

**صناعة السياحة في الجزائر والمغرب**  
**فرص وتحديات-**  
**Tourism Industry in Algeria and Morocco**  
**Opportunities and challenges**

د. محمد مدياني

د. حسين بن العارية

- مخبر التكامل الاقتصادي الجزائري الافريقي - جامعة احمد دراية - ادرار - الجزائر -

تاريخ الاستلام: 2018/02/22 تاريخ التعديل: 2018/06/27 تاريخ قبول النشر: 2018/06/27

**المخلص :**

تتطرق هذه الدراسة إلى الجوانب المختلفة لصناعة السياحة، في محاولة لتبيين الإمكانيات التي تزخر بها كل من الجزائر والمغرب ومدى الاهتمام بهذه الصناعة، كما تتناول مساهمة الصناعة السياحية في اقتصاد كل من الجزائر والمغرب، في محاولة للمقارنة بين البلدين خلال الفترة الممتدة من سنة 2008 إلى سنة 2014 من خلال تحليل تطور أهم مؤشرات هذا القطاع في البلدين، والوقوف على تحديات التنمية السياحية في الجزائر والمغرب، وخلصت الدراسة إلى تدني مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي، وعدم تحقيق النتائج المرجوة من الاستراتيجيات المختلفة التي تبنتها المغرب والجزائر بدرجة أكبر لتشجيع ودعم القطاع السياحي، ومن أهم ما يوصى به من خلال هذه الورقة البحثية العمل على الترويج السياحي داخل البلد وخارجه ونشر الثقافة السياحية؛ وكذلك التركيز على تنويع الصناعة السياحية بالشكل الذي يضمن ديمومة النشاط السياحي على مدار السنة، والتركيز على الاستثمار السياحي الذي يتميز بعوائد مرتفعة وتدني المخاطر خصوصا فيما يتعلق بالمخاطر البيئية، التي أضحت تؤرق الحكومات عند اعتماد استثمارات صناعية وبالأخص في مجال الطاقة.

**الكلمات المفتاحية:** القطاع السياحي، صناعة السياحة، مؤشرات سياحية، تنمية اقتصادية،

**Abstract:**

*This study examines the different aspects of the tourism industry in an attempt to identify its potential in Algeria and Morocco and the extent of the industry interest. The contribution of the tourism industry to the economy of Algeria and Morocco is also examined in an attempt to compare the two countries during the period from 2008 to 2014 by analyzing the development of the most important indicators of this sector in the two countries and the challenges of tourism development in Algeria and Morocco. The study concluded that The contribution of the tourism sector to the GDP, is failed to achieve the desired results from the various strategies adopted by Morocco and Algeria to promote and support the tourism sector. The most important recommendation of this paper is to promote tourism inside and outside the country and the dissemination of tourist culture; in addition to the focus on diversifying tourism industry in such a way to ensure the sustainability of tourist activity. The latter becomes a concern for governments in adopting industrial investments, especially in the field of energy.*

**Keywords:** Tourism Sector, Tourism Industry, Tourism Indicators, Economic Development, Tourist Product.

**مقدمة**

تعتبر السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم؛ إذ تقوم عليها اقتصادات العديد من الدول، والتي أصبحت فيها السياحة صناعة متكاملة قائمة بذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها، فهي بذلك من أهم مصادر الدخل لهذه الدول؛ حيث تساهم بشكل كبير في توليد الناتج الداخلي الإجمالي، كما تساهم في زيادة إيرادات النقد الأجنبي، تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج، بل وأصبحت أسرع الصناعات نموا ورواجا نظرا للنتائج المطردة التي حققتها في السنوات الأخيرة، كما أنها صناعة متعددة المراحل تتفاعل مع قطاعات الاقتصاد الأخرى وتعتمد عليها، وهذا ما أهلها لتصبح أحد أهم روافد التنمية بكل أشكالها وعلى جميع مستوياتها خصوصا فيما يتعلق بتطور البنى التحتية للاقتصاد.

تتطرق هذه الدراسة إلى الجوانب المختلفة لصناعة السياحة في محاولة لتبيين تطور القطاع السياحي في كل من الجزائر والمغرب خلال الفترة (2008-2015)، وذلك من خلال تحليل تطور مؤشرات القطاع السياحي للبلدين، وعليه نطرح التساؤل التالي:  
ما واقع صناعة السياحة في كل من الجزائر والمغرب، وما هي أهم التحديات؟

لمعالجة وتحليل هذه الإشكالية وبغية الوصول إلى معرفة واقع القطاع السياحي ومدى مساهمته في التنمية الاقتصادية في الجزائر والمغرب، نتناول المحاور التالية:

### المحور الأول: ماهية صناعة السياحة وأهميتها

**1- تعريف صناعة السياحة:** تعاقبت تعريف عديدة للسياحة ولم تبتعد في جوهرها عن أنها ترويج للنفس وزيادة للمنافع الاقتصادية، وكثيرا ما نجد اختلافات في التعاريف الواردة عن السياحة لكن ذلك راجع إلى اختلاف وجهات نظر الباحثين وظروفهم والمعايير المعتمد عليها في تعريفها، فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية، ومنهم من يعرفها كظاهرة اقتصادية، ومنهم من يرى بأنها عامل لبعث العلاقات الإنسانية والتنمية الثقافية.

والمفهوم اللغوي للسياحة هو التجوال وقد ورد في القرآن الكريم قوله تعالى: "فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين" الآية 2 من سورة التوبة؛ وفي معناها التجوال في الأرض بأمان لمدة أربعة أشهر وحث الدين الإسلامي على السياحة ويتجلى ذلك في الآية 20 من سورة العنكبوت لقوله تعالى: "قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق ثم الله ينشئ النشأة الآخرة إن الله على كل شيء قدير".

وفي اللغة اللاتينية شاع استعمال مصطلح Tourism من مصطلح Tour بمعنى الدوران؛ ويعد أول تعريف ذلك الذي جاء على يد الألماني "جوبير فرويلر Jobert Freuler" عام 1905م والذي اعتبرها "بأنها ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا هي نتيجة نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة وثمره تقدم وسائل النقل".<sup>1</sup>

وقد ركز هذا التعريف على الجوانب الإنسانية والنفسية أما الاقتصادي النمساوي "شوليرن" فقد عرفها بأنها "مجموع كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي التي تترتب على وصول المسافرين إلى منطقة ما أو دولة معينة وإقامتهم فيها ورحيلهم عنها وهي الظواهر التي ترتبط بالتعبية"<sup>2</sup>، وهذا التعريف ركز على الجانب الاقتصادي بالدرجة

الأولى، إلا أنه ربط بين السياحة من ناحية والإقامة غير الدائمة وغير المرتبطة بأي سعي للربح المادي من ناحية أخرى.

وعرفها "حسين كفاقي" وهو باحث في الاقتصاد السياحي على أنها "حركة يؤديها الفرد أو مجموعة من الأفراد، بغرض الانتقال من مكان إلى آخر، لأسباب اجتماعية أو للترفيه أو لقضاء الإجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات، أو للعلاج والاستشفاء، ليس بغرض العمل والإقامة الدائمة ولا تدخل في السياحة الهجرة من بلد لآخر أو حتى للعمل المؤقت، كذا أعضاء السلك الدبلوماسي".<sup>3</sup> ودقق هذا التعريف أكثر على أسباب التنقل السياحي.

وعرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي الذي انعقد في روما عام 1963م بحيث قرر أن السياحة "هي ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربع وعشرين ساعة ولا تزيد عن اثني عشر شهرا بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية، وهي تنقسم إلى نوعين: سياحة خارجية وسياحة داخلية"، شمل هذا التعريف عدة جوانب، حيث نظر إلى السياحة على أنها ظاهرة اجتماعية وإنسانية، كما حدد مدة السياحة وميز بين السياحة الداخلية والخارجية، في حين أغفل عن الجانب الاقتصادي للسياحة. وعرفت الأكاديمية الدولية للسياحة أن "السياحة هي تعبير يطلق على رحلات الترفيه، أو هي مجموع الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات، وهي صناعة تتعاون على سد حاجيات السائح"<sup>4</sup>، هذا التعريف ربط السياحة بالرحلات والترفيه، إلا أنه أعطى لها بعدا اقتصاديا واضحا إذ اعتبرها كصناعة تهدف إلى سد حاجات السائح.

نلاحظ من خلال هذه التعاريف أن هناك اختلاف واضح لتعاريف السياحة، وهو ناتج عن تطور دور السياحة في المجتمع جعل المنظمة العالمية للسياحة OMT خلال اجتماعها المنعقد في مارس 1993 تضع تعريف خاص بالسياحة بأنها: "مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الراحة أو لأغراض أخرى".<sup>5</sup>

وبناء على مختلف التعاريف يمكننا القول بأنه لا يوجد تعريف واحد للسياحة، لكن نستطيع أن نقول أنها لا تخرج عن الإطار الآتي:

➤ تقوم العملية السياحية على عنصرين أساسيين وهما التنقل والإقامة.

➤ السياحة تفاعل ينتج عن سفر وإقامة الأشخاص في مجتمع آخر غير مجتمعهم ويقع هذا التفاعل على مستويين، مستوى : سائح -سائح، سائح -مضيف، أو سائح -مؤطر للسياحة وهذا ما يولد علاقات تسمح بتناقل الثقافات والحضارات وهذا مبدأ أساسي في السياحة حيث تحرص المجتمعات المضييفة على نقل ثقافتها وإرثها الحضاري.

➤ تستهدف السياحة سد حاجيات طالب الاستجمام والترفيه من خلال تمكينهم بكافة الوسائل الضرورية لذلك من هياكل استقبال، نقل وترفيه، وهناك عدة أنواع للسياحة أهمها السياحة الثقافية، السياحة الترفيهية، السياحة العلاجية، سياحة الشواطئ، السياحة الصحراوية، السياحة الرياضية.<sup>6</sup>

ويعتبر القرن العشرون هو محطة انطلاق السياحة، أما القرن الواحد والعشرون هو قرن صناعة السياحة<sup>7</sup>، وتشمل هذه الأخيرة كافة النشاطات الاقتصادية والاجتماعية التي تتعلق بتقديم الخدمات للسياح سواء تم ذلك بطرق مباشرة أو غير مباشرة حيث تنفرع إلى 185 نشاطا اقتصاديا مرتبط بالسياحة.

2- مقومات صناعة السياحة: تركز صناعة السياحة على مقومات عديدة ويختلف تصنيفها في البحوث العلمية على حسب أهداف ومنطلقات هذه البحوث، غير أنها تتفق بخصوص ما سنسميه المقومات التقليدية ويتجه بعض الباحثين إلى إدراج مقومات أخرى تدعى بالمقومات الحديثة.

2-1 المقومات التقليدية: يعتمد النشاط السياحي على مجموعة من المقومات أهمها:<sup>8</sup>

أ- المقومات الطبيعية: هي تعد أهم المقومات السياحية سواء كانت طبيعية أو مصنعة خصوصا في ظل الاهتمام الدولي بالنواحي البيئية والجهود المبذولة لحل المشاكل البيئية، وتتمثل هذه المقومات أساسا في الموقع الجغرافي والمناخ والآثار التاريخية والمنشآت القاعدية مثل الطرقات ووسائل النقل والفنادق والمنتجعات السياحية وغيرها من المقومات الأخرى للنشاط السياحي تمثل المادة الخام لصناعة السياحة والتي تعتمد عليها الدول لتحقيق الجذب السياحي وتظهر الفرق بين دولة وأخرى.

ب- رأس المال: يتمثل في الأموال الضرورية لإقامة الاستثمارات السياحية من فنادق وشق الطرقات وتوفير مستلزمات النقل والمطاعم والمقاهي، وكذا المناطق السكنية

السياحية بالإضافة إلى الأموال اللازمة للقيام بنشاط الترويج السياحي وتوفير المنتجات التقليدية التذكارية...

**ج- العمل:** يتمثل في العنصر البشري العامل في قطاع السياحة سواءً في الفنادق ومختلف المؤسسات السياحية أو في الوكالات السياحية ومؤسسات النقل السياحي ومختلف ميادين الأنشطة التي لها علاقة مباشرة بالسياحة.

**د- عنصر التنظيم:** فإنه يرتبط بمختلف المهارات والقدرات المتعلقة بطرق تنظيم وإدارة المؤسسات السياحية والتي تعتبر محددًا رئيسيًا لتحقيق تنافسيتها على المستوى الدولي وكذلك قدرتها على اجتذاب المستهلكين لاسيما الجدد منهم وتحقيق رضا هذا الأخير من أجل إعادة الزيارة عدة مرات.

**و- التكنولوجيا:** تعبر عن كل التطورات الحاصلة في الميدان السياحي لاسيما في ميدان الاتصالات السلكية واللاسلكية وطرق الحجز الإلكتروني والنقل بمختلف أنواعه وتطور كل الأنشطة التي من شأنها ضمان راحة السائح.

**2-2 المقومات الحديثة:** وتشمل التطور الحضاري والمشاريع الاقتصادية الضخمة كالأبراج أو السدود العملاقة التي توجد فيها مستثمرات مائية للسكك والثروة الغابية والجسور وشبكات النقل المتطورة والتركيز على مداخل الدول كإنشاء المطارات بالمعايير العالمية وتهئية الموانئ البحرية والنهرية بشكل ينافس الأساطيل الجوية، واتجهت الدول في السنوات الأخيرة بالاهتمام بالحدود والمناطق العبرية كالخلجان والمضائق بتوفير كل متطلبات الأفراد صناعة للسياحة وجذب السواح والتركيز على ديمومة الخدمات السياحية إذ يعد أهم اختلاف بين المقومات التقليدية والحديثة هو الابتعاد عن موسمية صناعة السياحة وخدماتها من أجل تعظيم العوائد الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من جراء الاستثمار السياحي.

**3- أهمية الصناعة السياحية:** تمثل السياحة ظاهرة سلوكية وإنسانية عامة أصبحت من أهم الظاهر المميزة لعصرنا، لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة منها الاقتصادية والاجتماعية نستعرضها فيما يلي:

**أ- الأهمية الاقتصادية للسياحة:** لقد باتت السياحة في القرن الحادي والعشرين صناعة تأتي من حيث الأهمية بالمرتبة الثانية بعد الاتصال والمعلوماتية، وفي بعض الدول باتت هي الصناعة الأولى المولدة للدخل القومي وفرص العمل، وهي قاطرة التنمية

الاقتصادية ومن هنا كانت للجوانب الاقتصادية أهميتها الكبرى في ممارسة النشاط السياحي، كما ترتبط الأهمية الاقتصادية للسياحة من حيث كونها أداة ووسيلة رئيسية لتحقيق التنمية المستدامة؛ وتوقعت منظمة السياحة العالمية أن يصل عدد السياح في العالم إلى ما يقرب من 1.6 مليار بحلول عام 2020، كما توقعت المنظمة أن تسجل مناطق شرق آسيا والمحيط الهادئ والشرق الأوسط وأفريقيا معدلات نمو تزيد على 5 % سنويا، مقارنة بالمتوسط العالمي البالغ 4.1 %، وبعد الأزمة الاقتصادية العالمية الأخيرة، اعتبر الخبراء أن السياحة يمكن أن تكون عاملاً رئيسياً لإخراج العالم من حالة الركود الاقتصادي.

**ب- الأهمية الاجتماعية للسياحة:** تعد السياحة أحد أهم أسباب التطور الاجتماعي في الدول، حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع المحلي للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المغايرة، وذلك يؤدي إلى مساعدتهم على اكتساب الكثير من الخبرات والقيم السائدة والسليمة والبناءة والموضوعية في الحياة، بالإضافة إلى تكيف تلك الخبرات مع قيمهم وعاداتهم مما يساعدهم على الانفتاح على العالم الخارجي.

وهكذا تطورت السياحة وأصبحت ظاهرة اجتماعية تعمل من خلال انتقال الأفراد بمختلف ثقافتهم وأجnasهم ودياناتهم وأذواقهم على إيجاد نوع من التوافق الاجتماعي بين هؤلاء، مما يؤدي إلى إيجاد نوع من التوازن الاجتماعي سواء على المستوى الدولي أو على مستوى الدولة الواحدة كما تؤدي إلى تنمية الأذواق والثقافات وتبرز أهمية السياحة الاجتماعية والثقافية.

ولم يتوقف الأثر الإيجابي للسياحة ليحقق التوازن الاجتماعي فحسب بل تعد صناعة السياحة من أهم الصناعات الاقتصادية الواعدة التي لا تنضب فهي صديقة الإنسان والبيئة معا عكس الصناعات الاقتصادية كصناعة الطاقة التي ترهم إيراداتها بمشاكل الندرة ومخاطر هذه الصناعات على البيئة؛ كما أن صناعة السياحة تتميز بمرونة إيجابية تجاه المتغيرات الاقتصادية وغالبا عند الاعتماد على المقومات الطبيعية فإن مرونة هذه الصناعة للازمات تكون ضعيفة نسبيا.

**المحور الثاني: مقومات ومؤشرات صناعة السياحة بالجزائر والمغرب**

بعد ما تعرفنا على دور السياحة وأهميتها في نمو الاقتصاد العالمي، يمكن استعراض أهم المقومات السياحية التي تزخر بها كل من الجزائر والمغرب، وأهم مؤشرات صناعة السياحة في البلدين .

### 1- المقومات السياحية للبلدين:

**1-1 المقومات السياحية للجزائر:** تعتبر الجزائر من الدول التي تحتوي على مقومات وإمكانيات سياحية هامة سواء كانت طبيعية حضارية أو تاريخية إضافة إلى الإمكانيات المادية والمؤسسية الهائلة على الجذب السياحي والتي من شأنها تحقيق تنمية اقتصادية لو تم استغلالها بحكمة.

**أولاً: المقومات الطبيعية، الحضارية والتاريخية:** تعد الجزائر بوابة إفريقيا المطلة على أوروبا والبحر الأبيض المتوسط، والقلب النابض للدول المغاربية فهي تجمع بين الصفات الإفريقية والمتوسطية، يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومالي والنيجر جنوباً، المغرب غرباً و موريتانيا من الجنوب الغربي، تونس وليبيا شرقاً، إذ تعد الجزائر أكبر بلد إفريقي بمساحة تقدر بـ 2.381.741 كلم<sup>2</sup> وشريط ساحلي يقدر بـ 1200 كلم تتخلله رؤوس أو خلجانا، ومن أهم شواطئ الجزائر: وهران، الجزائر، عنابة، جيجل، سكيكدة والقالة.، خلال 2016 بلغ عدد سكانها 40.4 مليون نسمة.<sup>10</sup>

تتميز الجزائر بمناخ متوسطي معتدل، حيث يسود مناخ البحر الأبيض المتوسط منطقة التل فهو دافئ جاف صيفا معتدل ممطر شتاء، تتراوح فيه درجات الحرارة ما بين 25° صيفا و 11° شتاء، ومناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا، أما الصحراء فتعد من المناطق المتطرفة في درجات الحرارة حيث تتجاوز الـ 40° صيفا.

وتتربع الجزائر على أربع أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الامتداد، وهي تتتابع من الشمال إلى الجنوب، ففي الشمال تمتد سهول التل الجزائري، مثل سهول متيجة، وهران وعنابة، ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية، منها جبال " شيليا " بالأوراس بالشرق بارتفاع قدره 2328 متراً، قمة "لالة خديجة" بجبال جرجرة بمنطقة القبائل الكبرى 2308 متراً، وغيرها من الجبال التي تتميز بها تضاريس الجزائر التي يمكن استغلالها في تطوير السياحة الجبلية وما ينطوي عن هذا النمط السياحي من متعة وترفيه وممارسة بعض الرياضات والترحلق، خاصة وأن هذه الجبال تتوفر على مقومات الجذب السياحي من جمال الطبيعة، غابات وتلوج مثل: الشريعة بولاية البليدة،



تتكجدة بولاية البويرة وناغياقبا وولاية تيزي وزو، وهي تعتبر محطات عامة للترحلق ومجهزة لممارسة هذه الهواية، كما تتخلل هذه الجبال وغيرها شعابا ومنابع مائة وحيوانات وطيور بمختلف الأشكال والألوان، مما يؤهل هذا المنتج السياحي ليرقى إلى مستوى الطلب عليه وتلبية رغبات هواة السياحة الترفيهية والجبلية.

أما جنوب الجزائر فيمثلها الأطلس الصحراوي، ويظهر في الصحراء الجزائرية الممتدة على مساحة شاسعة تشكل أكثر من 80% من المساحة الكلية للبلاد، وتحتوي على عدد كبير من الواحات المتناثرة عبر الصحراء، تتميز بغابات النخيل وتربة خصبة وكثبان رملية وهضاب صخرية وسهول حجرية، ومن هذه المناطق بسكرة، غرداية، أدرار، وادي سوف، عين صالح، ورقلة، تقرت، جانت وتمنراست؛ وأكثر ما يميز صحراء الجزائر منطقة - الأهقار - بتمنراست والتي تكتسي أهمية كبيرة في التراث الطبيعي للبلاد، نظرا لما يتوفر عليه من كنوز وشواهد تحمل الكثير من خصوصيات هذه المنطقة المتميزة بتنوع تضاريسها ومناخها وبسلسلة جبالها الشاهقة التي صقلتها الرياح المحملة بالرمال التي تميزها قمة" تاهات بار تفاع قدره 2918 مترا، كما تحتوي صخورها على بقايا حيوانية ونباتية تدل على وجود الحياة بهذه المنطقة منذ العصور الجيولوجية القديمة تعود إلى أكثر من عشرة آلاف سنة، كالزرافة، وحيد القرن والفيلة، ويشهد على ذلك تلك الرسوم والنقوش الصخرية المنتشرة في معظم مناطق هذا المتحف الطبيعي والتاريخي، وتعتبر صحراء الجزائر منتوجا سياحيا ثريا ومتنوعا يجب حمايته واستغلاله للنهوض بالسياحة الصحراوية، لتصبح موردا لتحقيق إيرادات سياحية لخزينة الدولة إذا حظي باهتمام في التوجهات الاقتصادية المستقبلية للجزائر.

أما فيما يخص المقومات السياحية الحضارية والتاريخية فتعتبر الجزائر من الدول التي تملك إرثا تاريخيا وحضاريا، تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مروراً بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد، الذي يتميز بتنوع حضاراته ومواقعه الأثرية التي تعكس الإرث الثمين.

و من أهم المواقع التاريخية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر "موقع الناسيلي"، الذي يعتبر من أهم وأروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية والذي يعود تاريخه إلى 6000 سنة قبل الميلاد، وتتجلى عظمته من حفرياته التي كشفت عن بقايا الحيوانات والنباتات التي كانت تعيش بهذه المنطقة، إضافة إلى "حي القصبه" في

الجزائر العاصمة والتي شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر، تمثل إحدى وأجمل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطية، وتطل على جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين خلال القرن الرابع قبل الميلاد؛ وأيضا "وادي ميزاب" غرداية الذي يعود تاريخ بنائه إلى القرن العاشر ميلادي، وما يميز هذا الموقع قيمته الجمالية، إذ يحيط به خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي، وهي عبارة عن قرى محصنة ذات هندسة بسيطة متناسبة مع طبيعة البيئة في هذه المنطقة. إضافة إلى "موقع تيمقاد"، الذي كان يعرف باسم "ثاموقاديو Thamugadi" ويوجد هذا الموقع الأثري على بعد 37 كيلومتر من مدينة باتنة على طريق روماني يصل بين مدينتي "لامباز" و "تبسة"، التي كانت تعرف باسم "تيفست Tifast" ويعود تاريخ بناء هذه المدينة إلى أكثر من 1000 سنة ميلادية؛ كما تعتبر قلعة بني حماد من المواقع الأثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر، فهي تتوفر على آثار رومانية كالأسوار والقبور القديمة، وعلى آثار إسلامية، و آثار للدولة الحمادية ودولة الموحدين خلال فترة تواجدهم بهذه المنطقة، ويوجد بولاية سطيف "موقع جميلة" الذي كان يعرف قديم باسم "كويكول Cuicul" وهي تسمية ذات أصل نوميدي لمدينة رومانية، ويتشابه تصميم هذه المدينة "مع نظيره لمدينة "تيمقاد" الأثرية، أما الجزائر العاصمة فهي تتوفر على العديد من المعالم التاريخية، التي تشهد عن تاريخ هذه المنطقة، ومن هذه المعالم والمواقع التاريخية "دار عزيزة"، وهي عبارة عن قصر بني في العهد العثماني لاستقبال بعض ضيوف القصر، وثمة "مسجد كتشاوة" الذي تم بنائه في عهد "الباي لارباي" التركيب الجزائر العاصمة منذ أكثر من أربعة قرون مضت. وأيضا "الجامع الكبير" الذي يعتبر أكبر مساجد العاصمة، تم بنائه من طرف المرابطين في نهاية القرن الحادي عشر.

كما يشمل التراث الحضاري والثقافي للجزائر رصيذا هاما من المتاحف منها، " المتحف الوطني سيرتا "بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر، جاءت فكرة إنشاء هذا المتحف سنة 1852 م لجمع الأعداد الكبيرة من الحفريات التي تم اكتشافها بهذه المدينة وعلى مستوى منطقة الشرق الجزائري ككل (86) إضافة إلى هذا المتحف فإن التراث الحضاري والتاريخي للجزائر يتوفر على كم آخر من المتاحف، إلى جانب هذا التراث الحضاري والثقافي الذي تتوفر عليه الجزائر فإنها تملك تراثا ثقافيا شعبيا، يتمثل في إرث من العادات والتقاليد المحلية، ومنتجات متنوعة للصناعة التقليدية، مثل

صناعة الزرابي التي تشتهر بها بعض مناطق البلاد، مثل منطقة غرداية، الجلفة، الأوراس، وصناعة النحاس التي تعرف بها مدينة قسنطينة، وصناعة الفخار المتواجدة في عدد من مناطق البلاد سيما منطقة القبائل.

إن هذا الرصيد من الإمكانيات الطبيعية والتاريخية والحضارية للجزائر لا يستهان به، مما يجب المحافظة عليه واستغلاله وتثمينه، للنهوض وتطوير الأنماط السياحية المرتبطة بهذا المنتج السياحي، وجعله قادرا على المنافسة في سوق السياحة العربية والإفريقية، لرفع حصتها من السياحة الدولية.<sup>11</sup>

### ثانياً: المقومات المادية (البنى والهيكل القاعدية) والخدمية

تمتلك الجزائر اليوم هيكل قاعدية هامة من شأنها تفعيل النشاط السياحي وزيادة عائداته، من أهمها:

➤ المواصلات: بكافة أنواعها وأشكالها، فالجزائر تمتلك 118567 كلم من الطرق البرية<sup>12</sup>، كما يربط الجزائر مع دول الساحل طريق عابر للصحراء يسمى بطريق الوحدة الإفريقية على مسافة 2344 كم، إضافة إلى الطريق السيار شرق-غرب والذي يربط حدودها مع كل من تونس والمغرب بطول 1216 كم.

➤ وتمتلك الجزائر سكة حديدية بطول 4200 كم منها 215 كلم خطوط مكهربة. إضافة إلى 55 مطار منها 12 مطار دولي والباقي داخلي واسطول جوي مكون من 63 طائرة، زد إلى هذا 17 ميناء وأسطول بحري مكون من 74 سفينة.<sup>13</sup>

➤ الاتصالات: تمتلك الجزائر اليوم أكثر من 3268000 خط هاتفي ثابت وقد بلغ عدد المشتركين بالهاتف المحمول والانترنت للعام 2015 على التوالي 43228000 و1838000 مشترك.<sup>14</sup>

➤ المؤسسات الخدمية: تمتلك الجزائر اليوم أكثر من 1184 فندق بطاقة استيعابية 100305 سرير و29 بنك ومؤسسة مالية موزعة في شكل فروع على المستوى الوطني<sup>15</sup>، وأكثر من 3633 مكتب بريد.

### الجدول رقم (1): يبين المقومات المادية والخدمية بالجزائر للفترة 2010-2015

المواصلات	الاتصالات	المؤسسات الخدمية
-----------	-----------	------------------

1184 فندق كل التصنيفات	3268000 خط هاتفي ثابت	118567 كلم طرق برية
29 بنك ومؤسسة مالية	43288000 مشترك بالهاتف	4200 كلم سكك حديدية
3633 مكتب بريد	المحمول	55 مطار منها 12 مطار دولي
	1838000 مشترك انترنت	17 ميناء واسطول بـ 74 سفينة

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات البنك الدولي، النشرة الإحصائية لجامعة الدول العربية وحميدة بوعموشة مرجع سبق ذكره، وعبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، " متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري"، المجلة الجزائرية للتنمية، عدد 4 جوان 2016، ص 6.

**1-2 المقومات السياحية بالمغرب:** تعمل المغرب على منافسة البلدان السياحية بالمنطقة خاصة وأن لديها مميزات سياحية منها الموقع الجغرافي وقربه من بلدان أوروبا الغربية وطبيعتها الجبلية الخلابة وامتداد شواطئها على البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي، إضافة إلى الزخم التراثي والإسلامي الكبير الذي تتمتع به. أولاً: المقومات الطبيعية، الحضارية والتاريخية: تتميز المغرب بموقع جغرافي استراتيجي، حيث تمتلك واجهتين بحريتين، المحيط الأطلسي في الغرب والبحر المتوسط في الشمال، تتربع على مساحة قدرها 710 850 كلم<sup>2</sup> إضافة إلى شريط ساحلي يمتد على طول 3500 كلم، كما يتوفر المغرب على عدة سلاسل جبلية، تتمثل في سلسلة الأطلس الكبير، الذي توجد فيه أعلى قمة جبلية في الوطن العربي وهي جبل طوبقال الذي يقدر علوه بحوالي 4165 مترا، وسلسلة الأطلس الساحلي والأطلس الأوسط، ويتخلل هذه الجبال عدة سهول، أهمها: سهل وادي دراع، سهل وادي سوس، سهل مراكش، سهل فاس وسهل مكناس. تعتبر هذه الجبال بمثابة خزان للمياه بالمغرب، حيث أن معظم الأنهار المهمة في هذا البلد تتبع من هذه الجبال. وتتمثل أهم الأنهار في نهر سبو، نهر أم الربيع، نهر بورقراقن، نهر سوس ونهر ملوية. كما يحوي المغرب عدة سبخات، أهمها سبخة تاه التي تنحدر إلى ما دون مستوى سطح البحر بحوالي 55 مترا.

يتمثل جنوب المغرب في منطقة صحراوية، تتميز برمالها وواحاتها المنتشرة في مختلف أنحاء الجنوب، وقد نتج عن التقاء وتداخل بعض المناطق الصحراوية مع الساحل الغربي الجنوبي، لوحة طبيعية غاية في الجمال.

أما فيما يخص المقومات السياحية الحضارية والتاريخية فالمغرب يتميز بتراث ثقافي وتاريخي يعود إلى عصور ما قبل التاريخ، يعكس أمجاد وحضارات عريقة مرت على المغرب، على غرار الحضارات الرومانية، الفينيقية والإسلامية. يتوفر المغرب على عدد كبير من المواقع الأثرية التاريخية، منها ما يعود إلى العصر الحجري على غرار مقالع طوما ومغارة تافوغالت، ومنها ما يعود إلى ما قبل الإسلام على غرار موقع ثمودة، وموقع الأفواس الأثري، كما يتوفر على مواقع أثرية ومعالم تاريخية تعكس الحضارة الإسلامية في المغرب، على غرار موقع القصر الصغير، مدينة سبتة الإسلامية وضريح المعتمد بن عباد، وقد تم تصنيف مواقع أخرى في المغرب ضمن التراث العالمي، من طرف منظمة اليونسكو، على غرار مدينة فاس القديمة ومدينة مراكش. كما يتميز المغرب بتراثه الشعبي الغني بعادات وتقاليد وصناعات تقليدية تعبر عن أصالة هذه المنطقة، على غرار صناعة السجاد، النحاس، الجلد، الطرز وصناعة الحرير.

يولي المغرب اهتماما كبيرا بالمهرجانات التي تقام في البلاد، على غرار المهرجان الدولي للسينما بمراكش، مهرجان أغادير للموسيقى العربية والعديد من المهرجانات الأخرى.<sup>16</sup>

### الجدول رقم (2): يوضح أهم مناطق الجذب السياحي في المغرب.

المناطق	نقط الجذب فيها
الرباط	شارع الحسن الثاني، سور الأندلس، أسواق شعبية، برج القراصنة، متحف الفنون المغربية، شارع محمد الخامس
الدار البيضاء	ساحة الأمم المتحدة، نافورة ماء موسيقية ملونة، مسجد الحسن الثاني، أسواق شعبية، منطقة عين الذيب على طول الشاطئ
فاس	نهر وادي فاس، أزقتها القديمة، مدارس عتيقة، فاس الجديدة، أسواق شعبية أصيلة، جدرانها لوحات فنية، شاطئ الأصيلة
مكناس	باب المنصور الضخم، القصر الملكي، مركز التزلج، مدينة ويلي الرومانية
طنجة	سهول وجبال، شاطئ رملي، قرى اصطياف دولية، حديقة المنديبية
مراكش	ساحة جامع الفناء، قصر الباهية، حدائق ماجوريل، المكتبية، أسواق مراكش، مساجد، حدائق، مدارس قديمة، قصور

المصدر: بوفليح أنبيل، تقوروت محمد، مرجع سابق.

ثانياً: المقومات المادية والخدمية بالمغرب: تمتلك المغرب اليوم هيكل قاعدية هامة تخدم النشاط السياحي وتساهم بفعالية في زيادة عائداته، من أهمها:

➤ المواصلات: بكافة أنواعها وأشكالها، فالشبكة الطرقية بالمغرب بلغت 59040 كلم عام 2016، منها 44000 كلم معبدة بالإضافة إلى 7500 منشأة فنية. كما تضم هذه الشبكة 1800 كلم من الطرق السيارة مفتوحة أمام حركة السير وحوالي 960 كلم من الطرق السريعة. وتعتبر هذه الشبكة الطرقية الوسيلة الأساس للتنقل حيث تؤمن أكثر من 90% من تنقلات الأشخاص أكثر من 75% من نقل البضائع بالمغرب باستثناء نقل الفوسفاط، وتمثل أنشطة النقل الطرقي 6% من الناتج الداخلي الخام وتشغل حوالي 10% من الساكنة النشيطة بالوسط الحضري، كما تمتلك 2110 كلم من خطوط السكك الحديدية منها 600 كلم ذات اتجاهين و1284 كلم من الخطوط تعمل بالطاقة الكهربائية، تربط هذه الخطوط بين الجنوب (مراكش) والشرق (وجدة) مع باقي الشبكة الوطنية إلى طنجة، آسفي، وادي زم، الجديدة وبوعرفة<sup>17</sup>، إضافة إلى 33 مطار منها 18 مطار دولي والباقي داخلي، زد إلى هذا 27 ميناء.<sup>18</sup>

➤ الاتصالات: تمتلك المغرب اليوم أكثر من 3516000 خط هاتفي ثابت وقد بلغ عدد المشتركين بالهاتف المحمول والانترنت للعام 2011 على التوالي 36554000 و3182000 مشترك.

➤ المؤسسات الخدمية: تمتلك المغرب اليوم أكثر من 3006 فندق بطاقة استيعابية 221611 سرير و20 بنك ومؤسسة مالية موزعة في شكل فروع على المستوى الوطني، وأكثر من 1802 مكتب بريد. و270868 صندوق بريدي.<sup>19</sup>

**الجدول رقم (3): يبين المقومات المادية والخدمية بالمغرب للفترة 2010 - 2015**

المواصلات	الاتصالات	المؤسسات الخدمية
42613 كلم طرق برية	3516000 خط هاتفي ثابت	3006 فندق بكل التصنيفات
2110 كلم سكك حديدية	36554000 مشترك بالهاتف	20 بنك و مؤسسة مالية
33 مطار منها 18 دولي	المحمول	1802 مكتب بريد
27 ميناء	3182000 مشترك انترنت	270868 صندوق بريدي

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على معطيات جامعة الدول العربية النشرة السادسة، وزارة التجهيز والنقل واللوجستيك المغربي.

2- مؤشرات صناعة السياحة بالبلدين: بعد دراسة أهم الموارد السياحية التي تزخر بها كل من الجزائر، نحاول عرض بعض المؤشرات التي تعكس واقع القطاع السياحي بالبلدين في ظل جهود حكومتي البلدين والمتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 بالنسبة للجزائر، أو في ظل مخططات رؤية 2010 ورؤية 2020 بالنسبة للمغرب. 1-2- مخططات التهيئة السياحية للبلدين:

أولاً: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 بالجزائر: هذا المخطط هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية، والذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون 02/01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001، والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، تصبوا الجزائر من خلال هذا المخطط إلى ما يلي: تحديد المحطات الرئيسية للتنمية السياحية الوطنية على فترات مختلفة، حيث عمدت الدولة إلى اختيار المحطة الأولى على المدى القصير خلال سنة 2009، ثم المحطة الثانية تكون على المدى المتوسط وذلك في أفق 2015، والمحطة الأخيرة للتنمية السياحية تكون على المدى البعيد وذلك في أفق 2025. تتمثل الأهداف المادية للفترة (2008-2015) فيما يلي:

الجدول رقم (4): خطة الأعمال السياحية لآفاق 2025 بالجزائر:

السنة	2007	2015
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84869 يعاد تأهيلها	159.869 منها 75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7 %	03 %
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200000	400000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الحركيات الخمسة وبرنامج الأعمال ذات الأولوية، ص 18، وزارة السياحة الجزائرية. [www.matta.gov.dz](http://www.matta.gov.dz)

أما فيما يخص الأهداف النقدية من أجل تنفيذ خطة الأعمال، والوصول إلى الأهداف المادية للمخطط التوجيهي تحتاج الجزائر إلى ميزانية معتبرة، بحيث قدر الاستثمار العمومي والخاص الضروري لإنجاز المشاريع السياحية بين (2008-2015) بـ 2,5 مليار دولار، على مدى سبعة سنوات أي 350 مليون دولار سنويا.<sup>20</sup>

ثانياً: برنامج رؤية 2020 بالمغرب: من أجل النهوض بسياحته، تبنى المغرب برنامجاً شكل نقطة تحول في السياسة السياحية؛ حيث عملت الدولة المغربية على وضع مخطط استراتيجي ( رؤية 2010/2000 ) تمثل في وضع سياسة لتنمية القطاع تقوم على خلق ديناميكية النمو المستدام والمندمج. وقد فتحت عدة أورش تهدف إلى خلق دينامية داخل النشاط السياحي، وركزت بالخصوص على تنويع المنتجات، وتحرير سوق الربط الجوي، وتقديم صورة جديدة عن المغرب بفضل اعتماد أساليب جديدة للتسويق وإطلاق ورش تكوين الرأسمال البشري.<sup>21</sup>

ومن حيث النتائج فقد كانت كما يلي مقارنة بالتوقعات المرسومة:

#### الجدول رقم (5): إنجازات وتوقعات وأهداف رؤية 2010 للمغرب

نسبة الإنجازات	أهداف رؤية 2010	إنجازات 2010	2001	
93%	10	9.3	4.4	وصول السياح إلى الحدود ( بالملايين، بما فيهم المغاربة المقيمين بالخارج)
97%	480	465	51	العائدات التراكمية للسياحة ( بملايير الدراهم سنة 2000 باعتبارها سنة مرجعية)
78%	230	180	97	الطاقة الابوائية (بالآلاف الأسرة)
37%	50	18.5	12.7	مبيلات السياح ( بالملايين، سياح أجنب ومحليون)
40%	20%	8%	6.1%	مساهمة السياحة في الناتج الداخلي الخام المغربي (بالنسبة المئوية من الناتج الداخلي الخام، حصة مباشرة وغير مباشرة)

المصدر: المجلس الاقتصادي والاجتماعي و البيئي المغربي، "رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي"، مشروع القانون 14- 80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الايواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية، إحالة رقم: 2015/16. ص: 12. [www.cese.ma](http://www.cese.ma)

بعد انتهاء رؤية 2010/2000 تم الشروع في وضع رؤية جديدة في إطار استمرارية تنمية القطاع السياحي وهي رؤية 2020/2010 وحسب المخططين



والمهندسين للسياسة السياحية بالمغرب، فهذه الأخيرة تبرز الخيار الاستراتيجي للدولة والفاعلين الاقتصاديين وجعل السياحة من الأولويات للنهوض بالتنمية والتهيئة الترابية، أما عن أهم خطوطها العريضة: - استقطاب حوالي 20 مليون سائح في أفق سنة 2020. - خلق 470.000 ألف منصب شغل. مضاعفة المداخل السياحية لتصل إلى 140 مليار درهم سنة 2020.<sup>22</sup>

ويمكن عرض أهم مؤشرات رؤية 2020 في الجدول التالي:

#### الجدول رقم (6): أهم مؤشرات رؤية 2020 للمغرب

السنة	2010	2015	2020
الطاقة الايوائية (عدد الأسرة)	178000	256400	372300
عدد السياح غير المقيمين (بالملايين)	9.2	13.7	20
عدد الرحلات المحلية ( إقامات في مؤسسات الايواء السياحي المصنفة بالملايين)	1.850	3.930	5.752
العائدات السياحية لغير المقيمين (بملايير الدراهم)	560	850	1380
العائدات السياحية لغير المقيمين (بملايير الدولارات)	57.3	87	141.3
الناتج الداخلي الخام السياحي المباشر (مليار درهم)	599	934.93	1485.18
الناتج الداخلي الخام السياحي المباشر (مليار دولار)	61.27	95.73	152.08
فرص شغل ناتجة مباشرة النشاط السياحي	449283	645147	914706

المصدر: المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المغربي، "رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي"، مشروع القانون 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الايواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية، إحالة رقم: 2015/16. ص: 13. [www.cese.ma](http://www.cese.ma)

#### 2-2-أهم المؤشرات السياحية للبلدين :

أولاً: تطور اجمالي الفنادق بالجزائر والمغرب: عرفت كل من الجزائر والمغرب تطورا في هذا مجال زيادة عدد الفنادق ولو انه متباين جدا بين البلدين، وهذا يتبين من الجدول التالي:

## الجدول رقم(7): تطور عدد الفنادق حسب درجة تصنيفها للفترة ( 2008 - 2014 )

		5 نجوم	4 نجوم	3 نجوم	2 نجمة	1 نجمة	أخرى	المجموع
2008	الجزائر	13	53	142	160	99	680	1147
	المغرب							1720
2009	الجزائر	13	57	152	148	101	680	1151
	المغرب	—	—	—	—	—	—	1806
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
2010	الجزائر	13	39	77	72	58	893	1152
	المغرب	—	—	—	—	—	—	2171
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
		—	—	—	—	—	—	
2011	الجزائر	13	64	60	74	58	915	1184
	المغرب	69	168	190	185	187	1576	2375
2012	الجزائر	8	5	38	46	116	942	1155
	المغرب	76	173	203	192	225	1885	2754
2013	الجزائر	8	5	38	46	149	930	1176
	المغرب	77	180	205	205	256	2096	3019
2014	الجزائر	8	6	39	46	149	937	1185
	المغرب	77	187	213	212	271	2239	3199

\*أخرى: فنادق بدون نجمة + إقامات سياحية + موتيل + نزل + ماوى + وتصنيفات أخرى

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

من خلال الجدول يظهر لنا التباين الواضح بين تطور الحظيرة الفندقية للجزائر والحظيرة الفندقية للمغرب، الأمر الذي يبين وجهة كلا البلدين في النهوض بالقطاع

السياسي، ومدى رغبتها في استقبال المزيد من السواح ومضاعفة الليالي السياحية من خلال توفير هياكل الاستقبال، وهذا من أجل جذب وزيادة المداخيل الناتج عن المبيت بالفنادق، وهو ما يدل على الوعي الجيد للدولة بأهمية هذه المداخيل ومدى عزمها على الاعتماد عليه كمورد اقتصادي ومالي للبلد وكعامل أساسي في التنمية على جميع المستويات.

أما من حيث مقارنة النتائج مع المخططات الخاصة للنهوض بالقطاع السياحي لكل من الجزائر والمغرب فتطور الحظيرة الفندقية يعكس عدم تطبيق السياسات المسطرة من قبل الدولة الجزائرية في إطار النهوض بالقطاع السياحي، وضعف التسيير للقطاع وعدم نجاعة الاجراءات المتخذة لتشجيع الاستثمار في القطاع. كما يبين الجدول التطور السريع لإجمالي عدد الفنادق بالمغرب، الأمر الذي ينم عن رغبة الحكومة في النهوض بالقطاع السياحي والاعتماد عليه في المساهمة في التنمية الاقتصادية للمغرب.

#### ثانياً: تطور عدد السواح (الوافدين أو المغادرين) للبلدين

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

الجدول رقم (8): تطور عدد السواح الوافدين إلى الجزائر والمغرب خلال الفترة  
(2015 - 2008)

	2008	2009	2010	2011	2012
الجزائر	1 771 749	1 911 506	2 070 496	2 394 887	2 634 056
المغرب	7 879 000	8 341 000	9 288 338	9 342 133	10 046 264
	2013	2014	2015		
الجزائر	2 732 731	2 301 000	1710000		
المغرب	10 282 944	10 176 762	10177000		

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

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

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

## الجدول رقم (9): تطور عدد المغادرين خلال الفترة 2008-2015

	2008	2009	2010	2011	2012
الجزائر	1539000	1677000	1757000	1715000	1911000
المغرب	3421000	2293000	2175000	2378000	2323000
	2013	2014	2015		
الجزائر	2136000	2839000	3638000		
المغرب	2195000	1850000	1910000		

المصدر: من اعداد الباحثين بناءا على معطيات البنك

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

كما أن عامل الأسعار يلعب دورا كبيرا في توجيه الطلب السياحي فالاستقرار النسبي للدرهم مقابل كل من الدولار واليورو وبعض العملات الأخرى، كما ان انخفاض أسعار المنتجات السياحية المغربية وتحسن جودتها يدفع المغاربة للطلب عليها. من جهة أخرى نرى أن عدد المغادرين بالجزائر يفوق عدد السواح الوافدين وخصوصا نحو دول الجوار (تونس والمغرب) نظرا لانخفاض أسعار المنتجات السياحية مقارنة بالجزائر وجودتها. كما أن الثقافة السياحية غائبة بأغلب مدن الجزائر ما يجعل الجزائريين يفضلون مغادرة البلد.

ثالثاً: نصيب البلدين من الإيرادات السياحية الدولية: بلغ الإيراد العالمي للسياحة عام 2015 ما قيمته 1.44 ترليون دولار، اما فيما يخص الجزائر فقد كان أدائها ضعيفا ونمطيا، مما حال دون حصولها على حصة معتبرة من الإيرادات السياحية، مقارنة دائما مع المغرب والتي كان أدائها جيدا وحققت عوائد معتبرة من العملة الصعبة. الجدول رقم (10): تطور إيرادات السياحة للجزائر والمغرب بالأسعار الجارية بمليون

## الدولارات الأمريكية للفترة (2008-2015)

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الجزائر	473	361	324	300	295	326	347	357
المغرب	8885	7980	8176	9101	8491	8201	8747	7765

المصدر: من إعداد الباحثين بناءا على معطيات البنك الدولي

[http://data.albankaldawli.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=MA&year\\_high\\_desc=false](http://data.albankaldawli.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=MA&year_high_desc=false)

رابعاً: تطور عدد العمال بالقطاع السياحي: تمثل السياحة أحد القطاعات الاقتصادية التي يعتبر فيها العامل البشري أحد عناصره الأساسية لقيام النشاط السياحي، عكس الصناعة والزراعة التي يمكنها أن تعتمد أكثر على الوسائل التكنولوجية. الجدول التالي يظهر تطور العمالة في القطاع السياحي بكل من الجزائر والمغرب للفترة المدروسة.

#### الجدول (11): تطور العمالة بالقطاع السياحي للجزائر والمغرب (2008-2015)

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

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

نلاحظ من خلال المخطط زيادة في عدد العمال بالقطاع السياحي بكل من الجزائر والمغرب إلا أن نسب هاته الزيادة متفاوتة. ولا تحقق الأهداف المرسومة في المخططات التنموية المسطرة، أما فيما يخص المغرب فالزيادة معتبرة وملحوظة خصوصا من السنة 2013 للسنة 2014 والمقدرة ب 195000 منصب. وقد احتلت الجزائر المرتبة 86 عالميا لسنة 2011 والرتبة 117 ضمن مؤشر المساهمة الإجمالية لقطاع السياحة في التشغيل. وحسب وزارة السياحة يمكن تقدير عدد مناصب الشغل في قطاع السياحة بالعلاقة التالي<sup>23</sup>: عدد المناصب المحدثة = عدد الأسرة x 0,5، ويتوقع أن يساهم في التشغيل سنة 2022 بـ 7.2% من مجموع العمالة.<sup>24</sup>

#### المحور الثالث: تحديات وفرص صناعة السياحة بالجزائر والمغرب

تتميز كل من الجزائر والمغرب بتوافر الثروات والمصادر الطبيعية التي تسهم في تعزيز قطاع السياحة، حيث تتنوع الأنشطة السياحية به وتتراوح بين سياحة السفاري والسياحة الثقافية والأنشطة الترفيهية وسياحة الشواطئ وغيرها من أنواع السياحة. ولكن على الرغم من ذلك، فإن تنمية وتطوير صناعة السياحة يتطلب بذل المزيد من الجهود لرفع قدرتها التنافسية في الأسواق العالمية، خاصة وأن الأمر لم يعد يعتمد بشكل منفرد على ما تمتلكه الدولة من موارد طبيعية بقدر ما يعتمد على قدرتها على إدارة هذه

الموارد وزيادة مهارات الموارد البشرية العاملة بها. وسيتم عرض أهم التحديات التي تواجه القطاع السياحي بدولتي الجزائر والمغرب وكذلك التطرق إلى أهم فرص تنمية هذا القطاع وخاصة في الجزائر.

**1- التحديات التي تواجه صناعة السياحة:** تتباين التحديات التي تواجه صناعة السياحة بتباين درجات التقدم الاقتصادي والحضاري في دول العالم، وفي الجزائر تواجه صناعة السياحة العديد من العقبات والمشكلات التي أدت إلى تقلص دور السياحة في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، ورغم ما تحتويه الجزائر من موارد ومقومات للنهوض بواقع السياحة، فإن قطاع السياحة لم يلق الاهتمام مقارنة بجارتها المغرب؛ وذلك لا يعني بان المغرب قد استغل جميع مقومات السياحة لبلوغ الأهداف المسطرة من خلال الاستثمار السياحي في المغرب، ويظل أهم عائق تعاني منه المغرب هو الاعتماد بشكل كبير على السياحة الموسمية. ناهيك عن المعوقات والتحديات التي ما تزال تواجه التنمية السياحية في البلدين ينبغي مواجهتها وأهمها:

- الافتقار إلى إستراتيجية واضحة المعالم حول السياحة وأفاق تطورها، رغم ما سبق ذكره من إستراتيجية تنمية السياحة حتى عام 2025 ومحاولة تحسين صورة كل من الجزائر والمغرب السياحية بالخارج وجذب الاستثمارات من أجل تسويق المنتج السياحي.

- ضعف موقع التنمية السياحية في خطط التنمية، مما يقلل وباستمرار من أهميتها في إطار ضعف التخصيصات المالية المخصصة للسياحة، مما يعكس قلة المشاريع المنجزة أو المخطط لها وضعف أداء السياسات العامة في تبني إستراتيجية واضحة المعالم للسياحة.

- نظام التأشيرة بين الدول وخاصة بين الجزائر والمغرب، إذ تعد كل منهما منطقة عبور لمناطق سياحية أخرى، وبالتالي عن نظام تأشيرات العبور سيجعل من مناطق العبور في حد ذاتها مناطق استكشاف سياحي، وستعكس على هذه المعابر بتوفير الهياكل الضرورية للسياح، ومن ثم زيادة عوائد السياحة من خلال هذه المعابر.

- الفقر الواضح في البيانات والمعلومات والإحصاء السياحي؛ حيث غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي، فلا شك أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية، فالنظام

الإحصائي في بعض الدول خصوصاً العربية منها يتصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية، وعدد السائحين موزعاً على شهور السنة وعدد الليالي السياحية، إن الجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط في مجال السياحة.

- ضعف البنية التحتية؛ حيث يمثل تدني مستوى البني التحتية بالجزائر والمغرب أحد أهم العقبات التي تواجه السياحة نظراً لاعتماد القطاع السياحي على تلك البني مقارنة بغيرها من قطاعات الاقتصاد الأخرى، حيث يضر ضعف البنية التحتية بتسويق المنتج والخدمات السياحية المقدمة. كما تتسم شبكة النقل الجوي بالجزائر بتدني مستواها مقارنة بمناطق العالم الأخرى، كما يتسم بارتفاع تكاليفه وانخفاض مستوى الجودة، كما أن المطارات قليلة ومعظمها غير حديثة، كما أن شبكات البني التحتية يتركز أغلبها في المناطق الحضرية، وهو ما يعنى أن المناطق الريفية والمدن الصغرى تفنقر إلى تلك الخدمات بشكل كبير. اما بخصوص المغرب فهي تدعم السياحة الموسمية على حساب الصناعة وهو ما أدى الى التأثير السلبي للاهتمام بالسياحة على القطاعات الهيكلية الأساسية كالصناعة والزراعة.

- تواضع وقلة المؤسسات التعليمية وضعف مستوى التأهيل والتدريب لدى نسبة عالية من العاملين وقصور برامج التدريب السياحي والفندقي للنهوض بمستوى الخدمات والتسهيلات السياحية التي تتطلب قوى عمل مؤهلة. وقد سعت الجزائر مؤخراً إلى الاستفادة من التجربة الكندية الرائدة لتأهيل الموارد البشرية إضافة إلى التجارب التونسية والفرنسية من خلال دورات تدريبية.

- تواضع الوعي السياحي وتخلف التوعية الشعبية بأهمية السياحة لدى معظم المواطنين.

- تواضع خطط الترويج والتسويق السياحي وقصور الاعتمادات الحكومية المخصصة للتسويق والبحوث والإحصاءات والإعلام السياحي.

- انخفاض وتدني مستوى النظافة العامة في المدن والمناطق السياحية الأثرية، وعدم كفاية كل من المرافق العامة ونظام معالجة القمامة في إطار انخفاض الوعي السياحي.



- تقليدية البرامج السياحية وعدم وجودها أصلا مما يقف حائلا دون إطالة مدة إقامة السائح.

- الإهمال للمناطق الاثرية والمدن الحضرية وخصوصا المواقع التاريخية، فهناك تقصير في أعمال الصيانة والترميم وإعادة البناء، فضلا عن عدم وجود نظام مبرمج لزيارة وزيادة وجذب السائحين لهذه المناطق.

- عدم الاهتمام بالسياحة الدينية التي استطاعت الدول الأوروبية من خلالها تحقيق الريادة في صناعة السياحة، فالجزائر والمغرب يزخران بأثار تاريخية تخص أشهر الديانات التي عرفتها البشرية لكنها لم تستثمر بالشكل الذي يدعم قطاع السياحة.

- ضعف برامج السياحة الوطنية، فهي المؤشر الأساسي لتقييم المناخ السياحي لمنطقة معينة فمعدل هجرة المواطنين في الجزائر والمغرب خلال عطل الافراد إلى خارج بلدانهم يعكس تدني مستوى السياحة المحلية في البلدين.

وعلى ضوء ما سبق فقد اتضح أهم معوقات التنمية السياحية في كل من الجزائر والمغرب، لكن ذلك لا يمنع من إيجاد فرص للترويج السياحي ودعم صناعة السياحة التي تخدم جميع القطاعات والهياكل الاقتصادية والاجتماعية، بدعم معدلات النمو الاقتصادي ورفع المستويات الثقافية للأفراد من خلال الافتتاح الثقافي، والاستفادة من تجارب الدول الرائدة في صناعة السياحة من خلال تحفيز النشاط السياحي، والتي اتخذت من صناعة السياحة تحفيزا للاقتصاد لمواجهة الأزمات. ومثال ذلك ما قامت به تيلاند من خلال تقديم 100 ألف تذكرة مجانية لزيارتها، أما دبي وفي إطار مواجهتها للارزمة المالية العالمية قررت إمارة دبي في تنفيذ حملة ترويجية تبدأ مع مهرجان السياحة والتسوق 15 جانفي إلى 15 فبراير من خلال اعتماد تخفيضات تصل إلى 60% للنزلاء ومنح حوافز في الفنادق والمطاعم وذلك في ثمانية أسواق رئيسية مصدرة للسياحة إلى وهي بريطانيا وألمانيا وروسيا والهند والصين وأستراليا ودول مجلس التعاون الخليجي.

وعلى الجزائر والمغرب إيجاد الفرص التي تحفز صناعة السياحة بالشكل الذي لا يتنافى مع برامج التنمية في كل من البلدين في المدى القريب، ودعم تنافسية البلدين في هذا القطاع على المدى البعيد.

## خاتمة:

من خلال هذه الدراسة يتبين أن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي لا تزال منخفضة ودون المأمول، مما يعكس ضرورة تطوير صناعة السياحة لكونها مصدرا حيويا متجددا يمكنها الإسهام بصورة فاعلة في زيادة مساهمة القطاع غير النفطي فيا ناتج المحلي وتنويع هيكل الاقتصاد الجزائري، وعليه يمكن طرح عدد من التوصيات التي يمكن من خلالها تقريب خطط التنمية للنهوض بهذه الصناعة.

1- تحديد الجهات المسؤولة عن حماية البيئة الطبيعية وتنمية مواردها وذلك من خلال التنسيق بين وزارة السياحة ووزارة البيئة للحفاظ على الموروث الحضاري (من آثار ومتاحف ومواقع سياحية أثرية ودينية)، لما تشكله الطبيعة من أهمية باعتبارها احد عناصر البيئة ووجوب حمايتها وتنميتها تنمية حقيقية.

2- تنمية الصناعات التقليدية والحرفية ذات الطابع التراثي، وتلك المرتبطة بشكل مباشر بدعم الصناعة السياحية، وتحديد المواقع المخصصة والصالحة للاستثمار السياحي.

3- دعم البنية التحتية وتفعيل البنية المؤسسية - التشريعية وإنفاذ القوانين المنظمة للسياحة.

4- انعاش الترويج السياحي وتنظيمه بما في ذلك برمجة التوعية الرسمية والشعبية، واصدار النشرات السياحية والمجلات، افلام، ادلة، خرائط، فضلاً عن تطوير استخدام الوسائل المرئية، واقامة معارض دورية لإمكانيات السياحة، خاصة ان الترويج السياحي خطواته متمثلة بالمسح الميداني للمواقع السياحية، ووضع مخططات عمرانية لتطويرها ودراسات بيئية وملاحظة الكثافة السكانية، مما يعني اقتراح انشاء مجلس الترويج السياحي ليأخذ على عاتقه هذه المهمة الامر الذي يتطلب تطوير قاعدة معلومات متكاملة تضمن توافر البيانات الاساسية الدقيقة والمحددة حول عناصر السياحة ومقوماتها.

5- الاسراع في ادخال التعديلات على التنظيم السياحي لكي يصبح تنظيم وزارة السياحة والاثار والهيئات والدوائر التابعة لها في الولايات او البلديات تنظيما عضويا يعمل كنظام ذي اتجاه تسويقي قادر على مواكبة التطور السريع في العلاقات السياحية الدولية ويقتضي ذلك اختيار العناصر الكفوءة والقوى البشرية المدربة والمتخصصة.

- 6- رصد التخصيصات المالية اللازمة للشروع في النهوض بواقع السياحة في الخطط والبرامج الإنمائية وتطويرها، ومن خلال اجراء مسح دقيق وشامل حول الإمكانيات السياحية وضمان مشاركة الخبرات الوطنية والاجنبية بهذا الشأن، فضلا عن دعم الإمكانيات المادية للهيئة المكلفة بحفظ الأثار والمتاحف والمخطوطات لكي يمكنها من تطوير المناطق الأثرية القائمة إلى المستوى اللائق.
- 7- تحسين واقع الخدمات السياحية وخاصة مختلف وسائل النقل الداخلية والخارجية، وذلك يتطلب من الدولة دوراً فاعلاً ومؤثراً.
- 8- تفعيل الأنشطة السياحية واعداد البرامج وبالتنسيق مع وكالات السفر والسياحة الوطنية والدولية واعتماد الترويج والإعلان كأحد أهم عناصر المزيج التسويقي.
- 9- إقامة مهرجانات سياحية - ثقافية وبصفة دورية في مناطق الجذب السياحي وبالتنسيق مع الجهات والدوائر ذات العلاقة سواء على المستوى المحلي أو الدولي.
- 10- اعتبار التدريب السياحي عنصراً أساسياً لازماً من عناصر التنمية السياحية ويقتضي ذلك التوسع في إنشاء مراكز التدريب السياحي والفندقي لرفع مستوى الخدمات السياحية.
- 11- العمل على نشر الوعي الثقافي لدى المواطنين بأهمية السياحة واستخدام الاعلام السياحي كأحد المصادر الرئيسية في ذلك، فضلا عن العمل على تحسين الصورة عن السياحة لدى الأجانب بحملة توعية وتنقيف شاملة تتصف بالعلمية بأهمية المواقع الأثرية بما يعكس حضارة وعمقه التاريخي.

## المراجع والاحالات:

- 1- محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص21.
- 2- ماهر عبد الخالق السيبي، صناعة السياحة الأساسيات والمبادئ، مطابع الولاة الحديثة، القاهرة، 2003، ص66.
- 3- حسين كفاي، رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1991، ص15.
- 4- سهيل الحمدان، الإدارة للمؤسسات السياحية والفندقية، دار الرضا للنشر، روسيا، 2001، ص57.
- 5- ناصر عقيل الطيار، أثر السياحة على اقتصاديات المملكة العربية السعودية، مكتبة العبيكان، الرياض، ط1، 2006، ص31.
- 6- بوفليح نبيل، تقرورت محمد، "دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، حالة الجزائر، تونس، المغرب"، مداخلة ضمن المحور الثاني ملتقى الملتنقى الوطني الأولحول- السياحة في الجزائر - الواقع والآفاق يومي: 11 و12 ماي 2010، ص 3.
- 7- محمد العطا عمر، صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية، ورقة بحثية مقدمة للندوة العلمية " أثر الأعمال الإرهابية على السياحة"، مركز الدراسات والبحوث، المنعقدة بتاريخ 4-6 جويلية 2010، دمشق، ص03.
- 8- صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر، دار حازم للطباعة، دمشق، ط1، 2002، ص206.
- 9- محمد العطا، مرجع سبق ذكره، ص 16.
- 10- يومية الخبر، " الديوان الوطني للإحصاء، سكان الجزائر بلغ 40.4 مليون نسمة في يناير 2016"، النسخة الالكترونية، الخبر أونلاين/ واج/ 19 أفريل 2016.  
<http://www.elkhabar.com/press/article/104398/>
- 11- بوفليح نبيل ، تقرورت محمد ، "مرجع سابق، ص ص:6-7-8.
- 12- جامعة الدول العربية، " أرقام ومؤشرات"، العدد السادس، يناير 2017
- 13- حميدة بوعموشة، " دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر-"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة فرحات عباس- سطيف- 2011-2012، ص 110.
- 14- جامعة الدول العربية، مرجع سابق.
- 15- عبد الرزاق مولاي لخضر، خالد بورحلي، " متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري"، المجلة الجزائرية للتنمية، عدد 4 جوان 2016، ص6.
- 16- بوفليح نبيل ، تقرورت محمد ، مرجع سابق، ص13.
- 17- وزارة النقل والتجهيز واللوجيستيك المغربية، " السكك الحديدية والنقل السككي" الموقع الالكتروني للوزارة

- <http://www.equipement.gov.ma/AR/ferroviaire/StrategieONCF-ar/Pages/cadre-et-programme-ONCF.aspx>
- 18- وزارة النقل والتجهيز واللوجيستيك المغربية /<http://www.equipement.gov.ma/>
- 19- جامعة الدول العربية، مرجع سابق.
- 20- أحلام صدار، ريم زدايرية، " دور التخطيط الاستراتيجي في تحقيق تنمية سياحية مستدامة - دراسة حالة الجزائر"، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2015-2016، ص 65-67-68.
- 21- المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي المغربي، "رأي المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي"، مشروع القانون 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الايواء السياحي الأخرى، المملكة المغربية، إحالة رقم: 2015/16، ص: 11. [www.cese.ma](http://www.cese.ma)
- 22- عبد العزيز رشدي، " مفارقات السياسة السياحية بالمغرب"، الموقع الالكتروني للمركز المغربي للتنمية الفكرية، <http://cmdi.ma/> مفارقات-السياسة-السياحية-بالمغرب/.
- 23- شويكات محمد، تسويق الخدمات السياحية وأثرها على التنمية المحلية في ظل الإصلاحات الاقتصادية، رسالة ماجستير في الاقتصاد الكمي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004.
- 24-World Travel & Tourism Council (2012), "Algeria: Travel & Tourism Economic Impact 2012 : key facts" .