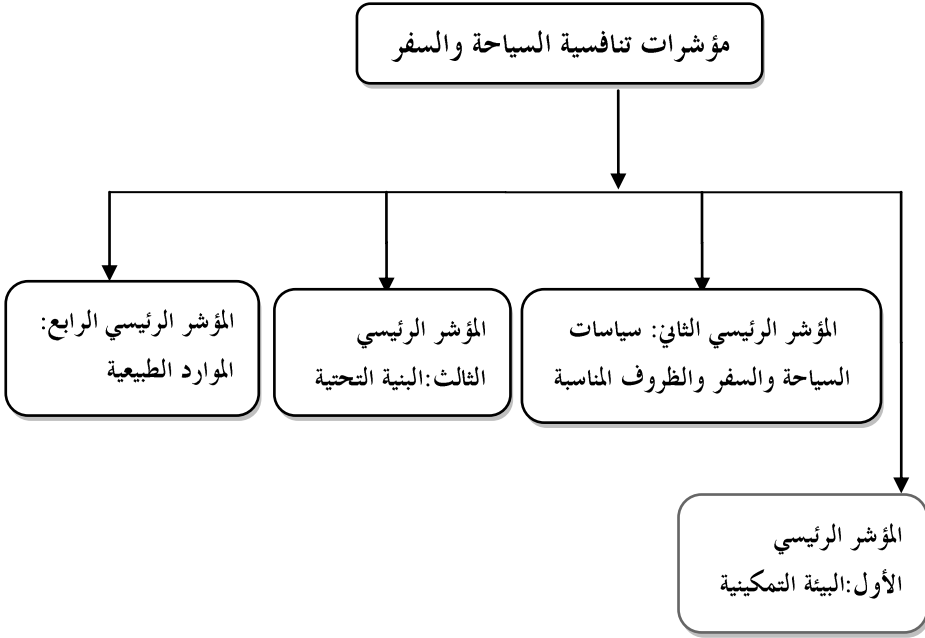
ويعتبر هذا المنتدى أكبر جهة اقتصادية متخصصة في العالم منوطة بتطوير الأعمال والسياسات والاقتصاد والنواحي العلمية، ويرصد التقرير التغيرات التي تطرأ على اقتصاد أي دولة من دول العالم فيما يتعلق بتوفير بيئة سياحية، من خلال قياس مؤشر التنافسية في السياحة والسفر العوامل والسياسات التي تجعل الدولة قادرة على تنمية هذا القطاع وجذب المزيد من السائحين من الداخل والخارج.

كما يتناول هذا التقرير مدى قدرة الدولة علي تنويع منتجها السياحي وتحسين الخدمات المقدمة للسائح مع توافر المناخ الاستثماري الذي يجذب المستثمرين، ويعمل علي تسهيل إقامة المشروعات السياحية، وتحسين التشريعات والاستخدام الأمثل للموارد البشرية والطبيعية والمالية الموجودة لديها بهدف تحسين ورفاهية مواطنيها.

لقد اختلفت منهجية التقرير لعام 2015، عن السنوات السابقة مما يجعل المقارنة مع السنوات الماضية غير مجدية<sup>4</sup>، حيث اعتمد التقرير في شكله الحديث على أربعة مؤشرات بدلا من ثلاثة في السابق، انبثق عنها 14 مؤشر فرعي، ولكل مؤشر فرعي متغيرات، ومجموع المتغيرات لكل المؤشرات الفرعية 90 وكانت في السابق 79 متغير، ومن خلال هذه المتغيرات يتم قياس القدرة التنافسية في عدة مجالات تؤثر على القطاع السياحي، ويأتي هذا التغير بتقرير 2015 لتطويره بعد مطالبة عدة دول بذلك.

ويبين الشكل التالي المؤشرات الرئيسية<sup>5</sup>:

الشكل رقم (1): مؤشرات تنافسية السياحة والسفر



**المصدر:** تحليل تنافسية السياحة والسفر للدول العربية 2015، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)، المنظمة العربية للسياحة، إدارة الدراسات والبحوث السياحية، جدة، السعودية، 2015، ص 05.

وبعد تطبيق المنهجية السابقة وحساب المؤشرات الرئيسية والفرعية ، أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي مؤشرات التنافسية السياحية، وقد جاء تصنيف البلدان المغربية، كما يلي<sup>6</sup>:

الجدول رقم (01): تصنيف البلدان المغاربية وفق التقرير التنافسية العالمية في مجال السياحة والسفر لعام 2015

المرتبة	البلد
123	الجزائر
79	تونس
62	المغرب
137	موريتانيا
.....	ليبيا*

**المصدر:** من إعداد الباحث اعتمادا على بيانات منشورة من طرف المنتدى الاقتصادي العالمي، الموقع الإلكتروني:

<http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/economy-rankings>  
5Consulté, le : 05/09/201

\*تم إستثناء ليبيا من هذا التصنيف نظرا للاضطرابات الأمنية والسياسية التي تعرفها منذ عام 2011.

### ثانياً: لمحة عن قطاع السياحة في البلدان المغاربية

خلال العقود الثلاثة الماضية نمت حركة السياحة الدولية في العالم نموا كبيرا، وساهمت عدة عوامل في تحقيق ذلك، فهناك ارتفاع مستويات الدخل خاصة في الدول الصناعية التي تعد مصدرا رئيسيا للسياحة الدولية، وتغير ظروف الإنتاج والعمل في هذه الدول، إضافة إلى التطورات في ميدان النقل والطيران ومار افقه من انخفاض للتكاليف<sup>7</sup>.

ولقد تسارع تطوير قطاع السياحة في البلدان المغاربية خلال السنوات القليلة الماضية في ظل الجهود المبذولة لتتويع الاقتصاد، حيث يعتبر هذا القطاع موردا اقتصاديا هاما لما يجلبه من عملات أجنبية وفرص عمل و

رفع الناتج المحلي الإجمالي للاقتصاد الوطني، وكما يساعد أيضا على تطوير غيره من القطاعات كقطاعات البنية التحتية مثل النقل والاتصالات، والكهرباء والمياه، والخدمات المالية، والزراعة والصناعات التحويلية.

وعلى الرغم من المجهودات والإمكانات السياحية الواسعة والمتنوعة الموجودة وتذليل كافة الصعوبات لتنموها وتوسيع أعمالها، إلا أن قطاع السياحة في البلدان المغربية يتميز عموما بضعف مساهمته وتذبذبه من سنة إلى أخرى<sup>8</sup>، والجدول التالي يوضح حجم قطاع السياحة كنسبة في الصادرات المغربية:

**الجدول رقم (2): عائدات السياحة كنسبة مئوية من الصادرات في البلدان المغربية**

البلد	2007	2008	2009	2010	2011
الجزائر	0.40%	0.97%	0.53%	0.44%	0.53%
المغرب	26.40%	32.99%	27.62%	24.54%	46.66%
تونس	14.32%	19.56%	16.97%	15.52%	12.17%
ليبيا	0.16%	0.28%	0.37%	0.25%	0.05%
موريتانيا*	.....	.....	.....	.....	.....

**المصدر:** من إعداد الباحث اعتمادا على منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية، والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سييسريك)، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الأفاق والتحديات، 2013، ص49.

\* عدم توفر بيانات إحصائية عن موريتانيا.

## **1- قطاع السياحة في الجزائر**

تمتلك الجزائر مؤهلات سياحية مهمة ترتكز أساسا على التنوع الكبير في عوامل الجذب الطبيعية، من شريط ساحلي يمتد على مسافة 1600 كلم

يزخر بالعديد من الشواطئ والمناظر الخلابة والغابات والسهول والهضاب والجبال، من دون أن ننسى الصحراء الممتدة على مساحة تزيد على مليوني كلم<sup>2</sup>، والتي تم تصنيفها من بين الأجمل في العالم، وقد قامت السلطات العمومية، استغلالاً لذلك، بتبني مجموعة من الاستثمارات التي دعمت من خلالها هذا القطاع، فأصبحت له عدة هياكل قاعدية، بالإضافة إلى تهيئة الشواطئ والعديد من المناطق السياحية، وقد صاحب ذلك كله إرادة قوية للترويج للسياحة في الجزائر، وفي الأسواق الدولية<sup>9</sup>، الأمر الذي انعكس في تزايد مستمر لعدد السياح الأجانب.

وعملت الجزائر على رفع مستوى أداء السياحة من خلال برامج تنموية مسطرة، بدءاً من تنمية البنية التحتية، وبصفة أساسية الطرق والنقل إذ تم تخصيص 8.2 مليار دولار لإنجاز عدد من المشاريع، وبرمجة خطة تسمى "آفاق 2025" والتي تهتم بصفة رئيسية بتحسين البنية التحتية. كما وقعت وزارة البيئة وتهيئة الإقليم والسياحة على 80 عقداً مع مختلف المستثمرين الجزائريين لترقية المشاريع السياحية، وتهدف الحكومة إلى رفع عدد السياح إلى 3 ملايين سائح، وذلك من خلال البرنامج الخماسي الذي تصل تكلفته إلى 232 مليار دينار ويهدف إلى توسيع طاقة الفنادق لتبلغ 187 ألف سرير، مرتفعة من 92 ألف سرير في بداية 2007.

وعلى الرغم من الجهود المبذولة لتحسين أداء القطاع السياحي إلا أن نسبة مساهمته في الناتج الداخلي الجزائري<sup>10</sup> بقيت جد متواضعة لعدة سنوات، إلا أنه وابتداءً من سنة 2008 سجلت نمواً معتبراً، حيث بلغت 2.05%، ولتستقر بعد ذلك ولسنتي 2009 و 2010 في حدود 2.3%، ثم عرفت من جديد وفي سنة 2011 ارتفاعاً بسيطاً بلغ 2.4%، ووصل عدد السياح في الجزائر ما يقارب 2.4 مليون شخص في عام 2011، مما يشكل زيادة عن



عام 2010 بنسبة 16%، وقد بلغت العائدات من السياحة للسنة المذكورة أكثر من 480 مليون يورو، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (3): مساهمة قطاع السياحة الجزائري في الناتج الداخلي الخام

السنة	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
المساهمة	1.6	1.7	1.8	1.7	1.02	1.7	2.05	2.3	2.3	2.4

source : Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB

<http://www.mta.gov.dz/mta/fichiers/stat/indicateurs%20economiques%202012.pdf>  
5/2018Consulté le 22/0

## 2- قطاع السياحة في المغرب

تعتبر السياحة في المغرب دعامة أساسية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ويظهر الاهتمام بها جليا من خلال السياسة السياحية التي تم انتهاجها في هذا الإطار، وهي حصيلة لمقتضيات مختلف المخططات التنموية الثلاثية والخماسية مند سنة 1965.

وتبدل وزارة السياحة في الوقت الراهن المزيد من الجهود بهدف ملائمة الطلب من حيث الإيواء بالنسبة لكل صنف من أصناف السياح وحث الفاعلين السياحيين على ضرورة تحسين مستوى بنيتهم الإيوائية باستمرار بفضل التسهيلات التي تمنحها الدولة لتمويل مشاريع تجديد المؤسسات الفندقية.

وفي هذا السياق جاءت رؤية «2020» لترسم لها أهدافا تتمثل في مضاعفة عدد السياح و رفع حجم السياحة الداخلية بثلاثة أضعاف و تعزيز الطاقة الاستيعابية ب 200.000 سرير، و بلوغ 140 مليار درهم من العائدات، وجعل وجهة المغرب تصنف ضمن العشرين الأوائل في العالم، وهو ما سيمكن من رفع الناتج الداخلي الخام بنقطتين، وكذا خلق 470.000 منصب

شغل جديد، و من أجل تحقيق هذه الأهداف تركز رؤية «2020» على تعزيز الشراكة بين القطاعين العام و الخاص<sup>11</sup>.

و تحتل السياحة مرتبة هامة فيما يتعلق بمصادر جلب العملة الصعبة إلى المغرب بعد تحويلات المغاربة المقيمين بالخارج، حيث قُدرت العائدات المحصلة من طرف السياح غير المقيمين الذين أقاموا بالمغرب سنة 2014 (دون احتساب مصاريف النقل الدولي) بحوالي 57.2 مليار درهم. وتمثل هذه العائدات من العملة الصعبة حوالي 29% من صادرات السلع والخدمات<sup>12</sup>، وتغطي 24% من عجز الميزان التجاري، وفي سنة 2014 زار المغرب 10.3 مليون سائح، أي بارتفاع نسبته 2.4% مقارنة مع سنة 2013.

وتعمل المغرب على تعزيز تنافسية القطاع السياحي عبر عدة محاور نذكر منها<sup>13</sup>:

- تنويع الزبائن عبر الانفتاح على الأسواق الناشئة وتطوير السياحة الداخلية.
- تحديث قنوات ترويج العرض السياحي.
- التزام الحكومة بمواكبة المشاريع المهيكلية المبرمجة في إطار رؤية 2020.

- استدامة تمويل المشاريع السياحية بفضل التزام النظام البنكي وتعبئة رؤوس الأموال الأجنبية.

- تصميم نظام حوكمة مبني على التعاقد بين الدولة والجهات.

### **3- قطاع السياحة في تونس**

يحتل قطاع السياحة مكانة إستراتيجية في الحياة الاقتصادية والاجتماعية لتونس، ويتمثل ذلك بشكل خاص في توفير فرص العمل وإحداث حركة تجارية شاملة، حيث تحتل السياحة المرتبة الثانية في قائمة الصادرات

التونسية بعد قطاع النسيج، وتتجاوز إيراداتها نسبة 28% من إجمالي الصادرات التونسية.

وترتبط السياحة والصناعات التقليدية علاقة وثيقة جداً إلى درجة أن هذين القطاعين يبدوان وكأنهما قطاع واحد، وبفضل السياحة تمكنت الصناعات التقليدية من استرجاع حيويتها، إذ هي توفر حالياً فرص عمل لأكثر من 265 ألف شخص، أي 11% من مجموع الأيدي العاملة في البلاد. وتقدر مبيعات الصناعات التقليدية بحوالي 250 مليون دينار تونسي، أي بنسبة 3.4% من إجمالي الصادرات التونسية.

وعانى قطاع السياحة التونسي<sup>14</sup> أشد الآثار السلبية نتيجة للاضطرابات التي عرفتتها تونس في عام 2011، حيث انخفض السياح الدوليين إلى 5.1 مليون، أي تقلصوا ب 34.2%، وانخفض إجمالي عائدات السياحة بحوالي 27.3%، ومع ذلك، شهدت البلاد انتعاشاً قوياً في عام 2012، مع زيادة 24.4% في عدد السياح وزيادة بنسبة 10% في عائدات السياحة.

#### **4- قطاع السياحة في موريتانيا:**

تزرخ موريتانيا بثروات سياحية كبيرة ومتنوعة: مياه بحرية من أغنى مياه العالم بالأسماك، شواطئ ومناطق صحراوية خالية من التلوث، مدن تاريخية قديمة مبنية بالحجارة، وواحات غناء، وثقافة مفتوحة وسماء صافية، ومناطق صيد الطيور، بالإضافة إلى كنوز المخطوطات الأثرية النادرة التي تزرخ بها مكتبات المدن القديمة، وغيرها من الأماكن الأثرية التي صنفتها "اليونسكو" كتراث عالمي، وهي الأماكن التي تشهد النسبة الأكبر من إقبال السياح إلى موريتانيا، ولا تزال هذه المقومات السياحية غير مستغلة بما فيه الكفاية لأن البنية التحتية تحتاج إلى التطوير ولا ترقى إلى المستويات التي تخولها تحسين وزيادة العرض في هذا المجال، ولا يمكن تنمية السياحة في

موريتانيا بدون تعزيز العرض الحالي وتطوير منتجات سياحية جديدة كالسياحة البيئية التي تتوفر عليها موريتانيا في بعض المناطق الساحلية، فضلا عنا افتتاح وجهات سياحية صحراوية جديدة<sup>15</sup>، وينبغي تأهيل المطارات في بعض المناطق السياحية للتمكن من استقبال الرحلات السياحية القادمة من مختلف البلدان، وتحتاج ترقية السياحة إلى توفر بعض الشروط مسبقا. فلا مناص على وجه الخصوص من إقامة قدرة استقبال كافية. ذلك أنه من الضروري تأمين سهولة النفاذ إلى المواقع السياحية وتهيئتها بشكل يسهل زيارتها وتوفير مختلف المرافق التي يطلبها السياح، وتحسين نوعية منشآت الإيواء خاصة في النزل داخل البلاد، ولا بد كذلك من رفع مستوى جودة الخدمة السياحية من خلال الاستثمار في تكوين الموارد البشرية العاملة في القطاع وتحديد نظم ومعايير تسيير مختلف الفروع السياحية مع تأمين متابعة دائمة لاحترام معايير الجودة والتسيير، ويشكل جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة أحد أنجع الوسائل لتنمية السياحة ذلك أن هذه الاستثمارات توفر الموارد الضرورية وخاصة الخبرة والكفاءة الفنية، ويجب أن يواكب تطور السياحة في موريتانيا إنشاء معهد تكوين يعهد إليه تأمين حاجات مهني القطاع من التكوين المستمر في جميع المجالات من عمال المطاعم، ووكلاء الاستقبال، وأدلاء سياحيين،..... الخ

وتمثل المنتجات الصناعية التقليدية الموريتانية، والتي تتكون من جانبين، أحدهما سياحي و الآخر ثقافي، جانبا آخر من جوانب الجذب السياحي، كما يشكل المجال الموريتاني الآخر، في الشرق والجنوب، محط أنظار نسبة معتبرة من السياح، خصوصا المناطق الشرقية، التي تتمتع بنصيب من إقبال السياح الوافدين للأراضي الموريتانية.

وتشير بيانات المكتب الوطني للسياحة<sup>16</sup>، لموسم 2009-2010 إلى أن عدد السياح الوافدين إلى موريتانيا بلغ 15,903 سائحا، فيما تؤكد نفس البيانات أن القطاع السياحي الموريتاني يشهد نسبة نمو مطرد تبلغ نحو 18 % وعن البني التحتية في المجال السياحي، تشير الأرقام إلى أن عدد الفنادق في موريتانيا يبلغ 42 فندقا، أما الشقق الفندقية، والنزل فعددها 120، فيما يتوفر ما بين 2500-3000 سرير، في حين يصل عدد الوكالات المتخصصة في السياحة والسفر، حوالي 150 وكالة معتمدة.

### 5- قطاع السياحة في ليبيا:

تتمتع ليبيا بكم هائل من مواقع الجذب السياحي من حيث الإرث الحضاري والثقافي والجغرافي، مع تنوع كبير من الجبال والبحر والصحراء ، وتتراوح هذه الأماكن من الشواطئ الجميلة التي تمتد نحو ألفي كلم على البحر الأبيض المتوسط بكل تنوعاتها الملائمة للسياحة من شواطئ رملية والطيران الشعاعي والغوص، إلى الجبل الأخضر في المنطقة الشرقية والذي يدل اسمه عليه و الذي يضم الكثير من الأماكن الأثرية خاصة الكهوف، وهناك مناطق الجذب السياحي في الصحراء الليبية، حيث تمثل الصحراء ما يزيد عن 90% من مساحة أراضي ليبيا وتشكل موردا سياحيا هاما ، ويوجد بها العديد من معالم الجذب السياحي التي لها أهمية خاصة بالنسبة للسياح ، وتشمل تلك المعالم المناظر الطبيعية المتنوعة و الثروة الكبيرة لفنون ما قبل التاريخ ، و الإنشاءات الزراعية و العمرانية في القرى و المستوطنات الواقعة في الواحات<sup>17</sup>.

وحصلت ليبيا على المرتبة 104 من بين 130 دولة في العالم<sup>18</sup> حسب تصنيف منتدى الاقتصاد العالمي في تقريره الثاني 2008 حول تنافسية السفر والسياحة، والمرتبة 112 من بين 133 دولة في العالم في العالم 2009.

وكانت إدارة البحوث والإحصاء بالبنك المركزي الليبي قد توقعت بداية عام 2011 ( قبل بداية الاضطرابات السياسية والأمنية) أن تساهم السياحة في الاقتصاد الليبي بما بين 3% و4% في غضون خمس إلى عشر سنوات،

### ثالثاً: جهود البلدان المغاربية في دعم المقاولات السياحية

تعتبر صناعة السياحة والسفر من أكثر الصناعات التي نمت وتطورت بشكل سريع في العالم وفي مجال الإيرادات الكلية، الاستثمار والتوظيف، فهذه الصناعة يستثمر فيها سنويا 350 مليار دولار، وهذا الرقم يمثل 3.7% من المبالغ المستثمرة في العالم<sup>19</sup>.

وتتسم صناعة السياحة بالمنافسة الشديدة التي تجبر مؤسسات السياحة على إحكام سيطرتها على أسواقها أو حصتها السوقية من خلال تحسين نوعية الخدمات المقدمة على الدوام، وتوفيرها في المكان والزمان المحددين، وبأسعار منافسة. كما تملئ شدة المنافسة على مؤسسات السياحة ابتكار المزيد من المنتجات السياحية ووسائل توفيرها لضمان ميزة تنافسية، وهذه النشاطات تتطلب على الدوام التخطيط والتنبؤ بسلوك المسافرين والسياح واتجاهاتهم و أدواقهم<sup>20</sup>.

وتبنت العديد من البلدان النامية وعلى غرار البلدان المتقدمة، سياسة النهوض بالسياحة، فعملت على خلق منتجات سياحية وتسويقها لجلب المزيد من السياح والعملية الصعبة، فقامت بتوفير التجهيزات الأساسية من إنشاء لمطارات والموانئ والطرق، ودعم الاستثمارات، وإحداث المنشآت والمقاولات السياحية، وتكوين الأطر من مختلف المستويات والتخصصات لاستقبال السياح وتسيير المؤسسات والمقاولات السياحية، والعمل ببرامج إنعاشية لفتح الأسواق الخارجية، و القيام بحملات إعلامية وإشعاري لتسويق المنتج السياحي.

ولا تختلف الجهود والآليات التي بذلتها وتبذلها البلدان المغاربية - رغم تفاوتها اقتصاديا- عن نظيرتها من البلدان النامية في هذا المجال، حيث تسعى جاهدة للنهوض بقطاع السياحة بشكل عام والمقاولات السياحية بشكل خاص، وفي هذا الإطار قامت بالتدابير والإجراءات التالية :

**1- الجزائر:** لقد باشرت الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار الجزائرية، عدة تدابير لفائدة ودعم قطاع السياحة والمقاولات السياحية، وتمثلت هذه التدابير والإجراءات في النقاط التالية<sup>21</sup>:

- يتكفل صندوق دعم الاستثمارات، و الترقية و نوعية النشاطات السياحية، بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية و كل 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 و الأسفار، و كذا شركات الاقتصاد المختلط التي تنشط في قطاع السياحة؛

- 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؛

- أما عمليات تحديث المؤسسات السياحية و الفندقية التي تتجز على مستوى ولايات الشمال و ولايات الجنوب، في إطار "مخطط نوعية السياحة"، فتستفيد على التوالي من تخفيض ب 3% و 4,5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية؛

- الإغفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني، بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية والحموية؛
- تطبيق النسبة المخفضة ب 7% من الرسم على القيمة المضافة، إلى غاية 31 ديسمبر 2019، فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية و الفندقية و الحموية، و كذا نشاطات المطاعم السياحية المصنفة، و الأسفار و تأجير سيارات النقل السياحي؛
- الإغفاء من رسم التسجيل بالنسبة لعمليات رفع رأس المال، و كذا تأسيس شركات في قطاع السياحة؛
- تطبيق النسبة المخفضة للرسم الجمركية فيما يخص اقتناء تجهيزات و أثاث غير مصنعة محليا، تدخل في إطار التأهيل، طبقا "لمخطط نوعية السياحة"؛
- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة على مستوى الجنوب و الهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الامتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر، على التوالي ب 50% و 80% ؛
- توسيع المزايا الممنوحة في إطار الترتيب الخاص بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، لفائدة الاستثمارات المرتبطة بالنشاطات السياحية و الفندقية المصنفة.

**2- المغرب:** تعتبر السياحة ثاني مساهم في الناتج المحلي الإجمالي بالمغرب وخلق فرص الشغل، حيث تساهم بنسبة 12% في الناتج المحلي الإجمالي، كما تحتل مرتبة مهمة فيما يتعلق بمصادر جلب العملة الصعبة بعد تحويلات المغاربة المقيمين بالخارج، حيث تمثل هذه العائدات من العملة الصعبة



حوالي 29% من صادرات السلع والخدمات، وتغطي 24% من عجز الميزان التجاري.

ونظرا لضخامة الرهان، فقد أطلقت "رؤية 2020" ورشا مهمة لتحسين تنافسية المقاولات السياحية، ومن شأنها تفعيل "برنامج وطني للابتكار والتنافسية السياحية"، وتتضمن هذه الورش محورين رئيسيين هما<sup>22</sup>:

- إصلاح النصوص التنظيمية المؤطرة والمنظمة للمهن السياحية التي تسمح بضمان المهنية وتقنين المهن السياحية، علاوة على ضمان الحد الأدنى من معايير الجودة.

- وضع جهاز مواكبة شامل ومندمج خاص بالمقاولات السياحية يتضمن مجموعة من آليات الدعم من شأنها تسهيل ولوج المقاولات السياحة للعوامل الرئيسية للمنافسة. ذلك، لأن الهدف يتمثل في تحسين نتائج المقاولات السياحية على مستويات ربحية مرضية وكذا المشاركة في تحسين القدرة التنافسية للنسيج المقاولاتي.

**3- تونس:** تمتلك تونس تجربة كبيرة في مجال تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة<sup>23</sup>، حيث تعتبر تجربتها في هذا المجال من التجارب الهامة والرائدة، وذلك عبر آليات كثيرة وأدوات متعددة، وتقوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدور فعال في تنمية و نمو صناعة السياحة، وتعمل تونس على تطوير القطاع السياحي الذي يعد مصدرا مهما لتوفير العملة الصعبة ومن ثم دفع الاقتصاد وتمكين العاطلين من فرص للعمل. وكانت وزارة السياحة التونسية قد أعدت إستراتيجية وطنية هدفها استعادة كامل حصتها من السياح، وخاصة بعد تسجيل تعافي القطاع خلال سنة 2013، وتسعى تبعاً لذلك لاستقطاب نحو عشرة ملايين سائح بحلول سنة 2016 بما يساهم في توفير 180 ألف وظيفة إضافية، وعلى أمل استقبال 14 مليون سائح سنة 2020

وهو ما يمثل واحد في المائة من عدد السياح في العالم. ولتنفيذ هذه الإستراتيجية قادت وزارة السياحة حملة مراقبة الجودة داخل المؤسسات السياحية، حيث ارتكزت الجهود خلال سنة 2013 على الشروع بالعمل بخريطة الطريق بفترة 2012-2013، والتي تتدرج في إطار تنفيذ إستراتيجية تنمية السياحة المستدامة والمندمجة التي تمتد إلى آفاق 2016، وتمثلت الانجازات في مجال تطوير السياحة في الآتي<sup>24</sup>:

- إحداث وحدة تصريف حسب الأهداف لإنجاز الخطة المتعلقة بتنفيذ إستراتيجية التنمية السياحية في آفاق 2016.

- تنويع العرض وتشجيع الجودة والابتكار من خلال تطوير التشريعات والقوانين ذات الصلة بضمان جودة الخدمات السياحية إلى جانب منح المشاريع المنجزة بمناطق التنمية الجهوية امتيازات خصوصية.

- مواصلة دعم الاشتهار والترويج، وقد تم في هذا المجال رصد اعتمادات بميزانية الدولة بحوالي 53 مليون دينار تونسي لسنة 2013، مقابل 32 مليون دينار تونسي خلال سنة 2010، وذلك علاوة على تدخلات صندوق

تنمية القدرات التنافسية للقطاع السياحي الذي تم تدعيم موارده وزيادتها

- إرساء خلية يقظة بوزارة السياحة لمتابعة وضع القطاع بهدف تعزيز الإحاطة بالسياح الأجانب بالمطارات والمناطق السياحية، ومدهم بالمعلومات الضرورية لإقامتهم وسفرهم.

- تم انجاز حملات دعائية بعشرين سوق أوربية عن طريق وكالة اتصال عالمية، وذلك بهدف توحيد الصورة الدعائية لتونس في مجال السياحة.

- مواصلة تنفيذ تأهيل برنامج المؤسسات الفندقية، وذلك بالمصادقة سنة 2013 على 115 مخطط لتأهيل المؤسسات الفندقية بطاقة إيواء 57 ألف سرير وباستثمارات بلغت قيمتها 544 مليون دينار، وإقرار إسناد منح تناهز

15 مليون دينار، حيث ينتظر أن تصل نسبة تجديد المؤسسات الفندقية إلى 45 % من طاقة الإيواء الكلية المستغلة.

- مواصلة تحسين المحيط السياحي وتنظيف الشواطئ في المناطق السياحية بوضع برنامج استثنائي خلال سنة 2013 لفائدة 40 بلدية سياحية، بمبلغ قدره 1.430 مليون دينار وتفعيل دور المجالس الجهوية للسياحة في هذا المجال.

- الشروع في منظومة النهوض بالجودة بالقطاع السياحي في إطار برنامج الشراكة مع الاتحاد الأوروبي.

**4- موريتانيا:** تولي الدولة الموريتانية أهمية بالغة للقطاع السياحي، تجسدت في الاهتمام الكبير بالاستثمار في هذا القطاع الحيوي، وتوّعت مجالات الاستثمار العمومي والخاص في القطاع السياحي، حيث شملت صيانة وتثمين التراث الثقافي الوطني، الذي يمثّل أهم عناصر الجذب السياحي، فأنشأت مؤسسات عمومية معنية بهذا الجانب، كما شملت إنشاء مرافق عمومية خاصة بتقديم الخدمات للسياح، مثل إنشاء شركة خاصة بتنظيم موسم لاستقبال السياح الأوربيين، وهي شركة "سوماسرت" التابعة للشركة الوطنية للصناعة والمناجم "اسنيم"، التي عهد إليها بتنظيم موسم سنوي لاستقبال وتنظيم دخول السياح إلى المناطق المحببة إليهم<sup>25</sup>.

كما تبنت الدولة الموريتانية بدءاً من عام 2011 خطة لإقامة مهرجانات ثقافية في المدن القديمة، وهي خطة تهدف في الأساس إلى لفت الأنظار إلى ما تزخر به هذه المدن من مقومات سياحية، وقد قرّرت الدولة في إطار هذا التوجّه، إلى اقتطاع نسبة 1 % من عائدات الجمارك لتمويل هذا الاستثمار السياحي، ومن بين أهم الإصلاحات التي تبنتها الدولة أيضاً في مجال تنمية القطاع السياحي ما يلي:

- تنظيم النشاط السياحي ومهنة المرشد السياحي ووكالات ومكاتب السفر، وتصنيف المؤسسات السياحية.

- تبني استراتيجيات السياحة الإيكولوجية في كل من حظيرتي آر كين و جاولينغ، و إنشاء مركز التكوين الفندقية، وتطوير البنى التحتية.

- وضع إطار تنظيمي يحدد وبشكل أكثر دقة الأدوار المنوطة بكل من الدولة و القطاع الخاص، وتحسين الخدمات المتوفرة، والرقابة، والتنظيم، وإعتماد حوافز في المجال الضريبي، وتشجيع المزيد من مشاركة القطاع الخاص، بالإضافة إلى التعريف بالمنتجات السياحية ( إعلام ، اتصال ، اشهارات)، ثم اعتماد المزيد من خطط تثمين مقومات السياحة الوطنية.

وترمي الدولة الموريتانية من وراء اعتماد هذه الإصلاحات والإنجازات في القطاع السياحي، إلى تحقيق هدف جذب 70.000 سائح سنويا في المستقبل، وزيادة طاقة الاستقبال إلى 30.000 سرير.

**4- ليبيا:** يرى بعض العاملين بقطاع السياحة في ليبيا أنه ورغم الأوضاع الأمنية الحالية الصعبة في ليبيا، فإن النشاط السياحي واعد وسيتحسن، موضحا أنه سيتم تدريب مرشدين سياحيين، وإقامة بنية تحتية سياحية أحسن مما كانت عليه، بالإضافة إلى تنظيم المعارض ونشر ثقافة سياحية وتعريف العالم بما تتوفر عليه ليبيا من مقومات سياحية.

وحرصت وزارة السياحة الليبية<sup>26</sup> على إقامة مهرجانات في بعض المناطق ضمن تشجيع المبادرات الخاصة و تنمية المجتمعات المحلية في السياحة، ولذلك تم إنشاء 27 مكتباً سياحياً تابعاً لوزارة السياحة الليبية في مختلف مناطق ليبيا بغية تشجيع المبادرات الخاصة.

ويتوقع الخبراء مستقبل مشرق للسياحة في ليبيا بفضل ما تملك من مقومات وعناصر الجذب السياحي من آثار وشواطئ وصحارى وطقس دافئ، علاوة

على قربها من أوروبا، وتتوفر البلاد على العديد من المدن الرومانية والإغريقية القديمة على امتداد ساحلها الطويل.

وفي إطار محاولة النهوض بالقطاع السياحي في ليبيا أبرمت وزارة السياحة الليبية و منظمة السياحة العالمية اتفاقية تعاون بهدف تطوير إستراتيجية للقطاع السياحي<sup>27</sup> و خطة عمل خاصة بهذا الشأن واعتماد آلية مرحلية لتطبيقهما في 6 نوفمبر 2013.

وبموجب هذه الاتفاقية التي تم توقيعها في إطار فعاليات سوق السفر العالمي 2013 في لندن، ستقدم منظمة السياحة العالمية الدعم لوزارة السياحة الليبية من أجل تنمية القطاع السياحي الاستراتيجي لديها، من خلال العمل على بناء القدرات المؤسسية، وآليات الإدارة و الحوكمة، والتنمية المستدامة، والتسويق، وتطوير الموارد البشرية.

وستعطى الأولوية في هذا الصدد لمسألتي البناء المؤسسي والحوكمة، مع التركيز على توفير الدعم الفني في مجال وضع السياسات والاستراتيجيات وخطط العمل السياحية القوية والمتماسكة، إضافة إلى تحديث الأطر التشريعية والتنظيمية وتعزيز البنية التنظيمية للقطاع السياحي.

### الخاتمة

إن قطاع السياحة يشهد حالياً تحولات عميقة و متسارعة في ظل ما يعرفه واقع العولمة والاقتصاد العالمي من اختلالات ظرفية وتصدعات بنيوية جراء الأزمة المالية والاقتصادية التي هزت أركانه في السنوات الأخيرة، وهذه الأوضاع لا تخلو من تأثيرات سلبية على قطاع السياحة.

والبلدان المغاربية تأثرت كغيرها من بلدان العالم الأخرى بهذا الواقع ، حيث تتميز مساهمة القطاع السياحي بالانخفاض رغم ما تتمتع به هذه البلدان

من مزايا طبيعية وجغرافية وتاريخية وثقافية هائلة تتيح لها إرساء قطاع سياحي متطور.

و في الأخير وبهدف النهوض بالقطاع السياحي المغاربي وتعزيز مساهمته في الاقتصاديات المغاربية من خلال دعم المقاولات السياحية، خلصت هذه الدراسة إلى النتائج و التوصيات التالية:

### 1- النتائج:

- تتوفر البلدان المغاربية على مقومات سياحية كبيرة تتجلى في التنوع في عوامل الجذب الطبيعية والثقافية.

- ضعف مساهمة القطاع السياحي ومحدوديته في الناتج المحلي الخام المغاربي.

- محدودية المقاولات السياحية في البلدان المغاربية.

- يساهم قطاع السياحة في توفير العملة الصعبة وما ينجم عنها من تحسينات في نوعية الحياة والمستويات المعيشية للمجتمع المحلي، ودعم للتنمية الشاملة على المستويين الوطني والإقليمي، إضافة إلى فرص العمل.

- يعمل قطاع السياحة على زيادة الإيرادات الحكومية من الضرائب والرسوم وما ينجم عنها من تطوير للبنى التحتية ودعم الاقتصاد بشكل عام.

### 2- التوصيات:

- تشجيع المقاولات السياحية وتنمية الوعي السياحي وانتشار الثقافة السياحية لدى المواطنين.

- تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة.

- تنشيط قطاعات التعليم والتدريب في مجال المهن السياحية المختلفة.

- تنمية الأقاليم والمناطق سياحيا وخدماتي واقتصاديا وعمرانياً.

تطوير التعليم السياحي والفندقي الجامعي والمهني وبالتالي تنمية المهارات السياحية عبر زيادة التدريب السياحي.

- ضرورة وحثمية انخراط الاقتصاديات السياحية المغربية في إطار اندماجي يقوم على مشاريع سياحية وفندقية وخدمات موازية مشتركة ومتصلة ببعضها البعض لمنتجات سياحية أشمل وأكثر تكاملا من مجرد منتج سياحي ينحصر في بلد واحد من البلدان المغربية.

- إقامة مشاريع سياحية مشتركة لأرباب الفنادق والسفريات ووكلاء الأسفار والنقل الجوي السياحي في أفق تنمية سياحية مغربية واعدة.

## الهوامش والمراجع:

1. مرزوق عايد القعيد وآخرون، مبادئ السياحة، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص27
2. عادل عبد الله العنزي، حميد عبد النبي الطائي، التسويق في إدارة الضيافة والسياحة، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2013، ص61.
3. فيصل شياد، تنمية السياحة العربية البيئية: العقبات والحلول، مجلة رؤى إستراتيجية، دورية علمية فصلية محكمة يصدرها مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، المجلد الثاني، العدد 06، ص06.
4. تحليل تنافسية السياحة والسفر للدول العربية 2015، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)، المنظمة العربية للسياحة، إدارة الدراسات والبحوث السياحية، جدة، السعودية، 2015، ص04.
5. تحليل تنافسية السياحة والسفر للدول العربية 2015، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)، المنظمة العربية للسياحة، مرجع سبق ذكره مباشرة، 2015، ص05.

6. تقرير التنافسية العالمية في مجال السياحة والسفر 2015، المنتدى الاقتصادي العالمي، الموقع الإلكتروني: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/economy-rankings>: تاريخ المطالعة: 2015/09/05.
7. أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2008، ص193.
8. منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية، والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسريك)، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي: الآفاق والتحديات، 2013، ص49.
9. بوبكر بداش، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات: رؤية استكشافية وإحصائية، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 66، ربيع 2014، ص08.
10. مجلة المالية، مجلة تصدر عن وزارة الاقتصاد والمالية المغربية، العدد 15، يونيو 2011، ص05.
11. أرقام رئيسية، وزارة السياحة المغربية، من الموقع الإلكتروني: <http://www.tourisme.gov.ma>
12. تاريخ المطالعة: 2015/08/27
13. المملكة المغربية، وزارة الاقتصاد والمالية، مشروع قانون المالية لسنة 2014، التقرير الاقتصادي والمالي، الجزء الثاني: تطور الاقتصاد الوطني، ص ص: 41-42.
14. منظمة التعاون الإسلامي، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية، والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية (سيسريك)، مرجع سبق ذكره، ص24.
15. الجمهورية الإسلامية الموريتانية، وزارة الشؤون الاقتصادية والتنمية، دليل الاستثمار في موريتانيا، ديسمبر 2014، ص54.
16. محمد محجوب الحداد، تقييم تنافسية صناعة السياحة في ليبيا كمصدر بديل للدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية



- خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، 8-9-  
نوفمبر 2010، ص02.
17. مروان ابورحمة وآخرون، مبادئ الإرشاد السياحي، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الطبعة  
الأولى، عمان، 2014، ص13.
18. محمد حسن النقاش، تخطيط المواقع السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2013، ص29.
19. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الديوان الوطني لتطوير الاستثمار، تدابير لفائدة قطاع  
السياحة،