



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الشعبة: علوم تجارية
التخصص: تجارة دولية

النشاط السياحي في الجزائر وأثره على النمو الإقتصادي

تحت إشراف / الدكتور:

إعداد الطالب :

محمد الناصر حميداتو

نصر حميداتو

لجنة المناقشة

رئيسا

دكتور بجمعية الشهيد حمه لخضر بالوادي

الشاهد إلياس:

مشرفا ومقررا

أ.دكتور بجمعية الشهيد حمه لخضر بالوادي

محمد الناصر حميداتو:

مناقشا

أ.محاضر بجمعية الشهيد حمه لخضر بالوادي

طارق قدوري:

السنة الجامعية: 2015/2014

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

- الوالدين الكريمين

- الزوجة الحنون

- ابنتي الصغيرة " ندى "

- إلى الإخوة والأخوات

- إلى كل الأصدقاء

- إلى كل من عرفناه من قريب أو بعيد

نصر حميداتو

شكر وعرفان

الشكر لله أولا وآخرا على توفيقه لي بإتمام هذا العمل
أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف " د. محمد الناصر حميداتو " لنصائحه القيمة وملاحظاته الصائبة
حتى نهاية البحث.
كما أتقدم بالشكر الجزيل لمدير المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الوادي السيد "التيجاني
تامة" على التسهيلات المقدمة لإتمام الدراسة .
كما أتقدم بالشكر الجزيل لمدير الثقافة لولاية الوادي السيد "حسن مرموري" على سماحه لي بمواصلة
اتمام شهادة الماجستير.
كما أتقدم بالشكر المسبق لأعضاء لجنة المناقشة

نصر حميداتو

الملخص

النشاط السياحي في الجزائر وأثره على النمو الاقتصادي

لم تعد السياحة مجرد ظاهرة اجتماعية تهم بعض الأفراد والجماعات فقط، بل تحولت إلى أنشطة ترفيهية ذات أبعاد اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية، وذلك بسبب تدفق مئات الملايين من السياح على مختلف الدول والمناطق السياحية، الشيء الذي شجع العديد من الدول أن تعمل على النهوض بالسياحة وتحويلها إلى صناعة حقيقية وأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

يعتبر سائح كل من انتقل خارج مكان إقامته المعتادة لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة، وذلك لأسباب ترفيهية، دينية....

لذا تعتبر السياحة وسيلة فعالة لجلب العملة الصعبة وامتصاص البطالة، لأنها نشاط يعتمد بالدرجة الأولى على اليد العاملة، مما جعل الكثير من الدول تولي اهتماما خاصا لهذا القطاع، حيث عمدت إلى تخصيص رؤوس أموال هائلة للإستثمار فيه، فُصِحت السياحة في الآونة الأخيرة مجال تنافس شديد بين الدول.

فقطاع السياحة في الجزائر ظل مهملا لسنوات طويلة ليست لديه قدرات تنافسية تمكنه من الدخول في ساحة التجارة الدولية في عصر العولمة وتحرير تجارة الخدمات ، ولكن ما تتمتع به الجزائر من موارد طبيعية ومواقع تاريخية يشكل ميزة تنافسية طبيعية لها، وبالرغم من ذلك، فإن دورها يتضاءل في ظل التطورات الحديثة في عالم تتزايد فيه تنافسية السياحة الدولية التي تعتمد على تقنية المعلومات والابتكارات التكنولوجية مثل الانترنت والتجارة الالكترونية ووسائل الاتصال الحديثة. هذه العوامل تشكل تحديات كبيرة أمام قطاع السياحة في الجزائر خاصة. إن النشاط السياحي يؤثر على النمو الاقتصادي من خلال الزيادة في الناتج المحلي الاجمالي للدولة، ويعد أكثر مرونة في الدول التي تعتمد على السياحة كقطاع أساسي، بينما لا يظهر تأثيره في الدول المتخلفة أو التي تعتمد في اقتصادها على قطاع آخر كالنفط مثلا، غير السياحة.

الكلمات المفتاح:

النشاط السياحي، السياح، النمو الاقتصادي، التجارة الدولية، تنافسية السياحة الدولية، الناتج المحلي الاجمالي، العملة الصعبة.

Résumé

L'activité touristique en Algérie et leur impacte sur la croissance économique

Le tourisme est plus seulement un phénomène social d'intérêt pour certains individus et groupes seulement, mais transformé en un dimensions sociales, culturelles et environnementales pertinentes des activités récréatives, en raison de la circulation de centaines de millions de touristes à différents pays et zones touristiques, la chose qui a encouragé de nombreux pays à travailler pour promouvoir le tourisme et converti en l'industrie et véritable outil de développement, économique et social.

Est réputée pour les touristes de tous les déplacés à l'extérieur du lieu habituel de résidence pour une période de pas moins de 24 heures et pas plus de 01 an, et pour des raisons que récréatif, religieux

Donc, le tourisme est un moyen efficace de mettre en devises fortes et de résorber le chômage, parce qu'ils activité dépend principalement sur le travail, faisant de nombreux pays accordent une attention particulière à ce domaine, où a procédé à la répartition du capital énorme à investir dans ce secteur, est devenu le tourisme dans la région récente de la concurrence intense entre pays.

Le secteur du tourisme en Algérie qui a été négligé pendant de nombreuses années n'a pas les capacités concurrentielles de pouvoir s'engager dans l'arène du commerce international dans l'ère de la mondialisation et de la libéralisation du commerce des services, mais apprécié par l'Algérie des ressources naturelles et des sites historiques est un avantage concurrentiel naturel, et en dépit de cela, son rôle diminue dans Avec les récents progrès dans un tourisme international de plus en plus concurrentiel qui reposent sur des informations et des innovations technologiques telles que l'Internet, le commerce électronique et les moyens modernes de technologie de communication. Ces facteurs posent des défis importants pour le secteur du tourisme, en particulier en Algérie.

L'activité touristique sur la croissance économique affecte par le biais de l'augmentation du produit intérieur brut de l'État, et est plus souple dans les pays qui comptent sur le tourisme comme un secteur essentiel, alors que son impact ne semble pas dans les pays sous-développés ou dans l'économie qui reposent sur un autre secteur tels que l'huile, par exemple, il est le tourisme.

Les mots clés:

L'activité touristique, les touristes, la croissance économique, La commerce internationale, La concurrence du tourisme internationale, produit intérieur brut, les devises fortes

فهرس الأشكال

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	الاهداء
	الشكر
	الملخص
I	الفهارس
أ	المقدمة العامة
01	الفصل الأول: الإطار النظري للنشاط السياحي
02	تمهيد
03	المبحث الأول: ماهية النشاط السياحي
03	المطلب الأول: نشأة وتعريف النشاط السياحي والسائح
10	المطلب الثاني: خصائص النشاط السياحي ومقوماته
13	المطلب الثالث: أركان ومكونات النشاط السياحي
17	المطلب الرابع: أنواع النشاط السياحي ودوافعه
23	المبحث الثاني: السياحة كنشاط اقتصادي
23	المطلب الأول: المنتج السياحي
23	المطلب الثاني: السوق السياحي
26	المطلب الثالث: الأهمية الاقتصادية للنشاط السياحي
31	المطلب الرابع: الأهمية الاجتماعية للنشاط السياحي
34	خلاصة الفصل
35	الفصل الثاني: واقع السياحة دوليا ومحليا
36	تمهيد
37	المبحث الأول: واقع السياحة الدولية
37	المطلب الأول: صناعة السياحة الدولية
41	المطلب الثاني: واقع السياحة العربية
46	المطلب الثالث: السياحة العربية البينية
52	المطلب الرابع: واقع السياحة البينية العربية
55	المبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر
55	المطلب الأول: المؤهلات السياحية للجزائر
59	المطلب الثاني: القطاع السياحي في الجزائر من منظور إحصائي
64	المطلب الثالث: الاستثمار في القطاع السياحي في الجزائر
65	المطلب الرابع: استراتيجية الخوصصة الجزائرية في قطاع السياحة

فهرس الأشكال

69	خلاصة الفصل
70	الفصل الثالث: أثر النشاط السياحي في الجزائر على النمو الاقتصادي
71	تمهيد
72	المبحث الأول: الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي في الجزائر
72	المطلب الأول: الأثر على تدفق السياح
73	المطلب الثاني: الأثر على الناتج المحلي الخام
73	المطلب الثالث: الأثر على ميزان المدفوعات
74	المطلب الرابع: الأثر على العمالة
75	المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية
75	أولا- الإطار النظري للدراسة
75	1- الأثر المباشر للنشاط السياحي
76	2- الأثر غير المباشر للنشاط السياحي
77	ثانيا- الإطار التطبيقي للدراسة
78	1- النموذج الأول: أثر الإيرادات السياحية والناتج المحلي الإجمالي لفترة إبطاء عام واحد في الناتج المحلي الإجمالي (متغير تابع)
80	2- النموذج الثاني: مصفوفة الارتباط بين الناتج المحلي الإجمالي (متغير تابع) ، وبعض المتغيرات الاقتصادية الكلية
83	3- النموذج الثالث: تقدير القيم المستقبلية للإيرادات السياحية خلال خمس سنوات.
85	خاتمة الفصل
86	الخاتمة العامة
89	قائمة المصادر والمراجع
92	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1-1	الدوافع الأساسية للسفر	19
2-2	أعداد السياح في العالم على مستوى القارات.	37
2-3	عدد السياح والحصة السوقية للدول العربية عام 2012	47

فهرس الأشكال

48	البيانات الإقتصادية للسياحة في الدول العربية عام 1999	2-4
48	البيانات الاقتصادية للسياحة في الدول العربية عام 2012	2-5
50	عدد السائحين في الدول العربية عام 2012 (الوحدة: 1000 سائح)	2-6
53	السياحة البيئية بين عامي 2003 و 2011 (الوحدة: 1000 سائح)	2-7
62	تطور عدد الخارجين من الجزائر (سياحة عكسية) خلال فترة 1999-2009م	2-8
64	امتيازات الاستثمار الممنوحة حسب قانون 1993	2-9
66	الفنادق التي عرضت للخصوصية	2-10
66	الفنادق المعروضة للخصوصية في المرحلة الاولى	2-11
67	تصنيف الوحدات الفندقية لغرض الخصوصية	2-12
72	تدفق السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2009-2012.	3-13
78	Variables Entered/Removed ^a	3-14
79	Coefficients ^a	3-15
79	Model Summary ^b	3-16
79	ANOVA	3-17
81	Variables Entered/Removed ^a	3-18
81	Correlations	3-19
82	Model Summary ^b	3-20
82	Coefficients ^a	3-21
82	ANOVA ^a	3-22
83	Model Summary ^b	3-23
83	ANOVA ^a	3-24
84	Coefficients ^a	3-25
84	التنبؤ بالإيرادات السياحية (الوحدة: مليون دولار أمريكي)	3-26

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
16	أركان الصناعة السياحية	1-1
17	دوافع الفر والسياحة	1-2
37	عدد السياح الدوليين القادمين والدخل المتأتي من السياحة الدولية (1990-2010)	2-3
51	تطور عدد السياح القادمين إلى الدول العربية في الفترة ما بين عامي 1995 و2005.	2-4
55	عدد السياح العرب في الدول العربية لسنوات مختارة (الوحدة: 1000 سائح)	2-5
60	عدد السياح المتدفقين إلى الجزائر سنة 2012	2-6
60	توزيع السياح الأجانب بحسب الغرض من الزيارة سنة 2011.	2-7
61	تطور عدد السياح خلال الفترة (2000-2011)	2-8
63	تطور الليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة (2000-2007) (الوحدة: 1000 ليلة سياحية)	2-9
73	حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام (PIB) للجزائر خلال الفترة 200-2011	3-10
74	ميزان المدفوعات الجزائري لقطاع السياحة خلال الفترة 2000-2011	3-11
74	تطور العمالة في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة 2000-2011.	3-12

فهرس الآيات والأحاديث

06	" براءة من الله ورسوله إلى الذين عهدتم من المشركين فسبحوا في الأرض .." (سورة التوبة 01)	1-1
----	---	-----

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
92	احصائيات الايراد السياحي والناتج المحلي الاجمالي وصافي الميزان التجاري واجمالي الاستثمارات (1997-2013)	3-1
94	نتائج النماذج من برنامج Spss	3-2

المقدمة العامة

تمهيد:

إن التغيرات التكنولوجية التي نتجت عن الثورة الصناعية والتطورات الفكرية والثقافية التي صاحبتهما بالمجتمعات الغربية كان لها دور كبير في توجيه التطورات الاقتصادية والاجتماعية بهذه المجتمعات، لذلك فما أن توفر للمجتمعات الغربية الرخاء الاقتصادي، حتى سارعت إلى إنفاق الفائض من دخلها في ممارسة الأنشطة الترفيهية والإقامة بالمنتجعات السياحية بمحطات المياه المعدنية وبأعالي الجبال وعلى ضفاف الأنهار وشواطئ البحار. وهكذا، وشيئا فشيئا، لم تعد السياحة مجرد ظاهرة اجتماعية تهم بعض الأفراد والجماعات، بل تحولت إلى أنشطة ترفيهية ذات أبعاد اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية، وذلك بسبب تدفق مئات الملايين من السياح على مختلف الدول والمناطق السياحية، الشيء الذي شجع العديد من دول غرب أوربا وشمال أمريكا أن تعمل على النهوض بالسياحة وتحولها إلى صناعة حقيقية وأداة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

واقترء بالدول السياحية، تبنت العديد من دول العالم الثالث السائرة في طريق النمو سياسة النهوض بالسياحة، وكان عليها أن تعمل على إحداث منتجات سياحية وتسويقها لجلب المزيد من السياح والعملية الصعبة، وهذا يعني القيام بعمليات إنتاجية سياحية تشمل توفير التجهيزات الأساسية (إنشاء المطارات والموانئ والطرق، ودعم الاستثمارات ...) وهذا الأمر كان يقتضي العمل بسياسة تتضمن برامج ودراسات هادفة، وتوفير موارد مالية وبشرية كافية، مما جعل دول العالم الثالث تواجه صعوبات كبيرة لاستغلال مؤهلاتها السياحية ، وذلك باللجوء إلى الخبرات والمساعدات التقنية والمالية الخارجية.

فتفعيل دور النشاط السياحي في الجزائر للمساهمة في النمو الاقتصادي، أصبح يحتل مكانة لدى المهتمين بشؤون الاقتصاد في هذا الوقت بالذات، بحثا عن مصادر أخرى للدخل غير النفط، لما لهذا القطاع من مساهمات فاعلة في اقتصاديات العديد من الدول، بعد أن أصبحت السياحة تشكل جزءا مهما من التجارة الدولية فهي تأتي في المرتبة الخامسة من صادرات أكثر من 80% من دول العالم، وتعتبر مصدرا مهما للدخل والعملية الصعبة لكثير من الدول النامية، حيث ترتبط بالعديد من النشاطات الاقتصادية الأخرى مثل: الصناعة والزراعة والاتصالات والمواصلات.

يعتبر قطاع السياحة في الجزائر مهما لسنوات طويلة ليست لديه قدرات تنافسية تمكنه من الدخول في ساحة التجارة الدولية في عصر العولمة وتحرير تجارة الخدمات والحصول على جزء من المنافع التي تحققها العديد من الدول. إن ما تتمتع به الجزائر من موارد طبيعية ومواقع تاريخية يشكل ميزة تنافسية طبيعية، أصبح دورها يتضاءل في ظل التطورات الحديثة في عالم تتزايد فيه تنافسية السياحة الدولية التي تعتمد على تقنية المعلومات والابتكارات التكنولوجية مثل الانترنت والتجارة الالكترونية ووسائل الاتصال الحديثة. هذه العوامل تشكل تحديات كبيرة أمام قطاع السياحة وخاصة في عصر العولمة وتحرير الخدمات.

وإعادة الروح في قطاع السياحة يحتاج إلى تطوير وتنمية البنية البحثية في معظم القطاعات الاقتصادية نظرا للعلاقة المتشابكة بينه وبين القطاعات الأخرى، كما يحتاج إلى إزالة جميع القيود التي تعيقه حتى يمكن تحويله إلى قطاع يمتلك قدرات تنافسية للدخول في ساحة التجارة الدولية الإلكترونية.

وانطلاقا من النتائج المحققة سنة 2013 بارتفاع الإيرادات السياحية العالمية إلى 1.159 تريليون دولار بنمو قدره 5% مقارنة بعام 2012، ونمو عدد السياح العالميين بنسبة 5% إلى أكثر من مليار سائح ، صرح الأمين العام لمنظمة السياحة العالمية السيد طالب الرفاعي قائلا: « إن تلك النتائج تشير إلى أنه جاء الوقت لوضع السياحة على مرتبة أعلى في أجندة التجارة العالمية ، وذلك لتعزيز قدرتها على الترويج التجاري والتكامل الإقليمي¹ ».

وانطلاقا مما سبق أردنا أن نتطرق إلى المشكلة التالية:

2- المشكلة الرئيسية: ما أثر النشاط السياحي في الجزائر على النمو الاقتصادي؟

حيث تتفرع عن هذه المشكلة الرئيسية الأسئلة الفرعية التالية:

3- الأسئلة الفرعية:

- ما هو النشاط السياحي؟.
- ما هو واقع النشاط السياحي في الجزائر؟.
- ما الأهمية الاقتصادية من السياحة؟.
- ما مدى تأثير الإيرادات السياحية على الناتج المحلي الاجمالي بالجزائر؟.

4- فرضيات الدراسة:

- السياحة قطاع اقتصادي كباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى.
- وتيرة النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر بطيئة.
- وجود جهود مبذولة للدفع بالقطاع السياحي إلى الأمام ومحاوله تطويره .
- هناك تأثير ايجابي للإيراد السياحي على الناتج المحلي الاجمالي في الجزائر.

5- مبررات اختيار الموضوع:

- ان اختيارنا لهذا الموضوع للبحث نابع من عدة قناعات لعل أهمها:
- البحث عن القطاع البديل للنفط في الاقتصاد الجزائري.
- تتوفر الجزائر على مقومات سياحية متنوعة وعديدة نادرا ما توجد مجتمعة في دولة واحدة بالرغم من ذلك لا تزال بها السياحة متخلفة.
- ندرة وقلة الدراسات الاقتصادية القياسية المتخصصة في اقتصاديات السياحة.

¹ - شبكة الإعلام العربية، 1.2 تريليون دولار الإيرادات السياحية العالمية خلال العام 2013، (2015/05/20)، 20:00

- محاولة تطبيق بعض النماذج الاحصائية القياسية على متغيرات الاقتصاد الوطني.
- التطورات المذهلة التي تشهدها السياحة العالمية وخاصة من جانب اليرادات السياحية وعدد السياح .

6- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

- توضيح مفهوم السياحة كنشاط اقتصادي وأهم مكوناته.
- توجيه الاهتمام نحو ابراز اهمية السياحة كقطاع اقتصادي .
- محاولة ابراز التأثير الحقيقي للنشاط السياحي في الاقتصاد الوطني حسب الاحصائيات المتوفرة.
- معرفة السر في ضعف أداء القطاع السياحي في الجزائر وإعطاء الحلول الممكنة لإصلاحه.
- محاولة تطبيق بعض النماذج القياسية في دراسة أثر متغيرات النشاط السياحي على النمو الاقتصادي.
- التركيز على دراسة القطاع السياحي لإبرازه كبديل للقطاع الريعي (المحروقات) في الجزائر.

7- الدراسات السابقة:

- من الدراسات التي تناولت موضوع بحثنا، سنقتصر على ثلاث منها: دراستين ورسالة ماجستير:
- الدراسة الأولى، رسالة ماجستير، لـ شيرين عادل حسن نصير، تحت عنوان: "تحليل أثر السياحة على التنمية الاقتصادية في جنوب سيناء"، 2004، وتناولت الباحثة قياس العلاقة بين الاستثمارات السياحية والطلب السياحي في المحافظة، وكذلك أثر النشاط السياحي في حجم العمالة السياحية في مصر بصفة عامة، وفي جنوب سيناء بصفة خاصة. وبينت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين النشاط السياحي وحجم العمالة، وأن هناك علاقة الارتباط قوية، كما تبين أن 14 قطاعا في الاقتصاد المصري تحقق تشابكات خلفية قوية تزيد على المتوسط العام.
 - الدراسة الثانية لـ زينب توفيق السيد عليوة، تحت عنوان: تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر (1983-2009)، تناولت فيها علاقة الفكر الاقتصادي بالنشاط السياحي، أهمية النشاط السياحي للدول النامية، والاطار التطبيقي للدراسة باستخدام برنامج spss الاصدار 16. مستخدمة المتغيرات : اليرادات السياحية، اجمالي الاستثمارات، العمالة، الانفتاح التجاري ، الاستقرار الامني. وتوصلت الباحثة إلى أنه توجد علاقة طردية قوية ذات أثر معنوي بين اليرادات السياحية والناتج المحلي الاجمالي، وعكسية بين كل من الانتاج المحلي الاجمالي ودرجة الانفتاح على العالم الخارجي.
 - الدراسة الثالثة لـ د/ عبلة عبد الحميد مُجَّد بوخاري، (2012) تحت عنوان: أثر السياحة في التنمية والنمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية (1991-2010)، تناولت فيها اطارا نظريا للدراسة حول مفهوم السياحة وأنواعها والآثار الاقتصادية للسياحة، وأخيرا تحليل قياسي لأثر السياحة على الاقتصاد السعودي. وتوصلت الباحثة الى أن علاقة اليرادات السياحية بالنمو لا تنطبق على الاقتصاد السعودي.
- أما نحن سنختار بلد الجزائر في الفترة الممتدة من 1997-2013 لدراسة أثر النشاط السياحي (اليراد السياحي) على النمو الاقتصادي (الناتج المحلي الاجمالي) كمتغير تابع، أما المتغيرات المستقلة فتتمثل في اليراد

السياحي وبعض المتغيرات الكلية (اجمالي الاستثمارات، صافي الميزان التجاري، والناتج المحلي الاجمالي بفترة ابطاء عام واحد) وذلك باستخدام برنامج spss الاصدار 21 لحساب النتائج.

8- الإطار الزمني والمكاني:

الإطار الزمني: يعتمد البحث على مجموعة من البيانات من سنة 1997-2013 تخص مؤشرات النشاط السياحي خاصة، والاقتصاد بشكل عام من هيئات مختلفة، وقد تم الحرص على أن تكون حديثة قدر المستطاع والمتاح، لكي تتماشى مع طبيعة الدراسة.

الإطار المكاني: يختص هذا البحث بتناول قطاع السياحة في الجزائر من خلال دراسة الحالة.

9- المنهج والأدوات المستخدمة:

اتبعت في دراسة هذا البحث المنهج الوصفي التحليلي، وكذلك الاسلوب الاحصائي للتحليل مستخدما:

- البيانات التي تم تجميعها.
- البرنامج الاحصائي SPSS 21 للحصول على النتائج النهائية.
- الاتصال ببعض الأساتذة الأجانب كالدكتورة عبلة بوخاري من مصر عبر البريد الالكتروني.
- الاتصال بمديرية السياحة لولاية الوادي.

10- صعوبات البحث:

- واجهتنا في بحثنا عدة صعوبات نوجزها في النقاط التالية:
- صعوبة الحصول على الاحصائيات الحديثة والدقيقة من مصادرها الرسمية.
 - صعوبة انتقاء احصائيات وبيانات النشاط السياحي لتداخلها مع احصائيات القطاعات الأخرى.
 - قلة المراجع ذات النظرة الاقتصادية على القطاع السياحي.
 - المعرفة المتواضعة بالبرامج الاحصائية ك: SPSS، EVIEWS،...
 - صعوبة اقتناء الكتب من مكتبة الكلية نظرا للوقت غير الكافي المخصص لطلبة التجارة الدولية.

11- محتوى البحث:

احتوى البحث على ثلاث فصول:

- الفصل الأول: وتم التعرض فيه الى الإطار النظري للنشاط السياحي، وهذا في مبحثين، فبالنسبة للمبحث الأول فتطرقنا فيه لماهية السياحة والسائح وأهم عناصرها، أما المبحث الثاني فوضحنا فيه الاهمية الاقتصادية للنشاط السياحي مع التنويه إلى مكونات السوق السياحية.

- الفصل الثاني: وتم التعرض فيه لواقع السياحة دوليا ومحليا من خلال مبحثين اثنين. فالأول تناولنا فيه واقع السياحة الدولية، الأجنبية منها والعربية وكذلك السياحة البينية العربية، أما المبحث الثاني فخصصناه لواقع السياحة في الجزائر.

الفصل الثالث: وتم تقسيمه إلى مبحثين، الأول تطرقنا فيه إلى الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي في الجزائر، أما المبحث الثاني، فخصصناه للدراسة التطبيقية من خلال تطبيق ثلاث نماذج، معتمدين على دالة كوب دوغلاس لدراسة أثر النشاط السياحي في الجزائر (الايراد السياحي) على النمو الإقتصادي (الناتج المحلي الإجمالي).

الفصل الأول:

الإطار النظري للنشاط السياحي

تمهيد:

يعد النشاط السياحي اليوم من أبرز اهتمامات الدول، وذلك لكثافة الأعداد البشرية التي تطمح لقضاء اجازاتها السياحية القصيرة منها والطويلة، وهذا الاتساع الهائل لمجالات النشاط السياحي لم يكن معهودا من قبل، وذلك للمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية من جهة وكثافة الاعلام السياحي من جهة أخرى، كل ذلك ساهم في وجود هذه القفزة السياحية العالمية.

نشأت السياحة كظاهرة منذ أن شعر الإنسان بالحاجة إلى الراحة والترفيه، وبرغبته في اكتشاف مناطق مجاورة أو بعيدة عن محيطه الطبيعي والتعرف على جمالها ومناخها وعادات وتقاليده وحضارات الشعوب التي يحتك بها إرضاء لغريزة الفضول والاطلاع.

وعليه سنحاول التطرق للتطور التاريخي للظاهرة السياحية، مع الإلمام بمختلف التعاريف والمفاهيم المرتبطة بالسياحة والسائح، كذلك سنحاول التطرق إلى بعض الخصائص والأركان، وكذا ظهورها كنشاط اقتصادي. ولإبراز كل هذا قسمنا الفصل الأول إلى المباحث التالية:

- المبحث الأول: ماهية النشاط السياحي.

- المبحث الثاني: السياحة كنشاط اقتصادي.

المبحث الأول: ماهية النشاط السياحي

تعد السياحة ظاهرة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ زمن طويل، فهي قديمة قدم الحياة البشرية، وعريقة عراقة التاريخ، والإنسان عبر أزمنة طويلة في حياة ديناميكية بين السفر والتنقل طلباً للأمن والاستقرار، وسعياً لضمان رزقه ومعاشه، لتتحول ظاهرة انتقال الإنسان لتحقيق رغباته واحتياجاته ومختلف شؤون حياته اليومية إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها المتعة والراحة والتثقيف والاستجمام.

المطلب الأول: نشأة وتعريف النشاط السياحي والسائح

أولاً- نشأة النشاط السياحي

عرفت السياحة منذ العصور القديمة، فهي قديمة قدم الإنسان وعريقة عراقة التاريخ فمنذ أزمان طويلة والإنسان في حركة دائمة بين السفر والتنقل بحثاً عن أمنه واستقراره¹. ويمكن لنا أن نميز بين أربعة مراحل أساسية مرت بها السياحة وهي كالتالي:

أ- مرحلة الحضارات القديمة

فطرة الإنسان في العيش لم تتركه يتركه يطمح إلى المزيد بغية الوصول إلى الأفضل نتيجة للوقت الذي كان لا يوليه أي اهتمام.

وكان لقدامى المصريين سبق في هذا المجال، فاهتموا بإنشاء السفن وإرسال البعثات التجارية والاستكشافية. وبظهور طرق التجارة وتحسن النقل البري والجوي والبحري، ازدادت الرغبة في التنقل مما ساعد في ذلك قيام الحضارات، فنجد الفينيقيين الذين عرفوا بحب المغامرة والاهتمام بالنقل البحري في سبيل الحصول على المعرفة والكسب المادي، ووصلوا برحلاتهم إلى بلاد الغال ومالطة وكورسيكا وشمال إفريقيا.

أما الإغريق فقد توجهوا برحلاتهم وتنقلاتهم إلى منطقة الشرق الأدنى القديم، فوصلوا إلى الهند وآسيا الوسطى. وكذلك قام جماعات من اليونان القدماء بالإقبال على جيل أولمبيا للمشاهدة والاشتراك في الألعاب الأولمبية، التي لعبت بدور هام في الجذب السياحي، وازدادت الحاجة إلى الفنادق التي تأوي زوار أثينا، وبذلك خطت السياحة خطوة عملاقة إلى الأمام. كما عرفوا السفر لمشاهدة عجائب العالم القديم وفي مواسم الأعياد والاستشفاء بمياه الينابيع المعدنية، ومن أبرز فلاسفتهم ورحالتهم طاليس، أفلاطون وهيرودوت.²

¹ - ماهر عبد الخالق السيبي، صناعة السياحة (الأساسيات والمبادئ) ، مطابع الولاء الحديثة 2003، ص 9.

² - فضيل أحمد يونس، الجغرافيا السياحية، دار النهضة العربية والنشر، بيروت، 1993، ص12.

وبقيام الإمبراطورية الرومانية نشطت الحركة السياحية واتسعت، وذلك بانتقال الإنسان على قدميه أو استعمال دواب العمل (الحصان، الجمل،...) للسير في الطرق البرية، أما القوارب والسفن الشراعية الصغيرة في المساحات المائية.¹

وقام الرومان بتعيين إجازاتهم وعطلهم، فتوجه البعض لقضائها على الشواطئ أو مشاهدة الأهرامات والهياكل الشهيرة والحمامات المعدنية العلاجية، أما البعض الآخر فقد توجهوا إلى إجازتهم لمشاهدة المباريات الرياضية والفنية و الثقافية.

ب- مرحلة العصور الوسطى

تميزت هذه المرحلة الممتدة بين القرن الخامس ونهاية القرن الخامس عشر ميلاديين بالرحلات التي قام بها العرب، والتي غلب عليها الطابع الديني، فكانوا يقومون بزيارة المعابد والأماكن المقدسة في فلسطين. وبعد ظهور الإسلام ازدادت الرحلات بغرض نشر الدعوة الإسلامية بدءا من شبه القارة الهندية شرقا، وصولا إلى شمال إفريقيا وجنوب أوروبا غربا. وتجاوزت الرحلات البحرية والتجارية للعرب حدود الدولة الإسلامية حيث بلغت جنوبي الصين وكوريا وجزر اليابان في الشرق وغرب وشرق إفريقيا ووصلوا إلى سيبيريا.

وتزامنت رحلات الأوروبيين خلال القرن الخامس عشر التي توجهت باكتشاف الأمريكيتين عام 1492 ورأس الرجاء الصالح عام 1498 على يد فاسكو دي غاما، كذلك أستراليا عام 1605، ونيوزلندا عام 1769، ورحلات ماركوبولو الاستكشافية إلى مناطق عديدة في آسيا الوسطى وآسيا الموسمية والرحلات الاستكشافية لشعوب شمال أوروبا خاصة الفايكينغ إلى إيسلندا وغرينلندا وكندا.

وخلال القرن السادس عشر، قام أبناء الملوك والأمراء بالدراسة والتعليم في المراكز العلمية العالمية كجامعة أوكسفورد في إنجلترا، جامعة السربون في فرنسا، جامعة روما.

ج- المرحلة الحديثة (السياحة في العصر الحديث) : تمتد هذه المرحلة من القرن السادس عشر ونهاية القرن التاسع عشر ميلاديين، فقد شهد اكتشافات جديدة أهمها اكتشاف أستراليا عام 1605، ونيوزلندا عام 1769²، وعرفت كذلك بالرحلات الأوروبية إلى أفريقيا، وتطور الآلة ووسائل المواصلات والاتصالات، فقد ساعد ظهور السيارة والباخرة والطائرة والقطار على تسهيل عملية السفر، وإن كان ذلك في الأول مقتصرًا على الأغنياء،

1- ماهر عبد الخالق السيسي، صناعة السياحة (الأساسيات والمبادئ)، مرجع سابق، ص 17.

1- كواش خالد، السياحة، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، ط 1، 2007، ص 16.

وعرفت المرحلة كذلك بعض القوانين المنظمة للنشاط السياحي نتيجة الحدود السياسية للدول ، فأصبح السفر يخضع للتأشيرات وجوازات السفر .

العصر الحديث شمل أيضا فترة الثورة الصناعية سيما في أوروبا، وشهد العالم ارتفاعا في مستوى المعيشة وتطورا في وسائل النقل، الأمر الذي ضاعف من الطلب السياحي، وعرف العالم أو تنظيم لرحلة سياحية من خلال Thomas cook عام 1841 في بريطانيا، حيث قام بنقل مجموعة أشخاص من الطبقات الشعبية بواسطة القطار لزيارة البحر لمدة يوم واحد قاصدا إبعادهم عن جو الفقر والبؤس والعمل المزري الذي يمارسونه، كما قام أيضا بنشر مجلة في السفر لتعريف الناس بالجوانب المختلفة والاحتياجات الضرورية خلال الترحال¹.

د- المرحلة المعاصرة

يعتبر القرن العشرين بما أحدثه من ابتكارات " قرن السياحة" كما أن النصف الأخير منه يوصف "بعصر السياحة"، فرغم أن القرن عرف حربين عالميتين مدمرتين وعديد من الحروب في العالم، فيتنام، حرب الكوريتين، غزو الاتحاد السوفياتي لأفغانستان، إيران- العراق، فضلا على الحرب الباردة بين المعسكر الشيوعي والرأسمالي... إلخ، إلا أنه شهر تطور هائل في النشاط السياحي أو ما يعرف بالاقتصاد السياحي.

ففي هذا العصر أصبح العالم قرية صغيرة يمكن أن تزور قاراتها الخمس في يوم واحد، وعرف أيضا التطور الهائل في مجال المنشآت السياحية بمختلف أنواعها وظهرت الفنادق العملاقة جدا والسلاسل الفندقية التي ساهمت في تطوير حقيقي للنشاط السياحي في العالم، وتميزت هذه المرحلة بظهور المنظمات السياحية العالمية أهمها المنظمة العالمية للسياحة التابعة لهيئة الأمم المتحدة، وتبقى هذه الفترة بمثابة العصر الذهبي للسياحة للإعتبارات التالية:

- التطور الكبير في وسائل النقل المختلفة سيما من جانب السرعة، الراحة، وبالأخص الأمن؛
- التقدم الذي شهده قطاع الاعلام مما سهل عملية الاتصال وسرعة نقل المعلومات بين مختلف أنحاء العالم؛
- ارتفاع مستوى المعيشة لدى الكثير من شعوب العالم مما جعل رغبة المتعة والسفر تزداد لديهم؛
- تنظيم العمل وظهور النقابات العمالية جعل العمال يستفيدون من العطل الاسبوعية والسنوية تقضى غالبا في السياحة والسفر؛
- الاهتمام المتزايد للدول بالقطاع السياحي سيما الدول الضعيفة التي عملت على تطوير النشاط ومحاولة استقطاب السواح؛

¹ - صديقي سعاد، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية، 2005/2006، ص 11.

- ظهور المنظمات السياحية، المحلية، الاقليمية والعالمية ، التي تعنى بتنظيم السياحة وتأطيرها وترقيتها، زيادة على إنشاء وزارات مكلفة بالسياحة على مستوى كل دول العالم.

هذه العوامل وأخرى ساهمت في تطوير النشاط السياحي العالمي ، فقد كان حجم الانفاق السنوي على السياحة سنة 2005 حوالي 750 مليار دولار¹.

ثانيا: تعريف السياحة

يعتبر لفظ السياحة من الألفاظ المستخدمة في اللغات اللاتينية إلا أنه كان معروفا في اللغة العربية، فالمفهوم اللغوي للفظ سياحة نجد أنه يعني التجوال، وعبارة "ساح في الأرض" تعني ذهب وسار على وجه الأرض، وقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم ، في قوله تعالى: " براءة من الله ورسوله إلى الذين عاهدتم من المشركين فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين " (سورة التوبة الآية 01)، ومعناها سيروا أيها المشركون سير السائحين آمنين مدة أربعة أشهر لا يتعرض من خلالها أحد، إضافة إلى ذلك فإن من فرائض الإسلام حج البيت لمن استطاع إليه سبيلا، وهذا ما يدخل الآن ضمن السياحة الدينية.²

أما في اللغة الإنجليزية فنجد أن " Tour " يعني أن يجول أو يدور، أما " Tourisme " أي السياحة فمعناها الانتقال والدوران.

ولإعطاء تعريف موحد وشامل من قبل الباحثين، فقد ركز كل باحث على جانب معين، فمنهم من اعتبرها ظاهرة اقتصادية وأخرى اجتماعية، ومنهم ثقافية ونفسية، وفيما يلي سنعرض بعض التعاريف:

- تعريف السويسري Akoller آكلور أن السياحة السويسرية تتكون من أولئك الأفراد الذين يقيمون مؤقتا بسويسرا بعيدا عن مقر إقامتهم للأسباب التالية³:

* الأسباب الصحية أو الترويج أو إرضاء احتياجات ثقافية.

* الأسباب المهنية (رحلات رجال الأعمال، مؤتمرات).

* الأسباب التعليمية (الطلبة).

نلمس من خلال هذا التعريف أن Akoller قد حدد أنواع السائحين المتكررين على سويسرا كمجتمع مضيف دون الإشارة إلى المدة التي يجب أن يقضيها السائح كحد أدنى أو أقصى لكي نعتبره سائحا.

1- منشورات المنظمة العالمية للسياحة.

2 - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص21.

3 - دعبس يسرى ، السلوك الاستهلاكي في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، البيطاس للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2002، ص14.

- تعريف الاقتصادي النمساوي VAU SCHULLER فونش وليرن للسياحة على أنها: " كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة" نجد أنه من خلال هذا التعريف قد ركز على النواحي الاقتصادية فضلا عن إشارته إلى السياحة الداخلية والخارجية¹
- تعريف العالمين السويسريين سنة 1924 Hunziker et Kraft السياحة " مجموعة النشاطات الناتجة عن السفر أو انتقال الأفراد من مكان الإقامة الأصلي، طالما أن هذا الانتقال لا يدخل في إطار النشاط المريح"²
- تعريف Cuyer Frauler: أول تعريف عام 1905 يعرف السياحة بأنها: "ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وإلى تغيير الهواء وإلى مولد ونمو الإحساس بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعة الانسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع التجارة والصناعة سواءا كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرتها تقدم وسائل النقل.
- تعريف حسين كفا في السياحة بأنها: " النشاط الإنساني الذي يتعلق بالحركة والتنقل، يقوم به فرد أو مجموعة الأفراد بغرض الانتقال من مكان إلى آخر لأسباب اجتماعية أو ترفيهية أو قضاء الإجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات أو للعلاج والاستشفاء، وليس بغرض العمل والإقامة الدائمة، ولا تدخل في السياحة وجود قوات احتلال عسكري أو هجرة من بلد إلى بلد، أو حتى للعمل المؤقت، أو أعضاء السلك الدبلوماسي".
- عرفها ماكنتوش وزملاؤه، بأنها: مجموعة من الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السواح ومنشآت الأعمال، والدول والمجتمعات المضيئة، وذلك بهدف استقطاب واستضافة هؤلاء السواح والزائرين³.
- وتأييدا لرأي ماكنتوش 1955، فإنه يتعين الأخذ بكافة النواحي المتعددة للسياحة وتداخلاتها مع الأنشطة المختلفة الأخرى لفهم مدى صعوبة وجود تعريف موحد عالمي للسياحة.
- هذا ويوضح ماثيسون ووالMathieson & Wall، أن السياحة تشتمل على ثلاثة عناصر أساسية:
- عنصر ديناميكي (حركي) يتضمن السفر إلى منطقة أو مناطق عينة.
- عنصر ستاتيكي (ساكن) يتضمن البقاء في المنطقة المضيئة.

¹ - حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط 2، 2006، ص14.

² - Ahmed Tessa, *Economie Touristique et Aménagement du Territoire*, OPU, Alger, p21.

³ - حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مرجع سابق، ص-ص23-16.

- عنصر سبي(تبعي) ناتج عن العنصرين السابقين، والذي يهتم بالتأثير م ا الذي يحدثه السائح مباشرة أو غير مباشرة في الأنظمة الاقتصادية والطبيعية والاجتماعية.

وبذلك فإن السياحة تتضمن جانب اقتصادي يتمثل في مجموعة من التغيرات الاقتصادية التي تتأثر من خلال تأثير الإنفاق السياحي واستعداد الدولة لاستضافة السياح، كما تتضمن جانب طبيعي يتمثل في حركة وتنقلات الأفراد من أماكن إقامتهم إلى أماكن أخرى من أجل الترويح عن النفس أو أغراض أخرى، وكذلك جانب اجتماعي سلوكي ينشأ عن اختلاط الأفراد بالأنظمة الاجتماعية للدول المضيفة. وعرفت المنظمة العالمية للسياحة، السياحة بأنها: "انتقال الأفراد من مكان لآخر لأهداف مختلفة، ولفترة زمنية تزيد عن 24 ساعة، وتقل عن سنة، مع توفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط"¹.

ومن خلال التعريف السابق يتبين أن السياحة تقوم على عدة معايير محددة لاكتمال هذا النشاط، والمتمثلة في:

- عملية الانتقال: حيث يشترط في السياحة عملية الانتقال من مكان إلى آخر، أما فيما يتعلق بالمسافة الواجب قطعها من شخص سائح، فهي تختلف من تعريف لآخر وقد حددتها اللجنة السياحية بـ 50 ميلا، أما لجنة السياحة الكندية فقد حددتها بـ 25 ميلا.

- الهدف: ونقصد به عملية الانتقال، وهذا يتم تحديده على أساس نوع السياحة.

- المدة: وقد حددها التعريف بأنها تزيد عن 24 ساعة ونقل عن سنة، حيث أنها لو زادت على ذلك يمكن اعتبارها إما إقامة أو هجرة أو غيرها، وكذا قلت عن 24 ساعة يمكن اعتبارها نزهة وليست سياحة.

- توفير الخدمات المتعلقة بالسياحة: ويمثل هذا المعيار في الحقيقة مكون من مكونات السياحة، والذي لا يمكن قيامها إلا بتوفيره، إذ أن غيابه سيؤدي إلى تراجع السياح عن زيارة ذلك المكان أو الدولة.

في سبيل حل المشكلات الناشئة عن محاولة إيجاد تعريف للسياحة، يفرق الباحثون أحيانا بين جانبيين للتعريف:

تعريف جانب الطلب وتعريف جانب العرض. ويأتي ذلك توافقا مع بيان منظمة السياحة العالمية كما ذكره

هان وفانج بأن "السياحة إذا هي في المقابل كلمة عامة يمكن أن ترجع إلى استهلاك السياح وإلى وحدات الإنتاج التي تعرض السلع والخدمات للسياح، أو حتى الوحدات القانونية أو ذات المناطق الجغرافية المتصلة بالسياح بطريقة أو بأخرى.

وكما يبدو فإن غالبية التعاريف تهتم بجانب الطلب(المستهلكون)، بينما من المهم أيضا الأخذ بجانب العرض في الحسبان. تقاس السياحة من جانب الطلب بإنفاق المستهلكين على مختلف السلع والخدمات. يذكر هان وفانج

² - أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار الكنوز والمعرفة والنشر، عمان- الاردن، 2007، ص 24.

تعريف منظمة السياحة العالمية والذي يعتبر السياحة من جانب الطلب هي: "إجمالي الإنفاق الاستهلاكي بواسطة الزائر من أجل وخلال رحلته وبقائه في مكان مقصود." من جانب العرض تقاس السياحة بالبضائع التي تنتجها الصناعة، وفي هذه الحالة تعرف المنظمة السياحة بأنها "صفات مميزة موجهة أساسا لعرض السلع والخدمات للسياح. وعليه تتحدد السياحة بمقدار ما تنتجه المنشآت السياحية¹.

ثالثا: تعريف السائح وحقوقه

1- تعريف السائح:

يمارس غالبية البشر التنقل سواء داخل الوطن أو خارجه، فمنهم من ينتقل للحصول على عمل ومنهم من يهاجر، وآخرون لزيارة الأقارب، وآخرون لأغراض سياسية... الخ ، وهكذا تتعدد الفئات البشرية التي تنتقل من مكان الى آخر، والمهم البحث عن الفئات التي تنتقل لأغراض سياحية، ألا وهم السياح.

فقد عرف تينارد Tinard، السائح بأنه: "كل شخص ينتقل خارج مكان إقامته المعتادة لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 04 أشهر، وذلك لأسباب ترفيهية، أو صحية أو دراسية، أو الخروج للمهمات والاجتماعات. كما عرف المؤتمر " مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين بروما" سنة 1963 السائح على أنه: "أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها"². حيث صنف هذا التعريف السياح الى فئتين من الزائرين هما : الزائرين ومسافري الرحلات السريعة.

1-1- السائحون Touristes: وهم الزائرون المؤقتون الذين يقيمون أكثر من 24 ساعة في الدولة التي يزورونها.

2-1- مسافري الرحلات السريعة Excursionnistes: وهم الزائرون المؤقتون لمدة تقل عن 24 ساعة في الدولة التي يزورونها.

3-1- من خلال التعريفين السابقين، نستنتج ما يلي:

- أن انتقال السائح يكون بطرق مشروعة.
- أن فترة الإقامة للسائح تكون من 24 ساعة إلى سنة³.

2- حقوق السائح:

¹ - بخاري عبلة عبد الحميد، اقتصاديات السياحة: مقدمة في اقتصاديات السياحة، محاضرات بقسم الاقتصاد، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، ج 2، 2012 :

<http://www.kau.edu.sa/Files/0002132/Subjects/TE%20%281%29.pdf>

² - فراح رشيد ويودلة يوسف، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي . مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية ، العدد 12، 2012، ص100.

³ - بلاطة مبارك وكواش خالد ، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة سطيف، 2005، ص154.

- ينبغي أن يتمتع السائحون والزائرون وفقا لقواعد القانون الدولي والتشريع الوطني، بحرية التنقل داخل أوطانهم، ومن دولة إلى أخرى، عملا بما تنص عليه المادة 13 من الاعلان العالمي لحقوق الانسان، كما ينبغي أن يسمح لهم بالوصول إلى أماكن العبور والإقامة، وبلوغ المواقع السياحية والثقافية دون التعرض لإجراءات مبالغ فيها ودون تمييز في المعاملة.

- يحق للسائحين الزائرين استخدام أي من وسائل الاتصال المتاحة سواء كانت داخلية أو خارجية، وكذلك الوسائل السريعة والميسرة للحصول على الخدمات الادارية المحلية. كما ينبغي أن تكفل لهم حرية الاتصال بالمثلثين القنصليين لبلدانهم وفقا للاتفاقيات الدبلوماسية السارية.

- يحق للسائحين والزائرين التمتع بنفس الحقوق المقررة لمواطني الدولة التي يزورونها فيما يتعلق بسرية البيانات الشخصية والمعلومات المتعلقة بهم، وبخاصة عندما يتم تخزين هذه البيانات إلكترونيا.

- ينبغي أن تتماشى الاجراءات الادارية المتعلقة بعبور الحدود، سواء كانت من اختصاص الدولة، أو ناتجة عن اتفاقيات دولية - مثل التأشيرات أو الاجراءات الصحية أو الجمركية- بقدر الامكان مع السعي الى كفالة حرية السفر والانتفاع بالسياحة الدولية الى أقصى حد ممكن. كما ينبغي تشجيع الاتفاقيات التي تبرم بين مجموعات الدول لتبسيط تلك الاجراءات والتنسيق بينها، والعمل تدريجيا على إلغاء أو تصحيح الضرائب والرسوم التي تعوق صناعة السياحة وتضر بقدرتها على المنافسة.

- ينبغي أن يسمح للمسافرين بالحصول على مخصصات مالية من العملات القابلة للتحويل واللازمة لأسفارهم ما دام الوضع الاقتصادي لدولتهم يسمح بذلك¹.

المطلب الثاني: خصائص النشاط السياحي ومقوماته

أولا : خصائص النشاط السياحي

تهدف السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المنطقة أو الدولة كالشواطئ الرملية أو المناخ المعتدل أو المناطق الجبلية أو الغطاءات الجليدية أو الأماكن الدينية والتاريخية والأثرية، وهي بذلك لا تختلف على الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى استغلال الموارد الطبيعية المتاحة، كالموارد المعدنية والغابات، ويمكن حصر أهم الخصائص فيما يلي:

1- تعد السياحة نشاطا اقتصاديا متزايدا أو متضاعف الطبيعة وبصورة مطردة وخاصة فيما يتعلق بالدخل والاستخدام السياحيين، وتفسير ذلك أن أقدام السياح على الانفاق وتحويل نقودهم الى عملات الدولة التي

¹ - منظمة السياحة العالمية والأمم المتحدة. المدونة العالمية لأداب السياحة (من أجل سياحة مسؤولة ووثائق ذات صلة)، المادة الثامنة، ص-ص. 16-17.

يزورونها من أجل تسديد تكاليف الخدمات التي يحتاجونها، إلى جانب مشترياتهم من الهدايا والتذكرات، يعني ذلك انتقال النقود من السياح إلى عدة أشخاص وقنوات ومستويات متعددة بالإضافة إلى استخدامها أكثر من مرة عن طريق انتقالها من حائز إلى آخر ، مما يؤدي إلى تزايد الدخل وهو ما يطلق عليه بالمضاعف رغم انتقال جزء من هذه الأموال إلى خارج المنطقة السياحية ، من أجل توفير خامات ومواد ومتطلبات صناعة السياحة ، وفيما يتعلق بالاستخدام أو العمالة السياحية المتزايدة، فهي من خصائص صناعة السياحة التي تتصف بها، نظرا لاحتياجها إلى أعداد كبيرة من العاملين، أي أنها توفر فرص عمل لأعداد كبيرة من المستخدمين.

2- تتأثر صناعة السياحة بعوامل أسعار السفر والخدمات السياحية ومستوى المداخل للمواطنين بصورة كبيرة، أي تتغير بسهولة قرارات السياح وتوجهاتهم، بالتغيرات التي تحدث في كل من تكاليف أنشطة السياحة ومستوى المداخل.

3- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة، فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر، وهي تعتبر من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه، فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي " الدولة المضيفة" لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى، التي تتطلب بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها، تكاليف نقلها.

4- إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي: الموارد السياحية (الطبيعية، التاريخية والأثرية) لا تباع إلا من خلال السياحة، فهذه الموارد لا تدر عائدا بطبيعتها، إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي.

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

6- إن السياحة الدولية منتج تصديري، يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار، لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية، ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكل الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي كما يلي:

- تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية، كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار الصرف، التغيرات المناخية غير المنتظرة، بالإضافة إلى قرارات الدول القاضية بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح للسائحين الخروج به؛

- تتميز السياحة بمرونة عالية، لكل من السعر والدخل؛

- موسمية النشاط السياحي، فهناك عوامل تؤدي إلى الموسمية أهمها تركز العطل المدرسية والعطل في المنشآت الصناعية وغيرها في موسم معين.

7- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر وبما يتفق وحجم العرض والأسعار، وخاصة أن الطلب السياحي يتصف بالموسمية في معظم الأحوال مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة.

8- صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنويا نظرا لكثرة المغريات السياحية في مناطق العالم المختلفة. لذلك يسعى العاملون بصناعة السياحة وبكافة الوسائل إلى استقطاب السياح وإرضائهم وإيجاد الألفة والوفاء لديهم للمنطقة السياحية على أمل العودة مرة أخرى¹.
ثانيا- مقومات النشاط السياحي:

يعتمد النشاط السياحي على مجموعة من المقومات أهمها:

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

1-1- المناخ: وهو ذلك الجو السائد في بلد معين، إذ يفضل السياح الجو المعتدل الجاف، حيث ينتقل السياح إلى المناطق السياحية الدافئة في فصل الشتاء، والمناطق الجبلية والساحلية في فصل الصيف، وبالتالي يمكن تقسيم المناخ في العالم إلى نمطين هما²:

أ- مناخات هادئة: تتميز بقلة تقلب خصائص عناصرها، كمناخ البحر المتوسط، والمناخات السائدة في المناطق الغابية، والسفوح الجبلية منخفضة المنسوب.

ب- مناخات تتسم بالاثارة: نظرا لكثرة تقلب خصائصها، كهبوب الرياح وسقوط الامطار الغزيرة، وكثرة تساقط الثلوج، وهذا النوع من المناخ يؤثر سلبا على السياحة، كتدمير بعض المنشآت السياحية، وغلق الطرق والاتصالات.

ج- الموقع الجغرافي: يلعب الموقع الجغرافي دورا مهما في السياحة، من حيث القرب والبعد من مناطق الطلب السياحي، فكلما كان الموقع قريبا من الاسواق ساهم ذلك في زيادة الطلب السياحي.

¹ - كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004/2003، ص19-

22.

² - عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 03، 2013/2012، ص29.

د- أشكال سطح الأرض: ويبرز من خلال التضاريس والسلاسل الجبلية والمسطحات المائية، هذا يشجع الدول المختلفة على استغلال هذه الامكانيات الطبيعية، وإقامة منتجعات سياحية، مما يحفز على جذب السياح لهذه المناطق.

هـ- الحمامات المعدنية: ويمكن استغلال الحمامات الطبيعية إما من أجل العلاج للمرضى، أو اللجوء إليها للحصول على الراحة والمتعة.

و- المناطق الصحراوية: تلعب المناطق الصحراوية دورا مهما في جلب السياح، نظرا لتوفرها على خصائص تميزها على المناطق الأخرى، كتوفرها على الكثبان الرملية مثلا.

1-2- الامكانيات التاريخية والأثرية: تعتبر المقومات التاريخية والأثرية من الامكانيات السياحية الهامة، وتوجد بالعالم معالم تاريخية كالأهرامات في مصر، حيث يكتسب السائح متعة ذهنية، من خلال التعرف على تطور وتعاقب الحضارات¹.

1-3- المقومات الدينية: تتمثل المقومات الدينية في الأماكن المقدسة والآثار الدينية، وتعتبر مكة المكرمة من أشهر المواقع الدينية في العالم، من حيث عدد السياح الذين يقصدونها من كل بقاع العالم، وهذا لأجل أداء مناسك الحج والعمرة.

1-4- المقومات الثقافية: وتلعب دورا مهما من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات وتقاليد الشعوب وفنونها الشعبية والصناعة التقليدية لهذه الشعوب، والتظاهرات الثقافية والفنية.

1-5- المقومات المادية: تعتبر الامكانيات المادية الركيزة الأساسية لقطاع السياحة في أي بلد، وتمثل في مدى توفر البنى التحتية الأساسية (المطارات والطرق والسكك الحديدية)، والبنى الفوقية كالفنادق والاتصالات والنقل... الخ.

1-6- المقومات المؤسسية: وتتمثل في المؤسسات القائمة على القطاع السياحي، ولعب دورها في مختلف المجالات الخاصة بالسياحة، من خلال سن التشريعات والقوانين، والهياكل التنظيمية العامة، ووضع خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة².

المطلب الثالث: أركان ومكونات النشاط السياحي

أولا: أركان النشاط السياحي:

¹ - نعيم الطاهر وسراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة، الاردن، ط2، 2007، ص147.

² - عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

SDAT2025، مرجع سابق، ص30-31.

وتتمثل فيما يلي:

- 1- النقل: ترتبط صناعة السياحة ارتباطا وثيقا بصناعة النقل، ويعتبر أحد الأركان الأساسية للنشاط السياحي، فبدون النقل والمواصلات لا وجود للنشاط السياحي.
 - 2- الإيواء لا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون اماكن الإيواء فإن أول ما يبحث عنه السائح عند وصوله للدولة محل السياحة هو مكان الإقامة.
 - 3- البرنامج: لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقا أو عند وصوله البلد، وهذا البرنامج يشمل زيارة المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والراحة والمناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية... بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى كالمحلات، الأسواق المنتزهات، المنتجعات...
 - 4- البنية التحتية للسياحة: وتتمثل في الخدمات الأولية أو القاعدية الواجب توفرها لقيام أي مشروع سياحي أو منطقة سياحية زمنها شبكات المياه وشبكات الصرف الصحي، الكهرباء، الغاز، الطرق والمواصلات، الخدمات الصحية، الخدمات البنكية..
 - 5- البنية الفوقية للسياحة: وتتمثل في منشآت الإقامة والإيواء ومشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية كوكالات السياحة والسفر، الشركات السياحية مكاتب إيجار السيارات، المترجمين، المنظمات السياحية، المسارح، الملاعب، السينما...¹
- ثانيا - مكونات النشاط السياحي: وهي على النحو التالي:
- 1- وسائل الإقامة السياحية:
- والتي تعرف بـأماكن الايواء السياحي وتضم الفنادق والموتيلات والقرى السياحية بأنواعها المختلفة والمخيمات والشقق الفندقية والفنادق العائمة، والمنتجعات السياحية وتخضع هذه الوسائل الخاصة بالإيواء إلى مجموعة من المعايير لتصنيفها، من أهمها:
- 1-1- معيار الموقع: حسب هذا المعيار، الموقع يلعب دورا مهما في تصنيف الفنادق وتحديد درجتها ونوع زائريها وحسب هذا المعيار يمكن أن نجد التصنيفات التالية:
- أ- فنادق وسط المدينة التي تستقبل رجال الأعمال وسائحي الاجازات.
- ب- فنادق المطارات والتي تستقبل سائحي العبور وملاحي الطائرات وفي بعض الحالات رجال الأعمال.

¹ - كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر ، مرجع سابق، ص27.

ج- فنادق المنتجعات والتي تتضمن كافة الخدمات والتسهيلات التي تيسر إقامة سائحي الاجازات.

د- الفنادق العائمة والتي سائحي العطل.

هـ- فنادق المؤتمرات والتي تستقبل عادة سائحي المؤتمرات بالإضافة الى رجال الاعمال وسائحي الاجازات.

2-1- معيار الخدمة:

تبعاً لهذا المعيار يمكن تقسيم وسائل الإقامة الى:

أ- وحدات إقامة تقدم خدمات سياحية كالفنادق، الموتيلات، بيوت الشباب ، الفنادق العائمة.

ب- وحدات إقامة تقوم على الخدمة الذاتية كالمخيمات، والفيلات، والشاليهات، ويجب أن تشمل هذه

الوحدات على التسهيلات للراحة.

2- النقل السياحي:

يعتبر النقل السياحي أحد أهم العناصر الاساسية لقيام النشاط السياحي على اعتبار أن المنتج السياحي لا

ينقل بل يستوجب حضور المستهلك(السائح) الى عين المكان، فالارتباط وثيق بين النقل وصناعة السياحة، حيث

أن التطورات الكبيرة التي عرفتها صناعة السياحة كانت نتيجة التطور الكبير الذي عرفته صناعة النقل (البرية ،

البحرية والجوية)، فكان للنقل الجوي كبير الأثر في ظهور العديد من الدول على خريطة العالم السياحية.

ويشمل النقل السياحي النوعين التاليين:

- النقل الخارجي: ويشمل انتقال السائح من بلده الاصيلي الى الدولة المراد زيارتها.

- النقل الداخلي: يقصد به التنقلات الداخلية التي يقوم بها السائح داخل الدولة التي يزورها باستخدام كافة

وسائل النقل السياحية(جوية، بحرية وبرية).

3- الشركات والوكالات السياحية:

تقوم الشركات السياحية ووكالات السفر بدور هام في مجال النشاط الخاص بالسياحة والسفر وتقوم وكالة

السياحة والسفر بتمثيل العديد من موردي الخدمات السياحية(شركات الطيران، الفنادق، خطوط الملاحة،

شركات تنظيم الرحلات)، تعتبر وكالات السفر مكتب استشارات للعملاء في مجال السفر والسياحة وتعتبر كوكيل

أو كسمسار، وتنقسم شركات السياحة إلى:

- منظم الرحلات.

- وكالة الخدمات السياحية.

- كالات السفر والسياحة.

- الإرشاد السياحي.

- الترفيه.

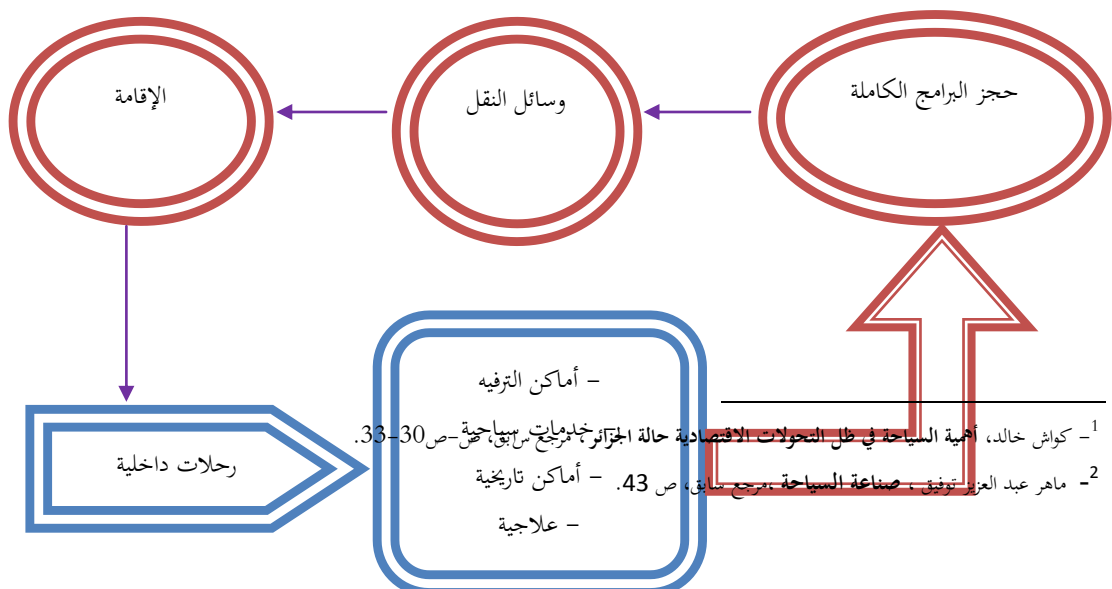
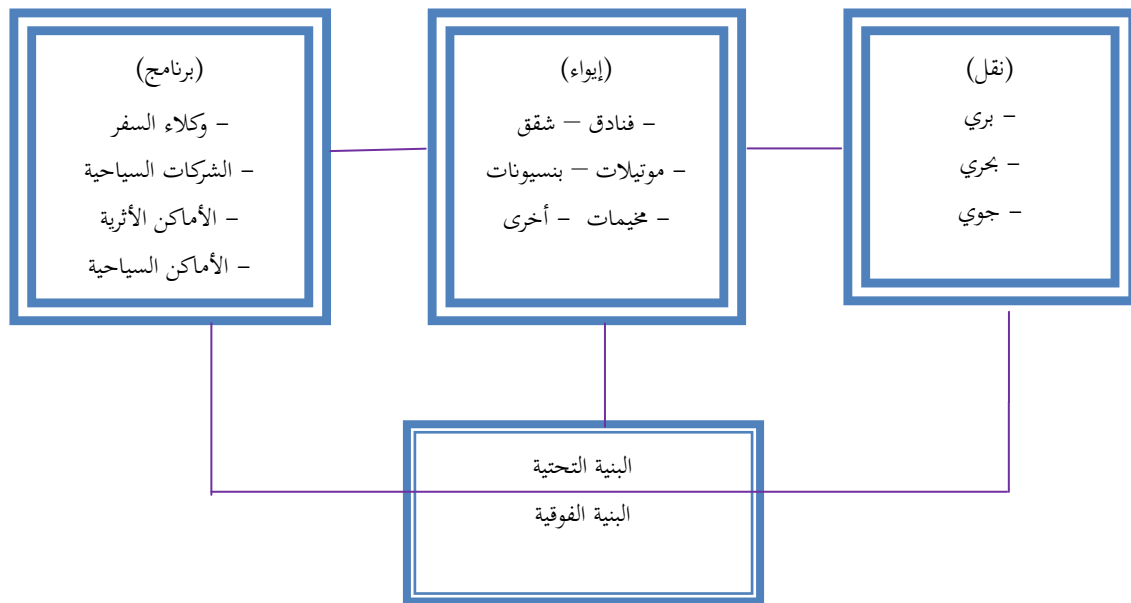
- الأمن والاستعلام.

- المشتريات السياحية¹.

وعموما فإن أركان الصناعة السياحية تُقسم إلى ثلاثة أركان أساسية هي:

نقل
إيواء
برامج
تُعتمد على البنية التحتية والبنية الفوقية، والتي يعكسها الشكل التالي:

الشكل (1-1) أركان الصناعة السياحية².



¹ - كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، مبرمج س. ب. ب.، ص 30-33.

² - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مرجع سابق، ص 43. - أماكن تاريخية

- علاجية

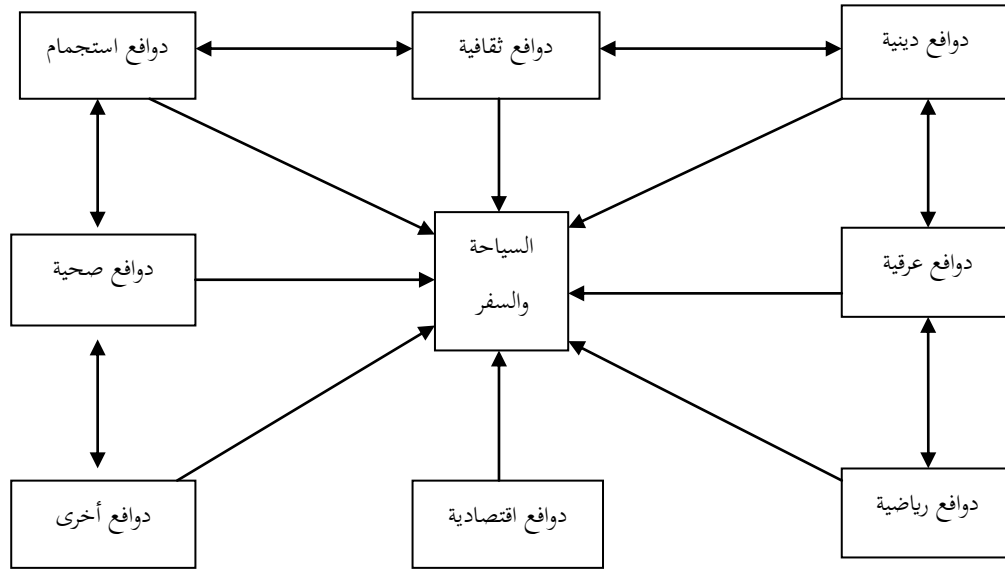
المصدر: توفيق، ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سابق، ص 43.

المطلب الرابع: أنواع النشاط السياحي ودوافعه.

أولاً- دوافع النشاط السياحي

هناك العديد من الدوافع التي تؤدي الى النشاط السياحي والتي على ضوءها تتحدد أنواع السياحة، وتختلف من نوع الى آخر، فقد تكون هذه الدوافع اقتصادية، اجتماعية، دينية أو صحية...، فهناك العديد من الدوافع ليست على مستوى واحد من الأهمية وعليه سنحاول تقديمها في مجموعات يوضحها المخطط التالي:

الشكل (1-2) دوافع الفر والسياحة



المصدر: ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص 51.

من خلال المخطط السابق تتضح أهم الدوافع التي تؤدي الى قيام النشاط السياحي والتي على ضوءها تتحدد أنواع السياحة وتتمثل أهم هذه الدوافع في ¹:

¹ - دعبس يسرى ، الجذب السياحي، سلسلة الدراسات السياحية والمتحفية رقم 10، الملتقى المصري للابداع والتنمية، 2001، القاهرة، ص12.

- 1- دوافع ثقافية وتاريخية: تتعلق هذه الدوافع بما يلي:
 - مشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية؛
 - مشاهدة بعض الأماكن المهمة في العالم أو حضور مهرجانات أو حفلات ثقافية أو معارض؛
 - الاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على حياتهم وأعمالهم وثقافتهم ونمط وطريقة حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشافها لغرض الثقافة والعلم والمعرفة؛
 - مشاهدة المعالم الأثرية المشهورة في العالم.
- 2- دوافع دينية: السفر بدافع العبادة كالحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة، وزيارة مقبرة الشهداء بالمدينة المنورة ومسجد النبي ﷺ.
- 3- دوافع عرقية: وتكون فيها السياحة من أجل:
 - زيارة البلد الأم لتجديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن الميلاد، أماكن قضاء الطفولة، أماكن سكن الأهل الأقرباء والأصدقاء....
- 4- دوافع صحية: وتكون السياحة فيها بهدف:
 - الابتعاد عن الجو البارد والتوجه إلى أماكن دافئة أو الابتعاد عن الجو الحار، والتوجه إلى أماكن باردة وخاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى.
 - السفر لغرض النقاهة والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية، والتمتع بالجو الصافي والهواء النقي.
- 5- دوافع اقتصادية: وتكون فيها السياحة بسبب:
 - انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السياح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل.
 - فرق العملة الناتج عن التحويل يؤدي إلى تدفق السواح إلى بلد ما انخفضت عملته لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأسعار أقل.
 - السفر لغرض الأعمال والحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال.
- 6- دوافع رياضية: وتكون فيها السياحة بهدف:
 - السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين...

- المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب مثل الترحلق على الجليد أو الترحلق على المياه أو ممارسة رياضة أخرى¹.

ولقد أقام المركز الاوروي تنسيق الابحاث للعلوم الاجتماعية في فيينا دراسة حول الدوافع الأساسية للسفر عام 1972 إلى عام 1978 في يوغسلافيا، واتضح ما يلي:

الجدول (1-1) الدوافع الاساسية للسفر²

الراحة	%83.5
الترانزيت	%4.3
دوافع مهنية	%3.4
دوافع ثقافية	%2.7
زيارة الاقارب والاصدقاء	%2.1
دوافع اخرى	%1.0

المصدر: يسرى دعبس، إقتصاديات السياحة- دراسات وبحوث في الانتروبولوجيا الاقتصادية. البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، ط1، 2007، ص49

ثانيا - أنواع النشاط السياحي:

تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة، فهناك السياحة الثقافية والترفيهية والعلاجية والدينية والرياضية بالإضافة الى انواع أخرى جديدة ، ساعد على ظهورها وانتشارها التقدم والتطور العلمي والسياسي والاقتصادي والاجتماعي ، وما صاحبهم من تطلعات ومتطلبات ذات نوعيات خاصة لم تكن معروفة من قبل كسياحة المؤتمرات وسياحة المعارض وسياحة الحوافز... ، وهو ما نتج عنه الاتجاه الى توفير خدمات وتسهيلات وتجهيزات وعناصر جذب مختلفة ، وقد صنف خبراء السياحة الانواع المختلفة لها وفقا لعدة عناصر هي:

1- طبقا لعدد الاشخاص المسافرين:حسب هذا المعيار نجد الانواع التالية:

¹ - كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، مرجع سابق، ص-ص38-39.

² - يسرى دعبس، إقتصاديات السياحة- دراسات وبحوث في الانتروبولوجيا الاقتصادية. البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، ط1، 2007، ص49.

- سياحة فردية: هي سياحة غير منظمة، ولا تعتمد على برنامج منظم، يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص لزيارة بلد أو مكان ما تتراوح مدة اقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم، كل سائح من هذه المجموعة له دوافعه ورغباته الخاصة التي جاء بها من أجل تحقيقها والتي تتوقف على مقدرته المادية.

- سياحة جماعية: وهي عبارة عن سياحة منظمة ويطلق عليها سياحة الافواج أو المجموعات، حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة، وكل سفر أو رحلة لها برنامج خاص ومحدد وسعر محدد وتعتمد على تحقيق رغبات المجموعة.

2- طبقا لنوع وسيلة النقل المستعملة: حسب هذا المعيار نجد:

- سياحة برية: السيارات الخاصة، السكك الحديدية، الحافلات العامة والخاصة.

- سياحة بحرية أو نهرية على السفن والبواخر.

- سياحة جوية على الطائرات المختلفة.

3- طبقا للسن: حسب هذا المعيار نجد:

- سياحة الطلائع: ويتعلق هذا النوع من السياحة بالمراحل العمرية من 7 - 14 سنة وهي المرحلة التعليمية، حيث

يتم من خلالها الأطفال باكتساب معارف ومهارات وسلوكيات معينة، تقوم كثير من الشركات السياحية أو

النقابات أو الجمعيات الخيرية بتنظيم هذا النوع من الرحلات كأن تكون في شكل رحلات الكشفية أو رحلات

تعلم السباحة أو تعلم الحاسوب أو التعرف على الطبيعة ودائما تكون في فترة العطل المدرسية وتكون أسعارها

رخيصة وخدماتها قليلة ومناسبة¹.

- سياحة الشباب

- سياحة متوسطي الاعمار

- سياحة كبار السن

- سياحة الفئات الخاصة.

4- طبقا لمعيار مستوى الانفاق ونجد:

- السياحة الاجتماعية أو سياحة محدودي الدخل.

- سياحة الطبقات المتميزة.

¹ - كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر ، مرجع سابق ، ص-ص 41-42.

- سياحة الأغنياء¹.

5- طبقا للمناطق الجغرافية: حسب هذا المعيار تنسم الى:

- سياحة داخلية: ومعناها انتقال الافراد داخل البلد نفسه وهذا النوع من السياحة يحتاج الى خدمات متنوعة وأسعار متنوعة وتشجيعية لمواطني البلد ويعتبر من أهم انواع السياحة.

- سياحة اقليمية: هي السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية الدول الافريقية دول المغرب العربي، دول جنوب شرق آسيا، وتتميز السياحة الاقليمية بانخفاض التكلفة الاجمالية للرحلة نظرا لقصر المسافة التي يقطعها السائح بالإضافة الى تنوع وتعدد وسائل النقل المتاحة مما يغري الكثيرين بالاتجاه نحو الدول القريبة.

- سياحة خارجية: ومعناها استقبال السياح الأجانب في بلد ما، وهذا النوع من السياحة تبحث عنه أغلب دول العالم وتعمل على تشجيعه للحصول على العملات الصعبة ويتطلب هذا النوع من السياحة خدمات مختلفة وبنية تحتية كبيرة، وكلما تنوعت الخدمات السياحية من ناحية الجودة والأسعار وتطورت البنية التحتية والفوقية كلما زاد عدد السياح الأجانب الذين يزورون البلد ويعتمد هذا النوع من السياحة على:

* توافر الخدمات السياحية.

* تطور البنية التحتية.

* توفر الأمن والاستقرار.

* احترام السياح وتوفير الحرية.

* ثبات القوانين.

* سهولة الحصول على تأشيرة الدخول.

* انخفاض الاسعار².

ولقد استحدثت الكثير من دول العالم لهذه السياحة الخارجية قوانينا وأنظمة خاصة فيما بينها، تضمن بها سير السياحة القائمة بينها على الاسس والنظم التي تنبغي لها، وما يحقق أهداف ورغبات وحاجة السياح أينما كانوا، ولقد كان للجهات الداخلية المختصة في تلك البلدان، وهيئات السياحة الدولية القائمة على ذلك النشاط، دور مهم في ذلك التنظيم وتلك العلاقات السياحية بكل صورها حيث عقدت لهذه الجوانب اتفاقيات عديدة "بين

¹ - دعبس يسرى ، إقتصاديات السياحة- دراسات وبحوث في الانتروبولوجيا الاقتصادية ،مرجع سابق، ص-27-28.

² - كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر ،مرجع سابق، ص44.

دول العالم من أجل تنظيم ممارسة أي نشاط سياحي مورد، متفق على أبعاده ونصيب كل دولة منه، مشكلة في ذلك صورا من صور العلاقات والتعاون الدولي"، ومراعية في ذلك وجود آلية دولية خاصة، تعمل على تضامن وتوافق سياسات هذه الدول الخارجية في هذا المجال السياحي¹.

6- طبقا للجنسية: - سياحة الأجانب(السياحة العالمية): ويتضمن جميع الأجانب ما عدا مواطني البلد.

- سياحة المقيمين خارج البلد (سياحة المغتربين)

7- طبقا للغرض:

- سياحة المتعة (الترفيه، الاستجمام).²

- السياحة الثقافية: وهي جميع أنواع السفر التي تمكن الناس من أن يتعلموا من بعضهم البعض طرق حياتهم وأفكارهم.

ومن ثم فإن الطرق التبعية في تقديم الثقافة أو الحضارة الخاصة بالمجتمع إلى السائحين الأجانب وكفاءتها ومدى نجاحها هو ما يبرز الهوية الثقافية والحضارية للسائحين الأجانب وبالتالي ما يميز البلد عن البلدان الأخرى³.

- سياحة العلاج(الاستشفاء): وتكون بهدف العلاج أو قضاء فترات النقاهة، وتكون في الأماكن التي تحتوي على المستشفيات ذات الطابع الخاص أو المصحات أو الأماكن الخاصة لعلاج حالات متميزة.

- سياحة الرياضة: ويقصد بها الانتقال الى دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها.

- سياحة الأعمال(التجارة): وتخص رجال العمال والتجار ، يزورون فيها المعارض والاسواق التجارية الدولية⁴.

- السياحة الدينية:

وهي التوجه لزيارة الأماكن المقدسة والتاريخية، وأهم دافع فيها هو السفر بقصد الحج لمواقع معينة محددة في معظم البلدان، فبعض الأماكن تجذب السائحين الدوليين، لذا تقام تسهيلات المبيت للأماكن التي يقيم فيها جزء من السائحين ، والباقي منهم يقيمون في وسائل مبيت مؤقتة بسبب العدد الضخم كعدد الحجاج الذي يجتمع في فترة قصيرة خلال أيام الحج⁵.

¹ - ناصر عبد الله عبد المحسن العبيد، حماية السائح بين الشريعة والنظام، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا ، قسم العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2003، ص36.

² - كواش خالد ، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر ،مرجع سراق ، ص45.

³ - غادة صالح، إقتصاديات السياحة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط 1، 2008، ص101.

⁴ - كواش خالد ، نفس المرجع السابق ، ص-ص46-47.

⁵ - خربوطلي صلاح الدين ، السياحة المستدامة، (دليل الاجهزة المحلية)، دار الرضا للنشر، سوريا، دمشق، ط1، 2004، ص-ص106-107.

- سياحة المؤتمرات والاجتماعات.

- سياحة المعارض.

- سياحة المهرجانات¹.

المبحث الثاني: السياحة كنشاط اقتصادي

المطلب الأول: المنتج السياحي

يمثل المنتج السياحي مجموعة جوانب مختلفة (خصائص أماكن زيارة، ووسائل النقل، وأنواع أماكن الإقامة، والانشطة المحددة في الوجهة المقصودة،..الخ) حول مركز اهتمام محدد، مثل الجولات في الأماكن الطبيعية، والحياة في المزارع، وزيارة المواقع التاريخية والثقافية، وزيارة مدينة معينة، وممارسة ألعاب رياضية محددة، والشواطئ، الخ. ولا يتعلق هذا المفهوم لـ"المنتج السياحي" بمفهوم "المنتج" المستخدم في الاحصائيات الاقتصادية، بل بالاحرى بالمفهوم الذي يستخدمه المهنيون في مهنة السياحة لتسويق مجموعات شاملة أو وجهات مقصودة محددة.

ومن الممكن عندئذ التحدث عن أنواع محددة من "المنتجات السياحية"، مثل سياحة التمتع بالمأكولات، والسياحة الايكولوجية، وسياحة المدن، وسياحة الشمس والرمال، والسياحة الزراعية، والسياحة للأغراض الصحية، والسياحة الشتوية، الخ. ويتزايد الطلب على هذا التصنيف ويستخدمه أصحاب المصالح السياحية كأداة تسويق. ولأن هذه المنتجات ما زالت غير موصوفة بالقدر الكافي بطريقة موحدة، لا توجد توصية دولية باستخدام هذا النوع من التصنيف².

المطلب الثاني: السوق السياحي

¹ - كواش خالد ، نفس المرجع السابق ، مرجع سابق ، ص48.

² - إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية شعبة الاحصاءات، التوصيات الدولية المتعلقة باحصاءات السياحة 2008، الأمانة العامة للأمم المتحدة،السلسلة ميم، العدد83/

التنقيح¹، نيويورك، 2011، ص27.

يعد السوق السياحي سوقاً مختلفاً عن كل من سوق السلع وسوق الخدمات. ومن هنا كان من الضروري التعرف على عناصره

أولاً- العرض السياحي

يشير مصطلح العرض السياحي إلى مجموعة المغريات السياحية (Tourism Attraction) الطبيعية والاصطناعية والاجتماعية والتاريخية المتوفرة في المنطقة السياحية (The Tourist Destination) بالإضافة إلى تشكيلة السلع والخدمات (Goods and Services) السياحية الموجودة فيها في وقت معين وبثمن معين والتي تجعل من السياح ينجذبون نحوها ويقيمون شطرها من بين عدة جهات سياحية.¹

تعتمد السياحة اعتماداً يكاد يكون كلياً على البنى التحتية المرتبطة بها، فكلما تطورت هذه الأخيرة كلما ساهم ذلك في تحقيق نتائج إيجابية. وتتضمن البنى التحتية ما يملكه البلد من مقومات حضارية وتاريخية وخدمات متنوعة كالنقل والاتصال وتوفير الأمن والطمأنينة للسائح وغيرها. وتندرج هذه الأنشطة ضمن استراتيجيات الدول الهادفة إلى إبراز مقومات الجذب السياحي، وتدعيم دورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول المعنية. وفي الواقع فإن المقومات السياحية تمثل تلك الإمكانيات الطبيعية والمادية والصناعية التي يتميز بها أي بلد، وهي بمثابة الركائز الأساسية للعرض السياحي. ويعتبر التمييز بين الدول في مدى توافر هذه الموارد والمقومات شرطاً ضرورياً، أو أحد العوامل الرئيسة المحددة للطلب السياحي في أغلب الأحيان ولبعض الأنماط السياحية بشكل خاص مثل السياحة التاريخية والدينية. أما الخدمات السياحية فتعتبر شرط كفاية لتحقيق الجذب السياحي المطلوب.²

إن العرض السياحي يحتوي على مجموعة السلع والخدمات المقترحة للسائح، ويتكون من عنصرين أساسيين:

1- العناصر الطبيعية:

وتشمل المناخ، التضاريس بأنواعها المختلفة: السهول، الوديان، البحيرات والانهار والشواطئ والتكوينات الجغرافية والشلالات والغابات والطيور والاسماك والحياة البرية والمياه والعيون المعدنية الى غير ذلك من العناصر الطبيعية الاخرى.

2- العناصر البشرية:

¹ - دانيال بنيامين يوخنا، السياحة أسس ومبادئ، أربيل، العراق - 2006، ص 74.

² - أحمد ماهر و عبد السلام أبو قحف ، تنظيم إدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، مصر، ط2، 1999 ، ص13.

تشمل على وسائل الإقامة المختلفة والمنشآت السياحية ووسائل النقل المختلفة: البرية البحرية، الجوية، والموانئ والمطارات والآثار التاريخية والمعالم الثقافية والمعارض الفنية المختلفة والمتاحف التنوع والعروض الفنية والفلكلور والسلع السياحية والصناعات التقليدية والمناسبات والمواعيد والأعياد والاحتفالات الثقافية والدينية المختلفة¹.

ثانياً- الطلب السياحي

يُقصد بالطلب على سلعة أو خدمة: الكمية التي يرغب المشترون في الحصول عليها مقابل سعر معين، وفي سوقٍ معينة ووقت معين، أي أنه بشكل عام يمثل الرغبة والقدرة على الشراء تحت ظروف معينة. فالطلب بمفهومه الاقتصادي يمثل (مجموع رغبات الأفراد وقدراتهم على شراء كمية مختلفة من السلع أو الخدمات عند الأسعار المختلفة، وفي فترة زمنية معينة، وإن رغبة المستهلك في اقتناء السلعة أو الخدمة لا تمثل طلباً ما لم يكن قادراً على دفع ثمنها، فالطلب الفعال هو الطلب المعزز بالمقدرة الشرائية)². وهذا المفهوم قد يصح لحد ما على معظم السلع، إلا أن المسألة في السياحة أكثر تعقيداً. فالعوامل المركبة والتي تؤثر أو تحكم السائح في السفر إلى منطقة ما هي مختلفة ومتباينة إلى الدرجة التي تجعل الطلب السياحي يبدو مختلفاً، فعناصر السياحة تتمثل في توفر أوقات الفراغ ودخل كافٍ قابل للإنفاق (الدخل الزائد عن تلبية الحاجات الأساسية للفرد أو ما يسميه البعض بالدخل الكميالي)، إضافةً إلى مجموعة من العوامل الأخرى بعضها عقلائي وبعضها عاطفي. وبالتالي يمكن تعريف الطلب السياحي أنه " تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين، أو زيارة منطقة أو دولة سياحية بذاتها، قوامه مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والرغبات والقدرات والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة"³.

ويقاس الطلب السياحي بواسطة القوانين التالية:

- * عدد المسافرين المغادرين / إجمالي عدد سكان $\times 100$ = المعدل الصافي للسفر.
- * عدد السفريات « الرحلات » / إجمالي عدد السكان $\times 100$ = المعدل الخام للسفر .
- * المعدل الصافي للسفر / معدل الخام للسفر $\times 100$ = معدل تكرار السفر .

أ- خصائص وسمات الطلب السياحي:

تتمثل خصائص وسمات الطلب السياحي في:⁴

¹ - معهد التخطيط القومي : سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، اقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساتها على الاقتصاد القومي، ديسمبر 1998، ص 21.

² - أحمد آدم مهدي، الدليل لدراسات الجدوى الاقتصادية، الشركة العالمية للطباعة والنشر، القاهرة، 1999، ص 112.

³ - عبد السميع صبري، أصول التسويق السياحي، جامعة حلوان، مصر، 1999، ص 186.

⁴ - مروان العدوان السكر، الفنادق إدارة واقتصاد، المكتبة الوطنية، القاهرة، 1994، ص 77.

1- الحساسية Sensitivity: الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلة للسياحة (مثل الكوارث الطبيعية والمشكلات الاجتماعية والسياسية) فتلك الظروف تؤدي إلى انخفاض الطلب السياحي لهذه الدول بشكل مفاجئ وملحوظ مهما كانت تتمتع بمقومات سياحية، وبذلك يظهر مدى الارتباط القوي بين أمن واستقرار المنطقة المستقبلة للسياحة، وبين زيادة حجم الطلب السياحي عليها.

2- المرونة Elasticity: والمرونة تعني قابلية الطلب السياحي للتغير، تبعاً للظروف والمؤثرات المختلفة السائدة في السوق السياحية الداخلية والخارجية، ومن العوامل المؤثرة في مرونة الطلب السياحي هو مستوى الأسعار، إذ كلما انخفض سعر الخدمات اتجه الطلب السياحي للارتفاع في علاقة عكسية، كما يتغير الطلب السياحي بتغير دخول السياح بعلاقة طردية.

3- التوسع Expansion: حيث يتجه الطلب السياحي للتوسع والزيادة سنوياً، بمعدل غير ثابت، وهذا نتيجة لجملة من العوامل أهمها التقدم العلمي والتكنولوجي، وارتفاع مستويات المعيشة، وتطور وسائل الاتصال والنقل، واهتمام كثير من الدول بمقوماتها الطبيعية والصناعية وخدماتها السياحية بشكل ملحوظ.

4- الموسمية Seasonally: حيث يرتفع الطلب السياحي في فترات معينة ترتبط بأعياد أو مواسم معينة، حيث يصل الطلب السياحي لذروته في فترات معينة، فالسياحة الموسمية هي مجموعة المتغيرات التي تحدث للطلب والعرض من السلع والخدمات السياحية، بسبب عوامل معينة تتكرر سنوياً.

ب- أنواع الطلب السياحي:

1- الطلب السياحي العام: وهو الطلب على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام بصرف النظر عن النوع أو الوقت أو المدة، وبالتالي هو يرتبط بالعملية السياحية ككل وليس بنوع محدد أو برنامج سياحي خاص من برامجها. تتميز به الدول المتقدمة سياحياً حيث يوجد لديها خدمات سياحية متنوعة ومقومات سياحية مختلفة مثل الطلب السياحي لزيارة فرنسا أو اسبانيا أو أمريكا، تلك الدول التي تأخذ المراتب الثلاث الأولى في العالم من حيث حجم الطلب السياحي.¹

2- الطلب السياحي الخاص: يرتبط هذا النوع من الطلب ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته، وبالتالي يعدّ الطلب على برنامج معين طلباً خاصاً بسائح ما أو مجموعة سياح وليس كل السياح، مثل زيارة كندا لمشاهدة شلالات نياغارا، أو السفر إلى مصر لمشاهدة الأهرامات..

¹ - مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات السياحة، دار الرضا، دمشق، سورية، 2008، ص95.

3- الطلب السياحي المشتق: يرتبط هذا النوع من الطلب على الخدمات السياحية المكملّة أو المكوّنة للبرنامج السياحي، كالطلب على الفنادق، والطلب على شركات الطيران أو النقل السياحي أو الوكالات السياحية. مثل السفر إلى فرنسا بهدف مشاهدة برج إيفل ثم العبور إلى بريطانيا عن طريق النفق البحري. حيث تسعى أغلب الدول لتحويل الطلب السياحي المشتق إلى طلب خاص ثم إلى طلب عام عن طريق توفير برامج سياحية أكثر تنوعاً واختلافاً وبأسعار متنوعة أيضاً.¹

المطلب الثالث: الأهمية الاقتصادية للنشاط السياحي

استمرت السياحة في التطور كنشاط انساني، محققة مزايا عديدة مما دفع العديد من الدول الى الاهتمام بها والعمل على زيادة عائداتها، فصناعة السياحة تعتبر اكبر صناعة في العالم، حيث تساهم في الإقتصاد العالمي بما قيمته ألفا مليار دولار أمريكي، و تلعب السياحة دورا هاما في تحقيق التنمية الاقتصادية للدول من خلال ما تحقّقه من مزايا و فوائد عديدة تعود على المجتمع، من خلال الاستثمارات المختلفة الموجهة الى القطاع السياحي، و ترجع أهمية السياحة الى تأثيراتها الإقتصادية المختلفة و التي تأتي في مقدمتها:

- تعتبر السياحة مصدر هام من مصادر الدخل بالعملات الصعبة نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المتعلقة بها، وحققت بعض الدول أرقام كبيرة للنتائج السياحي، مما ينعكس أثره على تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، فالسياحة تمثل صادرات غير منظورة وعنصر أساسي من عناصر النشاط الاقتصادي.

- تعتمد السياحة على العامل الإنساني اعتمادا كبيرا، فهي بذلك تهدف الى تحقيق فرص عمل كثيرة، وحسب تقارير المجلس العالمي للسياحة والسفر، فإن صناعة السياحة ساهمت في إيجاد أكثر من مليون فرصة عمل شهريا بشكل مباشر أو غير مباشر في جميع أنحاء العالم خلال عام 1997، وحسب خبراء السياحة فإن كل غرفة فندقية تنشئ 2.75 فرصة عمل في مجالات مختلفة.

- السياحة وعاء ضريبي مهم، حيث تستطيع الدولة تحقيق زيادة كبيرة في إيراداتها العامة عن طريق السياحة، من خلال تحصيل أنواع مختلفة من الضرائب والرسوم التي تفرض على الأنشطة والخدمات السياحية.

أولا- الأهمية الاقتصادية للسياحة العربية

تبرز أهمية القطاع السياحي والقطاعات غير النفطية بصفة عامة عندما تتعرض أسعار النفط إلى ضغوطات التراجع مثلما يحصل في العالم، حيث تراجع أسعار النفط في غضون شهر أكثر من 40 دولاراً للبرميل، ليصل سعره في حدود أقل من 70 دولاراً، في الوقت الذي يرى بعض المحللين بأن الأسعار ربما تتعرض لضغوط الانخفاض خلال العام المقبل 2015 في إطار اللعبة السياسية بين بعض الدول. ومن هنا فإن إبداء الاهتمام بالقطاعات

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سابق، ص155.

الاقتصادية الأخرى ومنها قطاع السياحة أصبح أمراً ضرورياً يتطلب بناء الاستراتيجيات لما بعد النفط، بالرغم من أهمية هذه السلعة والغاز والتي ستبقى كبيرة في تعزيز موارد الدول النفطية التي يشكل النفط فيها 90% من دخلها القومي كما هو الحال في السلطنة ومنطقتنا الخليجية، في الوقت الذي لا يمثل دخل السياحة 1 أو 2% من إيرادات تلك الدول . والعالم العربي بمجمله يبدى أهمية كبيرة لقطاع السياحة، إلا أن بعض الدول فقط تمثل السياحة فيها مورداً هاماً للدخل القومي مثل لبنان ومصر وتونس والمغرب. ومجموع إيرادات الدول العربية من السياحة بلغت عام 2013 58 مليار دولار فقط، وهو رقم ربما يمثل إيراد دولة واحدة في العالم كفرنسا مثلاً. وفي هذا الصدد يؤكد المسؤولون العرب على أهمية السياحة، حيث أكد معالي هشام زعزوع وزير السياحة المصري رئيس المكتب التنفيذي للمجلس الوزاري العربي للسياحة في اجتماع المجلس بالقاهرة على أهمية تفعيل الكثير من القرارات المتعلقة بالشأن السياحي، ومن أهمها تفعيل الاستراتيجية العربية السياحية بهدف تنمية هذا القطاع، وجذب المزيد من النشاط السياحي العالمي إلى المنطقة، وزيادة نسبة السياحة البينية بين الدول العربية والتي وصلت إلى 42% من إجمالي السائحين الوافدين إلى المنطقة. فالتقديرات العربية تشير إلى أن الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية قد اجتذبت نحو 71 مليون سائح دولي محققة إيرادات سياحية قدرت بنحو 58 مليار دولار. وقد تم بحث الكثير من المواضيع التي تهم القطاع السياحي العربي ومتابعة وتطوير الاستراتيجية السياحية العربية، بالإضافة إلى متابعة تنفيذ القرارات السابقة ومنها برنامج ”أعرف وطنك العربي لسياحة الشباب“، وهو عبارة عن برنامج للمبادلات السياحية بين الشباب العرب، وتعريفهم بما يزخر به العالم العربي من مقومات وإمكانات طبيعية وتراثية متنوعة، ومناقشة معايير وأسس اختيار عاصمة المصايف. ومن القضايا التي تم بحثها أيضاً تتعلق بتعزيز الأمن السياحي بين الأجهزة الأمنية السياحية والهيئات المعنية بالسياحة، وتدارس السبل الكفيلة بتعزيز تأمين السياحة العربية، وإنتاج مواد وبرامج توعوية متعلقة بالسياحة تساهم في حمايتها من المخاطر . وبالرغم من أن السياحة يمكن أن تساهم بصورة كبيرة في الاقتصادات العربية، إلا أن تقارير منظمة الأمم المتحدة تشير إلى أن هناك دولتين عربيتين هما لبنان ومصر ضمن قائمة أعلى 25 دولة حول العالم يمثل نصيب الفرد منها أمراً إيجابياً، حيث تأتي لبنان في المرتبة الـ 21 ومصر في المرتبة الـ 24، فيما تأتي الجزائر العذراء في الكاربي وجزر أمريكا اللاتينية في المراتب الأولى. وتبين التقارير العالمية أن فرنسا تعتبر الأكثر استقبالا للسياح في العالم حيث تستقبل أكثر 81 مليون زائر سنوياً، وهو ما يزيد 20 مليوناً عن زوار الولايات المتحدة وذلك على الرغم من أن مساحة أمريكا تزيد 15 مرة عن فرنسا. أما الصينيون فيتصدرون عالمياً في الإنفاق على السياحة في العالم، حيث أشارت مجلة «الايكونومست» أن نمو إنفاق الصينيين على السياحة الخارجية بلغ قرابة 130 مليار دولار في عام

2012، بينما كانت الصين من أقل الدول التي ينفق مواطنوها على السياحة في عام 1995، إلا أن إنفاقهم بلغ في ذلك العام نحو 102 مليار دولار. ووفقاً لبيانات منظمة السياحة العالمية فقد نما عدد السياح حول العالم بنسبة 5% في عام 2013، ليصل إلى مستوى قياسي عند 1.1 مليار سائح من مجموع 7 مليارات نسمة في العالم، وذلك على الرغم من التحديات التي يواجهها الاقتصاد العالمي. وتوقعت منظمة السياحة ارتفاع نمو السياحة ما بين 4 إلى 4,5% خلال عام 2014.

ومما لا شك فيه فإن هناك عدة أسباب تعزى إلى تراجع السياحة العربية وفق أقوال رئيس منظمة السياحة العربية وذلك نتيجة للأحداث التي تشهدها المنطقة والحرب على الإرهاب الذي تشهده دول المنطقة. فالكلم يعلم بأن السياحة صناعة حساسة تقوم على الأمن والسلامة، وهذان عنصران أساسيان لنمو الحركة السياحية في المنطقة. ومن هنا تؤكد التوصيات التي تصدر عن الاجتماعات العربية السياحية إلى ضرورة تعزيز السلامة والأمن في هذا القطاع، والعمل على تسريع وتيرة الانتعاش السياحي ودعم النمو، وإقامة منتديات حول مستقبل السياحة، وإدراج السياحة على الأجندة السياسية أيضاً، ووضع أطر استراتيجية لتحقيق التنمية السياحية المستدامة، وتعزيز القدرات المؤسسية للإدارات السياحية الوطنية، بجانب تشجيع وتسهيل السياحة البيئية، وتعزيز القدرة التنافسية للوجهات وتعزيز أنشطة التسويق والاتصالات، بالإضافة إلى تشجيع الاستثمار في هذا القطاع الحيوي لتعزيز الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للسياحة على المجتمعات المحلية، والعمل على ترويج لمسألة الشراكة بين القطاعين العام والخاص في مختلف المجالات التي تهم القطاع السياحي. وعموماً فإن قطاع السياحة يعتبر من القطاعات الحساسة التي تتأثر إيجاباً وسلباً بكل الأوضاع التي تشهدها الدول في أوقات السلم والحرب، وكذلك في أوقات وقوع الكوارث الطبيعية والبشرية، أي أنها تتعرض للتراجع في حالات غياب الاستقرار الأمني والسياسي للدول مثلما نجده اليوم في الكثير من الدول العربية السياحية.

فالسّياحة في العالم أصبحت اليوم تساهم بنحو 20% من الناتج المحلي لبعض البلدان، وتساعد على زيادة دخل الأفراد والأسر، وأصبح متوسط إنفاق السائح في الرحلة الواحدة ما بين 800 إلى 1000 دولار، وهناك فرصة عمل من كل 11 فرصة عمل يوفرها قطاع السياحة والسفر وهذا ما يجب الاستفادة منه مستقبلاً¹.

ثانياً- الأهمية الاقتصادية للسياحة لدى دول مجلس التعاون الخليجي

إن القطاع السياحي بات المحرك الأكثر أهمية وتأثيراً على النشاط والحراك التجاري والصناعي والعقاري وكافة الأنشطة ذات العلاقة بمجمل الحراك الاقتصادي لدى دول مجلس التعاون الخليجي خلال السنوات القليلة

1 - حيدر بن عبد الرضا اللواتي، "أهمية السياحة في دعم اقتصادات الدول"، جريدة عمان، (2015/05/10)، <http://omandaily.om/?p=176857>.

الماضية، فيما بات تأثير القطاع على كافة الأنشطة أكثر وضوحا كلما أحاط بالقطاعات الانتاجية وفي مقدمتها قطاع النفط، ومعه ضغوط سوقية إضافية متوقعة وغير متوقعة، تمهد الطريق لحدوث تراجع على التدفقات النقدية، وبالتالي الاتجاه نحو تدارك النتائج السلبية لذلك على القطاعات ذات العلاقة بالمناخ الاقتصادي العام ومسار الانفاق على مشاريع التنمية من قبل الحكومات، حيث يعتبر القطاع العقاري من أكثر القطاعات تأثرا بعمليات الالغاء والتأجيل ممكنة الحدوث في أي وقت من الاوقات .

إن الايجابيات التي تحملها الاستثمارات المتواصلة على القطاع السياحي بكافة مدخلاته ومخرجاته، حيث تشير البيانات المتداولة إلى أن حجم الاستثمارات في سوق السياحة والسفر لدى المملكة يصل إلى 150 مليار ريال سعودي، حيث تشهد مكة المكرمة منفردة بناء 100 برج فندقي بقيمة إجمالية تصل إلى 18 مليار ريال، في المقابل فقد أظهرت السياحة الداخلية في المملكة تطورا كبيرا خلال السنوات القليلة الماضية ليرتفع حجم الانفاق على هذا القطاع ليصل إلى 103 مليارات ريال في العام 2014، مقارنة بـ 59 مليار ريال في العام 2010، الامر الذي ساهم بتطوير الأنشطة التجارية والخدمية بأنواعها، وعزز دور القطاع كمحفز للنمو الاقتصادي طويل الاجل، في حين بات القطاع السياحي من أهم الفرص الاستثمارية المستدامة التي تتناسب مع كافة شرائح المستثمرين لدى كافة مدن المملكة وخارجها. وترجح التوقعات المحيطة بالنشاط السياحي وجود إمكانية نمو على حجم الاستثمارات السياحية وعلى قطاع الفنادق والشقق الفندقية إلى ما يزيد على 95 مليار ريال خلال السنوات العشر القادمة، يذكر هنا أن السياحة الدينية تشكل أحد أهم مصادر الدخل في المملكة، وواحدة من أكبر دعائم الاقتصاد السعودي، في ظل تزايد أعداد الحجاج إلى جانب تزايد أعمال البنية التحتية على مستوى توسيع المطارات، بالإضافة إلى الخطط الحالية والقاضية بتوسيع الحرم المكي، وتشمل قائمة المشاريع المتميزة استثمار ما يقارب 62 مليار ريال في تنفيذ مشروع قطار الحرمين. والجدير ذكره هنا أن القطاع السياحي في المملكة بشقيه الداخلي والخارجي سيقدم فرصا استثمارية مميزة على المدى البعيد وسيعمل على استقطاب الاستثمارات الخارجية المباشرة على القطاعات المساندة كافة. ان النشاط الاستثماري في القطاع السياحي متواصل منذ زمن بعيد، وما يميز هذه الفترة طبيعة المنافسة والاستهدافات والأهداف النهائية من الاستثمار والتوسع على مكونات هذا القطاع، وبات الاستثمار السياحي أحد الاولويات الحكومية، بالإضافة إلى تركيز الاستثمار من قبل القطاع الخاص، نظرا للتحويل الحكومي على قدرة القطاع في توفير فرص استثمارية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوسع قواعد الاقتصاد المنتج والمساهمة بشكل مباشر في تنشيط القطاعات التجارية والصناعية والعقارية، هذا وتتسابق دول المنطقة على طرح منتجات سياحية جديدة بشكل دائم، لرفع حصصها من إجمالي الحراك المسجل على هذا القطاع ناهيك عن أن إجمالي الحراك العقاري والتجاري والصناعي يساهم بشكل مباشر وغير مباشر في تسويق دول المنطقة على المستوى السياحي، فمثلا مملكة البحرين تسعى جاهدة لتعزيز مكانتها كمركز تجاري واستثماري وسياحي في

المنطقة، حيث حافظت على معدل نمو اقتصادي حقيقي مرتفع تجاوز 5%، في الوقت الذي تشهد المملكة ازدهاراً على الأنشطة السياحية في ظل استضافة البحرين لـ 74 فعالية «معارض ومؤتمرات وتنظيم أحداث دولية كبرى» خلال عام 2014، يأتي ذلك في ظل الجهود الرامية إلى تنويع مصادر الدخل القومي وتقليل الاعتماد على النفط كمصدر رئيس للدخل.

ان نسب الاشغال والطلب بقيت مرتفعة لدى السعودية على مستوى السياحة الداخلية والخارجية، لتسجل مدينة جدة السعودية نجاحاً ملموساً بنهاية العام 2014، وتحقق نسبة إشغال بلغت 74.3%، في حين تشير توقعات المستثمرين أن تشهد المدينة طلباً مستمراً وثابتاً وصولاً إلى نسبة إشغال بواقع 76%. وشدد التقرير على أن الانظار تتجه نحو القطاعات الانتاجية والخدمية والتي تساهم في زيادة الدخل المحلي لدول المنطقة، معتمدة بذلك على حجم الاستثمارات الحالية في هذه القطاعات على مستوى البنية التحتية والتنوع على المنتجات والفرص الاستثمارية ذات الجدوى المرتفعة، مع الأخذ بعين الاعتبار أن حجم التأثير السليبي من جراء انخفاض أسعار النفط سوف لن يطال كافة دول العالم، الامر الذي يعني وجود فرصة للمحافظة على الزخم لدى القطاع السياحي وعلى المستوى الاستثماري تبعاً لارتفاع مستويات العوائد الحالي والمتوقع، يذكر أن المشاريع ذات العلاقة بالقطاع السياحي لم تتأثر بتطورات قطاع الطاقة، ويتوقع بقاء وتيرة نشاطها ضمن الحدود المستهدفة¹.

المطلب الرابع: الاهمية الاجتماعية للنشاط السياحي

ينتج عن انتقال السياح ذوى اللغات والعادات والديانات المختلفة، من منطقة الى أخرى مجموعة من الآثار الاجتماعية والثقافية والتي تتمثل في²:

- التحولات الطبقيّة: تشجع السياحة كثير من الأشخاص على ممارسة الأنشطة السياحية، مما يؤدي الى زيادة دخلهم ومكاسبهم وأرباحهم ويرفع مستوى حياتهم الاقتصادية والاجتماعية، وينقلهم من شريحة اجتماعية معينة الى شريحة اجتماعية اعلى.

- الاهتمام بالتراث والعادات والتقاليد والبيئة: تؤدي السياحة الى الاهتمام بالقيم والعادات والتقاليد والمعالم والتراث الشعبي والفنى.

- التطور الاجتماعي: تعتبر السياحة أحد أهم أسباب التطور الاجتماعي في الدول السياحية، حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم و مشاهدتهم واتصالهم المباشر مع السياح وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي.

¹ - اليوم الإلكتروني، "النشاط السياحي أكثر تأثيراً على القطاعات الاقتصادية في دول الخليج"، (2015/05/11)،

<http://www.alyaum.com/article/4051714>

² - هدى سيد لطيف، السياحة النظرية و التطبيق، الشركة العربية للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 1994، ص44.

- التبادل الثقافي: تعمل السياحة على زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين من مختلف الجنسيات وبين شعوب الدول المستقبلية لهم، حيث يكتسب كل منهم بعض المقومات الثقافية للآخر مما يؤدي الى التقليل من الفوارق والاحترام المتبادل.

يسعى كل بلد من بلدان العالم في وقتنا الحاضر الى القضاء على الفقر والبطالة وتحقيق التنمية المستدامة باعتبارها الطريق إلى صناعة حاضِرٍ مزدهر ومستقبل أفضل يتسم بالاستقرار السياسي المرتبط بدرجة رئيسية بالاستقرار الاقتصادي والرخاء الاجتماعي، وتدرك هذه البلدان بأنه لا يمكنها الاعتماد على ما تمتلكه من مخزون النفط والمعادن الموجودة في باطن أراضيها. فالدراسات العلمية الحديثة تشير إلى أن مخزون الموارد الطبيعية الموجودة حالياً في باطن الأرض كالنفط وبعض المعادن التي يعتمد عليها اقتصاد الدول المنتجة لها سينفذ خلال الثمانين السنة القادمة وبالتالي فإن هذه الدول وحتى الدول المتقدمة والأكثر ثراءً تسعى جاهدة اليوم لإيجاد البدائل وتبحث عن موارد ومصادر بديلة لدعم اقتصادها وتحقيق التنمية المستدامة فيها، وصارت السياحة تمثل أهم هذه البدائل، كون السياحة أصبحت من أهم الصناعات في العصر الحديث التي تساهم في حل الكثير من المشكلات الاقتصادية الهامة التي يعاني منها عالمنا المعاصر والتي يعد الفقر أهمها على الإطلاق .

وبحسب الدراسات والمعطيات الاقتصادية الحديثة تُعد السياحة واحداً من أهم مصادر الدخل القومي التي يعتمد عليها لتحقيق التنمية المستدامة، لذلك تحرص غالبية بلدان العالم على جعل سياساتها وإجراءاتها لتنمية السياحة وإدارتها تلتزم كلياً بمبادئ الاستدامة، حيث باتت العلاقة بين السياحة والتنمية المستدامة واضحة وجلية، وصار من أهم واجبات وأولويات حكومات الدول العمل على تحقيق التنمية السياحية المستدامة من خلال إدراج التنمية السياحية في خططها التنموية الوطنية وتطوير السياحة وتحويلها إلى محرك كبير لعجلة الاقتصاد والتنمية وجعلها أكثر استدامة. فالسياحة في الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وإسبانيا والمغرب العربي ومصر وتونس تحتل اليوم أعلى وأهم الدرجات في ترتيب المساهمة بالعملات الصعبة بالنسبة لإجمالي الناتج المحلي فيها .

وتلعب السياحة دوراً حاسماً في اقتصاديات العديد من دول العالم ، وتشكل التنمية السياحية المستدامة الأساس المتين لتحقيق التنمية الاجتماعية الشاملة والتي تهدف بدرجة أساسية إلى القضاء على الفقر والبطالة، فالسياحة تساهم مساهمة كبيرة في رفع مستوى معيشة الأفراد والمجتمعات والشعوب وتحسن نمط حياتهم المعيشية وتنمي الوعي لدى المواطن وشعوره بالانتماء إلى وطنه، وتفتح آفاق جديدة لمزيد من فرص التبادل التجاري والثقافي والحضاري، وتبادل الخبرات بين كل من المجتمع المضيف والسائح. ولا بد من التأكيد على أن الاهتمام بتطوير الحركة السياحية وتوسيع أنشطتها وزيادة حجمها يؤدي إلى تنشيط الحركة الاقتصادية والتنموية وتدفع العملات

الأجنبية على البلد وزيادة موارد الخزينة العامة للدولة وزيادة مصدرها من الدخل الأجنبي، كما أن النمو في النشاط السياحي يزيد في دخل السكان ويرفدهم بموارد مالية إضافية. وتؤثر السياحة تأثيراً إيجابياً مباشراً على القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتعليمية وعلى العلاقات الدولية. وبعد أن كانت السياحة في الماضي مجرد سفر وانتقال الأفراد من بلد إلى آخر للمتعة والترفيه، تحولت السياحة في عصرنا الحديث إلى ظاهرة إنسانية وضرورات اجتماعية وإنسانية أساسية، تعقد عليها العديد من دول العالم الكثير من الآمال، كون السياحة فيها صارت تشكل مورداً اقتصادياً هاماً لدعم التنمية وزيادة الدخل القومي وتوسيع القواعد الإنتاجية ، وخلق آلاف فرص العمل ، لذا يتحتم الآن على الدول ان تدرك بأن الاهتمام بالسياحة وتطويرها سيؤهلها لتصبح أهم صناعة تصديرية، وأقوى العوامل الرئيسية لدفع عجلة التنمية وأهم مصادر الدخل الأجنبي. كما أن زيادة تخصيص الموارد اللازمة لتطوير المناطق السياحية والأرياف التي تتمتع بمزايا طبيعية ومناخية مثل المحميات الطبيعية والشواطئ والجزر والمناطق الصحراوية والجبلية ومناطق ينابيع المياه الحارة و تحفيز القطاع الخاص المحلي والعربي والأجنبي على الاستثمار السياحي في هذه المناطق سوف يطورها ويزيد من دخول سكانها ويخلق الكثير من فرص العمل الجديدة وستتحول هذه المناطق الريفية النائية الطاردة للعمالة إلى مناطق جاذبة للعمالة وستحد من هجرة سكان المجتمعات المحلية في هذه المناطق وستؤدي إلى القضاء على البطالة والفقر فيها¹.

¹ - محمد علي العروسي، "أهمية السياحة في اليمن ودورها في القضاء على الفقر"، (2015/05/11)، 20:55.

<https://www.facebook.com/QsmAlatharKlytAladabJamtSna/posts/681090528597535>

خلاصة الفصل :

تعتبر السياحة من النشاطات المتعددة، يعرف بكافة العوامل والظواهر الخاصة بالسفر والإقامة خارج مقر الإقامة الاصلي بهدف تلبية وإشباع رغبات الترفيه والراحة أو القيام بالأعمال أو العلاج أو حتى لممارسة مختلف الرياضات أو القيام بمختلف الشعائر الدينية....

لذا أصبحت السياحة مع نهاية السبعينات وحتى بداية القرن العشرين ثاني أهم بند في التجارة العالمية ويسبقها في هذا المضمار قطاع النفط فقط، ومن هنا نجد أن السياحة تحتل مكانة هامة في الاقتصاد حيث يلعب هذا القطاع دورا هاما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة وذلك لإسهامها في زيادة الدخل القومي إلى جانب دورها المعهود في تقريب المستويات الاقتصادية الإقليمية، كذلك دورها في دعم ميزان المدفوعات و تنشيط الاستثمارات .

لذا سنتطرق في الفصل الثاني إلى واقع السياحة عالميا ووطنيا.

الفصل الثاني:

واقع السياحة دوليا ومحليا

إن دول العالم مهما كان مستواها التنموي تعتمد في بناء اقتصادياتها اساسا على الزراعة والصناعة والى جانب هذين القطاعين الهامين تأتي السياحة في المرتبة الثالثة كونها تصنف ضمن قطاع الخدمات، وهي لا تقل أهمية عن سابقتها نظرا للدور الهام الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية حيث ظلت فكرة السياحة مرتبطة بفكرة التجارة الدولية وبعمليات تسديد وموازنة او تغطية العجز فيه كما تعتبر السياحة وسيلة فعالة لجلب العملة الصعبة وامتصاص البطالة لأنها نشاط يعتمد بالدرجة الاولى على اليد العاملة مما جعل الكثير من الدول تولي اهتماما خاصا لهذا الميدان حيث عمدت الى تخصيص رؤوس اموال هائلة للاستثمار فيه، فأصبحت السياحة في الاونة الاخيرة مجال التنافس الشديد بين الدول. ولإبراز هذا نقسم الفصل إلى المباحث التالية:

- المبحث الأول: واقع السياحة الدولية.

- المبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر.

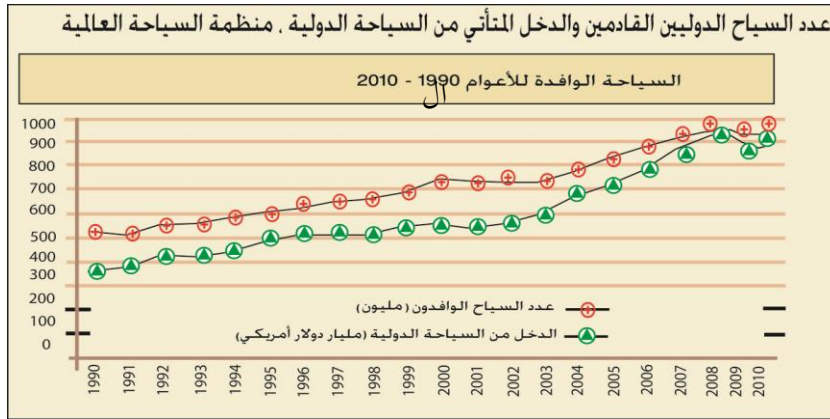
المبحث الأول: واقع السياحة الدولية

المطلب الأول: صناعة السياحة الدولية

تعد صناعة السياحة من أسرع القطاعات تطوراً ونموً في القرن الحالي على المستوى الدولي، وذلك لقدرتها على توليد فرص العمل، والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وتوفير العملات الصعبة، وتشير العديد من التقارير الدولية الصادرة عن منظمة السياحة العالمية (WTO) التابعة للأمم المتحدة، تزايد نمو السياحة الدولية، بالرغم من تعرض العالم للعديد من الأزمات الاقتصادية.

أولاً: السياح الوافدين دولياً: حيث بلغ عدد السياح في عام 1990، 438 مليون سائح ليصل إلى 681 مليون سائح في عام 2000 و 935 مليون سائح في عام 2010. وقد بلغ حجم الدخل المتأتي من السياحة الدولية 852 مليار دولار أمريكي في عام 2010 كما يتضح بالشكل (2-3). وتتنبأ منظمة السياحة العالمية أن أعداد السياح الدوليين القادمين سيصل إلى نحو 1.6 مليار سائح بحلول عام 2020. (التقرير السنوي، WTO، 2011).

الشكل رقم (2-3): عدد السياح الدوليين القادمين والدخل المتأتي من السياحة الدولية (1990-2010)



المصدر: منظمة السياحة العالمية

الجدول (2-2) أعداد السياح في العالم على مستوى القارات.

الإقليم	1995	2000	2010	معدل النمو السنوي 1990-2010
أوروبا	337	397	525	3.1
آسيا والباسفيك	84	122	229	7.6
الأمريكتين	112	138	195	3.7
أفريقيا	19	25	37	4.6
الشرق الأوسط	11	14	21	4.9
جنوب آسيا	4	6	11	6.7

العالم	567	702	1018	4.1
--------	-----	-----	------	-----

المصدر: WTO

وعن عام 2011 ذكرت منظمة السياحة العالمية بأن عدد السياح قد زاد بنسبة 4.4% ليصل إلى 980 مليون سائح.

ان السياحة في العالم ورغم تراجع النمو الاقتصادي العالمي في الشرق الاوسط وشمال افريقيا والزلازل في اليابان، فإن نسبة النمو في القطاع السياحي وصلت في اوروبا إلى 6% وفي امريكا الجنوبية إلى 10%. وان صناعة السياحة مسؤولة مباشرة عن 5% من الناتج المحلي الاجمالي، وعن 6% من الصادرات العالمية وعن توظيف واحد من كل 21 شخصا في الدول المتقدمة والنامية على السواء. وعن الشرق الاوسط ذكرت المنظمة انها حققت نموا سلبيا بلغ (-) 18% مما جعلها تفقد حوالي 7 ملايين سائح عام 2011¹.

وقد يرجع سبب هذا الاختلاف في حجم السياحة الإقليمية الدولية إلى جملة من العوامل من أهمها نوع وطبيعة الخدمات والتسهيلات السياحية المتوفرة وإمكانية الدولة من اللحاق بالسوق السياحية. ومن العوامل الم تؤثر في الحركة السياحية وجود أشكال الاتصال الدولي المختلفة فهي تسمح أو تعوق مثل هذه الحركة أو التطور فيها، فعلى سبيل المثال، تلعب العلاقات السياسية والخصائص الثقافية المشتركة والرابط الاقتصادي دورا هاما في زيادة وحجم الحركة السياحية، فالأمريكيون يزورون بريطانيا بأعداد كبيرة لما لهم من أنساب انجلوسكسونيه وما لهم أيضا من صلات ثقافية وسياسية واقتصادية. كما يفسر تدفق الاسكندينايفيين والهولنديين إلى كل من ألمانيا وبريطانيا إلى العلاقات التجارية بين هذه الدول. وعلى العكس من ذلك فإن افتقاد الروابط التاريخية والثقافية والاقتصادية أو الخلافات السياسية أو الثقافية تؤدي إلى عرقلة الحركة ومن ابرز الأمثلة على ذلك ما تم بعد الحرب العالمية الثانية بين الإتحاد السوفيتي والغرب والقيود التي فرضت أمام تحركات السكان. ومن العوامل الأخرى الأحداث العالمية وأثرها مثل الألعاب الأولمبية والأسواق الدولية حيث تؤدي إلى تدفق مؤقت للسياح وهي لا تؤدي إلى زيادة الحجم فقط ولكن تؤدي إلى زيادة الموسم السياحي في بعض الحالات. وفي المقابل تؤدي حوادث الخطف والقتل وإعمال الإرهاب إلى آثار سلبية بعيدة المدى، بل إن إجراءات الأمن تؤدي على مضايقة السائحين وتقييد حرياتهم .. الأمر الذي يحرم هذه

¹ - جريدة الاتحاد، السياحة كأحد محركات النمو، تاريخ النشر الاثنين 2012/06/30 عن نشرة أخبار الساعة عن مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية

المناطق السياح. ومن العوامل الأخرى زيادة أوقات الفراغ وارتفاع مستويات الدخل والتحرر من القيود الزمنية والمسافة وارتفاع نسبة التعليم وتقدم وسائل الاتصال والإعلام ثم اهتمام الحكومات بالسياحة.

ثانيا- السياحة الدولية سنة 2014 :

لقد ارتفعت الصادرات من السياحة الدولية إلى 1500 مليار دولار أمريكي في عام 2014، وارتفعت عائداته بنسبة 48 مليار دولار أمريكي في عام 2014 إلى مستوى قياسي في 1245 مليار دولار أمريكي. حيث بلغت إيرادات النقل الدولي للركاب 221 مليار دولار أمريكي.

لقد قدرت العائدات الناتجة عن إنفاق الزوار الدوليين على الإقامة والطعام والشراب والترفيه والتسوق وغيرها من السلع والخدمات ب 1245 مليار دولار (937 مليار أورو) في عام 2014، بزيادة 3.7٪ من حيث القيمة الحقيقية (مع الأخذ بعين الاعتبار تقلبات سعر الصرف والتضخم). ازداد عدد الوافدين بنسبة 4.4٪ في عام 2014، ليصل إجمالي عددهم إلى 1.135 مليار سائح، مقارنة ب 1.087 مليار سائح في عام 2013.

أما عن إيرادات الصادرات من خدمات نقل الركاب الدولية (المقدمة لغير المقيمين). ووفقا للتقديرات، بلغ هذا الأخير إلى 221 مليار دولار أمريكي في عام 2014، ليصل إجمالي الصادرات من السياحة الدولية إلى 1500 مليار دولار أمريكي، حيث بلغ متوسطها 4 مليار دولار أمريكي في اليوم الواحد. إن السياحة الدولية هي أحد مكونات أكثر وأكثر أهمية في التجارة الدولية، كما يتجلى في عائدات التصدير منها والنقل الدولي للركاب. حيث قال الأمين العام لمنظمة السياحة العالمية، طالب الرفاعي: "لقد زاد الإنفاق السياحي الدولي بشكل ملحوظ في عام 2014، مما يدل على قدرة القطاع السياحي على تحفيز النمو الاقتصادي وزيادة الصادرات وخلق فرص عمل.

تمثل السياحة الدولية (السفر ونقل الركاب) 30٪ من صادرات الخدمات في العالم، و 6٪ من إجمالي الصادرات من السلع والخدمات. والسياحة في المرتبة الرابعة بعد الوقود، والمواد الكيميائية والصناعات الغذائية. كما أنها تحتل المرتبة الأولى في العديد من البلدان النامية.

- أما فيما يخص عائدات السياحة الدولية في جميع المناطق، فهي كالتالي:

* أوروبا: و تمثل 41٪ من إيرادات السياحة الدولية في العالم، حيث سجلت زيادة في عائدات السياحة من حيث القيمة المطلقة ب 17 مليار دولار لتبلغ 509 مليار \$ (383 مليار EUR).

شهدت آسيا والمحيط الهادئ (شكلت نسبة 30٪) أي زيادة قدرها 16 مليار دولار، ليصل إلى 377 مليار دولار USD أي (284 مليار يورو) .

* في الأمريكتين (22٪ من المجموع)، حيث زادت الإيرادات بنسبة 10 مليارات دولار، ليصبح المجموع 274 مليار دولار USD. (206 مليار يورو)

* الشرق الأوسط (4٪ من الإجمالي)، حيث زادت عائدات السياحة بنسبة تقدر ب 4مليار \$ USD لتبلغ 49 مليار دولار (37 مليار أورو) وأفريقيا (3٪ من مجموع)، وارتفعت الإيرادات 1مليار دولار أمريكي، 36 مليار دولار (27 مليار يورو).

من وجهة النظر الفرعية، أوروبا الشمالية وجنوب أوروبا والبحر الأبيض المتوسط، وشمال شرق آسيا وأوقيانوسيا وجنوب آسيا ومنطقة البحر الكاريبي وأمريكا الوسطى، نشرت أمريكا الجنوبية والشرق الأوسط أعلى نمو في الناحية النسبية، وقد سجلت كل هذه المناطق الفرعية زيادة قدرها 5٪ أو أكثر من الإيرادات.

- أما فيما يخص المراكز العشرة الأولى من حيث عائدات السياحة، الولايات المتحدة الأمريكية (177 مليار دولار) وإسبانيا (65 مليار دولار) قد احتفظت بالمراكز الأولى والثانية على الترتيب. الصين من المركز 5 الى المركز 3 وذلك في أعقاب زيادة بنسبة 10٪ من الإيرادات المسجلة في 2014 لتبلغ 57 مليار USD.

المملكة المتحدة (45 مليار دولار) اكتسبت مكانين واتخذت موقفا 7، والتي تعكس فترات طويلة الألعاب الأولمبية وارتفاع قيمة الجنيه الاسترليني (عن طريق زيادة الإيرادات المحسوبة في USD). فرنسا وماكاو (الصين) وإيطاليا تحتل 4، 5 و 6 مكان على التوالي، في حين أتمت ألمانيا وتايلاند وهونغ كونغ (الصين) المراكز الباقية .

ثالثا- السياحة الدولية الصادرة : إن رقم واحد في العالم من حيث الإنفاق الصين، حيث ا وصلت نموها الاستثنائي وذلك بارتفاع قدره 28٪ من الإنفاق في عام 2014 لتصل إلى ما مجموعه 165 مليار دولار أمريكي. في حين أن الاثنين الآخرين من الأسواق الناشئة الرئيسية في المراكز العشرة الأولى، الاتحاد الروسي (-6٪، في المركز 5) البرازيل (+ 2٪، في المركز 10) قد فقدتا قوتهما.

لقد شهدت أسواق مختلفة مصدرة في الاقتصادات المتقدمة النمو المتجدد. المركز 2 في العالم من حيث الإنفاق، الولايات المتحدة، سجلت زيادة بنسبة 7٪، ارتفع الإنفاق بنسبة 4٪ في المملكة

المتحدة، والانتقال من من المركز 5 الى المركز 4 في الترتيب. أما فرنسا، فقد شهدت ارتفاعا في الإنفاق بنسبة 11٪، احتفظت بالمركز 6. أما إيطاليا، زيادة بنسبة 6٪، فلنحدرت من المركز 9 إلى المركز 8. وأما ألمانيا (3)، أكملت كندا (7) وأستراليا (9)¹.

المطلب الثاني: واقع السياحة العربية

أولا- المقومات الرئيسية للصناعة السياحية في الدول العربية:

تعتمد صناعة السياحة على غاية رئيسية وهي جذب السائحين، وهذا فن وعلم بحد ذاته الى جانب العلوم الاخرى الضرورية لنجاح وتطور السياحة من تسويق وترويج وإعلام وإرشاد وتطوير المهارات واللغات، بالإضافة الى وجود مقومات سياحية من مواقع ومعالم وبنية تحتية متطورة وذات جودة عالية قادرة على استيعاب اعداد السائحين. وقد تنوعت طرق وسبل جذب السياح وخاصة في منطقتنا العربية لتشمل سلة متنوعة من المقاصد السياحية، فبالإضافة لزيارة المواقع الاثرية والتاريخية والمتاحف، هناك السياحة البيئية، السياحة العلاجية والسياحة الدينية وسياحة المهرجانات والمؤتمرات وسياحة الاستجمام، والمغامرات ان كانت في أعالي قمم او في قعر البحار أو في اعماق الصحراء.. الخ من هنا يمتلك العالم العربي مقومات سياحية كبيرة تؤهله ليكون مقصدا سياحيا بامتياز، حيث يمتلك ثروات طبيعية وثقافية وحضارية ومناخية ناهيك عن نوعية وجودة الطعام، تجعله من اكثر المناطق جذبا للسائحين، فبين عام 1997 و 2006 ادرجت اليونسكو 64 معلما وموقعا تراثيا عربيا-صنفوا معظمهم بالتراث الثقافي ماعدا القلة منها صنفت بالتراث الطبيعي كالحديقة الوطنية في تونس ووادي حيتان في مصر والوادي المقدس وغابة ارز الرب في لبنان او المختلط كالموقع التراثي تسالي ناجير في الجزائر-على قائمة التراث العالمي ومع ذلك فان حصته الفعلية من السياحة العالمية لا تتجاوز 5% وهي لا تتناسب بالطبع مع ما يذخر به العالم العربي من مقومات سياحية².

ويشكل العالم العربي من مشرقه الاسيوي الى مغربه الافريقي كتلة جذب سياحي رئيسية ومرشحة لتكون مركز الجذب الاول على خريطة السياحة العالمية، ولكن اذا استكملت قطاعات السياحة العربية كافة بناها التحتية ووفرت الخدمات الاساسية الداعمة لها، وهيئات المناخات الاستثمارية الملائمة على

¹ - تقرير منظمة السياحة العالمية لسنة 2015 .

<http://media.unwto.org/node/43040>

² - كمال شكيب حماد، الأمن السياحي نحو استراتيجية لتطوير السياحة العربية، ندوة علمية من 9 الى 11 أكتوبر 2012، قسم البرامج التدريبية، تونس، 2012، ص-ص4-

مختلف الأصعدة، من توافر للأمن والاستقرار، الى وجود القوانين والتشريعات والأنظمة العصرية والملائمة والمشجعة والحاضنة لوجود الاستثمار والمستثمرين، بالإضافة الى تنمية مستوى الوعي السياحي لدى المواطنين، ووجود خطط واستراتيجيات سياحية تتكامل مع وجود رؤية تنمية للبنية التحتية الضرورية لنجاح السياحة، مع توافر خطة بيئية مستدامة تحفظ البيئة للأجيال القادمة وتحافظ عليها. وقد لا تتوافر عوامل الجذب السياحي الاساسية لأماكن أخرى في العالم كما هو في العالم العربي، فهو بموقعه الجغرافي من المحيط الاطلسي غربا الى الخليج العربي شرقا ومن حوض البحر الابيض المتوسط شمالا الى خط الاستواء جنوبا يحتل موقع القلب وهمزة الوصل بين قارات العالم. ويتفاعل الموقع الجغرافي للعالم العربي مع عمقه الديني والتاريخي والحضاري كمهد للأديان السماوية الثلاث وللحضارات القديمة، كمصدر للأبجدية مما يضيف ابعادا روحية وإنسانية الى البعد السياحي، فتجعله مقصدا هاما وتنوعا للسائحين وقبلة لحركة السياحة العالمية، بحيث يلبي رغبات مختلف الجنسيات مهما تنوعت ثقافتهم وأذواقهم¹.

وقد بلغ عدد السياح القادمين الى الدول العربية عام 2010، حوالي 80 مليون سائح، وقد احتلت المغرب المركز الاول في افريقيا من حيث عدد القادمين اليها ب 9.29 مليون سائح، اما تونس احتلت المركز الثالث ب 7 مليون سائح، والجزائر المرتبة السادسة بمليونين من السياح، أما في الشرق الأوسط فاحتلت مصر الترتيب الاول في عدد السياح ب 14 مليون سائح، والسعودية ثانيا بحوالي 11 مليون سائح، وسوريا ثالثا بحوالي ثمانية ملايين ونصف مليون من السياح، والإمارات رابعا بحوالي سبعة ملايين ونصف مليون، والبحرين خامسا حيث بلغ عدد السياح حوالي 7 ملايين، والأردن سادسا بحوالي اربعة ملايين ونصف مليون من السياح، اما لبنان ففي المرتبة الثامنة بحوالي مليونين ونصف من السياح. اما عدد السياح العالميين حسب الدولة لعام 2007 فقد احتلت المملكة العربية السعودية المرتبة 21 عالميا بحوالي احدى عشر مليون ونصف مليون سائح، اما مصر فقد جاءت بالمرتبة 23 بحوالي عشرة ملايين ونصف مليون سائح، اما المغرب فتأتي في المرتبة 31 بحوالي سبعة ملايين ونصف سائح، وتونس بالمرتبة 34 بحوالي 6.8 مليون سائح، اما البحرين في المرتبة 45 بحوالي 4.5 مليون سائح، اما الاردن فقد جاء بالمرتبة 52 بحوالي 3.5 ملايين سائح، علما ان عدد السياح الذين فقدتهم بعض الدول العربية عام 2011 وصل الى 7 ملايين سائح نتيجة الاوضاع الامنية وعدم الاستقرار فيها، وفقا لما

¹ - زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الاردن، 2008، ص136.

تفضل به الامين العام لمنظمة السياحة العالمية. كما اضاف ان بعض الدول العربية قد تراجعت السياحة فيها الى 75% مثل سوريا، اما مصر فقد خسرت حوالي خمسة مليارات دولار حيث كان ايراد السياحة سنويا 13 مليار دولار، اصبح 8 مليار دولار بسبب الاوضاع التي مرت بها، وبعض الدول مثل لبنان والأردن والبحرين تأثرت بشكل غير مباشر بالاحداث والاضاع العربية والاقليمية المحيطة بها، كما ان بعض الدول العربية قد استفادت من الاوضاع وزادت فيها الحركة السياحية مثل سلطنة عمان والامارات، علما ان منظمة السياحة العالمية تتوقع ان يزور العالم العربي عام 2030، 195 مليون سائح¹.

ثانيا- دوافع الجذب السياحي الى العالم العربي

تظهر الاحصاءات الوطنية لبعض الدول العربية ان دوافع السفر اليها بشكل عام تتركز في ستة عوامل اساسية وهي:

العامل الأول: السياحة الدينية، وذلك بسبب وجود الاماكن المقدسة فيها، حيث تمثل هذا النوع من السياحة 75% من السياح سنويا في فلسطين، و 19% في سوريا. اما الاشخاص الذين يزورون السعودية بقصد الحج والعمرة فيصلون الى حوالي 5 ملايين شخص سنويا من العدد الاجمالي للزائرين، والبالغ حوالي 17 مليون زائر وسائح أي ما يعادل 30% من اجمالي الزائرين.

العامل الثاني: الاستجمام والترفيه وزيارة المواقع الاثرية والتاريخية والمتاحف حيث تصل الى 100% من جملة السياحة في المغرب، 91% في مصر، 73% في الجزائر و 72% في البحرين.

- العامل الثالث: زيارة الاقارب والأهل، حيث تشكل حوالي 19% من حجم السياحة في سوريا، و 15% في الاردن، و 20% في لبنان و 13% في السعودية.

- العامل الرابع: السياحة الصحية او العلاجية، والتي تساهم الى حد بعيد في دعم مباشر للاقتصاد الوطني، وعلى سبيل المثال فان الاردن يستقبل سنويا حوالي 350 ألف من المرضى ومرافقيهم، ينفقون حوالي مليار و 500 مليون دولار امريكي، وكذلك الامر بالنسبة لتونس والتي تدخل الى الخزينة التونسية حوالي مليار و 600 مليون دولار أمريكي أما في لبنان فان دخله من السياحة الصحية فهو حوالي مليار و 200 مليون دولار امريكي.

¹ - كمال شكيب حماد، الأمن السياحي نحو استراتيجية لتطوير السياحة العربية، مرجع سابق، ص-6-7.

العامل الخامس: سياحة المغامرات والتزلج و السياحة البيئية، وسياحة الصحراء وسياحة المؤتمرات والمهرجانات، وتختلف نسبة عدد السياح بين دولة وأخرى بالنسبة لأنواع السياحات المنوه عنها أعلاه وذلك يعود لمجموعة من المقومات والعوامل، منها الطبيعية كوجود المحميات في لبنان والأردن، ووجود سياحة الصحراء مثل الإمارات السعودية والأردن، وسياحة المؤتمرات في لبنان والامارات، والمهرجانات في لبنان (بعلبك، بيت الدين، جبيل، صور) والأردن(جرش) والسعودية(الجنادرية) وتونس(قرطاج) بالإضافة الى رياضة التزلج في جبال لبنان والتي تجذب اليها اعداد كبيرة من السياح من اوربا والعالم العربي.

العامل السادس: الضيافة وحسن الاستقبال، فلقد عرف عن الشعب العربي حسن الاستقبال وحبه للغريب القادم الى بلاده وكرم الضيافة¹، وهذه العادات المتأصلة في الشعب العربي، تلقى استحسانا وحتى استغرابا من القادمين والضيوف الاجانب في بعض الاحيان، الذين انستههم الحياة المادية قيما وعادات وتقاليد انسانية عريقة ما زال مجتمعنا العربي متمسكا بها. ثالثا- نسبة الاستثمار في القطاع السياحي العربي: تتنوع مجالات الاستثمار السياحي وتعدد اشكالها من تطوير الفنادق والمطاعم والمقاهي الى بناء العيادات والمستشفيات والمنتجعات الصحية، إلى المراكز الرياضية والقرى السياحية والبواخر السياحية هذا بالإضافة الى الشركات السياحية ووكالات السفر ووسائل النقل السياحي.

وتشير احصاءات منظمة السياحة العالمية لعام 2007 الى ارتفاع نسبة الاستثمار السياحي الى جملة الاستثمار المحلي في كل من السودان والامارات وليبيا، حيث بلغت كمعدل وسطي في البلدان الثلاثة 30%، في حين تصل هذه النسبة الى ادنى مستوياتها في الجزائر 6% والبحرين 6.4% والسعودية 6.5%، وتأتي باقي الدول العربية في مكانة متوسطة بين المجموعتين. أما أداء الاستثمار السياحي في بعض الدول العربية لعام 2007 فقد كان كالتالي: ساهمت الاستثمارات السياحية في كل من الامارات والسودان وليبيا ومصر وقطر ولبنان واليمن، بمساهمات مرتفعة في الاستثمارات المحلية تفوق المتوسط المتعارف عليه دوليا والبالغ 9.5%، كما حققت معدلات نمو كبيرة تجاوزت المتوسط العالمي البالغ 5.1%.

¹ - محمد الخطيب، السياحة: تحديد- تأثير - تخطيط، دن، بيروت، 2011، ص31.

أما تونس والأردن والمغرب وجزر القمر، وبالرغم من مساهمتها المرتفعة في الاستثمارات المحلية وهي بحدود 10% والأعلى من المعدل العالمي، فإن معدلات النمو فيها جاء دون المحقق عالميا.

أما سوريا فإن معدل الاستثمار السياحي الى اجمالي الاستثمار فيها ، فإنه ينخفض عن المتوسط العالمي، كما ينخفض معد النمو فيها عن المتوسط العالمي¹.

رابعا- الطاقة الاستيعابية والتشغيلية للفنادق في العالم العربي:

تتباين الطاقة الفندقية المتاحة في الدول العربية بشكل كبير، حيث تزيد اعداد الفنادق عن الالف

فندق في كل من السعودية 1049، ومصر 1031، والجزائر 1034، أما المغرب فأقل من 1000

فندق بقليل أما تونس فيحدود 800 فندقا، أما الاردن فيحدود 480 فندقا، أما الكويت وقطر

والبحرين فأقل من 100 فندق في كل منها. أما توزيع اعداد الفنادق حسب الفئات في الدول العربية،

فيظهر بعدا آخر، بحيث يختلف وفقا للأوضاع الاقتصادية وطبيعة السياح. فنجد مثلا في السعودية ان

نسبة الفنادق من فئة النجمي والثلاثة نجوم تفوق نسبتها 73% من الطاقة الفندقية في المملكة. أما

الجزائر فتتملك 80% من الطاقة الاستيعابية للسياح في المنتجعات والشاليهات وبيوت الشباب، كون

معظم السياح من اوربا ويقضون أوقاتهم على شواطئ البحر. أما مصر والإمارات فتتميز بتوزيع متكافئ

للطاقة الفندقية على الفئات المختلفة.

وعادة ما يشار الى القدرات الاستيعابية للدول في مجال الجذب السياحي وتوفير الخدمات المختلفة

للسائحين بمؤشر نسبة عدد السياح الى عدد السكان. ونجد في الدول السياحية العريقة أن هذه النسبة

تتجاوز 100%، أي ان الدولة قادرة على استقبال عدد من السائحين على مدار العام أكثر من تعداد

سكانها مع توفير كافة الخدمات لهم. فمثلا فرنسا نجد النسبة فيها تبلغ 126%، اسبانيا 129%،

النمسا 244%. أما على المستوى العربي فقد تجاوزت هذه النسبة 100% في 3 دول عربية في عام

2005 وهي البحرين 538% والإمارات 143% وقطر 114%. ان ما يجمع بين الدول الثلاث عدد

سكان قليل، مستوى دخل عالي، انفاق كبير على البنية التحتية التي يمكنها من تقديم خدمات أكبر

من تعداد سكانها.

اما بالنسبة لباقي الدول العربية، فقد حققت هذه النسبة مستويات معقولة اذا ما قورنت بالنسبة

الاعلى على مستوى العالم، وتبقى ثلاثة دول تنخفض فيها نسبة عدد السياح الى عدد السكان عن

¹ - جريدة الاتحاد، السياحة كأحد محركات النمو، مرجع سابق.

المتوسط العالمي وهو 12.5%، وهي مصر 11.8% والجزائر 4.4% واليمن 1.5%، أما اسباب الانخفاض فتعود الى زيادة مضطربة في عدد سكان مصر حوالي 80 مليون نسمة، اما في الجزائر لاقتصار السياح على الاوروبيين وضعف تنوع المنتج السياحي، اما في اليمن فتعود لضعف البنية التحتية السياحية ونقص الخدمات¹.

المطلب الثالث: السياحة العربية البينية

تمتاز السياحة البينية العربية بأنها ذات آثار إيجابية متعددة على الاقتصاديات العربية، منها دعم أواصر التعاون والتواصل الثقافي والاجتماعي وتعزيز التبادل التجاري والصناعي ما يزيد من تلاحم الشعوب العربية وتوحيد مواقفها إزاء القضايا والتحديات التي تواجهها. تظهر المؤشرات السياحية المختلفة تباينا كبيرا للسياحة في كل دولة عربية، من حيث عدد السياح والبنية التحتية والبيئة التشريعية والتنظيمية. وإيمانا بأهمية وجود تعاون سياحي عربي، يكفل تعظيم المنافع للجميع قامت الدول العربية بإبرام اتفاقيات ثنائية وجماعية وعقد ندوات ومؤتمرات لبناء استراتيجية سياحية بينية حقيقية، تحقق تقارب الاهداف. لكن لا تزال الجهود متواصلة بغية دعم القطاع السياحي العربي وتنمية وزيادة حركة السياحة العربية البينية. لقد أصبحت تنمية السياحة البينية العربية مطلبا ملحا ضروريا لما لها من آثار وفوائد على الدخل الوطني وميزان المدفوعات ودفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وزيادة الروابط بين الشعوب العربية².

أولا- نسبة السياح الى عدد السكان في بعض الدول العربية غالبا ما يشار الى القدرات الاستيعابية للدول في المجال السياحي بمؤشر هو نسبة السياح الى عدد السكان. ففي الدول ذات الصدارة العالمية نجد أن هذا المؤشر يفوق 100%، ففي فرنسا تبلغ هذه النسبة 126%، واسبانيا 129%، بمعنى أن الدولة قادرة على استيعاب سياح واستقبالهم في سائر فترات العام أكثر من تعداد سكانها، مع توافر كل الخدمات لهم، من اقامة ووسائل نقل وغيرها من دون تأثر معيشة المواطن المحلي وحياته.

¹ - النشرة الاحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس، 2007.

² - فيصل شياد، "تنمية السياحة العربية البينية (العقبات والحلول)"، مجلة رؤى إستراتيجية أبريل 2014، ص48.

يبين الجدول التالي عدد السياح والحصة السوقية للدول العربية وفق بيانات عام 2012، ونقصد بالحصة السوقية نسبة عدد السياح الوافدين الى الدولة الى عدد السياح الاجمالي للدول المذكورة في الجدول وليس الى عدد السياح في العالم.

الجدول (2-3) عدد السياح والحصة السوقية للدول العربية عام 2012

الدولة	عدد السياح (ألف)	عدد السكان (مليون)	الحصة السوقية (%)	نسبة السياح إلى عدد السكان (%)
الإمارات	977.8	9.2	17.3	98
مصر	196.11	80.72	21.5	14
العراق	*518.1	32.57	--	5
الأردن	162.4	6.31	8.0	66
الكويت	**269	3.25	--	8
لبنان	365.1	4.42	2.6	31
فلسطين	488	4.04	0.9	12
اليمن	**829	23.85	--	3
سوريا	**070.5	22.39	--	23
السعودية	664.13	28.28	26.3	48
قطر	**527.2	2.05	--	48

* معطيات 2010، ** معطيات 2011.

المصدر: الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، إدارة الاحصاء وقواعد المعلومات وتقرير الدول العربية أرقام ومؤشرات، العدد الثالث، 2011.

وتظهر بيانات الجدول أن مؤشر نسبة السياح الى عدد السكان في الدول العربية متباين جدا اذ يختلف من دولة الى اخرى بمعدل تشتت كبير وهذا ما يبين الاختلاف الكبير في الاهتمام بالجانب السياحي في الوطن العربي، كما تختلف مقومات السياحة في كل دولة عن الاخرى.

ثانيا- مساهمة السياحة العربية في الناتج المحلي الاجمالي وتوفير فرص العمل:

ومحليا

يعد قطاع السياحة من اهم القطاعات التي تشهد تطورا سريعا، وتزداد أهميتها في جانبين أساسيين في أي دولة وهما: الناتج المحلي الاجمالي، وتوفير فرص العمل للحد من البطالة. ومن أجل مقارنة الماضي والحاضر نورد فيما سيأتي معطيات تعود الى سنوات سابقة، تبين فيها مساهمة السياحة في دعم الناتج المحلي الاجمالي وتوفير وظائف العمل¹.

الجدول (2-4): البيانات الاقتصادية للسياحة في الدول العربية عام 1999

مساهمة السياحة في الاستثمار الرأسمالي (%)	نسبة العمالة في قطاع السياحة (%)	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي GDP (%)	
6.6	7.9	10.6	البحرين
7.7	8.7	9	مصر
11.6	18.7	22.5	الأردن
2.5	6.3	5	الكويت
5.1	5.4	7	عُمان
4.3	4.7	6.2	قطر
3.9	4.9	6.4	السعودية
9.2	6.1	6.1	سوريا
4	4.9	5.2	اليمن

المصدر: تقرير الاسكوا، 1999.

من الجدول أعلاه، يظهر لنا أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي للدول العربية متباين من دولة الى أخرى حيث تراوحت نسبة المساهمة بين 5% و 22.5%، حيث تعتمد الاردن بشكل كبير على القطاع السياحي في تنمية اقتصادها وهذا لافتقار الاردن الى موارد الطاقة (البترول والغاز)، كما يساهم القطاع في توظيف أكثر من 18% من القوى العاملة في البلد، وتنخفض النسبة في الدول العربية الأخرى وبحكم عدم توافر المعلومات عن كل الدول عام 1999، فقد تم ادراج الجدول الآتي ليشمل أكبر عدد من الدول العربية. والجدول التالي يوضح المساهمة الاقتصادية للقطاع السياحي العربي لعام 2012، أي بعد مرور 10 سنوات.

الجدول (2-5): البيانات الاقتصادية للسياحة في الدول العربية عام 2012

الدول	حصة السياحة والسفر من GDP		نسبة التصدير الناتج عن السياح (%) من إجمالي الصادرات
	عملة محلية	(%)	
البحرين	1351.7 مليون	12.5	7.6
مصر	227.6 مليار	15.1	21.7
الأردن	4750.5 مليون	22	31.9
الكويت	2335.8 مليون	4.5	0.5
لبنان	16790.6 مليار	25.1	31.1
عمان	2043.2 مليون	7	3.2

¹ - فيصل شباد،

المصدر: world travel et tourisme council.2013.

يقصد بالتصدير الناتج عن الزائرين، الانفاق داخل البلاد عن طريق السائحين الدوليين على حد سواء رحلات العمل والترفيه بما في ذلك الانفاق على النقل.

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا الدور الكبير الذي تؤديه السياحة في التنمية، ففي لبنان يساهم القطاع السياحي بنسبة 25% في GDP، ويوفر أكثر من 322 ألف فرصة عمل وتأتي مصر في المرتبة الاولى من حيث عدد العاملين في القطاع السياحي بما يفوق 3 ملايين عامل، وهو رقم كبير وسبب ذلك كبر مساحة مصر وعدد سكانها وتوافرها على مواقع أثرية وتاريخية ومناطق سياحية متنوعة، ومناخ معتدل. كل ذلك أسهم في تنشيط السياحة في مصر من حيث نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي فقد بلغت ما يقارب 21%.

وحققت البحرين أقل توظيف من العاملين في القطاع السياحي حيث بلغ عدد العاملين 77 ألف عامل عام 2012، وهذا بحكم المساحة الصغير وقلة عدد السكان.

بالنسبة الى التصدير الناتج عن الزائرين، فقد بلغ أكثر من 31% من إجمالي الصادرات لحالة لبنان والأردن ثم تليها مصر بنسبة 21%، ولا شك بأن زيادة نسبة انفاق السياح في البلد المستضيف يكون لمصلحة منتجات البلد المحلي، من قطع وتحف وملابس تقليدية وأيضا المنتجات الموجودة في السوق والمستوردة من دول أخرى ما يعمل على تنشيط حركة الانتاج والبيع.

وكخلاصة لما سبق فإننا نقول إن السياحة تؤدي الى دفع عجلة التنمية في الدول العربية وذلك لدورها الملموس في تحسين الناتج المحلي الاجمالي وامتصاص البطالة. وبالنظر الى واقع السياحة في الدول العربية، فإننا نجد أن أفضل الدول السياحية العربية هي مصر الإمارات لبنان، الاردن¹.

¹ - فيصل شياد، "تنمية السياحة العربية البينية (العقبات والحلول)" مرجع سابق، ص55-56.

ثالثا- تطور عدد السياح القادمين الى الدول العربية:

بلغ عدد السياح القادمين الى الدول العربية مستويات متباينة من دولة الى اخرى، وفيما يأتي عرض اخر الاحصاءات عن عدد السائحين في الدول العربية عام 2012.

الجدول (6-2): عدد السائحين في الدول العربية عام 2012 (الوحدة: 1000 سائح)

الدولة	عام 2010	عام 2012	نسبة التغير (%)
مصر	14051	11196	-20
العراق	518 1	--	--
الأردن	207 4	162 4	-1
الكويت	207	*269	+30
لبنان	168 2	1365	-37
فلسطين	522	488	-7
قطر	519 1	*527 2	+66
السعودية	850 10	664 13	+26
سوريا	546 8	*070 5	-41
الإمارات	432 7	977 8	+21
اليمن	536	*829	+55

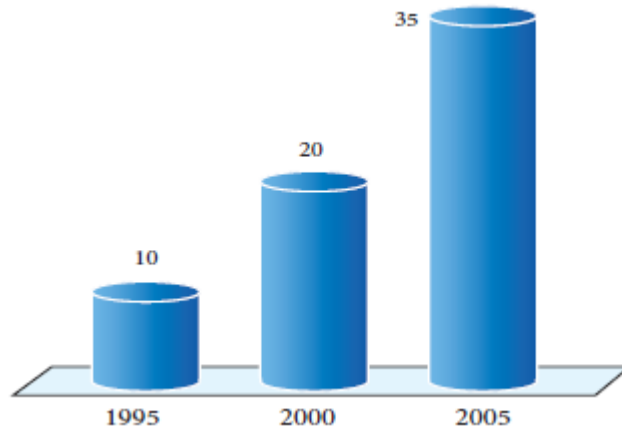
* معطيات عام 2011.

المصدر: UNWTO, tourisme Highlights, 2012, p.12.

اهم ما يظهره الجدول (6-2)، الانخفاض الكبير لعدد السائحين القادمين الى الدول العربية، حيث انخفض عددهم في مصر من 14051 ألف سائح عام 2010 إلى 11196 ألف عام 2012، بنسبة انخفاض قدرت ب 20%، وانخفض عدد السياح في سوريا ايضا بنسبة تفوق 40%، وفي لبنان وفلسطين والأردن أيضا مع استثناء الامارات والسعودية وقطر واليمن والكويت وذلك بسبب بعد منطقة الخليج العربي نسبيا عن التوترات والأزمات والاضطرابات التي حدثت في الدول العربية الأخرى، أما أسباب تراجع عدد السائحين في مصر وسوريا والأراضي الفلسطينية، فترجع أساسا إلى عدم إستقرار المنطقة، وعدم وجود استقرار سياسي كاف، وعلى عكس فترة

(2010-2011) فقد بينت الاحصاءات التي أصدرتها منظمة السياحة العالمية، أن عدد السائحين القادمين الى الدول العربية، بين أعوام 1995، 2000 و 2005، قد تضاعف مرات عدة، وهذا يعود بشكل كبير إلى غياب فترات عدم الاستقرار السياسي والشكل (2-4) يبين التزايد الملموس في عدد السائحين في الفترات السابقة، حتى يتضح حجم النمو والتطور في القطاع السياحي العربي وتتم مقارنته بالانخفاض في السنوات الثلاث الأخيرة¹.

الشكل (2-4): تطور عدد السياح القادمين إلى الدول العربية في الفترة ما بين عامي 1995 و 2005.



المصدر: UNWTO.2008

رابعا- مقومات الدول العربية في الجانب السياحي:

تمتلك الدول العربية مقومات عدة ، تضمن لها حسن استغلالها تنشيط قطاع السياحة العربية وتنمينه ومن أهم مقومات الوطن العربي الموقع الجغرافي الذي يتوسط به الكرة الأرضية فموقعه استراتيجي للتنقل والتحرك بسهولة الى كل دولة، والوصول اليه عبر القارات الخمس ميسر وقريب بحكم توسطه العالم. الأمر الثاني مساحة الوطن العربي الكبيرة التي تجعله يتمتع بمناخ متنوع لأنمه يضم المناطق الساحلية، والصحاري والسهول والهضاب والمرتفعات المنخفضات ويطل الوطن العربي على

¹ - فيصل شياد، تنمية السياحة العربية البيئية (العقبات والحلول) "مرجع سابق ، ص 57.

البحر المتوسط جهة أوروبا وعلى النيل والبحر الأحمر والبحر الميت والخليجين العربي وعمان والمحيطين الهندي والأطلسي.

كما يعد الوطن العربي مهد الأديان (اليهودية، والمسيحية والإسلام) التي قدمت للعالم عقائده وإيمانه بعد انتشارها إلى العالم بأسره، ولا ننسى وجود عوامل قرب المسافة بين الدول العربية، إضافة إلى اللغة الموحدة التي تجعل السائح العربي لا يحتاج إلى مترجم حين يزور أي دولة عربية وتشابه الخصائص والرغبات والأذواق السياحية العربية- العربية. إلا أنه وبرغم كثرة العوامل المرجحة لكفة نجاح السياحة العربية البينية¹، فإنها تبقى بحاجة إلى مزيد من الجهود لتنميتها وتطويرها.

فالوطن العربي يتوافر على مقومات سياحية عدة تتمثل في :

- مناطق طبيعية ذات مناخ معتدل صيفا ودافئ شتاء إضافة إلى وجود مناطق جافة وأخرى ذات مناخ رطب وذلك على امتداد مساحة الوطن العربي.
- وجود سواحل مختلفة في معظم البلدان العربية، على البحر الأبيض المتوسط والبحر الأحمر والمحيطين الهندي والأطلسي، وخليجي عمان والعربي إضافة إلى تنوع السهول الساحلية من حيث المناخ والطبيعة.
- مناطق أثرية وتاريخية عريقة مثل الأهرامات والأقصر وأسوان في مصر وحدائق بابل في العراق ومدينة تدمر في سوريا والبتراء في الأردن والقصبة في الجزائر ومدينة صنعاء القديمة ومدينة زبيد التاريخية في اليمن.
- أماكن ودور عبادة ومزارات دينية: وتشكل السياحة قدرا كبيرا من دخل عدد من البلدان العربية، ومن أبرز المعالم السياحية الدينية: المسجد الحرام والمسجد النبوي في السعودية والمسجد الأقصى في فلسطين وجامعة الأزهر في مصر وجامع بني أمية الكبير في سوريا، وجامعة القرويين ومسجد الحسن الثاني في المغرب وجامع الإمام الأعظم في العراق، والجامع الكبير في سمراء العراق، وجامع عقبة بن نافع في القيروان بتونس وجامع الزيتونة في تونس ومسجد الشيخ زايد في أبوظبي بدولة الإمارات. ومن المعالم المسيحية: كنيسة القيامة بالقدس في فلسطين وكنيسة المهد في بيت لحم بفلسطين وكنيسة البشارة في الناصرة بفلسطين.
- معالم حضارية وسياحية أخرى منتشرة في معظم الدول العربية، مثل المرافق السياحية المتطورة في أبوظبي ودبي بدولة الإمارات العربية المتحدة، والكويت وشم الشيخ والغردقة في مصر وفاس، ومراكش وأغادير في المغرب. وجرش في الأردن والمدن السياحية المختلفة في لبنان مثل بعلبك وصيدا، وكذلك المدن السياحية السورية².

¹ - مروان السامعي، سياحتنا لا تحتاج إلى مترجم، جريدة الجمهورية، اليمن، 07 فيفري 2010.

² - حسين عبد المطلب الأسرج، "الاستثمارات العربية البينية وإشكالية البطالة في الدول العربية"، مجلة العلوم الاجتماعية، ورقة بحثية MPRA، رقم 22304، ميونخ : أبريل 2011، ص 5.

المطلب الرابع: واقع السياحة البينية العربية:

في ضوء التحديات الاقتصادية والاجتماعية والسكانية في الدول العربية، برزت الحاجة الى تعزيز السياحة البينية العربية لتبلغ مستويات تقارب نسب السياحة الاقليمية في مختلف مناطق العالم وشهد العقد الماضي جهودا عربية لتطوير التنمية السياحية البينية العربية، برزت نتائجها بحصة القطاعات السياحية الجاذبة للاستثمار من حجم الاستثمارات البينية العربية التي ارتفعت من 1.43 مليار دولار عام 1995 الى نحو 14 مليار دولار عام 2007.

وفي دراسة حول السياحة البينية العربية، تبين أن 65.9% من الذين شملهم الاستطلاع سبق لهم أن زاروا المعالم الاثرية والسياحية والمواقع المهمة داخل بلدانهم وأن 50% منهم سبق أن زاروا المعالم الاثرية والسياحية والمواقع المهمة في بلدان عربية أخرى فيما ذكر 96.3% أن القيام بمثل هذه الزيارات الاثرية والسياحية يشكل خطوة ضرورية. وهذا يبين رغبة بعض المواطنين العرب في الانفتاح على دول عربية أخرى وإيمانهم وقناعتهم بأهمية السياحة الثقافية بعامة والسياحة البينية بخاصة كاتجاه يشير الى أن جمهور الثقافة عموما في علمنا العربي ليس غائبان بل يحتاج الى سياسات تنموية ثقافية من شأنها زيادة هذا الجمهور وتغذيته في الحقول الثقافية كافة.

تراوحت نسبة السياحة العربية البينية، ما بين 37% و 46% خلال الفترة ما بين عامي 1995 و 2003. وهي نسبة تعتبر ضئيلة إذا ما قورنت بنسبة السياحة البينية في أقاليم أخرى، حيث بلغت هذه النسبة في أوروبا 88% مقابل 12% للسياحة الوافدة من خارج الاقليم الأوروبي كما بلغت في شرق آسيا والباسيفيك نحو 79% ويلاحظ وجود تباين ملحوظ في مدى اعتماد الدول العربية على السياحة البينية والسياحة الوافدة من خارج الوطن العربي.

شهدت السياحة في الدول العربية ارتفاعا بنسبة 14% خلال عام 2008 مقارنة بعام 2007، كما بلغ عدد السياح العرب نحو 28 مليون سائح عام 2008 مقابل عام 2007. وقد بذلت هيئات السياحة العربية جهودا من أجل تنمية القطاع كما ساعدت الازمة المالية العالمية على تحول نظرة جزء من السياح العرب الى الوجهة العربية كبديل أو منافس للسوق السياحية الأوروبية والأمريكية. فقد عززت الكثير من الدول العربية جهودها للترويج لمنتوجها السياحي من خلال حرصها على الحضور في التجمعات الدولية وإقامة المعرض والاجتماعات الاقليمية¹.

الجدول (7-2): السياحة البينية بين عامي 2003 و 2011 (الوحدة 1000 سائح)

¹ - الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، الاستعراض السنوي للتطورات في مجال العولمة والتكامل الاقليمي في البلدان العربية، العدد الثامن ، نيويورك: ديسمبر 2009، ص 41.

الدولة	2003	2005	2007	2009	2011
الأردن	1476	1847	2140	2003	2027
البحرين	3589	4716	3661	--	4702
تونس	2173	2366	2630	2985	2501
الجزائر	100	151	172	273	580
سوريا	1544	2509	3600	6020	--
عمان	514	613	861	307	256
قطر	283	365	398	--	394
لبنان	421	437	404	992	804
مصر	1259	1625	1960	2109	2017
المغرب	57	75	90	364	447
السعودية	4221	5843	7526	10126	14715
اليمن	105	242	260	311	527

المصدر: الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا ، الاستعراض السنوي للتطورات في مجال العولمة والتكامل الاقليمي في البلدان العربية، العدد الثامن نيويورك: ديسمبر 2009، ص38.

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا زيادة نسبة السياح العرب، وهذا يدل على تحسن في السياحة البينية، خلال الفترة ما بين عامي 2003 و 2011 إلا في بعض الفترات التي شهدت فيها بعض الدول أزمات سياسية كما أن تأثر السياحة البينية العربية بالأزمة المالية لا يبدو واضحا، فأثرها غير ملموس من خلال عدد السائحين العرب ونسبتهم الى نسبة السائحين الاجمالية.

نلاحظ أن المملكة العربية السعودية تأتي في المرتبة الاولى من حيث عدد السائحين العرب، اذ بلغ عددهم عام 2011، ما يفوق 14 مليون سائح عربي بنسبة مئوية تعادل 70%. والسبب الاول هو السياحة الدينية، للقيام بالعمرة وزيارة الاماكن المقدسة، والقيام بفريضة الحج.

وجاءت البحرين في المرتبة الثانية من حيث عدد السائحين العرب بواقع 4 ملايين سائح عام 2011 بنسبة تقرب 75 ولعل اكثرهم من السعودية بحكم وجود الطريق الرابط بينهما لتسهيل الحركة والتنقل بينهما لم يتم ترتيب الامارات ضمن المراتب الاولى لان اغلب السياح الزائرين للإمارات من دول وجنسيات مختلفة، ولا يقتصرون على العرب فقط.

وتعد عمان وقطر والمغرب من اقل الوجهات السياحية العربية، حيث بلغ عدد السائحين العرب 256 ألفا و394 ألفا، و447 ألف سائح على التوالي. وهذا ربما لأسباب عدة منها: عدم معرفة السائح العربي بما تتوافر عليه هذه

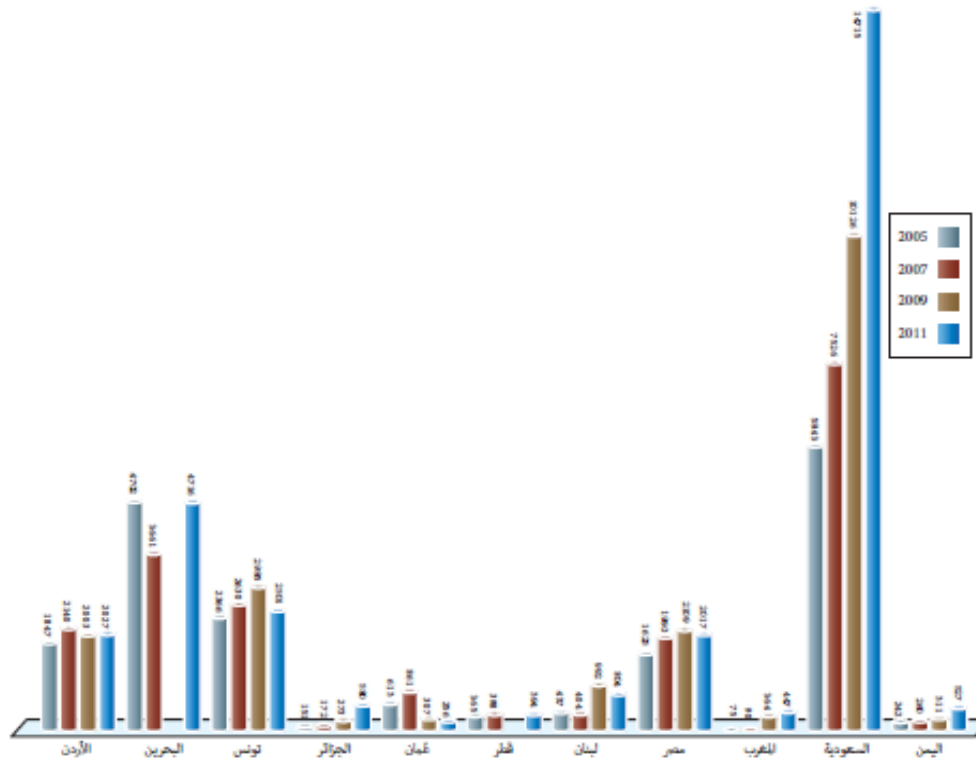
الدول من خدمات ومنتجات سياحية، إضافة الى ضعف عمل الهيئات السياحية المحلية لتنشيط السياحة بين الدول العربية، كما ان توجه المغرب منفتح بالدرجة الاولى على اوروبا اكثر من العالم العربي.

تتمتاز مصر بعدد سياح معتبر، إلا ان اغلبهم ليس عربا، فنسبة السائحين العرب في مصر تبقى ضعيفة مقارنة مثلا بالسعودية او البحرين. حيث تبلغ نسبة السياحة البينية العربية في مصر ما يقارب 20 من اجمالي السياح، مقابل نسبة 18 عام 2007، وتقوم الحكومة المصرية بجهود ترويجية عدة، كما تعمل على تخفيض اسعار رحلات شركة الخطوط الجوية المصرية، اضافة الى ذلك انخفاض تكاليف الإقامة والمعيشة في مصر.

وتبقى المملكة العربية السعودية مهيمنة على اكبر عدد من السائحين العرب الذين يدخلون اراضيها، واغلبهم لأسباب دينية، حيث تشير الاحصاءات الى ان نحو 17 مليون سائح زاروا السعودية، وكان ما نسبته 36 لأداء العمرة، ولأداء فريضة الحج 19 لزيارة الاصدقاء والعائلة. ومجموع نفقات هؤلاء الزوار بلغ اكثر من 12 مليار ريال سعودي.

والشكل (2-5) يوضح تغيرات عدد السائحين العرب في سنوات ما بين عامي 2003 و2011.

الشكل (2-5): عدد السياح العرب في الدول العربية لسنوات مختارة (الوحدة 1000 سائح)



المصدر: بناء على المعطيات الواردة في الجدول (2-5)

- يظهر الشكل تزايدا للسياحة الدينية في السعودية، كما يشهد قطاع السياحة في عمان نموا كبيرا ما بين عامي 2007 و 2008، فقد استقطبت عمان نحو مليون سائح عام، ويمثل السياح العرب ما نسبته 75 ويرجع سبب ذلك الى جهود الترويج والمهرجانات المنظمة، واغلب السياح الذين يدخلون عمان هم من مجلس التعاون لدول الخليج العربية. وقد ازداد عددهم بعد الازمة المالية العالمية¹.

المبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر

المطلب الأول: المؤهلات السياحية للجزائر

تبلغ مساحة الجزائر 2،180،741 كلم²، الأمر الذي يجعلها البلد الأوسع والأكبر أفريقيا، وهي من البلدان التي تطل على حوض البحر الأبيض المتوسط الذي يتميز مناخه بالإعتدال. تتشكل تضاريسها من أربع مجموعات طبيعية متميزة، وهي: السلسلة الجبلية الساحلية والسهول، والهضاب العليا، وسلسلة الجبال الداخلية، ومنطقة الصحراء الكبرى وجبالها. كما يحتوي الساحل الجزائري على أنظمة بيئية وبحرية ساحلية قرب الغابات.

أما مناخها فيمتاز بثلاثة أنواع:

- مناخ متوسطي في الشمال.
 - مناخ شبه جاف في منطقة الهضاب العليا.
 - مناخ جاف أو صحراوي يخص جنوب البلاد.
- وحتى تتكون لدينا صورة واضحة عن الجزائر كرؤية سياحية شاملة، قمنا بالتركيز على النقاط التالية²:

1- المناطق الساحلية:

تتميز المناطق الساحلية في الجزائر بنوع ثري ثراء الارث الثقافي والحضاري، حيث يمكن توزيعها على النحو التالي:

- المنطقة الساحلية للقالا، وهي تحتوي على نظام بيئي، غابي، وبحري، وبحيرات، وثروات حيوانية وغابية، وثروة مائية.

- حضيرة قورايا (بجاية) تمتد على مسافة 10 كلم على الساحل، وفيها مناظر رائعة.

- حضيرة تازة- معقد القبائل- المساحة البحرية لتقزيرت.

- الحضيرة الوطنية للشناوة، وهي تمتد على 500 هكتار والجبل الساحلي للشناوة وجموعة الجزر الصغيرة... الخ.

¹ - فيصل شياد، مرجع سابق، ص 74-75.

² - بوبكر بداش، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات: رؤية استكشافية وإحصائية، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة، العدد 22، 2014، ص 09.

وكل هذه المساحات عبارة عن مواقع بحرية من الضروري الاعتراف بها وحمايتها، لأنها تعتبر مادة خاما لأي بلد يسعى إلى صناعة سياحية حقيقية واستثمار سياحي مجد.

2- المناطق الصحراوية.

تمتد على مساحة تفوق المليون كلم² يمكن تقسيمها إلى 05 مناطق:

- غرداية(ميزاب): صنف العالم المعمارية والثقافية والتاريخية لهذه المنطقة ضمن التراث العالمي، وأهم مدنها بني يزقن، كما تحتوي على مجموعة مهمة من بساتين النخيل.

- أدرار: تعرف هذه المنطقة بتاريخ مختلف الثقافات ووجود القلاع القديمة.

- إليزي: الطاسيلي الواقع في أقصى الجنوب الشرقي، وتعرف هذه المنطقة بالحضيرة الوطنية للطاسيلي التي صنف

منذ عام 1982 من طرف اليونسكو كتراث عالمي، وفيها كل العناصر الطبيعية والتاريخية والثقافية التي تجعلها

منطقة سياحية بامتياز، فهي بمثابة متحف طبيعي مفتوح يتضمن أكثر من 1500 رسم ونقش حجري.

- تندوف: تمتد على مساحة 168.000 كلم² بكثافة سكانية تقدر ب 23.000 نسمة موزعين على القصور

القديمة، فهي شبه متحف في الهواء الطلق.

- تمنراست (الهقار): تتميز الحضيرة الوطنية للهقار التي تم انشاؤها سنة 1987 بتضاريسها وثروتها الحيوانية والنباتية

والنقوش التي تشكل امتيازات حقيقية للسياحة تشهد على الازمنة الغابرة.

3- المقومات الحموية (الحمامات المعدنية).

ساهم المخطط الرئيسي الذي أعده القطاع تحت اشراف المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET) على

المستوى القانوني في تمكين المستثمرين الخواص والأجانب من استغلال 202 منبع للمياه المعدنية يوجد معظمها

في شمال البلاد، وهي موزعة كما يلي:

- 136 منبعا ذا أهمية محلية.

- 55 منبعا ذا أهمية جهوية

- 11 منبعا ذا أهمية وطنية.

4- المعالم الأثرية والتاريخية للجزائر: تنفرد الجزائر بمعالم تاريخية وحضارية متنوعة، وتعتبر من بين الدول التي تتوفر

على المناطق الأثرية، وتظهر هذه الثروة في تصنيف اليونسكو لسبع مناطق أثرية ضمن التراث العالمي / وهي:

- وادي ميزاب .

- منطقة الطاسيلي .

ومحليا

- حي القصبة في الجزائر العاصمة.

- تيبازة.

- جميلة.

- تيمقاد.

- قلعة بني حماد.

5- المنشآت القاعدية للنقل:

يعتبر النقل الشريان الحقيقي لقطاع السياحة، والجزائر تتوفر على مجموعة من المنشآت يمكن استغلالها لتطوير

النشاط السياحي بداية من الشبكة الوطنية للنقل¹ التي تبلغ 118306 ألف كلم، تتوزع كما يلي:

- 2230000 كلم طرق وطنية.

- 26626 كلم طرق ولائية

- 62100 كلم طرق بلدية²

بالنسبة للسكك الحديدية تتوفر الجزائر على 4200 كلم مزودة بحوالي 200 محطة موجودة خصوصا في الشمال

الجزائري (الهضاب العليا).

* المطارات والموانئ: تمتلك الجزائر 53 مطار منها 13 مطار دولي، 08 مطارات وطنية 14 مطار جهوي، 19

مطار للإستعمال المحدود و04 مطارات خاصة بالنشاط الطاقوي،

أما الموانئ فتبلغ 13 ميناء متعدد الخدمات و17 ميناء للصيد البحري وموانئ صغيرة للترفيه السياحي و 02

للمحروقات (سكيكدة وأرزيو)³.

النقل الجوي: نظرا لشساعة المساحة وبعد المسافات بين الجهات في الجزائر واتساع مساحة الصحراء أصبح للنقل

الجوي أهمية خاصة، حيث يتكون الاسطول الجوي من 63 طائرة معظمها من نوع بوينغ وايرباص وتضمن شركة

الخطوط الجوية الجزائرية سنويا نقل 3.6 مليون مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع، كما يوجد 55 مطار منها

12 مطار دولي والباقي داخلي وجهوي أو خاص، أهمها مطار هواري بومدين ومطار وهران⁴.

¹ - بوبكر بداش، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات: رؤية استكشافية وإحصائية، مرجع سابق، ص 10. 12.

² - موسوعة ويكيبيديا، (2015/05/06)

<http://ar.wikipedia.org/wiki>

³ - مسكين عبد الحفيظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحة -، رسالة ماجستير، جامعة منتوري بقسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2010/2009، ص121.

⁴ - حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر -، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس بسطيف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2012/2011، ص110

حددت دراسة المخطط الوطني للنشاط البيئي 7 أقطاب إجتماعية وسياحية ، إلى جانب ادراج التراث في الحياة الاجتماعية، والسياحية والثقافية هذه الأقطاب من الغرب الى الشرق، هي:

- القطب السياحي: وهران، تلمسان، ويشمل مناطق أثرية تاريخية (مثل مدينة منصوره السياحية).
- القطب السياحي: شرشال، تيبازة، الجزائر، بومرداس، منطقة القبائل، ويشمل قرى ن ومناطق طبيعية وشواطئ.
- القطب السياحي: بجاية، جميلة، سطيف، ويشمل آثارا رومانية، ومتاحف، وشواطئ، وحضيرة قورايا.
- القطب السياحي: عنابة، قالمة، سوق أهراس، الطارف، ويشمل الحضيرة الوطنية لمدينة الطارف وآثارا رومانية.
- القطب السياحي: غرداية، تيميمون، ويشمل العمران الصحراوي، ووحدات النخيل ووادي ميزاب، والقصور المعلقة.

القطب السياحي: الطاسيلي، أهقار، وهو عبارة عن متحف طبيعي، وإرث حضاري عريق وزاخرن تكتسي الحضيرة الوطنية في الأهقار في تمتاز أهمية بالغة ذات أبعاد متعددة لما تزخر به من الكثير من الشواهد الطبيعية الحية ، التي ما زالت تعبر على مدى آلاف السنين عن أسرار الوجود الإنساني والحيواني والنباتي في هذه المنطقة من الجنوب الكبير، حيث يعود البعض منها إلى ما قبل 12 ألف سنة، بالإضافة إلى مناصر طبيعية خلابة، مثل غروب الشمس المصنف الأفضل عالميا.

7- المتاحات السياحية في الجزائر: تسمح المساحات الطبيعية والرصيد الثقافي، التاريخي والحضاري المتنوع عبر

مختلف مناطق الجزائر، بممارسة جل النشاطات السياحية المعروفة، ومنها:

- السياحة الساحلية أو الشاطئية.
- السياحة الصحراوية (الاستكشافية).
- السياحة الصحية أو المعدنية.
- السياحة الحضرية.
- السياحة الثقافية أو السياحة ذات الطابع الديني.
- السياحة الرياضية والشبابية.
- سياحة المؤتمرات والأعمال السياحية، مثل الصيد البحري والبري¹.

المطلب الثاني: القطاع السياحي في الجزائر من منظور إحصائي

¹ - بويكر بداش، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات: رؤية استكشافية وإحصائية، مرجع سابق، ص13.

أولاً: عدد السياح المتدفقين إلى الجزائر: يعتبر تطور عدد السياح المتدفقين من بين أهم المؤشرات الدالة على تطور السياحة وازدهارها في أي بلد، وفي الجزائر فإن هذا المؤشر تطور بشكل ايجابي في الآونة الأخيرة، حيث تزايد عدد السياح الوافدين إليها بغض النظر عن طبيعتهم، إذ يمكن الفصل بين السياح على النحو التالي:

- السياح الأجانب

- السياح الجزائريون المقيمون في الخارج.

ووفق الاحصاءات المصريح بها من قبل وزارة السياحة، فإن عدد السياح المتدفقين إلى الجزائر بلغ 2.394.887 سائحا وذلك سنة 2011، أي بمعدل تطور قيمته 15% مقارنة بسنة 2010.

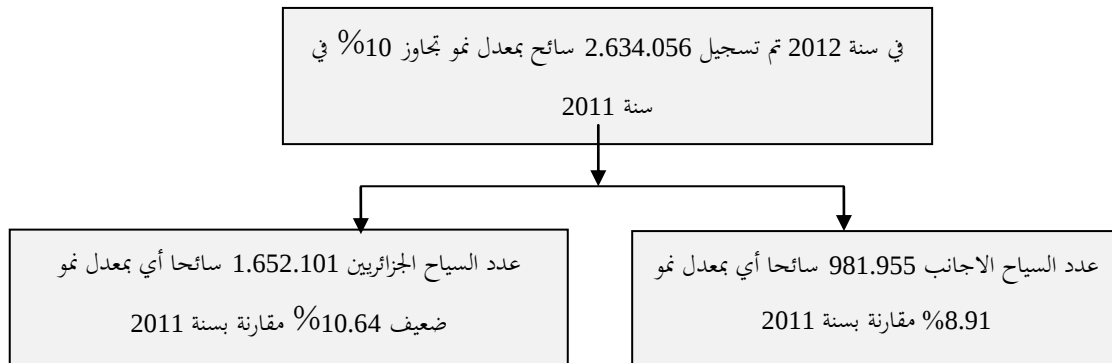
و 2.634.056 سائحا سنة 2012، أي بمعدل تطور قيمة 10% مقارنة بسنة 2011.

إلا أن الالفت للإنتباه هو التطور الكبير في عدد السياح الاجانب غير الجزائريين، والذي بلغ 981.955 سائح سنة 2011، مع معدل تطور لافته قدره 37.66% مقارنة بسنة 2010، وبلغ كذلك 981.955 سائح سنة 2012، مع معدل تطور قدره 8.91% مقارنة بسنة 2012.¹

وهذا له دلالة خاصة من حيث تحسن صورة الجزائر في الخارج، خاصة على المستوى الامني.

وقد تم تجميع الاحصاءات الخاصة في الشكل (6-2) بتدفق السياح الأجانب إلى الجزائر، ونوضحه كما يلي:

الشكل رقم(6-2) عدد السياح المتدفقين إلى الجزائر سنة 2012



المصدر: من اعداد الطالب بناء على معطيات مأخوذة من : موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية والدول العربية أرقام ومؤشرات ، ادارة الاحصاء وقواعد المعلومات، العدد الخامس مارس 2015 .

¹ - الامانة العامة للدول العربية، الدول العربية ارقام ومؤشرات، العدد الخامس ، مارس 2015.

ثانيا- توزيع الأجانب بحسب الغرض من الزيارة

إن قدوم السائح الاجنبي إلى الجزائر له أهمية خاصة، وقد حرصت الجهات المعنية على ضرورة استقطابه لما له من تأثير إيجابي في الاقتصاد بشكل عام، وفي موارد الدولة من العملة الصعبة بشكل خاص، وعليه، فقد تعددت الصور والاشكال التي يكون عليها الغرض من السياحة، فوفق المعطيات الحالية يمكن أن نجد الصور التالية:

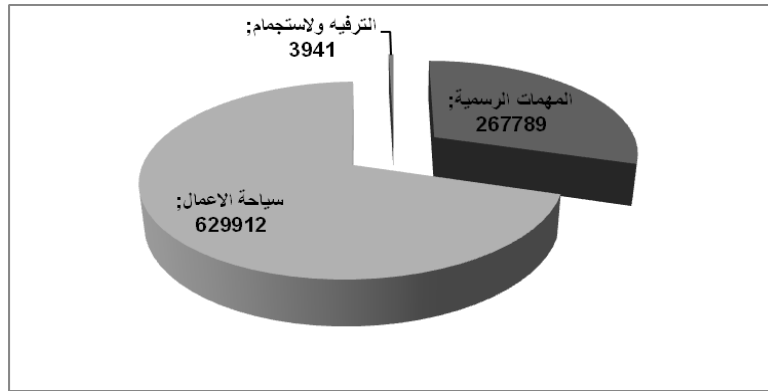
- ترقية واستجمام. - سياحة الاعمال. - المهمات الرسمية.

وبحسب إحصاءات وزارة السياحة والصناعة التقليدية، فإن النسبة الأعلى للسائح الأجانب تركز على الترفيه والاستجمام بواقع 70% تقريبا، وتليها سياحة الأعمال، فسياحة المهمات بنسبة ضعيفة لا تتجاوز 01%¹.

ويوضح الشكل رقم (2-7) توزيع السياح بحسب الغرض من الزيارة، وذلك سنة 2011:

الشكل رقم (2-7) توزيع السياح الاجانب بحسب الغرض من الزيارة سنة 2011.

المهمات الرسمية ■ سياحة الأعمال ■ الترفيه والاستجمام □

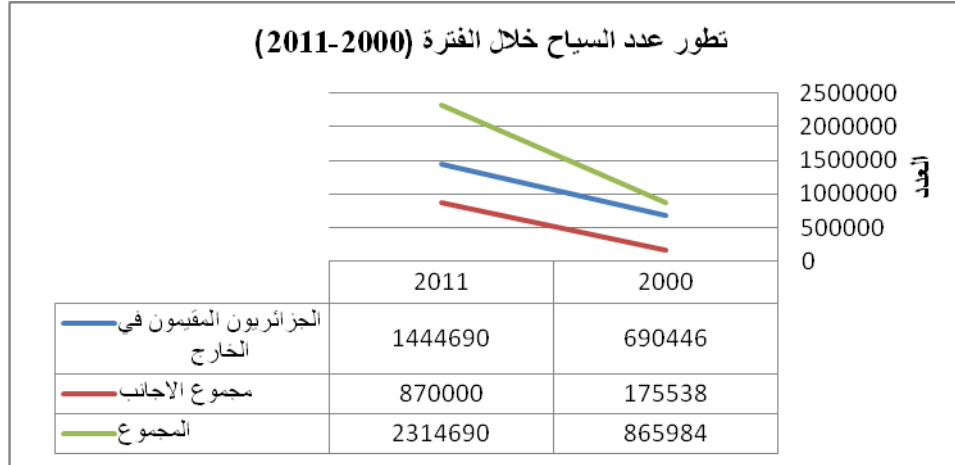


المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مأخوذة من: موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية(الجزائر)

ثالثا- تطور عدد السياح

من المعروف ان الجزائر عانت خلال ثمانينات وتسعينات القرن السابق عدة مشكلات اقتصادية وامنية أثرت بشكل كبير في القطاع السياحي، بحيث أدى إلى انهيار مؤشرات السياحة، وذلك ما يمكن قراءته من خلال العدد الضئيل من السياح المتدفقين إلى الجزائر خلال هذه الفترة، إلا انه مع بداية الألفية الجديدة تم تسجيل تطور لافت في عدد السياح المتدفقين إلى الجزائر خلال هذه الفترة، إلا أنه مع بداية الألفية الجديدة تم تسجيل تطور لافت في عدد السياح المتدفقين إلى الجزائر، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (2-8)

¹ - بوبكر بداش، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات: رؤية استكشافية وإحصائية، مرجع سابق، ص 14، 15.



المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات مأخوذة من: موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية (الجزائر)

<http://www.mta.gov.dz>

نلاحظ من خلال الشكل رقم (8-2) أن الاتجاه العام لعدد السياح المتدفقين إلى الجزائر في ارتفاع مستمر، سواء تعلق الامر بالجزائريين المقيمين في الخارج أو بالأجانب، أو حتى بالإجمالي، وذلك مرده بالدرجة الأولى إلى تحسن الأوضاع الأمنية في الجزائر خلال هذه الفترة¹.

وكشفت منظمة السياحة العالمية، عن ارتفاع إقبال السياح الأجانب على منطقة شمال إفريقيا بنسبة 1 بالمائة، فيما لم تذكر الجزائر في التقرير .

وقالت المنظمة، في تقرير نشرته على موقعها الرسمي، أن عدد السياح الأجانب الذين زاروا منطقة الشرق الأوسط خلال 2014 شهد نسبة زيادة قدرها 4%، وفي منطقة شمال إفريقيا بنسبة زيادة 1%. وتوقعت المنظمة نمو القطاع في الشرق الأوسط العام الجاري بنسبة ما بين 2% و5% واستقبال المنطقة العربية لحوالي 195 مليون سائح بحلول عام 2030م، وهو ما يزيد 3 مرات على العدد الحالي للسياح.

وتجدر الإشارة إلى أن الجزائر تذيلت الترتيب العربي في تقرير المجلس العالمي للسياحة والأسفار لسنة 2013، حول عدد السياح القادمين إليها، حيث حلت في المرتبة 111 عالميا من بين 184 دولة ضمها التصنيف. وكشفت آخر إحصاءات مقياس السياحة العالمي الصادر عن منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة، الذي نشر في ماي 2015، ارتفاع عدد السياح الأجانب إلى منطقة شمال إفريقيا بنسبة 4 بالمائة خلال سنة 2014.²

هذا عن الوافدين إلى الجزائر، أما عن الخارجين أي السياحة العكسية فيمكن إبرازها في الجدول التالي:

الجدول رقم (8-2): تطور عدد الخارجين من الجزائر (سياحة عكسية) خلال فترة 1999-2009م

¹ - حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر -، مرجع سابق، ص114.

² - سارة.ن، "بسبب تراجع الإقبال الأجنبي خلال 2014، الجزائر خارج تصنيف منظمة السياحة العالمية"، يومية الفجر الجزائرية، فيفري 2015.

2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	
1349113	1513491	1416861	1253901	1256515	1189910	1006382	903286	عدد الوافدين
					2009	2008	2007	عدد الوافدين
					1677000	1539000	1500000	عدد الوافدين

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على احصائيات وزارة السياحة الجزائرية

لقد تطور عدد الخارجين من الجزائر من سنة 1999 إلى سنة 2009، فقد ارتفع من 903286 إلى 1677000 سائح ، ومعظم الخارجين كان إلى تونس فحسب الاحصائيات فقد بلغ عدد الجزائريين الوافدين إلى تونس في المتوسط 13.7% من عدد الوافدين، وذلك بسبب القرب الجغرافي وغياب التأشيرة ووجود الخدمات تليها كل من فرنسا، السعودية، المغرب وتركيا، وما رافق من انفاق ومع ذلك وبداية من سنة 2005 أصبح عدد الوافدين إلى الجزائر أكبر من عدد الخارجين ، وهذا مؤشر جيد لما له من أهمية على الاقتصاد الوطني.

رابعا- المتاحات الفندقية في الجزائر

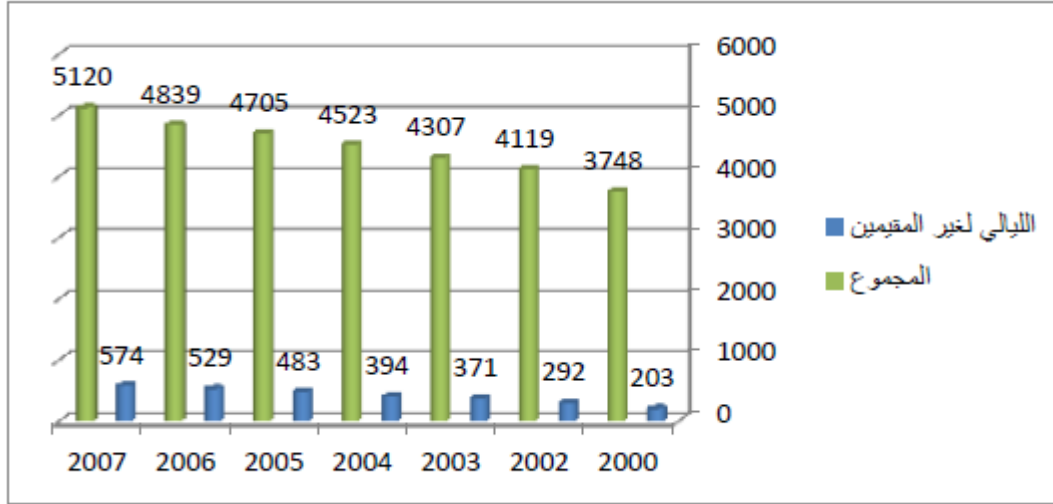
من بين أهم العوامل التي تساعد على النهوض بالسياحة في أي بلد هو ما يمكن توفيره من متاحات فندقية للسائح الأجنبي، ليس من حيث الكم فحسب، بل من حيث النوعية، والتنوع أيضا، وبذلك فقط يمكن أن تتاح عدة خيارات للسائح تتماشى وقدراته المالية، وبالتالي يمكن استهداف فئة أكبر من السياح الأجانب خاصة ذوي المداخل المتوسطة والضعيفة. وفي الجزائر، وبناء على الاحصاءات المتعلقة بالمتاحات الفندقية، والقدرة على الاستيعاب، تم تسجيل أزيد من 92.000 سرير فندقية موزعة بين القطاع العم والقطاع الخاص والمختلط.

إنما تجدر الإشارة إليه من خلال هذه المعطيات هو ضعف الهياكل السياحية، وعدم قدرة البلاد على تلبية احتياجات السائح، ولا يتعلق الأمر بالسائح الاجنبي فقط، بل حتى السائح المحلي الذي يجد صعوبات جمة في إيجاد مكان للإيواء في المناطق السياحية في الجزائر وفق امكانياته المالية.

خامسا: الليالي السياحية:

إن الليالي السياحية تعكس المدة التي يقضيها السائح في البلد المضيف وقد تختلف المدة من بلد إلى آخر، وذلك حسب الظروف المؤثرة منها المحلية والدولية بالإضافة إلى نوعية الخدمات المقدمة والهدف من الزيارة. وعن الليالي السياحية في الجزائر، فيمكن توضيحها في الشكل التالي:

الشكل رقم(9-2): تطور الليالي السياحية في الجزائر خلال الفترة (2007-2000) (الوحدة: 1000 ليلة سياحية)



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على

— Statistiques euro-méditerranéennes, Eurostat, Edition 2009, P149-152

نلاحظ من الجدول أن هناك تطور كبير في عدد الليالي السياحية خلال الفترة الممتدة من 2000 إلى 2011 فبعدما كان العدد الاجمالي لليالي 3748 ألف ليلة عام 2000 أصبح 6329 ألف ليلة عام 2011 أي بزيادة قدرت بـ 2581 ألف ليلة .

ومن جهة أخرى فقد كان النصيب الأكبر لليالي السياحية للجزائريين المقيمين بالخارج بنسبة 89.92% بينما بلغ عدد الليالي لغير المقيمين 10.08% وهذا تبعا لعدد الوافدين إلى الجزائر والذي كان أغلبهم جزائريون مقيمون بالخارج بالإضافة إلى عدم قدرة المنتج الجزائري على تلبية الطلب وبذلك عدم القدرة على المنافسة، وهذا ما جعل الاجانب يفضلون وجهات سياحية أخرى غير الجزائر.¹

المطلب الثالث: الاستثمار في القطاع السياحي في الجزائر

في ظل التغيرات التي عرفتها الجزائر اتبعت سياسة جديدة، وهي فتح المجال للاستثمار الخاص الوطني و الأجنبي في القطاع السياحي، وكذا الشروع في خوصصة قطاع السياحة، وبالتالي قامت الجزائر بوضع عدة قوانين لتشجيع الاستثمار، كالتسهيلات المالية والإعفاءات الجمركية والجبائية، وذلك حسب قانون الاستثمار الصادر في 05 أكتوبر 1993²، وأهم هذه الامتيازات هي:

1- الامتيازات الممنوحة ضمن قانون الاستثمار لسنة 1993، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول (2-9): امتيازات الاستثمار الممنوحة حسب قانون 1993

¹ - حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر -، مرجع سابق، ص 116.

² - الجريدة الرسمية الجزائرية، رقم 64 الصادرة في 1993/10/10.

الجنوب الكبير	الطوق الثاني للجنوب	المناطق الخاصة	النظام العام	امتيازات النظام
03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	المساعدات على الانجاز
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	حقوق التسجيل
0.5 %	0.5 %	0.5 %	0.5 %	حقوق التسجيل بعقود تأسيس الشركات ورفع رؤوس أموالها
إعفاء 10 سنوات	إعفاء من 07 سنوات على الأقل	إعفاء من 05 سنوات إلى 10 سنوات	إعفاء من 02 إلى 05 سنوات	الرسم العقاري
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	TVA
03 سنوات	03 %	03 %	03 %	الحقوق الجمركية
تكفل جزئي أو كلي	50 %	تكفل جزئي أو كلي	لا شيء	أشغال المنشآت القاعدية
امتيازات يمكن تصل حتى الدينار الرمزي	تخفيض 50 %	امتيازات يمكن أن تصل إلى الدينار الرمزي	إتاوة التاجير بقيمة حقيقية	التنازل على الأراضي العمومية
لا شيء	لا شيء	لا شيء	لا شيء	التخصيص على نسبة الفوائد

المصدر: مجلة الاستثمار والشراكة في السياحة، وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 1994، ص 15.

وقد تضمن قانون الاستثمار لسنة 1993 عدة ضمانات داخلية ودولية، كمبدأ المعاملة العادلة بين المستثمرين المحليين والأجانب فيما بينهم، وعدم إمكانية اللجوء إلى تسخير من طرف العدالة إلا في الحالات التي ينص عليها التشريع المعمول به، وكذا ضمانات التحويل أو التنازل مرسوم تشريعي 12/23، الذي نص على إمكانية تحويل رأس المال المستثمر الناجم عنه.

2- قانون الاستثمار لسنة 2001¹، حيث استمرت الحكومة الجزائرية جهودها الترويجية لجلب الاستثمارات الأجنبية، وذلك من خلال إصدار قوانين جديدة من شأنها أن تعطي دفعا قويا للقطاع السياحي، فتم بموجب القانون إنشاء صندوق لدعم الاستثمار في شكل حساب تخصيص خاص يوجه لتمويل والتكفل بمساهمة الدولة في كافة المزايا الممنوحة للاستثمار، لاسيما المنشآت الضرورية لانجاز الاستثمار، كما تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI، بدلا من الوكالة الوطنية المكلفة بترقية ومتابعة الاستثمار APSI، ولقد قدم هذا القانون امتيازات إضافية للمستثمرين المحليين والأجانب، وهي كالتالي²:

أ- النظام العام، وتتمثل هذه المزايا فيما يلي:

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

¹ - المريدة الرسمية رقم 47 الصادرة في 2002/08/22.

² - لحساف مني، دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر بع بعض البلدان المتوسطية، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والتسيير، جامعة الجزائر، 2003، ص 70.

- الاعفاء من الضريبة على القيمة المضافة.

- الاعفاء من دفع حقوق رسم نقل الملكية.

ب- النظام الاستثنائي عند إنجاز الاستثمار، يستفيد الاستثمار من المزايا التالية:

- الاعفاء من دفع حقوق نقل الملكية.

- تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها 02%.

أما فيما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال، تكفل الدولة جزئياً أو كلياً بالمصاريف بعد تقييمها من طرف الوكالة، كما يلي:

*عند انطلاق الاشغال :

- الإعفاء لمدة 10 سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على الأرباح الشركات، ومن الضريبة على الدخل

الإجمالي على الإرباح الموزعة، ومن الدفع الجزافي ومن الرسم على النشاط المهني.

- الإعفاء لمدة 10 سنوات ابتداءً من تاريخ الاقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار.

المطلب الرابع: استراتيجية الخوصصة الجزائرية في قطاع السياحة

تميزت مرحلة خوصصة المؤسسات السياحية الجزائرية بتحديد الإطار القانوني الضروري لتطوير الاستثمارات، وكذلك تدهور الأوضاع الأمنية، هذا انعكس سلباً على القطاع السياحي، إذا تراجع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر من سنة 1990 إلى غاية 1996، بحوالي 359895 سائح إلى 18000 سائح، ولكن مع رجوع الاستقرار والأمن إلى الوطن عاد الانتعاش إلى القطاع، إذ بلغ رقم الأعمال لفرع السياحة 3.622 مليون دينار جزائري، أي ما يعادل 26 % مقارنة بنفس الفترة لسنة 1999، والجدول التالي يوضح الفنادق التي عرضت للخوصصة:

الجدول (10-2): الفنادق التي عرضت للخوصصة

المدينة	الفندق	المساحة	عدد الغرف	الغرف الفاخرة	قدرة الاطعام
غرداية	ميزاب	26827	141	9	400
تيزيوزو	عمراوة	35155	152	4	300
بومرداس	رايس	1003	61	7	300
ورقلة	مهري	5234	48	4	200
بوسعادة	القائد	/	45	/	200
قسنطينة	بانورميك	4734	66	1	240
تلمسان	الزيانيين	30000	135	7	200

125	/	107	4000	المغرب	تلمسان
1125	/	49	2939	الشرق	عنابة
/	/	/	/	السفير + السوفيتال	الجزائر
160	40	/	3695	البيير الاول	الجزائر
334	26	308	1105	الهضاب	سطيف
186	03	68	143645	شيلية	باتنة
200	03	71	9996	سيبوس	عنابة
200	/	288	23000	الرمجان	الطراف
180	02	103	/	الكبير	وهران
160	04	81	2344	الشاطوناف	وهران

المصدر: وزارة السياحة، بتصرف.

تمت عملية الخوصصة للقطاع السياحي على مرحلتين:

المرحلة الأولى تمثلت في العرض الفوري للمشاريع الفندقية التي هي في طور الإنجاز أو في طريق الإنتهاء حيث تم في 1995 معرض مزايدة وطنية ودولية لبيع 5 فنادق، وهي:

الجدول (11-2): الفنادق المعروضة للخوصصة في المرحلة الاولى

المشروع	الترتيب	طاقات الإيواء (سرير)	نوع المنتج	نسبة الإنجاز
الفندق الدولي لمطار الجزائر	04	660	حضري	90
فندق لوس الواد	03	300	صحراوي	98
فندق بجاية	03	300	حضري	50
فندق المسيلة	02	300	حضري	85
فندق شاطوناف بوهران	04	600	حضري	60

المصدر: وزارة السياحة الجزائرية

المرحلة الثانية: تم خلال هذه المرحلة عرض إضافي يشمل المؤسسات الفندقية قيد الإستغلال وبما أنها لا تتمتع بنفس الصحة التجارية المالية والمادية كما أنها لا تتوفر على نفس التجهيزات فقد اعتمد المبدأ المطبق في خوصصتها على تصنيفها إلى ثلاث أصناف:

- الصنف "أ": وهي الفنادق الحسنة، الصنف "ب" وهي الفنادق المتوسطة، والصنف "ج" وهي الفنادق الأقل حسنة، ويتم ترتيبها وفق خمس معايير تبعا للموقع، السوق المستقبلية، حالة تجهيزات المؤسسات، الإنجازات السابقة والمردودية التقديرية وتعرض هذه الفنادق في شكل مزايدة وطنية ودولية ولم يتم أي عرض لشرائها بسبب:

- تأخر عملية تقديم المؤسسات المراد خوصصتها؛

- مشكل ملكية الاراضي التي تقام عليها المؤسسات، وقد تم في هذه الفترة تصنيف 60 مؤسسة فندقية قيد الإستغلال والتي تشملها عملية الخوصصة، وهي موضحة في الجدول.

الجدول (12-2): تصنيف الوحدات الفندقية لغرض الخوصصة

المؤسسات	الصف أ	الصف ب	الصف ج	المجموع
فنادق حضرية صنف عالي	03	-	-	03
فنادق صنف متوسط	06	10	02	18
مركبات شاطئية	07	02	01	10
فنادق صحراوية	06	07	05	18
محطات مياه معدنية	-	07	01	08
محطات مناخية	-	02	-	02
مراكز التداوي ببياه البحر	01	-	-	01
المجموع	23	28	09	60

المصدر: حميدة بوعموشة، مرجع سابق، ص 130.

وبناء على هذا التصنيف حددت الوزارة ترتيبا للمستثمرين الذين يقومون بخوصصة كل نوع من هذه الأصناف وهذا حسب الإمكانيات المالية لكل منهم كما يلي:

*المستثمرون المستهدفون للصنف "أ": والأفضلية هنا تكون لأكبر البلدان الموفدة للسياح كأوروبا الغربية، وأمريكا الشمالية ودول الخليج.

- الوطنيون المقيمون في الخارج والذين لديهم تجربة في الفندق؛

- المستثمرون الوطنيون والمؤسسات (بنوك، مؤسسات خاصة)

*المستثمرون المستهدفون للصنف "ب" وتشمل:

- المحترفون الأجانب غير المختارين (مجموعات فندقية، وكالات...)

- مستثمرون مؤسساتيون جزائريون مقيمون وغير مقيمين.

* المستثمرون المستهدفون للصنف "ج": وتشمل مستثمرون وطنيون وأجانب غير مختارين¹.

¹ - حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر -، مرجع سابق، ص 127.128.

خلاصة الفصل

لاشك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية، وبالتالي إلى ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بصناعة السياحة سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة، الأمر الذي يولد اتساع نطاق العمل في هذه الصناعات والخدمات المرتبطة والمتصلة بها.

ومن المسلم به في نظرية الاقتصاد أن كل استثمار جديد يولد عنه إنفاق جديد فينشئ دخلا جديدا ، كما يوجد نوع آخر من الإنفاق ليس من جانب السائحين وإنما من قبل المستثمرين والدولة ، كالإنفاق على إنشاء المشروعات السياحية مثل الفنادق وقرى الإجازات والمنتجعات الشاطئية ومدن الألعاب الترفيهية، والإنفاق على مشروعات للبنى الأساسية ومرافق الخدمات العامة ، وهذا الإنفاق يؤدي إلى تنشيط الحركة الاقتصادية إذ يمثل انتقال الأموال من الدولة وأصحاب المشروعات السياحية كمدخول للأفراد والمقاولين وغيرهم.

لذا سنتطرق في الفصل الموالي إلى الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي، وما تخلفه هذه الحركات والتنقلات السياحية من دولة إلى أخرى على اقتصاد الدولة المضيقة.

الفصل الثالث:

أثر النشاط السياحي في الجزائر على النمو الاقتصادي

تعد السياحة واحدة من أكبر الصناعات نموًا في العالم، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية، باعتبارها قطاعًا إنتاجيًا يكتسي أهمية كبيرة في زيادة الدخل الوطني، وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدرًا للعملة الصعبة، وإتاحة فرص التشغيل للأيدي العاملة، وهدفًا لتحقيق برامج التنمية الاقتصادية، إذ بلغت عائداتها مئات المليارات من الدولارات، وعدد السائحين مئات الملايين، بالإضافة إلى ذلك فهي تهم أطرافًا كثيرة بما فيها مؤسسات القطاع الخاص والمنظمات غير الحكومية، واتساع نطاق القطاعات والخدمات المعنية بها، وكذا ضخامة البنية الأساسية المطلوبة لدعمها (النقل، المصنوع، المصنوع، المؤسسات المالية، مؤسسات الدعاية والتشجيع والترويج... الخ). ولإبراز هذا نقسم الفصل إلى المبحثين التاليين:

المبحث الأول: الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي في الجزائر

المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية

المبحث الأول الآثار الاقتصادية للنشاط السياحي في الجزائر

تركز الاهتمام الأساسي في الدراسات السياحية منذ الثلاثينيات من القرن الماضي حول الإشارة إلى أهمية السياحة كمصدر للنقد الأجنبي. أما مساهمة السياحة وأثرها على التنمية والمتغيرات الاقتصادية الكلية فلم تناقش إلا مؤخرا. ولم يكن هناك أدنى شك من كون السياحة هي محرك أساسي لاقتصاديات الدول، وأن لها آثارها الإيجابية الملحوظة على الاقتصاد عالميا، وقوميا، ومحليا، ورغم أن السياحة لها سلبياتها التي تدرج إلى جانب الإيجابيات فيما يخص النواحي الاجتماعية والبيئية، إلا أن آثارها الاقتصادية هي دائما إيجابية، فيما عدا تأثيرها على الأسعار، والذي نادرا ما تناولته الدراسات السابقة بالبحث والتحليل.

المطلب الأول: الأثر على تدفق السياح

أضحت السياحة إحدى الصناعات المهمة في العالم في الوقت الحاضر، إذ فاقت معدلات نمو الزراعة والصناعة، كما تجاوزت أهميتها الصناعات التحويلية والخدمية جميعها، كما يحتل النشاط السياحي مكانا مهما في الاقتصاد العالمي، سجلت منظمة السياحة العالمية عام 2012 زيادة في عدد السياح تقارب 10% مقارنة بعام 2011، وهذا بعد أن توصلت الجزائر إلى مليوني سائح في العامين 2010 و 2011، والجدول (3-13) يوضح التدفق السياحي إلى الجزائر خلا الفترة (2009-2012)، وذلك بحسب إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية¹.

الجدول (3-13): تدفق السياح إلى الجزائر خلال الفترة 2009-2012.

السنة	2009	2010	2011	2012
الجزائريون المقيمون في الخارج	1.255.696	1.415.509	1.493.245	1.652.101
نسبة التطور %	3.35	12.73	5.49	10.64
السياح الأجانب	655.810	654.987	901.642	981.955
نسبة التطور %	17.80	0.13-	37.66	8.91
المجموع	1.911.506	2.070.496	2.394.887	2.634.056
نسبة التطور %	7.89	8.32	15.67	10

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية (2009)

¹ - زرار العياشي و مداحي محمد، "السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة: الواقع والآفاق"، مجلة "المستقبل العربي"، 433، مارس 2015، ص 43.

الفصل الثالث الإقتصادي

المطلب الثاني: الأثر على الناتج المحلي الخام

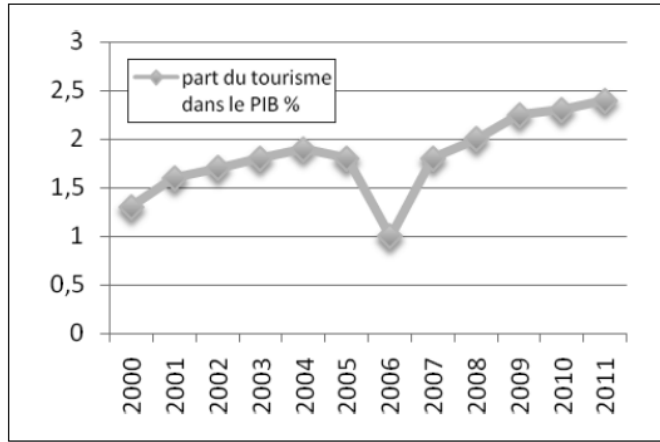
تتبع الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال تحقيقها بعض المنافع للدول، ويمكن ذكر بعض منها في ما يلي:

- السياحة تعد أحد مصادر الدخل القومي، وتساهم بدرجة ملموسة في توفير قدر من العملات الأجنبية اللازمة لعمليات التنمية، وذلك من خلال مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة (بناء الفنادق)، والمدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدول مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلد، وفروق تحويل العملة، والإنفاق اليومي للسائحين على السلع والخدمات السياحية.

- للسياحة دور في تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، كما لأنها تعتبر من القطاعات المهمة التي توفر عائدات سريعة للإستثمار مع تكلفة أقل.

- للسياحة دور فعال في زيادة الدخل الوطني من خلال مساهمته بصورة مباشرة في الناتج الوطني الخام (PIB) واستنادا إلى إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة سجلت الجزائر نسبة 2.3% من حصة السياحة في الناتج المحلي الخام لعام 2011، والشكل (3-10) يوضح تطور حصة الناتج الوطني الخام خلال الفترة (2000-2011)¹.

الشكل (3-10): حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام (PIB) للجزائر خلال الفترة 2000-2011



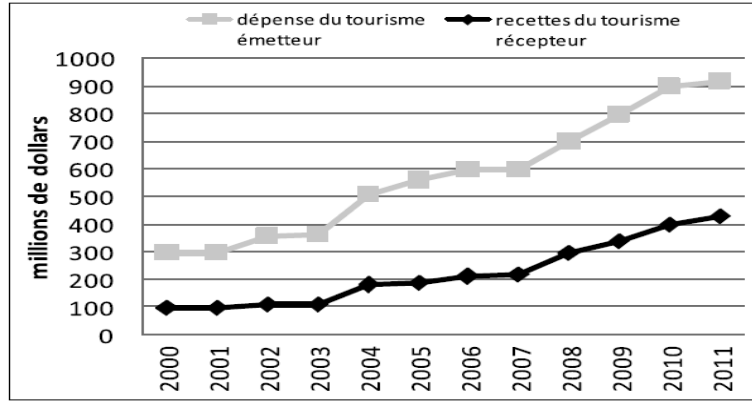
المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية (2012).

المطلب الثالث: الأثر على ميزان المدفوعات

تساهم السياحة في تحسين ميزان المدفوعات من خلال تقديمها منتجا سياحيا تصديريا جديدا منافسا، حيث إنه نتيجة لتحفيز الطلب على السلع وعلى الخدمات الترفيهية، فإن الانتاج المحلي من هذه السلعة والخدمات قد يزداد بصورة تمكنه من التمتع بوفورات اقتصادية، وبهذا يمكن تصدير بعض هذه السلع والخدمات، والشكل (3-11) يوضح تطور ميزان المدفوعات الجزائري للفترة (2000-2011).

¹ - زرار العياشي و مداحي مجّد، "السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة: الواقع والآفاق"، مرجع سابق، ص44.

الشكل (11-3): ميزان المدفوعات الجزائري لقطاع السياحة خلال الفترة 2000-2011



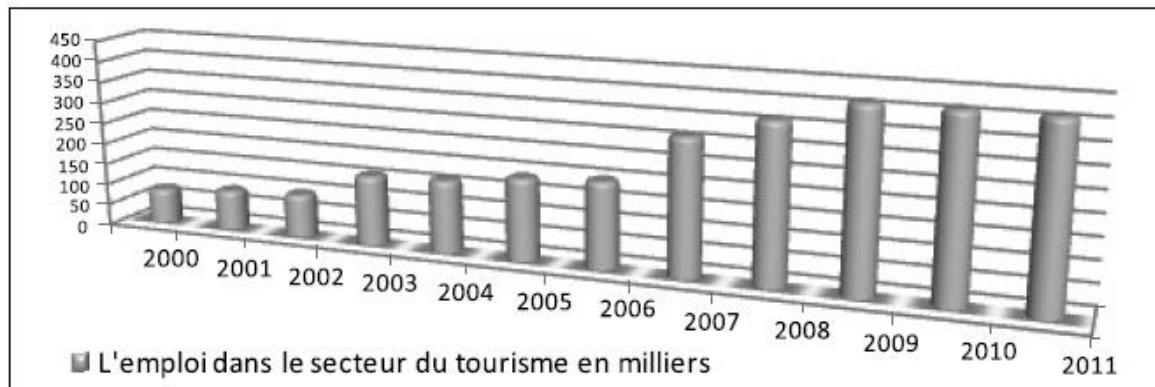
المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية (2012)

تعتبر السياحة من أكبر القطاعات الاقتصادية توفيراً لفرص العمل حيث تستوعب نحو 11% من إجمالي القوى العاملة على مستوى العالم، وذلك لكونها تعتمد بالدرجة الأولى على المورد البشري، كما أنه من المتوقع طبقاً لإحصائيات مجلس السفر والسياحة العلمي أن تستوعب السياحة 11.8% تقريباً من التوظيف الكلي في العام 2014. كما تساهم السياحة في تنمية عدد ضخم من الخدمات المتكاملة والمركبة كثيفة العمالة بمختلف مستوياتها، فهي تعمل على توليد عمالة مباشرة وغير مباشرة، دائمة ومؤقتة، وعمالة محفزة ناتجة من الانفاق السياحي، وتمتد إلى عدة أنشطة كالفنادق والمطاعم السياحية ووكالات السفر والقطاعات التي يعتمد عليها القطاع السياحي كالصناعات التقليدية والزراعية وغيرها.

المطلب الرابع: الأثر على العمالة:

تشكل فرص العمل التي تخلقها معظم الأنشطة السياحية نتاجاً مختلطاً من الطلب السياحي الدولي والمحلي، فتتمية هذا القطاع تؤدي دوراً مهماً في خفض نسب البطالة من خلال توفير مناصب الشغل، والشكل (12-3) يوضح تطور العمالة في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة 2000-2011.

الشكل (12-3): تطور العمالة في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة 2000-2011.



المصدر: المرجع نفسه

- وتؤدي السياحة من خلال تنمية المناطق السياحية إلى تطوير وتنمية المناطق العمرانية الجديدة الأقل حظا في التنمية، ما يحقق قدرا من التوازن الاقليمي في التنمية، وهذا يترتب عليه إعادة توزيع الدخول بين المدن السياحية الجديدة والتقليدية.

- تعمل السياحة على نقل التقنيات التكنولوجية الحديثة، حيث تساهم، وخاصة في حالة السماح للشركات الأجنبية بالاستثمار في المشاريع السياحية، في نقل التقنية سواء أكانت بصورة معارف ومهارات أم بصورة آلات ومعدات، وكما تساهم في تطوير طرق العمل الحالية في الأنشطة السياحية وتحسينها وإيجاد نوع جديد من طرق تقديم السلع والخدمات السياحية وبيعها.

- من خلال ما سبق، يمكن القول بأن الأهمية الاقتصادية للقطاع السياحي ترجع إلى مساهمته في العديد من المتغيرات الاقتصادية الرئيسية، من حيث كونه مصدرا مهما للدخل بصفة عامة، وموردا من موارد النقد الأجنبي بصفة خاصة، كما يعد عنصرا مؤثرا في تنشيط الاستثمار وخلق فرص عمل جديدة، وهو يساهم في الناتج المحلي وتنمية التوازن الاقتصادي والاجتماعي للسكان، أي تحقيق التنمية الاقليمية المتوازنة¹.

المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية

أولا- الإطار النظري للدراسة:

تعتبر السياحة من الأنشطة التي تؤثر في العديد من الأنشطة الاقتصادية، فهي تحتاج إلى الخدمات التي تقدمها قطاعات النقل، والفنادق ومؤسسات تقديم الأطعمة والمشروبات، والمؤسسات الثقافية، والترفيهية، والمصارف ومؤسسات الدعاية والترويج السياحي، وغيرها، وهو ما يجعل السياحة تلعب دورا مهما في التأثير في الدخل القومي بطريقة مباشرة، أو غير مباشرة، وذلك على النحو التالي:

يقسم الاقتصاديون الأثر المتولد عن السياحة إلى قسمين الأثر المباشر، الأثر غير مباشر².

1- الأثر المباشر للنشاط السياحي

ويتمثل في التأثير في حجم الدخل القومي وذلك لأن عرض المنتج السياحي في السوق يتطلب تشغيل عناصر الانتاج المختلفة، وبالتالي فالمنتج السياحي يتدخل في العناصر كافة، وفي ذلك ترى النظرية الكينزية أن الاستثمار هو المتغير الرئيس المؤثر في النظام الاقتصادي. ووفقا لهذه النظرية، فإن زيادة الدخل السياحي تؤدي إلى زيادة الانفاق الإستهلاكي للمنشآت السياحية والعمليين فيها على مختلف السلع والخدمات النهائية، وهو ما يعتبر محفزا

¹ - زرار العياشي و مداحي محمد، "السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة: الواقع والآفاق"، مرجع سابق ص 44-46.

² - عيلة عبد الحميد محمد بوخاري، "أثر السياحة في التنمية والنمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية (2010-1991)"، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ص 837.

على زيادة الانفاق الاستثماري لإنشاء المشروعات السياحية، وغيرها من المشروعات، نظرا إلى العلاقات المتشابكة بينهما.

وينظر إلى أثر الانفاق السياحي في الدخل القومي على أنه مجموع الدخل التي تتولد خلال دورات الانفاق السياحي، وهو ما يطلق عليه أثر المضاعف السياحي، الذي تعتمد قيمته على طبيعة العلاقة ودرجة الترابط بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الأخرى في الدولة. وتختلف قيمة المضاعف السياحي من دولة إلى أخرى طبقا لدرجة الترابط بين القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى. ويعتبر المضاعف السياحي من الطرق الكثيرة الاستخدام لتقدير آثار الدخل السياحي في الاقتصاد القومي، حيث لا يقتصر دور الدخل السياحي في الدخل القومي على الزيادة الأولية في الدخل السياحي، إنما يمتد إلى زيادات متتالية في المجتمع ناتجة من الدخل السياحي¹. إلا أن هيكس يرى أن نظرية كينز أهملت أثر المعجل، حيث إن التغيرات في حجم الدخل تؤدي إلى تغيرات في حجم الاستثمار التابع في الاتجاه نفسه؛ أي وجود علاقة طردية بين حجم الدخل وحجم الاستثمار². كما يرى صامويلسون في نظريته³ أن التفاعل بين المضاعف والمعجل يؤدي إلى سلسلة لانتهائية من التغيرات في: الدخل، الإنتاج؛ الاستهلاك. وتتوقف هذه التغيرات على الطريقة التي يتدخل فيها عمل المضاعف والمعجل. وبناء على هذه النظرية في زيادة مستوى الدخل السياحي يؤدي إلى زيادة الاستثمار السياحي من خلال المعجل، بالإضافة أن إنفاق الأجانب على شراء المنتج السياحي يعتبر في حد ذاته زيادة في الصادرات، وهو ما يؤدي في النهاية إلى زيادة في الدخل القومي.

ووفقا لنظرية الدورة الاقتصادية، فإن زيادة الدخل السياحي تؤدي إلى زيادة حجم الاستثمار التابع للقطاع السياحي وغيره من القطاعات التي تقدم خدماتها إليه؛ حيث إن إرتفاع مستوى الدخل السياحي يعد حافزا لرجال الأعمال والمستثمرين لزيادة الإستثمار في هذا القطاع⁴.

2- الأثر غير المباشر للنشاط السياحي

بتمثل التأثير غير مباشر للنشاط السياحي في زيادة حجم الناتج القومي المتحقق، نتيجة زيادة انفاق القطاع السياحي على السلع والخدمات المنتجة داخل الإقتصاد القومي، بجانب أثر الزيادة في الطلب من القطاعات الاقتصادية التي تتعامل مع القطاع السياحي كذلك من خلال علاقات التشابك مع القطاعات الأخرى.

¹ زينب توفيق السيد غلبوة، "تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر"، بحوث اقتصادية وعربية، العدد 65، القاهرة، 2014، ص 69-70.

² John R.Hicks, *The theory of Wages*, London: Macmillan, 1932.

³ Paul A. Samuelson, Interaction Between the Multiplier Analysis and the Principle of Acceleration, Review of Economics and Statistics, Vol.21, 1939, p66

⁴ Roy F. Harrod, *The trade Cycle: An Essay*, New York: M.Kelley, 1961, P.209.

كما يمكن استنتاج تأثير الإيرادات السياحية في الدخل القومي من خلال تطبيق نظرية هكشر - أولين في التجارة الخارجية، حيث ترى النظرية أن الدول التي تمتلك عناصر الجذب السياحي، وذات الكثافة العالية لعنصر العمل، عليها ان تخصص في إنتاج المنتج السياحي، ومبادلته مع السلع ذات الكثافة في عنصر رأس المال¹. ونتيجة لقيام التجارة الخارجية بين دول العالم، فإن أهميتها تظهر من خلال تمكنها من إشباع الحاجات التي لا يمكن إشباعها إلا عن طريق التبادل التجاري الدولي بين البلدان. وتسجل هذه المعاملات في ميزان المدفوعات، وتعتبر الإيرادات السياحية المحصلة من السائحين الأجانب أحد عناصر الإيرادات غير المنظورة. فكلما زادت الإيرادات السياحية على الإنفاق السياحي زاد الأثر الإيجابي في ميزان المدفوعات، ومن ثم يخضع النشاط السياحي لنظرية العرض والطلب، حيث يعتبر سوق السياحة مزيجاً من سوق السلع وسوق الخدمات السياحية. كما إن للسياحة تأثيراً إيجابياً في ميزان المدفوعات، وذلك عندما تفوق الإيرادات السياحية الإنفاق السياحي وهو ما يدفع الدول إلى محاولة تعظيم إيراداتها السياحية، ومحاولة تقليل التسرب إلى أدنى الحدود حتى يكون النشاط السياحي ذا أثر إيجابي في ميزان المدفوعات وفي الدخل القومي².

ثانياً- الإطار التطبيقي للدراسة:

افترضت الدراسة وجود أثر إيجابي للنشاط السياحي في النمو الاقتصادي الذي يتمثل بالنتائج المحلي الإجمالي كمؤشر لمعد النمو الاقتصادي بجانب تأثيره الإيجابي في بعض المتغيرات الاقتصادية الكلية مثل الميزان التجاري وحجم الاستثمارات.

وفي هذا الإطار التطبيقي يمكن توضيح تأثير الإيرادات السياحية في النمو الاقتصادي من خلال مؤشر الناتج المحلي الإجمالي، ومجموعة من المتغيرات الاقتصادية الكلية مثل: إجمالي الاستثمارات سواء محلية أو أجنبية، وصافي الميزان التجاري الذي يمثل درجة الانفتاح الاقتصادي على العالم الخارجي والذي يقاس بالفرق بين قيمة الصادرات وقيمة الواردات، وإجمالي الاستثمارات .

وتحقيقاً لهدف الدراسة في تقييم أثر النشاط السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، تم صوغ ثلاثة نماذج :

تمثل النموذج الأول بأثر الإيرادات السياحية والناتج المحلي الإجمالي لفترة إبطاء عام واحد في الناتج المحلي الإجمالي (متغير تابع) . وتمثل النموذج الثاني بمصفوفة الارتباط بين الناتج المحلي الإجمالي (متغير تابع) ، والمتغيرات

¹ - جورج نايفانز، تاريخ النظرية الاقتصادية، دار الجامعة للنشر، الاسكندرية، 1982، ص99.

² - عادل رجب وهالة صقر، سياسات الإصلاح الجديدة وأثرها على التنمية السياحية في مصر ، سلسلة أوراق اقتصادية، 37، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة القاهرة، 2007، ص8.

الاقتصادية السابقة، بالإضافة إلى الناتج المحلي الإجمالي بفترة إبطاء عام واحد (متغير مستقل). وتمثل النموذج الثالث بتقدير القيم المستقبلية للإيرادات السياحية خلال خمس سنوات.

وفي طريقة تقدير النموذج، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد؛ اعتماداً على المربعات الصغرى العادية (OLS) في تقدير النموذج، وتم تجريب ثلاثة نماذج من الصيغ الرياضية: الخطية (Linear)، واللوغاريتمية (Log). وبعد إجراء عدة محاولات، ومن خلال البرنامج الإحصائي الجاهز (SPSS)، الاصدار 21 على الصيغتين، وجد أن الصيغة الأكثر ملائمة والتي تعطي أفضل النتائج هي الصيغة اللوغاريتمية؛ معتمدين على دالة كوب دوغلاس وذلك للحد من المشاكل التي تنشأ عادة عن استعمال المتغيرات في صورتها المطلقة. وقد اعتمدت منهجية تقدير النموذج على البدء بنموذج موسع، ثم اختصاره تدريجياً للوصول إلى أكثر المتغيرات تأثيراً في الناتج المحلي الإجمالي وهو ما يعرف بمنهجية "من العام إلى الخاص"، وبعد إجراء عدة محاولات لتقدير تلك النماذج تم صوغ ثلاث دوال على النحو التالي:

1- النموذج الأول: أثر الإيرادات السياحية والناتج المحلي الإجمالي لفترة إبطاء عام واحد في الناتج المحلي الإجمالي.

أ- تقدير النموذج الأول:

نمثل أثر الإيرادات السياحية والناتج المحلي الإجمالي لفترة إبطاء عام واحد في الناتج المحلي الإجمالي بنموذج الدالة التالية:

$$\text{Lny}_t = B_0 + B_1 \text{Lnx}_1 + B_2 \text{Lny}_{t-1} + \epsilon \dots \dots \dots (01)$$

وبناءً على الجداول ذوات الأرقام (15، 16، و 17-3) على التوالي، تبين أن:

$$R^2 = 99.2 \%$$

$$F = 943.602$$

$$d.w = 2.508$$

الجدول (14-3)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	lny2, LNX1b	.	Enter

a. Dependent Variable: LNY

b. All requested variables entered.

الجدول (3-15)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,466	,315		4,657	,000		
LNx1	,345	,041	,332	8,478	,000	,344	2,910
lny2	,726	,040	,709	18,109	,000	,344	2,910

a. Dependent Variable: LNY

الجدول (3-16)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,997a	,993	,992	,04962	,993	943,602	2	13	,000	2,508

a. Predictors: (Constant), lny2, LNx1

b. Dependent Variable: LNY

الجدول (3-17)

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,646	2	2,323	943,602	,000b
	Residual	,032	13	,002		
	Total	4,678	15			

a. Dependent Variable: LNY

b. Predictors: (Constant), lny2, LNx1

ب- التفسير الاحصائي للنموذج الأول:

لقد أشارت النتائج إلى أنه يوجد ارتباط معنوي موجب بين الناتج المحلي الاجمالي (Y_t)، وكل من الايرادات السياحية (X_1) والناتج المحلي الاجمالي ($Y_{t-1} = y_2$) بفترة إبطاء عام واحد عند مستوى معنوية (0.001)، حيث بلغ معامل التحديد R^2 (99.2%)، كما أن الباقي (0.08) يعزى لعوامل أخرى.

إن قيمة إختبار F (943.602) دالة عند مستوى معنوية (0.001)، وبمعامل تحديد فعلي مقداره (99.3%)، وهو ما يدل على جودة توفيق نموذج الانحدار الخطي اللوغاريتمي المصحوب بفترة إبطاء عام واحد، كذلك فإن قيمة (Durbin-Watson) (2.508)، التي هي أكبر من الحد الأعلى للقيمة الجدولية؛ ما يدل على عدم وجود ارتباط ذاتي بين الأخطاء.

الفصل الثالث الإقتصادي

كما تبدو قيمة معامل تضخم التباين VIF لكل من المتغيرات المستقلة (الإيرادات السياحية والناتج المحلي الإجمالي لفترة إبطاء عام واحد) أقل من القيمة 10، ما يدل على عدم وجود ازدواج خطي بين المتغيرات المستقلة. وعليه نكتب النموذج كالتالي:

$$\text{Ln}y_t = 1.466 + 0.345 \text{Ln}x_1 + 0.726 \text{Ln}y_2 \dots (2)$$

$$y_t = e^{1.466} + x_1^{0.345} + y_2^{0.726} \dots (3)$$

ج- التفسير الاقتصادي للنموذج الأول:

حسب النموذج يفسر وجود تأثير إيجابي كبير للإيرادات السياحية (X_1) في الناتج المحلي الإجمالي في ظل وجود فترة إبطاء عام واحد للناتج المحلي الإجمالي وفي حالة وضع المتغيرات الأخرى في النموذج.

- مروونات المتغيرين المفسرين للنموذج (الإيرادات السياحية (X_1))، الناتج المحلي الإجمالي لفترة إبطاء عام واحد (Y_2) لها علاقة طردية مع الناتج المحلي الإجمالي (Y_T)، وأكثرهما تأثيراً على النمو الاقتصادي هو متغير الناتج (y_2).
النموذج الثاني: مصفوفة الارتباط بين الناتج المحلي الإجمالي (متغير تابع) والإيرادات السياحية مع بعض المتغيرات الاقتصادية الكلية

في سبيل تقييم أثر الإيرادات السياحية مع مجموعة أخرى من المتغيرات الاقتصادية الكلية على النمو الاقتصادي، تم الاستعانة بنموذج الانحدار المتعدد، لتقدير تلك العلاقة اعتماداً على دراستي كل من بارو ولي (Barro et lee)، وليفان ولوايزا وبك (Levine, Loayza et Beck)¹، اللتين أعادتا استخدام نموذج صولو (Solo) للنمو بعد تعديله ليتناسب مع الدراسة، وقد تضمن هذا النموذج المصادر المتفق عليها للنمو الاقتصادي، وهي: الاستثمار الاسمي في رأس المال المادي، ورأس المال البشري، ومقياس مقدار الانفتاح على العالم الخارجي والإيرادات السياحية، كما هو موضح في النموذج التالي :

$$Y = F(\text{TOUR}, \text{BC}, \text{INV}) \dots (04)$$

حيث أن:

Y: تعبر عن الناتج المحلي الإجمالي

TOUR: تعبر عن الإيرادات السياحية x_1 .

BC: تعبر عن الانفتاح على العالم الخارجي الذي تم التعبير عنه بصافي الميزان التجاري x_2 .

INV: تعبر عن مقدار الاستثمار في رأس المال المادي الذي تم التعبير عنه بإجمالي الاستثمارات x_3 .

¹ - Robert J. Barro Jon-Wha lee, «Sources of Economic Growth», Paper presented at Carnegie Rochester Conference on Policy (1994), pp.1-46.

والدالة التالية تعبر عن تلك العلاقة احصائيا:

$$\text{Lny} = B_0 + B_1 \text{Lnx}_1 + B_2 \text{Lnx}_2 + B_3 \text{Lnx}_3 + \epsilon \dots (05)$$

أ- نتائج تقدير النموذج الثاني:

الجدول (3-18)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LNX2, LNX3, LNX1b	.	Enter

a. Dependent Variable: LNY

b. All requested variables entered.

تشير نتائج تقدير المعادلة السلوكية إلى ارتفاع القدرة التفسيرية لها، حيث يتضح من مصفوفة الارتباط في الجدول (3-19) معنوية معاملات الارتباط بين معظم المتغيرات بعضها ببعض، فعلى سبيل المثال يوجد ارتباط طردي قوي بين كل من الناتج المحلي الإجمالي (Y)، الإيرادات السياحية (X₁)، إجمالي الاستثمارات (X₃) وبلغت قيمته على التوالي: (0.865)، (0.983).

كما يتضح وجود ارتباط فوق المتوسط بين كل من الناتج المحلي الإجمالي (Y) والانفتاح التجاري (X₂) والذي بلغت قيمته (0.658). وكذلك بين الإيرادات السياحية (X₁)، الانفتاح التجاري (X₂) وقوي مع إجمالي الاستثمارات (X₃)، حيث بلغت قيمته على التوالي: (0.693)، (0.809).

ويتمثل تقدير النموذج كما يلي:

$$\text{Lny} = 4.088 + 0.079 \ln x_1 + 0.085 \ln x_2 + 0.669 \ln x_3 \dots (06)$$

$$y = e^{4.088} + x_1^{0.079} + x_2^{0.085} + x_3^{0.669} \dots (07)$$

الجدول (3-19)

Correlations

		LNY	LNX1	LNX2	LNX3
LNY	Pearson Correlation	1	,865**	,658**	,983**
	Sig. (2-tailed)		,000	,004	,000
	N	17	17	17	17
LNX1	Pearson Correlation	,865**	1	,693**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,000
	N	17	17	17	17
LNX2	Pearson Correlation	,658**	,693**	1	,541*
	Sig. (2-tailed)	,004	,002		,025
	N	17	17	17	17
LNX3	Pearson Correlation	,983**	,809**	,541*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,025	
	N	17	17	17	17

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

الجدول (3-20)
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,996a	,992	,990	,05741	,992	522,834	3	13	,000	1,379

a. Predictors: (Constant), LNX2, LNX3, LNX1

b. Dependent Variable: LNY

الجدول (3-21)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,088	,235		17,430	,000		
LNX1	,079	,042	,093	1,861	,085	,253	3,948
LNX3	,669	,035	,829	19,371	,000	,345	2,899
LNX2	,085	,020	,146	4,173	,001	,518	1,929

الجدول (3-22)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,169	3	1,723	522,834	,000b
	Residual	,043	13	,003		
	Total	5,212	16			

a. Dependent Variable: LNY

b. Predictors: (Constant), LNX2, LNX3, LNX1

ب- التفسير الاحصائي للنموذج الثاني:

يتضح من بيانات الجدولين (3-20) معنوية نموذج الانحدار المقدر، حيث أن قيمة اختبار $F (522.834)$ ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (0.001) ، كما يتضح من الجدول (3-21) معنوية معامل الانحدار بما فيها الحد الثابت ما عدا معامل الإيرادات السياحية (X_1) غير معنوي أي $(t_{x1} = 1.861)$ أقل من القيمة الجدولية ويمكن اعتباره معنوياً عند مستوى معنوية 10%، وهذا يفسر بالمساهمة الضعيفة للإيراد السياحي (X_1) في الناتج المحلي الاجمالي (Y). أي، أن أي زيادة في الإيرادات السياحية تؤدي إلى زيادة طفيفة جداً في الناتج المحلي الاجمالي.

أما قيمة Durbin-Watson فقد بلغت (1.379) وهذه أكبر من القيمة الجدولية، وبالتالي نقبل $H_0: \rho=0$ أي لا يوجد ارتباط ذاتي بين البواقي، إذن فللنموذج يفسر 99% من التغير في الناتج المحلي الإجمالي كما تظهره قيمة R^2 في الجدول ذاته. وبالرغم من عدم وجود مشكلة ازدواج خطي كما يظهر في الجدول (3-21) أن VIF أقل من القيمة عشرة.

ج- التفسير الاقتصادي للنموذج الثاني:

- المتغيرات المستقلة (الايارد السياحي (X_1) ، صافي الميزان التجاري (X_2) اجمالي الاستثمارات (X_3)) لها علاقة طردية مع النمو الاقتصادي.

- مرونتها المختلفة لها علاقة طردية مع النمو الاقتصادي، وأكثرها تأثيرا في النمو هي إجمالي الاستثمارات (X_3) أي (B_1, B_2, B_3) تساوي (0.669، 0.085، 0.079) على الترتيب.

- يظهر تأثير الايراد السياحي (X_1) ضعيف ومعنويته تقبل عند 10%، وهذا راجع لتركيبه الاقتصادي الجزائري الذي يعتمد على المحروقات بنسبة كبيرة تفوق 95%.

النموذج الثالث: تقدير القيم المستقبلية للإيرادات السياحية خلال خمس سنوات

يمثل النموذج التالي تقدير القيم المستقبلية للإيرادات السياحية خلال خمس سنوات، والتي تظهر مدلولاتها من

الجدول (3-23)، (3-24)، (3-25)

حيث يمكن كتابة النموذج على الشكل التالي: $\ln X_{1(t)} = B_0 + B.t + \epsilon$ (08)

ومنه نجد أن: $X_{1(t)} = e^{B_0} \cdot e^{B.t}$ (09)

بتعويض قيم كل من B و B_0 من الجدول (3-19) في المعادلة نجد:

$X_{1(t)} = e^{3.957} \cdot e^{0.117.t}$ (10)

الجدول (3-23)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,872a	,760	,744	,34181	,760	47,565	1	15	,000	2,011

a. Predictors: (Constant), T

b. Dependent Variable: LNX1

الجدول (3-24)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	5,557	1	5,557	47,565	,000b

Residual	1,753	15	,117		
Total	7,310	16			

a. Dependent Variable: LNX1

b. Predictors: (Constant), T

الجدول (3-25)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,957	,173		22,820	,000		
T	,117	,017	,872	6,897	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: LNX1

حيث يظهر من الجداول (23،24،25-3)، وباستخدام السلسلة الزمنية المتوفرة في الظاهرة محل الدراسة - تقدير

قيمة الايرادات السياحية خلال خمس سنوات - وعند معامل تحديد R^2 (74.4%) عند مستوى معنوية

(0.001)، ووفقا لبيانات الجدول (3-25)، وبالتعويض في المعادلة (02) بعدد السنوات المقدرة نحصل على البيانات التالية:

الجدول (3-26)

التنبؤ بالإيرادات السياحية (الوحدة: مليون دولار أمريكي)

السنة (t)	الايرادات السياحية $X_{1(t)}$
2014	429.7
2015	483
2016	542.9
2017	610.3
2018	686.1

يلاحظ من الجدول (3-26) تزايد قيمة الايرادات السياحية، والتي حسب قيمتها بالمليون دولار أمريكي وبالأسعار الثابتة

لسنة الأساس 2013، خلال فترة مستقبلية تبلغ خمس سنوات أي خلال الفترة (2014-2018)، وفيه توقع زيادة الايرادات

السياحية من عام لآخر حيث توقعت الزيادة من 326 مليون دولار عام 2013 نهاية فترة الدراسة إلى 429.7 مليون دولار

عام 2014، ثم توقعت زيادات متتالية في السنوات الباقية كما هو مبين في الجدول (3-26)، حتى وصلت إلى 686.1 مليون

دولار عام 2018.

خلاصة الفصل

يعد أثر النشاط السياحي في الجزائر على النمو الاقتصادي، خلال الفترة (1997-2013)، مهما إلى حد ما مقارنة بإيراد قطاع الطاقة المتمثل في المحروقات، وبما أن تركيبة الاقتصاد الجزائري هكذا، فلا بد على الدولة الجزائرية إلا العمل على تحريك عجلة التنمية بقطاع السياحة الداخلية والخارجية، وذلك بزيادة العرض السياحي الذي يعد غير كافٍ لحد الآن. فما على الدولة إلا التوجه نحو الاستثمار في هذا القطاع الحيوي وتشجيع المستثمرين الأجانب والمحليين لتقوية وتحسين البنى التحتية، من طرق ومطارات وموانئ وفنادق...، لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح الأجانب .

إن تسليط الضوء على أثر النشاط السياحي على النمو الاقتصادي في الجزائر من خلال تأثير الإيرادات السياحية، وإجمالي الاستثمارات، وصافي الميزان التجاري على الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة (1997 - 2013)، كان هو الهدف الرئيس من هذه الدراسة . وفي سبيل تحقيق ذلك تم استخدام أسلوب الإنحدار الخطي المتعدد؛ اعتمادا على المربعات الصغرى العادية (OLS) في تقدير النموذج، وتم اعتماد النموذج الرياضي اللوغاريتمي (Log) معتمدين على دالة كوب دوغلاس.

حيث أكدت النتائج على وجود تأثير إيجابي لكل من إجمالي الاستثمارات وصافي الميزان التجاري على الناتج المحلي الإجمالي، بينما ظهرت عدم معنوية الإيرادات السياحية في حدود 0.05، التي يمكن قبولها في حدود درجة معنوية 0.10، وهذا يفسر بصغر نسبة مساهمة الإيراد السياحي في الناتج المحلي الإجمالي مقارنة بالمتغيرات الأخرى. وتقودنا هذه النتائج إلى القول بالحاجة الملحة إلى إعادة النظر في سياستنا السياحية كدعامة اقتصادية (نقط لا ينضب)، بدل تضييع فرصة الاستفادة من هذا القطاع الهام. ولكي تكون السياحة في الجزائر مبادرة للدعم الاقتصادي وبديلا اقتصاديا بدل النفط، لا بد من التركيز على الاستدامة والتخطيط المسؤول، وتشجيع الاستثمارات السياحية المحلية منها والأجنبية، واعتبار السياحة صناعة تنافسية ومحرك رئيسي للأنشطة والقطاعات الأخرى.

اختبار الفرضيات:

يمكننا الآن الحكم على مدى تحقق الفرضيات التي بنيت عليها دراستنا كالتالي:

- بالنسبة للفرضية الأولى، تم تأكيدها جزئيا، فمن خلال الدراسة تبين أن نسبة إيرادات السياحة العالمية المتزايدة بشكل سريع من عام إلى آخر ، أثبتت منافسة السياحة لباقي القطاعات الأخرى عند الدول السياحية الكبرى، بينما ظهر عكس ذلك عند بعض الدول الأخرى النفطية مثلا، التي تهمل إيراداتها السياحية مقارنة بمدخيل قطاعات أخرى أكبر.
- بالنسبة للفرضية الثانية، تم تأكيدها من خلال الإحصائيات الموجودة بين أيدينا المتمثلة في النسبة الصغيرة لتطور الإيراد السياحي في الجزائر خلال الفترة المدروسة، وهذا ما يثبت بطء وتيرة الإصلاحات الاقتصادية للقطاع السياحي.
- بالنسبة للفرضية الثالثة، فتم تأكيدها من خلال تلك الجهود العلمية المبذولة والمهتلة في البحوث والدراسات والمؤتمرات الوطنية والدولية خلال الخمس سنوات الماضية وحتى الآن، لدليل على نية السلطة المسؤولة رسم خطط مستقبلية للنهوض بهذا القطاع.

- أما بالنسبة للفرضية الأخيرة، فثبتت الدراسة التطبيقية أن الإيرادات السياحية تؤثر إيجابا على الناتج المحلي الإجمالي ولكن بنسبة صغيرة جدا، تكاد تهمل بالمقارنة مع إيرادات قطاعات أخرى تؤثر في الناتج المحلي الإجمالي الوطني.

حاولنا في هذه الدراسة الاجابة على بعض الأسئلة وفقا للمنهجية القياسية للمتغيرات المستقلة كالإيراد السياحي، وإجمالي الاستثمارات وصافي الميزان التجاري، التي أثرت بأشكال مختلفة على الناتج المحلي الاجمالي، وقد توصلنا إلى بعض النتائج كالتالي:

- يعد النشاط السياحي موردا اقتصاديا هاما من العملة الصعبة من خلال تدفق السياح الأجانب والمواطنين المقيمين بالخارج إلى داخل الوطن لدوافع متعددة، وبقائهم لمدة تزيد على 24 سا وتقل عن سنة دون ممارستهم لأعمال تجارية....
- الأهمية الاجتماعية للقطاع السياحي تكمن في القضاء على البطالة والفقر وتوفير فرص عمل كبيرة .
- وجود مقومات طبيعية وتاريخية سياحية كبيرة للجزائر بالرغم من أنها غير مستفيدة من المنافع الاقتصادية لهذه المقومات.
- لجوء الجزائر إلى خوصصة الهياكل السياحية وذلك لتشجيع الاستثمارات المحلية منها والأجنبية.
- غياب الاحصائيات الحقيقية للقطاع السياحي في الجزائر ما أثر سلبا على تحديد المعوقات والعراقيل الحقيقية للنشاط السياحي، وهذا ما سبب عدم امكانية إعطاء الحلول المجدية للنهوض بها القطاع .
- تعتمد بعض النماذج القياسية في كل مراحلها على أسس رياضية، لكن توجد بعض الخطوات التي تتطلب خبرة الباحث مثل التعرف على الصيغة المناسبة للنموذج وشكله واختيار المتغيرات .
- وجود أثر بسيط جدا للنشاط السياحي في الجزائر على النمو الاقتصادي راجع لاعتماد الاقتصاد الوطني على المحروقات كمورد أساسي للعملة الصعبة دون الاعتماد على القطاعات الاخرى.

التوصيات:

- ضرورة الاهتمام أكثر بالقطاع السياحي في الجزائر، والعمل على الالتزام بتطبيق الخطط والبرامج التنموية السياحية، وتسخير كل الامكانيات الموجودة من الوزارة أو المؤسسات الوصية؛
- استخدام الاسس العلمية في جمع الاحصائيات وتكريسها لدى مؤسسات الجمارك والمؤسسات السياحية والتجارية لتفادي الاحصائيات غير المنطقية وغير الواضحة على الاقتصاد الوطني؛
- ضرورة الاعتماد على الاساليب الكمية في دراسة السوق السياحية للوصول الى أدق النتائج خاصة ما يتعلق بالتنبؤ؛
- استخدام نماذج الاقتصاد القياسي كل حسب خصائصه، فمن خلال دراستنا تبين أن نموذج الانحدار المتعدد يستخدم لدراسة أثر النشاط السياحي على النمو الاقتصادي، أما السلاسل الزمنية فتفيد في التنبؤات قصيرة المدى؛
- تكثيف الدراسات القياسية لكافة جوانب النشاط السياحي وتأثيره وتأثره بباقي المتغيرات الاقتصادية لكي يتسنى اتضاح الرؤية الحقيقية والنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر؛

- التوسع في العرض السياحي لاستقطاب التدفقات الجديدة للسياح؛

- الاستفادة من تجارب الدول المجاورة؛

- إدراج السياحة كتخصص جديد في الجامعات الجزائرية لتفعيل الدراسات الأكاديمية لهذا القطاع الحيوي من جميع الباحثين؛

- ادراج مادة السياحة ضمن برامج التعليم بوزارة التربية الوطنية اقتداءا بتجارب البلدان الشقيقة الناجحة كالأردن، لبنان،....

آفاق الدراسة:

هذا البحث ما هو إلا محاولة جديدة للتقرب أكثر من مفاهيم النشاط السياحي وما يتعلق به من عناصر، وكذا التعرف على أثر الإيراد السياحي وبعض المتغيرات الكلية في الناتج المحلي الإجمالي، ومحاولة قياسها وفق نماذج الاقتصاد القياسي وكذا التنبؤ بقيمته مستقبلا، مما يسهل عملية إعداد خطط واستراتيجيات تنمية قطاع السياحة وفق أسس علمية، من أجل زيادة المساهمة للسياحة في الاقتصاد الوطني، وجعل الجزائر من بين الدول الأكثر جذبا للسياح عالميا، وأتمنى أن أكون قد وفقت في تقديم وتحليل هذا البحث بالوجه المرضي، والإلمام بجوانب الموضوع، ودراسته بطريقة منهجية سليمة، وكذلك أكون قد ساهمت ولو بالقليل في إثراء المكتبة العلمية، التي ما زالت محتاجة للمزيد من الدراسات والبحوث ذات العلاقة بمضمون هذا البحث، كما أن هناك نقاط بقيت غامضة يمكن أن تكون انطلاقة لبحوث جديدة، وفي هذا الإطار أقترح مجموعة من المواضيع للبحث مثل:

- دراسة تطبيقية لمحددات تدفق الصادرات السياحية : باستخدام نموذج الجاذبية - حالة الجزائر -.

- أثر تغير سعر الصرف على الإيرادات السياحية - حالة الجزائر -

- أثر تدفق السياح التونسيين إلى ولاية الوادي في التنمية السياحية للمنطقة.

- آلية جمع الإحصاءات السياحية لدى مديريات السياحة عبر الولايات - ولاية الوادي نموذجا -

- مشاكل ومعوقات عمل مؤسسات السياحة تحت الوصاية - مديرية السياحة لولاية الوادي نموذجا -

رغم أنني سعت للإلمام ببعض جوانب الموضوع، إلا أنني أدرك بأن هناك بعض القصور والنقائص سواء في الجانب

المنهجي أو المعلوماتي، وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر.

أولا - المراجع باللغة العربية

- القرآن الكريم

- الكتب:

- جورج نيهانز، تاريخ النظرية الاقتصادية، دار الجامعة للنشر، الاسكندرية، 1982
- 2- خربوطلي صلاح الدين ، السياحة المستدامة، (دليل الاجهزة المحلية)، دار الرضا للنشر، سوريا، دمشق، ط1، 2004.
- 3 - الخطيب محمد ، السياحة: تحديد- تأثير - تخطيط، دن، بيروت، 2011.
- 4- دانيال بنيامين يوخنا، السياحة أسس ومبادئ، أربيل، العراق - 2006.
- 5- دعبس يسرى ، الجذب السياحي، سلسلة الدراسات السياحية والمتحفية رقم10، الملتقى المصري للابداع والتنمية، 2001، القاهرة.
- 6- دعبس يسرى ، إقتصاديات السياحة- دراسات وبحوث في الانتروبولوجيا الاقتصادية. البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، ط1، 2007.
- 7 - دعبس يسرى ، السلوك الاستهلاكي في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، البيطاش للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2002.
- 8- زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، الاردن، 2008.
- 9- سيد لطيف هدى ، السياحة النظرية و التطبيق، الشركة العربية للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 1994.
- 10- السيسى ماهر عبد الخالق ، صناعة السياحة (الأساسيات والمبادئ) ، مطابع الولاء الحديثة، 2003.
- 11- صبري عبد السميع ، أصول التسويق السياحي، جامعة حلوان، مصر، 1999.
- 12 - الطائي حميد عبد النبي ، أصول صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2006.
- 13- غادة صالح، إقتصاديات السياحة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، 2008.
- 14- فضيل أحمد يونس، الجغرافيا السياحية، دار النهضة العربية والنشر، بيروت، 1993.
- 15- كواش خالد، السياحة، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2007.
- 16- ماهر أحمد و أبو قحف عبد السلام ، تنظيم إدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، مصر، ط2، 1999 .
- 17- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1997.
- 18- مروان العدوان السكر، الفندقية إدارة واقتصاد، المكتبة الوطنية، القاهرة، 1994.
- 19- مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات السياحة، دار الرضا، دمشق، سورية، 2008.
- 20- مقابلة أحمد محمود ، صناعة السياحة، دار الكنوز والمعرفة والنشر، عمان- الاردن، 2007.
- 21- مهدي أحمد آدم ، الدليل لدراسات الجدوى الاقتصادية، الشركة العالمية للطباعة والنشر، القاهرة، 1999.
- الرسائل والاطروحات الجامعية:
- 22- عوينان، عبد القادر، السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات(2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر03، 2012/2013.
- 23- كواش، خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003/2004.
- 24- بوعموشة، حميدة ، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة- دراسة حالة الجزائر-، رسالة ماجستير، جامعة فرحات عباس بسطيف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2011/2012.
- 25- صديقي، سعاد، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية، رسالة ماجستير، جامعة قسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية، 2005/2006.
- 26- العبيد، ناصر عبد الله عبد المحسن ، حماية السائح بين الشريعة والنظام، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، قسم العدالة الجنائية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2003.

- 27- لخساف، منى، دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر بع بعض البلدان المتوسطية، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والتسيير، جامعة الجزائر، 2003.
- 28- مسكين، عبد الحفيظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحة- رسالة ماجستير، جامعة منتوري بقسنطينة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2010/2009.
- الدوريات والمجلات:**
- أ- المجلات**
- 29- بوكير بداش، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات والسياسات: رؤية استكشافية وإحصائية، الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة، العدد 22، 2014، ص09.
- 30- بوخاري، عبلة عبد الحميد محمد، " أثر السياحة في التنمية والنمو الاقتصادي في المملكة العربية السعودية (2010-1991)"، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة.
- 31- بلاطة مبارك وكواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة سطيف، 2005.
- 32- رجب عادلة وصقر هالة، سياسات الاصلاح الجديدة وأثرها على التنمية السياحية في مصر، سلسلة أوراق اقتصادية، 37، مركز البحوث والدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة القاهرة، 2007.
- 33- زرزاز العياشي و مداحي محمد، "السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة: الواقع والآفاق"، مجلة "المستقبل العربي"، 433، مارس 2015.
- 34- الأسرج، حسين عبد المطلب، "الاستثمارات العربية البينية وإشكالية البطالة في الدول العربية"، مجلة العلوم الإجتماعية، ورقة بحثية MPRA، رقم 22304، ميونخ: أبريل 2011.
- 35- شياد، فيصل، "تنمية السياحة العربية البينية (العقبات والحلول)"، مجلة رؤية إستراتيجية أبريل 2014.
- 36- عليوة، زينب توفيق السيد، "تقييم أثر النشاط السياحي في النمو الاقتصادي في مصر"، بحوث اقتصادية وعربية، العدد 65، القاهرة، 2014.
- 37- فراح رشيد ويودلة يوسف، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي. مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 12، 2012.
- ب- الدوريات:**
- 38- ادارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية شعبة الاحصاءات، التوصيات الدولية المتعلقة باحصاءات السياحة 2008، الأمانة العامة للأمم المتحدة، السلسلة ميم، العدد 83/ التنقيح 1، نيويورك، 2011.
- 39- الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا، الاستعراض السنوي للتطورات في مجال العولمة والتكامل الاقليمي في البلدان العربية، العدد الثامن، نيويورك: ديسمبر 2009.
- 40- الامانة العامة للدول العربية، الدول العربية ارقام ومؤشرات، العدد الخامس، مارس 2015.
- 41- الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة، العدد 22، 2014.
- 42- معهد التخطيط القومي: سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، اقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساتها على الاقتصاد القومي، ديسمبر 1998.
- 43- منشورات المنظمة العالمية للسياحة.
- 44- النشرة الاحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، العدد السادس، 2007.
- ج- الجرائد المكتوبة:**
- 45- جريدة الاتحاد، السياحة كأحد محركات النمو، تاريخ النشر الاثنين 2012/06/30 عن نشرة أخبار الساعة عن مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية
- 46- السامعي مروان، سياحتنا لا تحتاج إلى مترجم، جريدة الجمهورية، اليمن، 07 فيفري 2010.
- 47- الجريدة الرسمية الجزائرية، رقم 64 الصادرة في 10/10/1993.
- 48- الجريدة الرسمية رقم 47 الصادرة في 22/08/2002.

د- الجرائد الالكترونية:

- 49- حيدر بن عبد الرضا اللواتي، "أهمية السياحة في دعم اقتصادات الدول"، جريدة عمان، (2015/05/10)، <http://omandaily.om/?p=176857>.
- 50- اليوم الإلكتروني، "النشاط السياحي أكثر تأثيراً على القطاعات الاقتصادية في دول الخليج"، (2015/05/11) <http://www.alyaum.com/article/4051714>
- 51- سارة ن، "بسبب تراجع الإقبال الأجنبي خلال 2014، الجزائر خارج تصنيف منظمة السياحة العالمية"، يومية الفجر الجزائرية، فيفري 2015. <http://www.al-fadjr.com/ar/economie/297436.html>

4- التقارير والقوانين والمراسيم والقرارات

- 52- تقرير منظمة السياحة العالمية لسنة 2015 .
- 53- منظمة السياحة العالمية والأمم المتحدة. المدونة العالمية لآداب السياحة (من أجل سياحة مسؤولة ووثائق ذات صلة)، المادة الثامنة.
- 54- الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، إدارة الإحصاء وقواعد المعلومات وتقرير الدول العربية أرقام ومؤشرات، العدد الثالث، 2011 .

5- القواميس والمعاجم والموسوعات

- 55- موسوعة ويكيبيديا، (2015/05/06) <http://ar.wikipedia.org/wiki>

6- المؤتمرات والملتقيات والندوات:

- 56- بخاري، عبلة عبد الحميد، اقتصاديات السياحة: مقدمة في اقتصاديات السياحة، محاضرات بقسم الاقتصاد، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2012. <http://www.kau.edu.sa/Files/0002132/Subjects/TE%20%281%29.pdf>.
- 57- حماد، كمال شكيب، الأمن السياحي نحو استراتيجية لتطوير السياحة العربية، ندوة علمية من 9 إلى 11 أكتوبر 2012، قسم البرامج التدريبية، تونس، 2012.

7- المواقع الالكترونية:

- 58- محمد علي العروسي، "أهمية السياحة في اليمن ودورها في القضاء على الفقر"، (2015/05/11) <https://www.facebook.com/QsmAlatharKlytAladabJamtSna/posts/681090528597535>
- 59- شبكة الإعلام العربية، 1.2 تريليون دولار الإيرادات السياحية العالمية خلال العام 2013، (2015/05/20)، 20:00. <http://moheet.com/2014/05/20/2069973>

ثانيا - المراجع باللغة الأجنبية:

1- livres:

- 60- Harrod, Roy F., The trade Cycle: An Essay, New York: M.Kelley,1961,P.209.
- 61 - Hicksm John R., **The teory of Wages**,London:Macmillan,1932
- 62 - Robert J.Barro Jon-Wha lee, «Sources of Economic Growth,» Economics and Statistics, Vol.21,1939,p66 <http://media.unwto.org/node/43040>
- 63 - Tessa, Ahmed, **Economie Touristique et Aménagement du Territoire**, OPU, Alger, p21.
- 64- Paul A. Samuelson, Interaction Between the Multiplier Analysis and the Principle of Acceleration, Review of Paper presented at Carnegie Rochester Conference on Policy (1994), pp.1-46.

الملحق (1-3)

احصائيات كل من الايراد السياحي والنتاج

المحلي الاجمالي وصافي الميزان التجاري

والاستثمار الاجمالي (1997-2013)

الملحق (2-3)

نتائج النماذج من برنامج Spss