

Tourism and its role in economic development, Morocco is a model

Mustapha QAMMOURI¹

¹ PhD student, Department of History, Space, Society and Culture, University of Mohammed V, Morocco, mostapha-q@hotmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received:

Accepted:

Online:

Keywords:

Tourism,
economic development,
strategies,
tourism services,
JEL Code: Z30- Z31-
O01- Z32

ABSTRACT

This research aims to highlight the role played by the tourism sector in Morocco in the process of economic development, this sector is among the most active sectors in terms of income, through management policies that helped to develop and codify this sector.

We also do not forget the tourism qualities that abound in Morocco and its geographical location which overlooks two interfaces: the Mediterranean Sea and the Atlantic Ocean, which helped in the first place to promote the Moroccan tourism product and make it one of the development resources on which to contribute to the economic growth.

In this article we will try to address the definition of the concept of the arena, and the extent of its contribution to the economic development in Morocco.

السياحة ودورها في تحقيق تنمية اقتصادية، المغرب نموذجا

مصطفى قموري¹

¹ طالب باحث، مختبر التاريخ، المجال، المجتمع والثقافة، جامعة محمد الخامس، المغرب، mostapha-q@hotmail.com.

المخلص

يهدف هذا البحث الى إبراز الدور الذي يلعبه القطاع السياحي بالمغرب في عملية التنمية الاقتصادية، فهذا القطاع يعتبر من بين القطاعات الأكثر نشاطا من حيث المداخل، من خلال سياسات تديرية ساعدت على تطوير وتقنين هذا القطاع.

لا ننسى كذلك المؤهلات السياحية التي يزخر بها المغرب وموقعه الجغرافي الذي يطل على واجهتين: البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي، عاملان ساعدان بالدرجة الأولى على ترويج المنتج السياحي المغرب وجعله أحد موارد التنمية التي يعتمد عليها للمساهمة في رفع النمو الاقتصادي. سنحاول من خلال هذا المقال التطرق الى تعريف مفهوم السياحة، ومدى مساهمتها في تحقيق تنمية اقتصادية بالمغرب.

معلومات المقال

تاريخ الاستقبال:

تاريخ القبول:

تاريخ النشر:

الكلمات المفتاحية

السياحة

التنمية الاقتصادية،

استراتيجيات

خدمات سياحة

JEL Code: Z30- Z31-
O01- Z32

• مقدمة:

أصبحت التنمية الاقتصادية موضوع اهتمام جل الباحثين ومتخذي القرارات، وفي ظل هذا التطور الذي يشهده العالم تسعى جميع الدول على اختلاف مواردها الاقتصادية التركيز على قطاعات ذات دخل مهم، مثل قطاع السياحة الذي يعتبر من بين القطاعات الحيوية والأهم ببعض البلدان الأوروبية والعربية، لما تحققه من أرباح مالية وخلق لفرص الشغل وتشجيع الاستثمارات...

تعتبر السياحة في العالم العصب لكل اقتصاد وذلك بما توفره من عوائد مالية ضخمة سنويا من العملة الصعبة والتي تمكن الدول من المشاركة بشكل كبير بالنتائج المحلي ومكافحة البطالة، عن طريق توظيف شريحة كبيرة من اليد العاملة (احمد، خرازنة، و بن تقات، 2020، صفحة 100) وبالتالي تساهم في تحقيق تنمية اقتصادية.

خلال هذا المقال سنأخذ نموذج السياحة بالمغرب ودورها في الاقتصاد الوطني، باعتبارها أحد محركات النمو الاقتصادي في البلاد، من أجل الاهتمام بهذا القطاع تم تأسيس وزارة السياحة سنة 1985م، وكان هدفها الاسمي الإشراف على الأنشطة السياحية في البلاد وتحسين القطاع السياحي فيها، فتنوع المنتج السياحي المغربي جعل معظم السياح يتوافدون عليه للتعرف على ثقافة وتاريخ البلاد العريق، ففي سنة 2017، تم تصنيف المغرب على أنها الوجهة السياحية الأولى بأفريقيا.

• إشكالية البحث

تتمحور اشكالية البحث حول مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية بالمغرب، سنبين هذه الاشكالية من خلال السؤال المحوري التالي:

الى أي حد ساهمة السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني المغربي؟

• أسئلة البحث

لنتطرق الى اشكالية البحث وجب علينا طرح التساؤلات التالية:

- ما مفهوم السياحة؟
- ماهي مقومان السياحة بالمغرب؟
- ماهي استراتيجية المغرب للنهوض بالقطاع السياحي؟
- ما هو دور السياحة في الاقتصاد المغربي؟

• فرضيات البحث

من أجل معالجة إشكالية الدراسة يتم طرح الفرضيات الرئيسية التالية:

- القطاع السياحي يساهم في التطور الاقتصادي الوطني.
- السياحية تشكل عنصرا مهما في الميزان الاقتصادي المغربي.

1- قطاع السياحة بالمغرب ومقوماته:

لعب النشاط السياحي دوراً مهماً في تنمية الاقتصاد المغربي خلال السنوات الماضية، ويرجع الفضل في ذلك إلى توفر المغرب على مؤهلات سياحية كثيرة: من مواقع أثرية كالموقع الأثري لوليلي، طبيعية كالمحميات والجبال الشامخة، ثقافية كالتنوع الثقافي الذي تعرفه كل منطقة على حدة، سنطرق خلال النقاط التالية الى تعريف لمفهوم السياحة، اهميتها ومقوماتها الاساسية.

1-1- تعريف السياحة:

لم تكن السياحة ظاهرة اجتماعية حديثة النشأة، فهي تواجدت مع وجود الانسان، حيث عرفها منذ نشأته الاولى. فمفهوم السياحة لغة حسب معجم مقاييس اللغة، أن السين والياء والحاء أصل صحيح، وقياسه قياس ما قبله، وهو (سب) فإنهما يدلان على استمرار الشيء وذهابه. يقال: سَاحَ في الأرض يَسِيحُ سِيَاحًا وَسِيُوحًا وَسِيَحَانًا، أي: ذهب. اما اصطلاحاً فقد ذكرت كلمة السياحة في عدة سور قرآنية واحاديث نبوية، فالسَّيَاحَةُ تعني: الذهاب في الأرض للعبادة، والترهب فلقد جاء في قوله سبحانه وتعالى: "فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ" فالمراد هو السير في الأرض ، وفي الجامع لأحكام القرآن وكذا في محاسن التأويل: "فسيحوا: أي سيروا في الأرض".

ورد في السنة قول النبي صلى الله عليه وسلم: "إن لله ملائكة سياحين في الأرض فُضِّلَ عَنْ كُتَّابِ النَّاسِ فَإِذَا وَجَدُوا أَقْوَامًا يَذْكُرُونَ اللَّهَ تَنَادَوْا هَلُمُّوا إِلَيْنَا بِغَيْتِكُمْ فَيُجِئُونَ فَيُحْفَنُونَ بِهِمْ إِلَى السَّمَاءِ الدُّنْيَا فَيَقُولُ اللَّهُ: أَيُّ شَيْءٍ تَرَكْتُمْ عِبَادِي يَصْنَعُونَ؟ فَيَقُولُونَ: تَرَكْنَاهُمْ يَحْمَدُونَكَ وَيَمَجِّدُونَكَ وَيَذْكُرُونَكَ (الخدري، 1441 هـ، صفحة 3600)

اجتهد كذلك بعض الباحثون الاجانب للإيجاد تعريف للسياحة نذكر منهم:

« الألماني جوبير فرويلر Guyer Freuler الذي قام سنة 1905 م بإعطاء تعريف للسياحة على انها "ظاهرة من ظواهر عصرنا، تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و إلى تغيير الهواء، و إلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة و نمو هذا الإحساس و إلى الشعور بالبهجة و المتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة و أيضا نمو الإتصالات على الأخص بين الشعوب مختلفة" (طالب و وهراني، 2011، صفحة 571)

« سنة 1910م ، اعطى العالم النمساوي شوليرن شرانتهمون Schullard.H.V تعريفا جديدا للسياحة، لكنه ادخل عنصر اساسي تم اهماله خلال التعريف السابق لفرويلر وهو الجانب الاقتصادي المرتبط بالقطاع السياحي، حيث ذكر ان السياحة: "هي إصطلاح يطلق على العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب و إقامتهم المؤقتة و إنتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة" (توفيق، 2013، صفحة 23).

بعد هاذين التعريفين عملت مجموعة من تعاقبت الكثير من الباحثين، الهيئات الإقليمية و الدولية خاصة الاقتصادية و السياحية على ايجاد تعريف شامل وأهمها تعريف المنظمة العالمية للسياحة "World Tourism

Organization" الذي كان أدق من حيث مدة الإقامة، فقد عرفت السياحة بأنها: تشمل السياحة أنشطة الأشخاص المسافرين الى أماكن خارج بيئتهم المعتادة والبقاء في أماكن لا تزيد عن سنة لغرض الترفيه أو الأعمال وغيرها من الأغراض (احمد، خزانة، و بن تقات ، 2020، صفحة 100)

1-2- مقومات السياحة بالمغرب.

• **الموقع الاستراتيجي:** يقع المغرب بشمال القارة الافريقية، وهذا الموقع يعتبر موقعاً استراتيجياً، "وتتقَرَد البلاد بأنّها البلد الأفريقي الوحيد الذي يطل على المحيط الأطلسي والبحر المتوسط" (Nevill، Susan، Laroui، و and others، 2018)، فالقرب الجغرافي لأروبا، جعل المغرب يفوز بمعظم السياح القادمين منها، لتحتل فرنسا قائمة الزوار، تليها اسبانيا في المرتبة الثانية.

• **التاريخ المغربي :** يتميز المغرب بتاريخ عريق، يعود إلى العصر الحجري القديم، ويحتوي المغرب على العدد من المدن العريقة التي تعكس تاريخها، نذكر منها: الرباط، والدار البيضاء، وفاس، وطنجة، وغيرها، فعلى سبيل المثال تعتبر مدينة فاس قبلة سياحية متميزة، مكان للتجمع اليهودي في العصور التاريخية القديمة، وكانت إحدى المدن الإمبراطورية في المغرب القديم، ومركزاً تجارياً مُتميّزاً، وتم إدراج المكان ضمن المواقع للتراثية العالمية لليونسكو (Sheth، 2018)

• **المؤهلات الطبيعية:** يزخر المغرب بمؤهلات طبيعية وسياحية جميلة، تتجلى في الشواطئ الجميلة الممتدة على واجهتين بحريتين ويتراوح امتدادهما 3500 كلم، وسلاسل جبلية ممتدة من شمال نحو جنوب المغرب بقمم عالية يصل طولها 4167 م، كما نجد موارد طبيعية أخرى من سهول وشلالات وعيون مائية وغابات الصنوبر والأرز والبلوط، وفي الجنوب والشرق نجد الصحارى والهضاب والحمامات المعدنية العلاجية والمغارات التي تسمح للسياح بممارسة هوايات مختلفة.

• **التراث الثقافي:** عرف المغرب منذ القدم، بحكم موقعه عند ملتقى كل من حوض البحر الأبيض المتوسط وقارتي إفريقيا وأوروبا، تعايقا وتمازجا للحضارات قل أن يجود به التاريخ والجغرافيا. وقد ورث المغرب من ماضيه هذا تراثاً ثقافياً متعدد المشارب ومعتزفاً بتنوعه وغناه على المستوى العالمي. يشكل هذا التراث، الذي يعتبر رمزا للهوية وعنصرأ أساسيا لذاكرتنا، حاملا لمبادئنا وقيمنا المشتركة وقابلا للنقل إلى الأجيال القادمة.

1-3- العرض السياحي بالمغرب.

◀ السياحة الشاطئية:

يتوفر المغرب على واجهتين بحريتين ، البحر الأبيض المتوسط و المحيط الأطلسي ، يبلغ طولهما 3500 متر، يركز المخطط الأزرق 2020 على مفهوم خلق محطات شاطئية مندمجة "ذكية" ويطمح أساسا في إعادة التوازن للسياحة الشاطئية بهدف إنشاء عرض شاطئي مغربي تنافسي على الصعيد الدولي.

◀ السياحة الجبلية:

يعرف المغرب بتواجد ثلاث سلاسل جبلية رئيسية وهي: جبال الريف الواقعة في الجهة الشمالية، جبال الأطلس المتوسط وجبال الأطلس الكبير ذات أكبر قمة في المغرب (قمة توبقال 4167 كلم) والأطلس الصغير التي تقع في وسط المملكة.

◀ السياحة الثقافية:

السياحة الثقافية هي نوع من أنواع السياحة التي تهتم بثقافة دولة معينة، ونمط حياة الناس فيها، وطبيعتها الجغرافية، وتاريخ الأشخاص الذين يسكنون هذه الدولة، والهندسة المعمارية، والفن، والدين، وأي أمور أخرى عملت على تشكيل نمط حياة الأفراد فيها، ويمكن ممارسة هذا النوع من السياحة في المناطق الحضرية؛ مثل المدن التاريخية، أو المدن الكبيرة، أو المتاحف، أو المسارح، ومن الممكن أن تشمل المناطق الريفية التي تعرض تقاليد المجتمعات الأصلية الثقافية فيها، وقيمهم، ونمط حياتهم (Definitions for cultural tourism, 2019).

◀ السياحة التاريخية:

من أهم محركات السياحة، حيث يهتم السياح بالمظاهر التاريخية للمغرب كالمدينة القديمة و المآثر التاريخية وقصص كل منها على حدة كفترة الإمارات الإسلامية التي خلفت وراءها تراثا معماريا ذا طابع إسلامي في غاية الروعة، و فترة الإستعمار التي تشكل فيها العمران المتأثر بالهندسة الأوروبية بالإضافة إلى حصون المدن التي كانت تشكل هدفا مباشرا لهذا التهديد.

◀ السياحة الدينية:

تعتبر السياحة الدينية من بين أقدم أنواع السياحة التي عرفت البشرية، وهو السفر بهدف الحج أو زيارة الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة والقدس الشريف والمدينة المنورة والفاتيكان.

◀ السياحة الطبيعية:

ينتشر هذا النوع في الدول التي تحتوي على جمال طبيعي كبير كأنهار وجبال ووديان وغابات ومنار طبيعية جميلة (احمد، خزازنة ، و بن تقات ، 2020، صفحة 101).

◀ السياحة العلاجية:

تعرف السياحة العلاجية بسفر الانسان نحو مكتن آخر في العالم من اجل العلاج، وتعد تركيا من الوجهات المفضلة للسياحة العلاجية وبخاصة في مجال التجميل (احمد، خزازنة ، و بن تقات ، 2020، صفحة 102)

2- السياحة والاقتصاد المغربي.

عرف القطاع السياحي بالمغرب حركية هامة منذ منتصف القرن العشرين، مع توالي السنوات تحول إلى عامل أساسي للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ، ومحفزا لإنعاش الاستثمار السياحي بكل المجالات الترابية وتوزيعها بشكل عادل لتحقيق التنمية المستدامة.

خلال السنوات الاخيرة، سعى المغرب إلى تثمين القطاع السياحي من خلال ادراج هذا القطاع ضمن مختلف مخططات التنمية الاقتصادية والاجتماعية، لما له من ايجابيات كثيرة من قبيل: التشغيل، تنمية المقاولات ،خلق رواج سياحي بالمناطق المستقطبة...، فمن بين الاهداف المستقبلية، جعل السياحة بالمغرب من اولويات مصادر التمويل الوطني، وذلك من خلال رؤية 2020 السياحة التي لها اهداف جد مشجعة.

2-1- السياسات السياحية بالمغرب منذ الاستقلال.

حظي القطاع السياحي منذ سنة 1965 بالأولوية هامة ، وكان الهدف من ذلك تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية وجلب العملة الصعبة، وتسخير هذه الاخيرة في استيراد ما تحتاجه البلاد من منتجات غذائية.

بدأت ملامح السياسة السياحية توجهاتها تتحدد مع المخطط الثلاثي 1967/1965 وهذا المخطط سجل بداية انطلاق الاستثمارات العمومية في القطاع، وقد لعبت الدولة دور المقاوله السياحية وقامت بإحداث أشغال التهيئة الكبرى، والبنيات التحتية والتجهيزات. مقابل ذلك عارضت بعض الأحزاب والقوى الوطنية ذلك ورأت أن هذا المخطط أعطى الأولوية للسياحة على حساب الصناعة التي اعتمدها مخطط 1964/1960 ، وأن المخطط الثلاثي "رجعي" أعده خبراء أجانب عملا بتوجيهات البنك الدولي وهي مؤسسة هامة للرأسمالية (عمران، 2004، صفحة 88). سارت المخططات الموالية على نفس النهج وتضمنت برامج جعلت من السياحة والتهيئة السياحية إحدى المحاور الرئيسية للتنمية ، ولعبت الدولة دائما دور المخطط والمنعش للقطاع السياحي الذي كان يحظى بنفس الأولوية التي حظي بها القطاع الفلاحي وتكوين الأطر (Mimoun، 2007، صفحة 146)،

مع بداية الثمانينات بدأت تتقلص تدريجيا الاعتمادات المخصصة للقطاع ، وأصبحت الدولة تتخلى تدريجيا عن القطاع في إطار إعادة توجيه الاقتصاد ونهج سياسة الخوصصة، وقد شكل مخطط 1985/1981 نهاية دولة العناية وإعادة النظر في السياسة الاجتماعية والاقتصادية وانقلب دور الدولة (من الدولة المنعشة والمستثمرة إلى الدولة المراقبة (Mimoun، 2007، صفحة 146)، عرف القطاع اهتماما مع بداية سنة 2000 التي شكلت نقطة تحول في السياسة السياحية ، وذلك من خلال وضع مخطط استراتيجي جديد رؤية 2010/2000، هذه الأخيرة جاءت بتوجهات جديدة لتحديث القطاع والنهوض به للإقلاع بقاطرة السياحة حسب مهندسي ومخططي السياحة، والهدف الأسمى هو جلب 10 مليون سائح إلى جانب جلب العملة الصعبة التي تم توقعها في 480

مليار درهم نهاية سنة 2010 وإحداث حوالي 600 ألف منصب شغل للمغاربة بصفة مباشرة وغير مباشرة . بعد فشل هذا المخطط تم التفكير في اصدار مخطط جديد رؤية 2020.

2-2- استراتيجية السياحة بالمغرب: رؤية 2020.

-التزامات الرؤية السياحية 2020

تسمح هذه الاستراتيجية بوضع طموحات كبيرة لتنمية السياحة في العشرية المقبلة تستمد جذورها من القيم الأساسية والمؤهلات التي تميز المغرب عن باقي الوجهات السياحية :

• **الأصالة :** رسخت السياحة المغربية ازدهارها وتموقعها منذ عدة عقود باعتمادها على الأصالة. وقد سمح هذا الاختيار بتميز تنافسية المغرب وتموقعه مقارنة مع الوجهات المنافسة المباشرة التي ارتكزت في معظمها على السياحة المكثفة. وستعزز رؤية 2020 هذا الاختيار التاريخي من خلال منهجية استباقية مبتكرة تحافظ وتعزز التراث الثقافي و الطبيعي للمملكة.

• **التنوع :** إن التنوع أهم ميزة للسياحة بالمغرب: حيث تشهد تنوعا في المناطق والمناظر الطبيعية وأيضا في الثروات الطبيعية والنظم الايكولوجية وتنوع الثقافات والتأثيرات الإفريقية و الأوروبية. و بذلك ستعزز رؤية 2020 هذا التنوع من خلال سياسة طموحة لتهيئة التراب الوطني.

• **الجودة :** سيظل تطوير الطاقة الإيوائية الجديدة هدفا استراتيجيا لرؤية 2020 التي ستسهر على تحسين القدرة التنافسية لجميع حلقات السلسلة السياحية، و خاصة ترسيخ ثقافة حقيقية لجودة الخدمات السياحية وتطوير عرض مبتكر في مجال التنشيط السياحي.

• **الاستدامة :** ستضع رؤية 2020 التنمية المستدامة في قلب طموحها، و ذلك مواكبة للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد. فالمغرب الذي تمكن من الحفاظ على موارده وأصالته يتوفر في هذا الصدد على إمكانيات حقيقية وكبيرة، تسمح له بالتموقع والتميز في محيط يعرف بحدة التنافسية والتغير المستمر.

- الاهداف الكبرى الاستراتيجية رؤية 2020

رسمت الرؤية السياحية للمغرب 2020 اهداف و طموح كبرى ستساعد على جعل البلاد ضمن الوجهات العالمية العشرين المفضلة للسياح وسيفرض نفسه كمرجع للتنمية المستدامة في الحوض المتوسطي". ليبقى الهدف الرئيسي هو: "مضاعفة حجم القطاع".

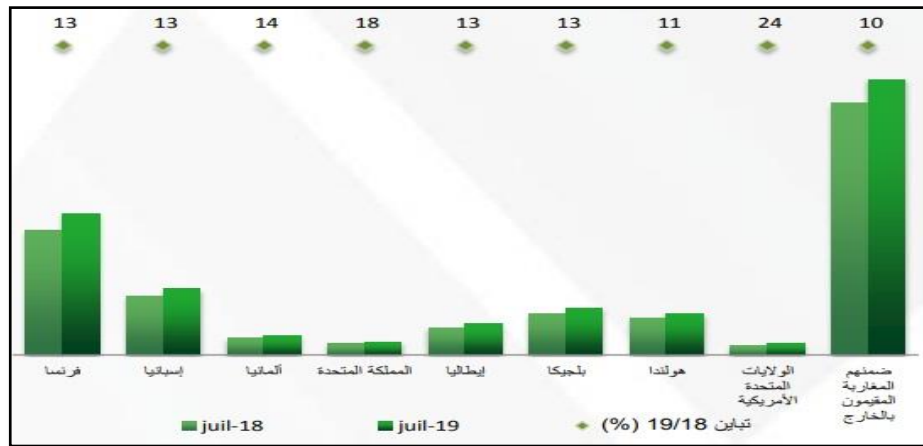
يمكن تلخيص اهداف هذه الرؤية السياحية في النقاط الاتية:

- مضاعفة الطاقة الإيوائية بإحداث 200 ألف سرير جديد، 150 ألفا منهم في الفنادق و 5 ألفا في مؤسسات مماثلة، من أجل توفير تجربة سياحية غنية وشاملة للسياح؛

- مضاعفة عدد السياح الوافدين من خلال مضاعفة الحصة من الأسواق الأوروبية الرئيسية وجذب مليون سائح من الأسواق النامية؛
 - مضاعفة عدد الرحلات الداخلية ثلاث مرات بهدف ديمقراطية السياحة في البلاد؛
 - خلق 470 ألف منصب شغل جديد مباشر في مجموع التراب الوطني من أجل توظيف قرابة مليون مغربي بنهاية العشرية؛
 - الرفع من العائدات السياحية من أجل بلوغ 140 مليار درهم سنة 2020، أي ما يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية بنهاية العشرية؛
 - رفع نسبة الناتج المحلي الإجمالي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الوطني بنقطتين من أجل الوصول إلى ما يقارب 150 مليار درهم، مقابل 60 مليار المسجلة حاليا.
- 2-3- مكانة السياحة في الاقتصاد المغربي.

للسياحة أهمية كبيرة بالمغرب حيث تعتبر احد المصادر الرئيسية للعملة الصعبة بعد عائدات الفلاحة ولذلك هدفت المملكة المغربية لتنظيم خطط واستراتيجيات بغيت انشاء دينامية سياحة شاملة، تهدف الى زيادة فاعلية القطاع على المستوى الاقتصادي من خلال زيادة الايدي العاملة الوطنية، ارتفاع الدخل الفردي، ودفع عجلة التنمية الشاملة للمملكة.

شكل رقم(1): تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود حسب بلد الإقامة.



المصدر: Observatoire du tourisme/juillet 2019 Maroc

نلاحظ ان الاسواق الرئيسية المصدرة للسياح شهدت تطورا هامة في عدد الوافدين، حيث شهدت كل من فرنسا، اسبانيا، بلجيكا، ايطاليا، ألمانيا، المملكة المتحدة و الولايات الامريكية ارتفاعات نسبتها كالتالي:

13% و 13% و 13% و 14% و 18% و 24% على التوالي ، وهذه النسب تم حسابها من خلال الفرق الحاصل بين عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود خلال شهر يوليوز 2019 وعددهم خلال سنة 2018 من نفس الفترة.

نلاحظ كذلك هيمنة للسوق الفرنسي باعتباره المصدر الاول للسياح ليحتل بذلك المرتبة الاولى، تليها اسبانيا، بلجيكا بنسب مهمة. خلال الجدول التالي سنستقرأ عدد السياح بالأرقام.

شكل (2) : تطور عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود : + 13% خلال شهر يوليوز 2019

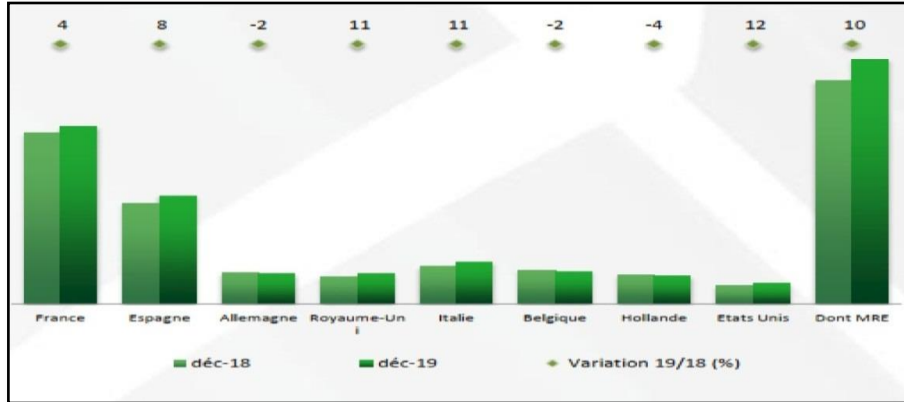
عدد السياح الوافدين بمراكز الحدود				بلد الإقامة
تباين 19/18 (%)	يوليوز 2019	يوليوز 2018	يوليوز 2010	
13	723 670	637 615	596 991	فرنسا
13	337 950	298 678	274 959	إسبانيا
14	99 142	87 193	69 649	ألمانيا
18	65 618	55 835	43 844	المملكة المتحدة
13	157 719	139 565	117 938	إيطاليا
13	236 454	209 142	184 381	بلجيكا
11	209 107	189 223	165 975	هولندا
24	57 280	46 352	29 028	الولايات المتحدة الأمريكية
7	257 584	240 673	166 245	دول أخرى
13	2 144 524	1 904 276	1 649 010	المجموع
10	1 410 644	1 287 368	1 139 837	ضمنهم المغاربة المقيمون بالخارج
19	733 880	616 908	509 173	السياح الأجانب

المصدر : Observatoire du tourisme/juillet 2019 Maroc

خلال ملاحظتنا للجدول، نستقرأ تطور ملحوظ لعدد السياح، نأخذ على سبيل المثال تطور السوق الفرنسي. ففي شهر يوليوز من سنة 2010 كان عدد الوافدين 596991 ليتطور تدريجيا في نفس الفترة سنة 2018 ليصل الى 637615 اي هناك ارتفاع بنسبة 6.80% . نفس الشيء نلاحظه شهر يوليوز 2019 اي ارتفاع بنسبة 13%.

هذا التطور جاء ثمرت مجهودات المملكة من اجل تسخير مؤهلات البلاد لتشجيع القطاع السياحي، لما له من تأثير على جميع المجالات سواء الاقتصادية او الاجتماعية. فلطالما كانت السياحة ركيزة اقتصادية أساسية في المغرب وهي حاسمة لأي استراتيجية مالية، كما يتضح من هدف الحكومة لعام 2020 المتمثل في توليد قطاع السياحة 140 مليار درهم مغربي (14,59 مليار دولار). ففي عام 2018، ارتفعت الإيرادات من السياحة إلى 73,15 مليار درهم من 69,7 مليار درهم في عام 2017، مما يجعلها مصدراً مهماً للعملة الصعبة (BAZ و SENNA، 2019).

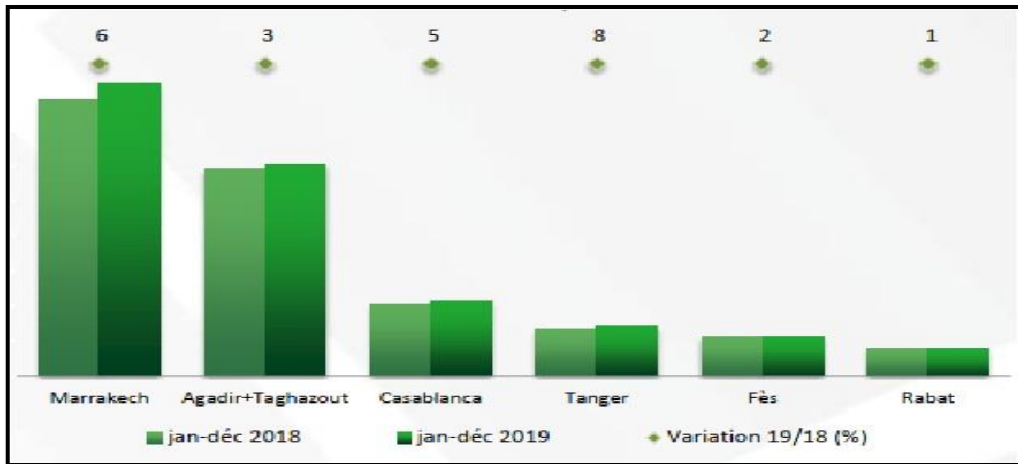
شكل (3): تطور عدد الوافدين على المناطق الحدودية، زيادة 4.4% الى حدود شتنبير 2019



المصدر: Observatoire du tourisme/juillet 2019 Maroc

بناء على البيانات المقدمة من المديرية العامة للأمن الوطني، شهد عدد السياح القادمون عند نقاط العبور الحدودية خلال شهر شتنبير 2019 زيادة ملحوظة بنسبة 4% مقارنة بعام 2018 (+1% لـ السياح الاجانب و +10% لـ للمغاربة المقيمين بالخارج). سجلت الأسواق المصدرة نتائج متفاوتة، فالسياح الوافدون من فرنسا وأسبانيا، سجلوا زيادات بلغت +4% و +8% على التوالي، في حين سجلت ألمانيا وبلجيكا وهولندا انخفاضات بلغت 2% و -2% و 4% على التوالي. وفي حين أظهرت الأسواق الأخرى نتائج إيجابية، كالولايات المتحدة (12%)، المملكة المتحدة (11%)، وإيطاليا (11%).

شكل (4): تطور ليالي المبيت بالمؤسسات الفندقية خلال فترة ماين يناير ودجنبر 2019



المصدر: Observatoire du tourisme/juillet 2019 Maroc

في سنة 2019 ، بلغ إجمالي عدد الليالي التي تم قضاؤها في مؤسسات الإيواء السياحية المصنفة زيادة تقدر بـ 5% مقارنة بسنة 2018 (+ 3% للسياح غير المقيمين و + 9% ل السكان).

بالنسبة للوجهات السياحية مثل مراكش وأكادير، سجلت نتائج إيجابية بزيادة تقدر بـ 6% لمراكش و + 3% لأكادير. إضافة الى وجهات أخرى عرفت انتعاشا مثل طنجة ،الدار البيضاء ،الرباط وفاس بنسب تقدر على التوالي بـ 8% ، 5% ، 1% و + 2% .

شكل (5): تطور عائدات قطاع السياحة خلال فترة يناير ودجنبر 2019+7.7%



المصدر: مكتب الصرف Office des Changes

خلال سنة 2019، بلغت عائدات القطاع السياحي بالعملة الأجنبية في المغرب 78.65 مليار درهم مقارنة بـ 73.04 مليار درهم سنة 2018، أي بزيادة تقدر بنسبة +7,7%.

- خاتمة:

بفضل المؤهلات التاريخية و الطبيعية للمغرب، ساعدت في جعله من بين الدول المستقطبة للسياح، ويترجم ذلك الاحصائيات المدرجة من قبل وزارة السياحة .

ساهمت السياسات السياحية المقترحة على اعطاء اولوية للقطاع السياحي، لكن في بعض الاحياء تنتهي بالفشل، و السبب في ذلك سوء التدبير. لكن خلال الاستراتيجية الاخرة -رؤية 2020 - بذت ملامح تحقيق اهدافها تظهر تدريجيا، و الاجدر يمكننا ان نقول انها في طور النجاح.

لا ننسى كذلك كتوصيات، تشجيع السياحة الداخلية التي تعتبر كذلك قوة اقتصادية مهمة، من خلال برنامج بلادي، الذي يهدف الى تشجيع الفئات الاجتماعية ذات الدخل المتوسط على استغلال الفرص السياحية، و توفير منتج يلائم متطلبات اي فئة من السياح، فلا يمكن تعميم منتج من النوعية الرفيعة على جميع فئات المجتمع، بل يجب الأخذ بعين الاعتبار القدرة الشرائية لكل فئة واللجوء الى تنويع المنتج السياحي .

- نتائج الدراسة.

- يتميز القطاع السياحي بصفة عامة بخاصيتي المرونة والحساسية تجاه جميع أنواع المتغيرات سواء: سياسية، اقتصادية، اجتماعية... بالبلدان المستقبلة او المصدرة للسياح.
- تمثل السياحة في الوقت الراهن صناعة متكاملة، تتميز بتكامل خدماتها وتنوع اصنافها، و ما يميزها أيضا انها كمحرك اساسي في التنمية الاقتصادية للبلدان.
- رغم الازدياد الملاحظ في الطلب السياحي الوافد الى المغرب، الا انه يبقى مقارنة بحجم الطلب السياحي لبعض الدول المنافسة كإسبانيا وتركيا.
- واجه القطاع السياحة بالمغرب فشل عدة مخططات سياحية كمثال (vision 2010) وذلك ما انعكس سلبا على الطموح والاهداف المراد تحقيقها.
- من بين اسباب ضعف الطلب السياحي بالمغرب، ضعف العرض السياحي وغلاء الأسعار في بعض المناطق والمؤسسات الفندقية مما يدفع بعض المغاربة الى قضاء العطل خارج البلاد بتكلفة اقل، بالإضافة إلى تعقيد مساطر الاستثمار بالنسبة للأجانب والمغاربة المقيمين بالخارج والوافدين الى المغرب.

- التوصيات.

- محاولة إنعاش التسويق والاشهار السياحي من خلال العمل على التعريف بالوجهات السياحية المغربية بالاستعانة بوسائل الإعلام الحديثة،
- تشجيع الصناعات والحرف التراثية، التي من هدفها دعم الصناعة السياحية،
- العمل على تحفيز وتشجيع الاستثمارات الأجنبية من خلال تسهيل المساطر الادارية وتهيئ مناخ الاستثمارات السياحية،
- العمل على انجاح المخططات السياحية المتخذة من طرف الوزارة الوصية مع الأخذ بعين الاعتبار التركيز على تنمية سوق سياحية داخلية ترضي رغبات السياح؛
- الاستثمار في الرأسمال البشري من خلال التدريب والتكوين من خلال العمل على إنشاء مراكز التدريب والتعليم السياحي الفندقي وذلك للرفي بالخدمات المقدمة للزبائن،
- احداث لجنة مكلفة بمراقبة الأسعار المطبقة للخدمات السياحية: أسعار المطاعم، المبيت والنقل الخاص
- تشجيع توقيع اتفاقيات مع الاسواق العربية ومحاولة انشاء علاقات شراكة وخطوط جوية من اجل ترويج القطاع السياحي للبلدان العربية.
- توفير مناخ امن للسياح و السيطرة على المتغيرات المؤثرة على الطلب،

- قائمة المصادر والمراجع.

الكتب:

- اسماعيل عمران. التنمية السياحية بالمغرب، واقع وأبعاد ورهانات. 2004 دار الامان. الطبعة 2، الرباط
- ماهر عبد العزيز توفيق. صناعة السياحة. 2013 ، زهران للنشر و التوزيع، الأردن
- Hilali Mimoun, La politique du tourisme au Maroc. Diagnostic, bilan et critique. 2007, Harmattan. p 146.

مقالات منشورة بمجلات علمية:

- دليلة طالب، و عبد الكريم وهراني. السياحة أحد محركات التنمية المستدامة : نحو تنمية سياحية مستدامة. مؤتمر نمو المؤسسات و الاقتصاديات بين تحقيق الأداء المالي و تحديات الأداء البيئي، المنعقد بجامعة ورقلة يومي 22 و 23 نوفمبر 2011
- صخر احمد، وهيبه خزازنة ، و عبد الحق بن تقات . دراسة تحليلية لبعض مؤشرات السياحة في بعض الدول السياحية المختارة باستخدام طريقة التحليل بالمكونات الرئيسية "acp" . مجلة النمو الاقتصادي والمقاولاتية، (27 12, 2020)، 05(01)، صفحة 102.

المواقع الالكترونية:

Definitions for cultural tourism, 22 Mai 2019. Available at: w ww.definitions.net

Abdallah Laroui ،Gilson Miller Susan و Barbour Nevill. 25 Novembre 2018 Available at: www.britannica.com

Khushboo Sheth, 23 Aout 2018, The Biggest Cities In Morocco. Available at: www.worldatlas.com

PATRICK BAZ و SENNA FADEL. (8 غشت, 2019). ما أسباب ازدهار السياحة في المغرب؟ الرابط:
<https://fanack.com/ar/morocco/economy/moroccos-tourism-boom>

أبو هريرة أو أبو سعيد الخدري. (1441 هـ). الدرر السنية. الرابط: <https://www.dorar.net/hadith/sharh/36275>