



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة مسيبة بن بوعلي الشلف

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية

دور الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية

إشراف الأستاذ الدكتور:

بلعزوز بن علي

إعداد الطالبة:

حري المخطارية

لجنة المناقشة

| اللقب والاسم | الرتبة | الجامعة | الصفة |
|--------------------|----------------------|--------------|--------|
| أ.د/ راتول محمد | أستاذ التعليم العالي | جامعة الشلف | رئيسا |
| أ.د/ بلعزوز بن علي | أستاذ التعليم العالي | جامعة الشلف | مقررا |
| أ.د/ مدني بن شهرة | أستاذ التعليم العالي | جامعة تيارت | ممتحنا |
| د/ قوريش نصيرة | أستاذ محاضر "أ" | جامعة الشلف | ممتحنا |
| د/ دحو عبد الكريم | أستاذ محاضر "أ" | جامعة تيارت | ممتحنا |
| د/ نوي طه حسين | أستاذ محاضر "أ" | جامعة الجلفة | ممتحنا |

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



عقلم

۱۱۶۲

شیر

شكر وتقدير

إن الحمد والشكر لله تبارك وتعالى الذي أعانني على إنجاز هذا العمل ويسر لي أمري وأمدني بالصبر والعزيمة ومصداقاً لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم
"من لو يشكر الناس لو يشكر الله"
أتقدم بجزيل الشكر والاحترام والتقدير الى:

- السيد رئيس جامعة حسيبة بن بوعلي وكل الأساتذة والعمال بالجامعة.

أستاذي الكريم الأستاذ الدكتور بلعزوز بن علي علي تفضله الإشراف على هذا البحث وعلى التوجيهات والنصائح المقدمة في تسييره وتيسيره وعلى التشجيعات من أجل إتمامه وتمامه .

- عميد كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير ونائب العميد الدكتور عمر آيت مظار ،

- السيد رئيس جامعة ابن خلدون بتيارت، وعميد كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير الأستاذ الدكتور مدني بن شمرة علي نائحه وتوجيهاته لنا، وكل الأساتذة والزملاء بالكلية.

- كل أعضاء لجنة المناقشة، الذين سألنا شرف مناقشتهم لبحثي هذا، فلم مني كل الشكر والعرفان على مجمل نصائحهم وتوجيهاتهم وانتقاداتهم التي ستنير مسارنا العلمي.

- كل من ساهم في هذا البحث من بعيد أو من قريب.

- السيد رئيس جامعة ابن خلدون بتيارت، وعميد كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير الأستاذ الدكتور مدني بن شمرة علي نائحه وتوجيهاته لنا، وكل الأساتذة والزملاء بالكلية.

- كل أعضاء لجنة المناقشة، الذين سألنا شرف مناقشتهم لبحثي هذا، فلم مني كل الشكر والعرفان على مجمل نصائحهم وتوجيهاتهم وانتقاداتهم التي ستنير مسارنا العلمي.

ملخص:

إن السياحة هي نشاط إنساني و ظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات فأصبحت من أهم الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبرى في العالم و تقوم عليها اقتصاديات الكثير من الدول ،فهي صناعة قائمة بحد ذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها .

و تعد عملية الاستثمار في القطاع السياحي على درجة عالية من الأهمية التي تسعى إليها العديد من الدول ، فهو يعتبر بمثابة القوة الإنتاجية في مجال صناعة السياحة من اجل تقديم أفضل الخدمات

فهو بذلك من واحدة من أهم مصادر الدخل للاقتصاد الوطني للعديد من الدول لما توفره من فرص جديدة للتشغيل، وتنوع في مصادر الدول، وزيادة في الناتج المحلي الإجمالي ،وما تحقق ه من توازن بين مختلف القطاعات الاقتصادية مما يسمح بدفع عجلة التنمية ، كما يمكن أن يكون مدخلا مناسباً لخلق التنمية المستدامة من خلال ترقية هذا القطاع.

وقد أظهرت الدراسة بان كل من تونس والمغرب تعرف انتعاشا سياحيا هاما وهو ما تؤكدته النتائج المحققة مقارنة بالجزائر التي لا يزال القطاع السياحي فيها دون المستوى المطلوب وهذا بالرغم من توفرها على مقومات وإمكانات هامة تؤهلها لمنافسة الدول السياحية في العالم ..

الكلمات المفتاحية ، السياحة، الاستثمار السياحي، التنمية السياحية، ترقية القطاع السياحي

Abstract

Tourism, being a human activity and social phenomenon prevailing most societies, has become one of the most important economic activities, which has great importance in the world and on which the economies of many countries are founded on. It is itself an industry having its inputs and outputs.

The investment process in the sector of tourism is regarded as a high degree of importance that many countries seek for. It is considered as a

productive force in the field of tourism industry in order to provide better services.

It is thus one of the most important sources of income for the national economy of many countries for the employment opportunities it provides, the diversity of the income sources of the country, the increase in GDP, and balance attainment among various sectors of the economy, allowing the progress of the development process, as it can also be the appropriate gateway to create sustainable development through the improvement of the sector.

The studies have shown that both Tunisia and Morocco are witnessing important tourist prosperity. This is confirmed by the results achieved compared to Algeria where the tourism sector is still below the required level, and this in spite of the availability of the constituents and significant potential to qualify her to compete tourist countries in the world.

Keywords: Tourism, Tourism investment, Tourism development, Tourism sector promotion

فهرس المحتويات

الفهرس:

تشكرات

ملخص

| | | |
|----|-------|----------------|
| I | | فهرس المحتويات |
| VI | | قائمة الجداول |
| X | | قائمة الأشكال |
| أ | | مقدمة عامة |

الفصل الأول: إطار نظري للاستثمار الأجنبي المباشر

| | | |
|----|-------|---|
| 02 | | تمهيد |
| 03 | | المبحث الأول: ماهية الاستثمار الأجنبي المباشر |
| 03 | | المطلب الأول: مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر و أهميته |
| 07 | | المطلب الثاني: أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر |
| 10 | | المطلب الثالث: خصائص الاستثمار الأجنبي المباشر |
| 12 | | المبحث الثاني: : أهداف الاستثمار الأجنبي المباشر، الدوافع و المحددات..... |
| 12 | | المطلب الأول: أهداف الاستثمار الأجنبي المباشر |
| 13 | | المطلب الثاني: دوافع الاستثمار الأجنبي المباشر |
| 16 | | المطلب الثالث: : محددات الاستثمار الأجنبي المباشر |
| 23 | | المبحث الثالث: نظريات الاستثمار الأجنبي المباشر |
| 23 | | المطلب الأول: النظرية الكلاسيكية والنيوكلاسيكية |
| 26 | | المطلب الثاني: نظرية عدم كمال السوق |
| 27 | | المطلب الثالث: نظرية الحماية |
| 28 | | المطلب الرابع: نظرية دورة حياة المنتج |
| 30 | | المطلب الخامس: نظرية الموقع |
| 31 | | المطلب السادس: نظرية الموقع المعدلة |
| 33 | | المبحث الرابع: آثار ومخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر |
| 33 | | المطلب الأول: آثار الاستثمار الأجنبي المباشر |

| | |
|-----|--|
| 37 | المطلب الثاني: مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر بالنسبة للدول المضيضة..... |
| 38 | المطلب الثالث: مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر بالنسبة للدول القائمة به..... |
| 41 | خلاصة |
| | الفصل الثاني: مفاهيم عامة حول السياحة وأسسها |
| 43 | تمهيد |
| 44 | المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة |
| 44 | المطلب الأول: : نشأة السياحة وتطورها التاريخي |
| 47 | المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح وأسباب الاهتمام بالسياحة |
| 54 | المطلب الثالث: أنواع السياحة |
| 57 | المطلب الرابع: خصائص السياحة |
| 59 | المبحث الثاني: أبعاد السياحة، أركانها، مكوناتها ومقومات الجذب السياحي..... |
| 59 | المطلب الأول: أهمية وأبعاد السياحة |
| 62 | المطلب الثاني: أركان السياحة |
| 67 | المطلب الثالث: مكونات السياحة |
| 68 | المطلب الرابع: مقومات الجذب السياحي |
| 72 | المبحث الثالث: أسس السياحة |
| 72 | المطلب الأول: السوق السياحي ومكوناته |
| 79 | المطلب الثاني: التسويق السياحي |
| 83 | المطلب الثالث: الاستثمار السياحي |
| 87 | المطلب الرابع: الإنفاق والإيرادات السياحية |
| 92 | المبحث الرابع: الآثار الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والبيئية للسياحة..... |
| 92 | المطلب الأول: آثار السياحة وأهميتها على الجانب الاقتصادي |
| 101 | المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة |
| 105 | المطلب الثالث: آثار السياحة على البيئة |
| 109 | خلاصة |
| | الفصل الثالث: الاستثمار في مقومات الجذب السياحي في دول المغرب العربي |
| 111 | تمهيد |
| 112 | المبحث الأول: مساهمة الاستثمار السياحي في تفعيل التنمية المستدامة..... |

| | |
|-----|--|
| 112 | المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية المستدامة، مكوناتها ومؤثراتها..... |
| 115 | المطلب الثاني: دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية الاقتصادية..... |
| 117 | المطلب الثالث: دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية الاجتماعية..... |
| 118 | المطلب الرابع: العوامل المؤثرة على الاستثمار السياحي ومعوقاته..... |
| 122 | المبحث الثاني: واقع مقومات السياحة في الجزائر..... |
| 122 | المطلب الأول: مقومات السياحة في الجزائر..... |
| 126 | المطلب الثاني: الأنماط السياحية بالجزائر..... |
| 129 | المطلب الثالث: مؤشرات السياحة بالجزائر..... |
| 142 | المطلب الرابع: طرق الوصول والانتقال إلى الجزائر(البنى التحتية)..... |
| 144 | المبحث الثالث: الإمكانيات والمقومات السياحية في تونس والمغرب..... |
| 144 | المطلب الأول: المقومات السياحية التونسية..... |
| 153 | المطلب الثاني: المقومات السياحية المغربية..... |
| 164 | خلاصة |
| | الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودوره في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي |
| 166 | تمهيد..... |
| | المبحث الأول: الاستراتيجيات التنموية لجذب الاستثمار الأجنبي وترقية قطاع السياحة في دول المغرب العربي..... |
| 167 | المطلب الأول: ملامح إستراتيجية التنمية السياحية بالجزائر..... |
| 176 | المطلب الثاني: ملامح إستراتيجية التنمية السياحية في تونس..... |
| 179 | المطلب الثالث: ملامح إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب (رؤية 2020)..... |
| 183 | المبحث الثاني: دور القطاع السياحي في تفعيل قضايا التنمية..... |
| 183 | المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في بعض متغيرات التنمية الاقتصادية الجزائرية..... |
| 193 | المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في تحقيق الإيرادات السياحية..... |
| 202 | المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في دعم ميزان المدفوعات..... |
| | المبحث الثالث: دور القطاع السياحي في تفعيل قضايا التنمية الاجتماعية في الدول |
| 208 | الثلاث..... |
| 208 | المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في التشغيل..... |
| 215 | المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في تحسين المستوى المعيشي لأفراد..... |

| | |
|-----|---|
| 221 | المبحث الرابع: رؤية إستراتيجية مقترحة للإمكانية التعاون بين الدول المختارة..... |
| 221 | المطلب الأول: الدوافع والأهداف والقواعد الأساسية للتعاون..... |
| 223 | المطلب الثاني: المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون..... |
| 227 | المطلب الثالث: إجراءات تنفيذية للعمل..... |
| 228 | المطلب الرابع: الحلول المقترحة لتنمية التعاون..... |
| 230 | خلاصة |
| 231 | الخاتمة..... |
| 239 | قائمة المراجع..... |

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول:

| الصفحة | عنوان الجدول | رقم الجدول |
|--------|---|------------|
| 31 | العوامل الشرطية والدافعة والحاكمة للاستثمارات الأجنبية | 1-1 |
| 88 | الدول الأكثر زيارة في العالم | 1-2 |
| 89 | تطور الإنفاق الكلي في العالم | 2-2 |
| 129 | تطور الطاقة الفندقية في الجزائر خلال الفترة الممتدة (1997-2014) | 1-3 |
| 131 | توزيع عدد الأسرة في مؤسسات الإيواء حسب التصنيف خلال الفترة من (1997-2014) | 2-3 |
| 134 | توزيع طاقات الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (1997-2014) | 3-3 |
| 136 | تطور الليالي السياحية للمقيمين | 4-3 |
| 138 | تطور الليالي السياحية لغير المقيمين | 5-3 |
| 140 | تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1997-2014) | 6-3 |
| 147 | تطور طاقات الإيواء لتونس (1997-2013) | 7-3 |
| 149 | تطور السياحة الدولية الوافدة (1997-2014) | 8-3 |
| 151 | تطور الليالي السياحية (1997-2014) | 9-3 |
| 157 | تطور عدد الأسرة في المغرب (1997-2014) | 10-3 |
| 159 | تطور عدد السائحين الوافدين إلى المغرب (1997-2014) | 11-3 |
| 161 | تطور عدد الليالي السياحية في المغرب خلال الفترة (1997-2014) | 12-3 |
| 168 | خطة الأعمال لوضع الجزائر على طريق السياحة | 1-4 |

| | | |
|-----|--|------|
| 170 | عدد المشاريع الموزعة على الأقطاب السياحية | 2-4 |
| 171 | توزيع الأقطاب السياحية للامتياز | 3-4 |
| 174 | تقدم الأشغال بمياكل الإيواء خلال الفترة (2013-2014) | 4-4 |
| 179 | التقديرات المرجوة تحقيقها في آفاق 2016 | 5-4 |
| 181 | البرامج المهيكلة من اجل توفير منتجات متنوعة | 6-4 |
| 184 | مساهمة السياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) الجزائري (1997-2016). للفترة (1997-2016) | 7-4 |
| 186 | مساهمة السياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) التونسي (1997-2016). للفترة (1997-2016). | 8-4 |
| 189 | مساهمة السياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) المغربي (1997-2016). للفترة (1997-2016). | 9-4 |
| 193 | تطور الإيرادات السياحية للجزائر للفترة (1997-2014). للفترة (1997-2014). | 10-4 |
| 196 | تطور الإيرادات السياحية لتونس للفترة (1997-2014). للفترة (1997-2014). | 11-4 |
| 198 | تطور الإيرادات السياحية للمغرب للفترة (1997-2014). للفترة (1997-2014). | 12-4 |
| 202 | تطور الميزان السياحي الجزائري للفترة (1997-2014). للفترة (1997-2014). | 13-4 |
| 204 | تطور الميزان السياحي التونسي للفترة (1997-2014). للفترة (1997-2014). | 14-4 |
| 205 | تطور الميزان السياحي المغربي للفترة (1997-2014). للفترة (1997-2014). | 15-4 |
| 209 | تطور مساهمة السياحة و السفر الجزائري في التشغيل خلال الفترة (1997-2016). (1997-2016) | 16-4 |
| 210 | تطور مساهمة السياحة و السفر المغربي في التشغيل خلال الفترة (1997-2016). للفترة (1997-2016). | 17-4 |

| | | |
|-----|---|------|
| 212 | تطور مساهمة السياحة و السفر التونسي في التشغيل خلال الفترة (1997-2016). | 18-4 |
| 215 | تطور مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للسكان | 19-4 |
| 217 | تطور مساهمة القطاع السياحي التونسي في تحسين المستوى المعيشي للسكان | 20-4 |
| 218 | تطور مساهمة القطاع السياحي المغربي في تحسين المستوى المعيشي للسكان | 21-4 |

قائمة الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل | رقم الشكل |
|--------|--|-----------|
| 29 | دورة حياة المنتج الدولي. | 1-1 |
| 51 | تعريف السائح | 1-2 |
| 54 | دوافع السياحة والسفر | 2-2 |
| 63 | أركان السياحة | 3-2 |
| 73 | أنواع الأسواق السياحية | 4-2 |
| 89 | تطور الإنفاق السياحي خلال الفترة 1950-2020 | 5-2 |
| 96 | آليات خلق السياحة لفرص العمل | 6-2 |
| 126 | المقومات الطبيعية والجغرافية للمواقع السياحية في الجزائر | 1-3 |
| 131 | تطور عدد الأسرة للفترة (1997-2014) | 2-3 |
| 133 | توزيع عدد الأسرة في مؤسسات الإيواء حسب التصنيف للفترة (1997-) | 3-3 |
| 135 | توزيع طاقات الإيواء حسب المؤسسات الفندقية (1997-2014) | 4-3 |
| 137 | تطور عدد الليالي السياحية للمقيمين | 5-3 |
| 139 | تطور الليالي السياحية لغير المقيمين | 6-3 |
| 141 | تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1997-2014) | 7-3 |
| 148 | تطور طاقات الإيواء لتونس (1997-2013) | 8-3 |
| 150 | تطور السياحة الدولية الوافدة (1997-2014) | 9-3 |
| 152 | تطور الليالي السياحية (1997-2014) | 10-3 |
| 158 | تطور عدد الأسرة في المغرب (1997-2014) | 11-3 |
| 160 | تطور عدد السائحين الوافدين إلى المغرب (1997-2014) | 12-3 |
| 162 | تطور عدد الليالي السياحية في المغرب خلال الفترة (1997-2014) | 13-3 |
| 178 | أهداف الإستراتيجية السياحية التونسية | 1-4 |
| 185 | تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) | 2-4 |
| 188 | تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة التونسي في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) | 3-4 |
| 190 | تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة المغربي في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) | 4-4 |
| 192 | تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) لكل من الدول | 5-4 |
| 195 | تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة الممتدة (1997-2014) | 6-4 |
| 197 | تطور الإيرادات السياحية لتونس للفترة (1997-2014). | 7-4 |
| 200 | تطور الإيرادات السياحية للمغرب للفترة (1997-2014). | 8-4 |
| 201 | تطور الإيرادات السياحية خلال الفترة الممتدة (1997-2014) لكل من الدول الثلاث | 9-4 |

| | | |
|-----|---|------|
| 206 | تطور الميزان السياحي خلال الفترة الممتدة (1997-2014) لكل من الدول الثلاث | 10-4 |
| 214 | مقارنة المساهمة الكلية للقطاع السياحي في التشغيل لكل الدول الثلاث | 11-4 |
| 219 | مقارنة تطور مساهمة القطاع السياحي في تحسين المستوى المعيشي للسكان في الدول الثلاث | 12-4 |

المقرنة

تعد السياحة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ خلق الله الأرض ومن عليها، وذلك لبحث الإنسان عن قوته وأمنه، وقد أصبحت فيما بعد ظاهرة اجتماعية وثقافية، وانعكست تلك الظاهرة على التطور الحضاري لشعوب العالم .

و قد تطورت السياحة من ظاهرة بسيطة إلى صناعة عظيمة و أصبح لها أسسها و أجهزتها المتعددة فهي تعتبر من أكثر الصناعات نموا في العالم ، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية ، ومحل اهتمام العديد من دول العالم المتقدمة و النامية على حد سواء ، وهذا لما تشهده من تطور متسارع بسبب طبيعتها المركبة و المتجددة باعتبارها قطاعا صناعيا حيويا ، الأمر الذي جعلها تمثل مصدرا رئيسيا للدخل في العديد من دول العالم ، فأصبحت بمثابة بترول القرن الواحد و العشرون و هذا ما أدى إلى تغيير نظرة المجتمع الدولي لهذه الظاهرة. و قد تميزت السياحة كنشاط لها آثار ايجابية على التنمية الاقتصادية و الاجتماعية للدول ، و تزايد الاهتمام بهذا القطاع باعتباره يعمل على ضخ العملات الصعبة و جذب الاستثمارات الأجنبية و يوفر فرص للعمل بشكل مباشر و تقليص العجز بموازين المدفوعات ، حيث تعتبر صناعة السياحة اليوم صناعة مزدهرة، لدورها البارز في خلق نوع من التوازن الاجتماعي و الثقافي عن طريق تبادل الثقافات و التقاليد و الأعراف بين مختلف الشعوب، وضمف إلى ذلك ما يمكن إن تعرضه صناعة السياحة من فرص مميزة للمجتمع ، تتيح من خلالها إمكانية الاستمتاع بفضاءات سياحية متنوعة و مفيدة لتحقيق أكبر قدر من الراحة و الترفيه.

و من هنا تنامي الاهتمام بالسياحة من قبل الباحثين و المختصين، باعتبارها أحد أهم المتطلبات الأساسية و الضرورية لتحقيق التنمية المستدامة، و وسيلة فعالة للمساهمة في دفع عجلة النمو الاقتصادي و تطوير و ترفيه المجتمع بصفة عامة.

كما تنبع أهمية السياحة من كونها قطاعا مرتبط بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعديد من القطاعات الأخرى التي تنتعش بانتعاش السياحة، ولا تنمو السياحة إلا بتوفر هذه القطاعات و نموها كقطاع النقل و المواصلات، قطاع الاتصالات ، قطاع الصناعات الحرفية، القطاع الثقافي والتي لها بالإضافة إلى القطاعات الأخرى أهمية بالغة في الاقتصاد. و تحقيق استثمار سياحي متنامي يساهم في التنمية السياحية و دفع عجلة الاقتصادية يقتضي تضافر مجموعة من العوامل و العلاقات.

حيث تعد عملية الاستثمار في القطاع السياحي على درجة عالية من الأهمية فهو يعتبر بمثابة قوة إنتاجية في مجال صناعة السياحة من أجل تقديم أفضل الخدمات الخاصة بهذا النشاط وعليه فهو يتطلب تضحية كبيرة من أجل دعمه وتنظيمه بغية تحقيق الأهداف المسطرة وذلك لما له من تأثيرات إيجابية على باقي القطاعات، وفي هذا السياق أعطت العديد من الدول مسألة الاستثمار السياحي اهتماما كبيرا بإدماجه في مختلف سياساتها التنموية.

والجزائر وتونس والمغرب من الدول التي تمتلك مقومات جذب مميزة تتيح لها إيجاد بديل اقتصادي، كما تتمتع بخصائص سياحية عديدة ومتنوعة تمكنها من إقامة أقطاب سياحية في غاية الأهمية، وفي هذا السياق قدم المغرب جهود كبيرة لتحسين البيئة للمستثمرين وذلك بتحديث كافة القوانين واللوائح التي تنظم النشاط الاقتصادي لتعزيز جاذبيته ولذلك تم تسجيل السياحة من ضمن أولويات خطط التنمية الاقتصادية وبالتالي أثبت المغرب نفسه في سوق السياحة الدولية بوصفه رائد في النمو الاقتصادي للبلاد، أما في تونس ومن أجل المحافظة على المكانة السياحية للبلد وتطويرها باعتبارها موردا هاما تزايد الاهتمام الحكومي بالقطاع مما دفع بالحكومة إلى تبني سياسة جديدة للارتقاء بالمنتج السياحي التونسي وتعزيز البنية الأساسية، أما بالنسبة للجزائر فقد قامت السلطات بتبني مجموعة من الاستثمارات التي دعمت من خلالها قطاع السياحة فأصبحت تمتلك مجموعة من الفنادق والمطاعم والملاهي بالإضافة إلى تهيئة الشواطئ والعديد من المناطق الترفيهية لكن تبقى الجهود المبذولة غير كافية بالنظر إلى ما تزخر به الجزائر من إمكانيات هامة، مقارنة بدول الجوار كتونس والمغرب، والمتبع لسياسة الاستثمار في الجزائر والواقع السياحي يلاحظ وجود عدة نقائص تحول دون جذب استثمارات حقيقية تساهم في دعم التنمية السياحية.

هذا وقد سعت الدول الثلاث إلى تطبيق عدة سياسات بهدف تحسين تسيير المؤسسات السياحية وإنشاء إطار قانوني واضح، قصد النهوض بالقطاع السياحي وترقيته والرفع من قدرته التنافسية على المستوى الدولي خاصة وأن جميع الدول تتمتع بخصائص سياحية مميزة تجلب السياح الأجانب إذا تم الاعتناء بها.

الإشكالية:

تتمحور معالم بحثنا حول السؤال الجوهرى التالى :

"ما مستوى الاستثمار السياحى بالجزائر فى ظل المؤهلات والمقومات التى تزخر بها مقارنة بكل من تونس والمغرب؟ وما هى أهميته؟".

وبناء على هذا السؤال يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- فىما تتجلى أهمية الاستثمار الأجنبى المباشر؟ وما هى الآثار المترتبة عليه والدوافع الكامنة وراء تشجيعه؟
- ما هو واقع السياحة الدولية؟ وما هى أسسها وآثارها المختلفة؟
- ما هو واقع مقومات السياحة فى الدول الثلاث وما مدى أهميتها بالنسبة للدول التى تمتلكها؟
- ما هى أهمية الاستثمار السياحى والآثار المترتبة عليه والعراقيل التى تواجهه؟
- ما هى الاستراتيجيات التنموية المتبعة من طرف الدول الثلاث فى تفعيل قطاع السياحة؟

فرضيات الدراسة:

وكإجابة عن التساؤلات المطروحة يمكن وضع الفرضيات التالية:

- تعد السياحة نشاط سياحى هام و صناعة تصديرية قائمة بذاتها لها مكوناتها، و الإنفاق السياحى يعد الركيزة الأساسية التى تبنى عليها.
- تعتبر السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحالى، حيث تعتبر قطاع هام يساهم فى جلب و تنمية الاستثمارات.
- تتمتع الجزائر بإمكانات سياحية كبيرة و متنوعة قادرة على جعلها بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة فى المجال السياحى بما فيها دول الجوار.
- إدراج قطاع السياحة فى إطار نموذج تنموى يقوم على الاستثمار فى مقومات الجذب السياحى فى دول المغرب العربى يساهم بشكل مباشر فى خلق تنمية سياحية مستدامة

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة من أهمية أبعاد الإشكالية التي يعالجها من خلال البحث في :

- ✓ كيفية إدارة التوازن بين محاور العمل السياحي في الدول الثلاث على جانبي الطلب والعرض السياحي، والسياسات السياحية المطلوبة لتطوير هذه المحاور بشكل متكافئ.
- ✓ دراسة المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية للنشاط السياحي في الجزائر، للوصول لمعرفة الدور الحقيقي لهذا النشاط وكيفية تطويره مقارنة بكل من تونس و المغرب.
- ✓ دراسة تنافسية القطاع السياحي الجزائري على المستوى المغاربي.
- ✓ دراسة واقع الاستثمار السياحي في الجزائر وكيفية تطويره مستفيدين من تجارب الدول المجاورة والرائدة في هذا المجال.
- ✓ تشخيص واقع قطاع السياحة في الجزائر و تونس و المغرب.

أهداف الدراسة:

انطلاقا من إشكالية البحث وأهميته فقد جاء ليحقق الأهداف التالية:

- ✓ التعريف بأهمية ودور قطاع السياحة في تحقيق التنمية المستدامة في الدول الثلاث.
- ✓ إظهار كيفية الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في مجال السياحة والتي تشبه بنيتها السياحية ما تملكه الجزائر مثل تجربة تونس والمغرب
- ✓ إظهار نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي تميز قطاع السياحة بالجزائر من حيث العرض والطلب السياحي وكيفية تحقيق التوازن بينهما
- ✓ التذكير بأهم مقومات السياحة التي تتميز بها الدول الثلاث وتجعلها قبلة سياحية مميزة
- ✓ البحث في كيفية الرفع من القدرة التنافسية لقطاع السياحة في الجزائر لمواكبة ومنافسة الدول المتطورة سياحيا خاصة على مستوى المنطقة

الحدود الموضوعية :

- الحدود المكانية: تناولت الدراسة واقع القطاع السياحي في دول المغرب العربي – الجزائر، تونس و المغرب.
- الحدود الزمانية: تمتد فترة الدراسة بشكل رئيسي بين (1997-2014) في الدول الثلاث.

مبررات اختيار الموضوع:

- ✓ بالرغم من امتلاك مقومات واسعة في هذا القطاع والجهود المبذولة من طرف الحكومة الجزائرية إلا أن النتائج أثبتت عدم نجاح التجربة الجزائرية في قطاع السياحة مقارنة بدول الجوار التي تمتلك نفس المقومات والخصائص في غالب الأحيان.
- ✓ نشر الثقافة السياحية في الدول محل الدراسة باعتبار أن هذه الثقافة تعد شرطا ضروريا للترقية السياحية.
- ✓ يمثل قطاع السياحة مصدرا حيويا ومتجددا يمكنه المشاركة والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية.
- ✓ قلة الأبحاث التي تناولت هذا الموضوع.

منهجية البحث:

لدراسة دور الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، في عرض واقع قطاع السياحة في الجزائر من خلال تحليل بنية العرض والطلب السياحي خلال الفترة (1997-2014)، كما اعتمدنا على المنهج المقارن في دراسة تنافسية قطاع السياحة في الجزائر ومقارنته ببعض الدول العربية الناجحة والمتطورة سياحيا كتونس والمغرب، وذلك بالاستعانة بمجموعة من المصادر المختلفة والمتنوعة وتمثل أساسا في الكتب، الملتقيات الدولية والوطنية، مختلف الإحصاءات الصادرة عن الهيئات الدولية كالمنظمة العالمية للسياحة، والمجلس العالمي للسياحة والهيئات الوطنية كوزارة السياحة والديوان الوطني للإحصاءات كما تم الاعتماد على مصادر متاحة على مستوى هيئات دولية ومحلية رسمية في الدول الثلاث ومواقع على الانترنت.

صعوبات البحث:

من الصعوبات التي صادفت الباحثة في إنجاز الموضوع نذكر ما يلي:

- ✓ قلة المراجع والدراسات والبحوث التي تناولت موضوع السياحة بشكل عام وخاصة المراجع المتخصصة بدراسة الاستثمار السياحي بطريقة أكاديمية .
- ✓ قلة الإحصائيات وانعدامها في كثير من الأحيان المتعلقة ببعض المؤشرات السياحية.
- ✓ عدم دقة الأرقام والإحصائيات المقدمة وتضاربها سواء على مستوى الهيئات الوطنية المحلية أو على مستوى الهيئات الدولية.

الدراسات السابقة:

من الدراسات التي تم الاطلاع عليها نذكر ما يلي:

- **الدراسة الأولى:** رسالة دكتوراه لـ "خالد كواش" بعنوان "أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية - حالة الجزائر 2004/2003، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر" حيث أشار الطالب إلى تاريخ السياحة وتطورها وتناول أيضا الأهمية الاقتصادية للسياحة ومختلف مؤشراتهما، كما ركز على الأهمية الاقتصادية للسياحة في الجزائر وآفاق هذا القطاع بالاستناد إلى بعض التجارب السياحية لبعض الدول العربية وقد توصل الباحث إلى انه وبالرغم من توفر الجزائر على إمكانيات وموارد مختلفة ومتنوعة إلا أن قطاع السياحة لم يؤدي الدور المنتظر في التنمية.
- **الدراسة الثانية:** رسالة دكتوراه لـ "صليحة عيشي" بعنوان "الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب 2010-2011، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة"، حيث أشارت الباحثة للتطور السياحي وكذا الإمكانيات الطبيعية والمادية للدول الثلاث كما ركزت على آثار السياحة في كل من الجزائر وتونس والمغرب وفي الأخير تناولت السياحة المستدامة والعمولة وتوسع مجال صناعة السياحة، حيث توصلت الباحثة أن قطاع السياحة في الجزائر لا يزال يراوح مكانه ويتجلى ذلك في ضعف أداء القطاع من خلال مخرجاته التي كانت في أدنى مستوياتها مقارنة بتونس والمغرب.
- **الدراسة الثالثة:** أطروحة دكتوراه لـ "عامر عيساني" بعنوان "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة"، حيث تناول الطالب في دراسته الجوانب النظرية للسياحة، وتطرق كذلك إلى الإستراتيجية السياحية للجزائر ومقارنتها مع الإستراتيجية

السياحية لمصر وتونس، وقد توصل الباحث إلى إمكانية الاستفادة من تجارب بعض الدول العربية الناجحة كمصر وتونس لترقية القطاع السياحي.

- **الدراسة الرابعة:** أطروحة دكتوراه لـ "عبد القادر عوينان" بعنوان "السياحة في الجزائر الامكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03 " حيث قسم الباحث دراسته إلى ثلاث أبواب، وتطرق فيها إلى دراسة تطور السياحة وآثارها المختلفة كما تطرق إلى واقع السياحة الجزائرية ومقارنته ببعض التجارب السياحية العربية الناجحة (مصر، تونس، المغرب)، كما تطرق إلى تشخيص واقع السياحة الجزائرية من خلال الإمكانيات والمعوقات وفي الأخير تطرق إلى الإستراتيجية الكفيلة بتطوير السياحة الجزائرية في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025)، وقد توصل الباحث في الأخير إلى أن قطاع السياحة قد تعرض إلى عقبات وعراقيل حالت دون تطوره، وأهمها الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية بعد الاستقلال، كما توصل إلى أن البداية الفعلية للنهوض بالقطاع السياحي وترقيته كان مع بداية سنوات الألفينيات، وهذا بوضع إستراتيجية جديدة في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يعتبر تنويجا لمسار طويل، وبمشاركة الفاعلين في القطاع السياحي.

هيكل البحث:

للإجابة عن الإشكالية وبغية بلوغ الهدف المتوفى من البحث تم تقسيم الدراسة إلى أربعة فصول:

1 - الفصل الأول: إطار نظري للاستثمار الأجنبي المباشر

- المبحث الأول: ماهية الاستثمار الأجنبي المباشر
- المبحث الثاني: أهداف الاستثمار الأجنبي المباشر -الدوافع والمحددات
- المبحث الثالث: نظريات الاستثمار الأجنبي المباشر
- المبحث الرابع: آثار ومخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر

2 - الفصل الثاني: مفاهيم عامة حول السياحة وأسسها .

- المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- المبحث الثاني: أبعاد السياحة وأركانها ومكوناتها ومقومات الجذب السياحي
- المبحث الثالث: أسس السياحة
- المبحث الرابع: الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للسياحة
- 3 - الفصل الثالث: الاستثمار في مقومات الجذب السياحي في دول المغرب العربي
 - المبحث الأول: مساهمة الاستثمار السياحي في تفعيل التنمية السياحية المستدامة
 - المبحث الثاني: واقع ومقومات السياحة في الجزائر
 - المبحث الثالث: الإمكانيات والمقومات السياحية في تونس والمغرب.
- 4 - الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي في ودوره في تحقيق التنمية المستدامة دول المغرب العربي.
 - المبحث الأول: الإستراتيجية التنموية لترقية قطاع السياحة في دول المغرب العربي
 - المبحث الثاني: دور القطاع السياحي في تفعيل القضايا الاقتصادية في الدول الثلاث
 - المبحث الثالث: دور القطاع السياحي في تفعيل القضايا الاجتماعية في الدول الثلاث
 - المبحث الرابع: رؤية إستراتيجية لإمكانية التعاون بين الدول الثلاث

الفصل الأول:

إطار نظري للاستثمار الأجنبي المباشر

تمهيد:

تحتاج الدول و خاصة النامية منها إلى مصادر تمويل ضخمة للرفع من القدرات التنافسية لاقتصادها كبديل عن المديونية، هذه الأخيرة التي أثقلت كاهل الدول النامية و أدخلتها أكثر في البؤس والتخلف و الحرمان، فضلت تعمل جاهدة من أجل جلب رؤوس الأموال الأجنبية، من خلال توفير كل التسهيلات و تقديم الحوافز و الضمانات و إزالة الحواجز و العراقيل التي تعيق نموها.

و يلعب الاستثمار الأجنبي المباشر- كأحد مصادر التمويل الخارجية- دورا مهما و حيويا باعتباره احد مكونات النمو الاقتصادي في الرفع من القدرات الإنتاجية للاقتصاد الوطني و زيادة معدلات التشغيل ، خلق فرص عمل للمواطنين و الرفع من مستوى معيشتهم، بالإضافة إلى إدخال التقنية المتقدمة و الإمام بها و مد هذه الدول بأساليب إدارية أكثر فعالية و تعتبر هذه الخصائص السمة المميزة للاستثمار الأجنبي المباشر التي لا تتوفر لغيره من مصادر التمويل الأخرى.

كما إن اتجاه الاستثمار الأجنبي المباشر إلى دول معينة يتوقف على عوامل جذب هذا الاستثمار و الحوافز المقدمة لجذبه إلى هذه الدول، فقدومه مرهون بمدى ما توفره الدول المضيفة من مناخ استثماري ينمي و يسهل عملية استقراره.

و الجزائر كغيرها من الدول النامية، عملت على خلق مناخ استثماري جاذب للاستثمارات الأجنبية و ذلك بسن العديد من القوانين و التشريعات أهمها قانون القرص و النقد، كما أدخلت العديد من الإصلاحات الهيكلية العميقة على نظمها، بهدف تعزيز تنافسية الاقتصاد و القطاعات لجذب عدد أكبر من المستثمرين. في هذا الفصل سنتطرق إلى أولويات حول الاستثمار الأجنبي المباشر بشكل عام من خلال أربع مباحث:

المبحث الأول: ماهية الاستثمار الأجنبي المباشر

المبحث الثاني: أهداف الاستثمار الأجنبي المباشر، الدوافع و المحددات

المبحث الثالث: نظريات الاستثمار الأجنبي المباشر

المبحث الرابع: آثار ومخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر

المبحث الأول: ماهية الاستثمار الأجنبي المباشر

في ظل العولمة و الانفتاح الاقتصادي ،برز مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر و أعطيت له أهمية كبيرة من طرف الدول المضيفة و ذلك باعتباره بديل عن المديونية و كونه مصدر مهم من مصادر التمويلو تطور بفعل التكتلات الإقليمية و الدولية التي فرضت الاندماج العالمي، فبرزت الشركات المتعددة الجنسيات و حررت التجارة الخارجية، و ما أتبعته سياسة اقتصاد السوق من انفتاح أدى إلى تراجع القيود الجمركية و إلزام الدول المضيفة على مراجعة و تصحيح سياستها بتقديم المزيد من الحوافز و الضمانات لجلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة

المطلب الأول : مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر و أهميته:

توجد العديد من التعريفات للاستثمار الأجنبي المباشر، فكل تعريف يختلف عن الآخر من حيث الزاوية التي ينظر بها للاستثمار و الغرض أو الهدف من الاستثمار وفيما يلي نورد بعض التعريفات لبعض المؤسسات:

أولاً-تعريف بعض الباحثين الاقتصاديين:

يقصد بالاستثمارات الأجنبية المباشرة، تلك الاستثمارات التي يمتلكها ويديرها المستثمر الأجنبي إما بسبب ملكيته الكاملة لها أو ملكيته لنصيب منها يكفل له حق الإدارة ويتميز الاستثمار الأجنبي المباشر بطابع مزدوج الأول هو وجود نشاط اقتصادي يزاوله المستثمر الأجنبي في البلد المضيف والثاني ملكيته الكلية أو الجزئية للمشروع.¹

ويرى الدكتور محمود صالح المنصوري "أن الاستثمار الأجنبي المباشر هو امتلاك الأصول إنتاجية أجنبية وليس للأصول المالية كالتدفقات النقدية قصيرة الأجل مثل استثمارات الحوافز ومعاملات الصرف الأجنبي"² ويعرفه Raymond Bertrand على كونه "مساهمة استثمار رأس مال مؤسسة في مؤسسة أخرى وذلك بإنشاء فرع في الخارج أو الرفع من رأس مال هذه الأخيرة أو استرجاع مؤسسة أجنبية أو تكوين مؤسسة أجنبية رفقة شركاء أجنب، فهو وسيلة لتحويل الموارد ورؤوس الأموال من دولة إلى دولة أخرى خاصة خلال إنشاء المؤسسة."³

¹ نزية عبد المقصود مبروك، الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية، الطبعة الأولى دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2007، ص31.

² محمود صالح المنصوري، ورقة بحثية بعنوان: الاستثمار الأجنبي المباشر، ماذا يجب على الدول المتقدمة أن تفعل؟ وماذا يجب على الدول النامية أن تفعل؟، كلية الاقتصاد، جامعة قار يونس، ليبيا، 2006، ص 3.

³ Raymond Bertrand, économie financière internationale, Edition PUFparis, 1971, p49.

كما أن الاستثمار الأجنبي المباشر هو استثمار تقوم به شركات غير مقيمة في البلد المضيف أو شركات مقيمة ولكن ذات رقابة أجنبية من خلال:¹

- خلق أو إنشاء أو توسعة شركات، فروع أو شبكات.
 - المشاركة في شركة جديدة أو موحودة والتي هدفها إقامة روابط اقتصادية طويلة مع الشركة والتي همها تمكين المستثمر من المشاركة والسيطرة على تسييرها.
- كما تعرف الاستثمارات الأجنبية المباشرة بأنها: " الأموال الأجنبية (حكومات، أفراد أو شركات) التي تنساب إلى داخل الدولة المضيفة بقصد إقامة مشاريع تملكها الجهة الأجنبية وتأخذ عوائدها بعد دفع نسبة من هذه العوائد، وضمن شروط يتفق عليها مع الدولة المضيفة.²
- من خلال ما سبق يتضح أن هذه التعاريف تخضع لمذاهب الباحثين وتوجهاتهم من خلال المدارس الاقتصادية التي ينتمون إليها، إلا أنها تتفق في معظمها على الملكية الجزئية أو الكلية للمشروع وتمتع المستثمر الأجنبي بحق الرقابة والإدارة .

ثانياً-تعريف بعض المؤسسات والهيئات الدولية

- 1 - تعريف صندوق النقد الدولي :** يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر " ذلك النوع من أنواع الاستثمار الدولي وهو يعكس هدف حصول كيان عون اقتصادي في اقتصاد ما على مصلحة دائمة بمؤسسة مقيمة في اقتصاد وطني آخر وتنطوي هذه المصلحة على وجود علاقة طويلة الأجل بين المستثمر الأجنبي المباشر والمؤسسة، إضافة إلى تمتع المستثمر المباشر بدرجة كبيرة من النفوذ في إدارة المؤسسة."³
- 2 - تعريف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية الأوروبية :** تتبنى تعريفين للاستثمار الأجنبي المباشر وهما:⁴
 - **التعريف الأول:** ترى أنه " كل شخص طبيعي، مؤسسة عمومية أو خاصة، كل حكومة، كل مجموعة من الأشخاص الطبيعيين، كل مجموعة من المؤسسات لديها الشخصية المعنوية والمرتبطة فيما بينها تعتبر مستثمرا

¹Bernard Hugonnier, Investissement Directs Coopération International et firmes multi nationales, Sans édition, Economica, France, 1994 ,p13.

²محمد عبد العزيز عبد الله عبد، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الإسلامية في ضوء الاقتصاد الإسلامي، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص18.

³عبد المجيد قدي، المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية (دراسة تحليلية تقييمية)، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص251.

⁴ OCDE, définition de référence détaillée des investissements internationaux, paris, 1983, p14.

أجنيبا إذا كان لديها مؤسسة للاستثمار المباشر ويعني كذلك فرع أو شركة تابعة تقوم بعمليات استثمارية في غير بلد إقامة المستثمر الأجنبي".

● **التعريف الثاني:** يعتمد على تحرير حركات رؤوس الأموال الدولية ،حيث أن الاستثمار الأجنبي المباشر هو ذلك الاستثمار القائم على نظرية تحقيق علاقات تعطي إمكانية تطبيق فعلي على تسيير المؤسسة بواسطة إنشاء أو توسيع مؤسسة ،فرع... الخ، أو المساهمة في إنشاء مؤسسة جديدة أو قائمة من قبل، ونشير أن طبيعة الاستثمارات في هذه الحالة تكون في الأجل الطويل (5 سنوات أو أكثر).

3 - تعريف البنك الفرنسي: "الاستثمار الدولي الذي يتحصل من خلاله كيان مقيم في اقتصاد آخر، تتشكل من خلالها علاقة طويلة الأمد ما بين المستثمر المباشر والمؤسسة المستثمر فيها ، تخول له التأثير على تسييرها، ويشمل الاستثمار المباشر العملية الأولية المنجزة ما بين الكيانين وكل العمليات المالية الموالية"¹.

4 - تعريف المشرع الجزائري للاستثمار الأجنبي المباشر: يعرف المشرع الجزائري بمقتضى القانون رقم 10-01 المؤرخ في 03 يوليو 2001 المتضمن قانون المناجنت، الاستثمار الأجنبي المباشر على انه:²

● اقتناء أصول تدرج في إطار استحداث نشاطات جديدة، توسيع قدرات الإنتاج ، إعادة التأهيل أو إعادة الهيكلة.

● المساهمة في رأسمال المؤسسة في شكل مساهمات نقدية أو عينية.

● استعادة نشاطات في إطار حوصصة جزئية أو كلية.

وبعد عرضنا لبعض التعاريف يتضح لنا أن مجملها يتفق على أن الاستثمار الأجنبي المباشر هو استثمار خارج حدود البلد الأصلي يعطي صاحبه حق المشاركة في إدارة المشروع ويكون هذا في الأجل الطويل.

ثالثا- أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر:

تتمثل أهمية الاستثمار الأجنبي المباشر في عدة مصادر نذكرها على النحو التالي:

1- ضخامة رؤوس الأموال التي تمتلكها الاستثمارات الأجنبية المباشرة: وما ينتج عنها من مزايا أهمها:

¹ Définition de l'investissement direct étranger, site de banque de France :www.banque-France.fr.

² الجريدة الرسمية، العدد رقم 47، الصادر بتاريخ 22 أوت 2001، الأمر رقم 03-01 من القانون رقم 10-01.

أ- أنه غير منتج للمديونية الخارجية، فلا يوجد إلزام باستعادة الأموال المتدفقة من الخارج، ولا يتضمن الشروط المحففة كما هو الحال في الديون الخارجية أو المساعدات الخارجية، فهو غير معني بالالتزامات التعاقدية بدفع مبالغ محددة في أوقات محددة مثل القروض، فالالتزام بتحويل الأرباح إلى الخارج يتمتع من الناحية التمويلية بقدرة من المرونة إذ تتغير الأرباح المحولة إلى الخارج ارتفاعاً وانخفاضاً تبعاً للرواج والكساد؛¹

ب- تخفيض الضغط على المدخرات المحلية وما يترتب عنه من زيادة في حجم الاستهلاك والطلب الكلي وما ينتج عن ذلك من زيادة في الإنتاج والدخل وتحسين في مستوى المعيشة.

2- امتلاكها لأساليب تقنية إنتاجية حديثة: والتي تساهم فيما يلي:

أ- الاستخدام الأمثل للموارد الاقتصادية، سواء الموارد الطبيعية أو البشرية؛

ب- الزيادة في حجم الإنتاج مع رفع وتحسين جودة الإنتاج المحلي، الذي يؤدي بدوره إلى زيادة وتحسين القدرة التنافسية؛

ج- تحسين قدرة وكفاءة العمالة الوطنية وذلك عن طريق تدريبها.

3- قدرتها على ترويج وتسويق وبيع المنتجات: من بين الشركات التي لها القدرة على ترويج وتسويق وبيع

المنتجات هي الشركات المتعددة الجنسيات والتي تعتبر مصدر للاستثمارات الأجنبية المباشرة لما تمتلكه من شهرة واسم تجاري يساعد على رفع القدرة التنافسية لمنتجاتها وتسهيل عملية تسويقها وبيعها في أسواق أوسع، الشيء الذي يسمح بزيادة المبيعات وبالتالي الإيراد ومعدل العائد على الاستثمار هذا، ومن أجل أن تكون المنتجات الوطنية ذات جودة عالية تضاهي منتجات الدول الصناعية المتقدمة لا بد من العمل في ظل مشاركة أجنبية من أجل تطوير الأسواق المحلية والمنتجات من السلع والخدمات وبأقل تكلفة.

¹ - عمرو محي الدين، التخلف والتنمية، دار النهضة العربية، بيروت، 1973، ص 489.

المطلب الثاني: أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر

أخذ الاستثمار الأجنبي المباشر العديد من الأشكال والتي تختلف باختلاف الغرض الذي تسعى إليه هذه الاستثمارات والتي تتمثل في:

أولاً- الاستثمار المملوك بالكامل للمستثمر الأجنبي:

ويدعى أيضا بالاستثمار المستقل ويعد من أكثر أنواع الاستثمارات الأجنبية تفضيلاً لدى الشركات متعددة الجنسيات وتتمثل في قيام هذه الشركات بإنشاء فروع للإنتاج أو التسويق أو غيرها من أنواع النشاط الإنتاجي والخدمي بالدولة المضيفة، وتتردد الدول كثيراً في التصديق على مثل هذه الاستثمارات خوفاً من التبعية الاقتصادية وسيادة احتكارات الشركات المتعددة الجنسيات لأسواقها، إلا أن الدلائل العلمية تشير إلى انتشار هذا النوع من الاستثمارات في الدول النامية، كما لا توجد دلائل كافية لتأييد تخوف الدول النامية بشأن الآثار السياسية والاقتصادية السلبية لمثل هذا الشكل من الاستثمارات الأجنبية.¹

وقد يأخذ الصيغ التالية:²

- 1- تأسيس شركة جديدة في البلد المضيف من طرف المستثمر الأجنبي لوحده وتكون مملوكة له بالكامل.
- 2- شراء المستثمر الأجنبي لمشروع وطني قائم بالامتلاك الكامل لأسهمه.
- 3- تكوين شركات منتسبة أو تابعة أو فروع تابعة للشركات المتعددة الجنسيات لتقوم بالاستثمار المباشر في البلد المضيف.
- 4- الاستثمار في المناطق الحرة ومشروعات التجميع.

ثانياً- الاستثمار المشترك:

الاستثمار المشترك هو أحد مشروعات الأعمال الذي يمتلكه أو يشارك فيه طرفان أو أكثر من دولتين

¹ - المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنمية مرجع سبق ذكره، ص 8.

² - هناء عبد القادر، الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الدولية، بدون سنة نشر، بغداد 2002، ص 170.

مختلفتين بصفة دائمة، والمشاركة هـ لا تقتصر على الحصة في رأس المال للمشروع، بل تتعداه أيضا إلى الإدارة والخبرة وبراءة الاختراع والعلامات التجارية.¹ وينطوي هذا النوع من الاستثمار على الجوانب التالية:²

1- الاتفاق طويل الأجل بين طرفي الاستثمار أحدهما وطني والآخر أجنبي لممارسة نشاط إنتاجي داخل دولة الطرف المضيف.

2- إن الطرف الوطني قد يكون شخصية معنوية تابعة للقطاع العام أو الخاص.

3- إن قيام أحد المستثمرين الأجانب بشراء حصة في شركات وطنية قائمة قد يؤدي إلى تحويل هذه الشركات إلى شركات استثمار مشترك.

4- ليس بالضرورة أن يقدم الطرف الأجنبي أو الوطني حصة في رأس المال، بمعنى أن مشاركة في مشروع الاستثمار قد تكون من خلال تقديم الخبرة والمعرفة والتكنولوجيا، كما يمكن أن تأخذ المشاركة شكل تقديم معلومات أو معرفة تسويقية أو تقديم السوق.

5- أن يكون لكل طرف من أطراف الاستثمار، الحق بالمشاركة في إدارة المشروع، أما بالنسبة للدول النامية يعد الاستثمار المشترك من أكثر أنواع الاستثمار قبولا.

وبالرغم من الامتيازات السابقة فإن الاستثمار المشترك لن يخلو من بعض الصعوبات تم التطرق إليها من قبل بعض الدراسات التي قام بها مجموعة من الباحثين حول تلك المشاريع، وقد بينت أن هناك صعوبات تنشأ في أثناء التفاوض حول تلك المشروعات، ومشاكل أخرى قد تظهر أثناء مرحلة التقييم.³

ثالثا- الاستثمار في المناطق الحرة:

يهدف إنشاء المناطق الحرة إلى تشجيع إقامة الصناعات التصديرية، والتي تساهم في زيادة الحركة التجارية في الدول المضيفة الذي يندرج في إطارها توسيع قاعدة الإنتاج والتصنيع لتلبية متطلبات الحركة التجارية فيها، وهو

¹ - غميص سالم، الجوانب القانونية للمشروعات المشتركة، منشورات كلية المحاسبة غزيان، 2000، ص 42.

² - كورتل فريد، عبد الكريم بن عراب، أشكال ومحددات الاستثمار الأجنبي المباشر مع الإشارة لواقعه بالدول العربية وبعض البلدان النامية عن الموقع:

<http://WWW.Philadelphia.edu.Jo/arabic/adfin/research1/400doc>.

³ - روبرت ماير وآخرون، المشروعات المشتركة في البلدان النامية، مجلة التمويل والتنمية، مارس 1997، ص ص 24-27.

الأمر الذي يتطلب وسائل صناعية وإنتاجية معينة، حيث يمكن للمناطق الحرة بأن تسهم في نقل التكنولوجيا الخاصة بها والخبرات الفنية والإدارية اللازمة لها من خلال الاستثمارات الأجنبية التي تنجح في جذبها إليها، ولهذا الغرض تسعى الدول لجعل المناطق الحرة جذابة للاستثمارات وذلك بمنح المشاريع الاستثمارية فيها العديد من الحوافز والمزايا والإعفاءات.¹

وهكذا يتبين لنا أن المناطق الحرة تشكل إقليما اقتصاديا لا تسري عليه القوانين الاقتصادية للبلد الأم، ولكن تعتمد على أنظمة قانونية خاصة بها يحدد آلية عملها، كما أنها تحظى بحوافز استثمارية هامة يمكن ذكر بعضها فيما يلي:

1- الإعفاء التام من كافة الضرائب والرسوم.

2- حرية تحويل رأس المال الأجنبي المستثمر في المناطق الحرة إلى خارج القطر المضيف والعكس.

3- منح المشروعات المقامة في المناطق الحرة عدد من الضمانات من أبرزها عدم جواز تأميمها أو مصادرتها أو نزع ملكية عقاراتها من غير القضاء.

رابعاً- مشروعات أو عمليات التجميع:

تأخذ هذه المشروعات شكلا من أشكال اتفاقية بين الطرفين الأجنبي و الوطني، يتم بموجبها قيام الطرف الأول بتزويد الطرف الثاني بمكونات منتج معين، أين تجمع هذه المحتويات لتصبح منتجا نهائيا، وفي الكثير من الأحيان فان الطرف الأجنبي يقدم إلى البلدان المضيفة النامية الخبرات والمعرفة اللازمة التي تعني بالتصاميم الداخلية للمصانع، وطرق التخزين والصيانة والتجهيزات الضرورية وذلك لقاء عائد مادي يتم الاتفاق عليه.²

خامساً- عمليات الاندماج والتملك:

يعرف الاندماج بأنه تحرك جماعي نحو التكتل أو التكامل والتعاون بين كيانين أو أكثر، وذلك بهدف

¹ - الحرازي محمد علي عوض، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة في جذب الاستثمارات (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، مصر 2007، ص 167.

² - دواح بلقاسم، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تعزيز الجهود التنموية في الدول النامية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، فرع تسيير، جامعة الجزائر 3، 2010، ص 17.

إحداث شكل من أشكال التوحيد، يتجاوز النمط أو الشكل الراهن ليخلق كيانا جديدا يكون أكثر قدرة على تحقيق الأهداف التي كانت من الصعب أو المستحيل تحقيقها، وبالتالي الاندماج يعبر عن عملية انتقال من وضع تنافسي وتفاوضي معين إلى تنافسي وتفاضلي أفضل وأقوى.¹

أما التملك والاستحواذ فينشأ حين تقوم إحدى الشركات بابتلاع شركة أخرى حيث تبقى الشركة الأولى قائمة بينما تذوب وتختفي الثانية.²

المطلب الثالث: خصائص الاستثمار الأجنبي المباشر

تتميز الاستثمارات الأجنبية المباشرة بعدة خصائص تميزها عن باقي الاستثمارات الأخرى، ومن بين هذه الخصائص ما يلي:³

- انخفاض حدة المنافسة في السعر والجودة في الدول المضيفة تجعل المستثمر الأجنبي يشغل مزاياه التنافسية لأصول فترة ممكنة، خاصة إذا وجد ارتفاع في الطلب على منتجاته في البلد المضيف.

- اقتران الاستثمار الأجنبي بتدفقات رؤوس الأموال فقط، وتقنيات الإنتاج ومهارات التسيير والخبرات الإدارية، كما تسمح هذه الاستثمارات بمشاركة رأس المال المحلي إضافة إلى فوائد أخرى كتحفيز الكفاءات المحلية على العزوف عن الهجرة إلى الخارج بما يوفره لها من عرض وظروف العمل.

- ارتباطه بمظاهر العلاقات الاقتصادية الدولية للدول المضيفة مع الدول الأخرى، حيث تقوم بتسجيل هذه النشاطات في حساباتها العامة ومنها ميزان المدفوعات في فئة حركة رؤوس الأموال طويلة الأجل بحكم الطابع الزمني الطويل الأجل للاستثمار الأجنبي المباشر.

- تحقيق إيرادات جبائية للدول المضيفة على نشاطات المشاريع الاستثمارية، كما أنه لا يترتب عليها عبء ثابت في ميزان المدفوعات حيث يقتصر دخل المستثمر الأجنبي على الربح الذي يحققه وبالتالي فإن السداد مرتبط برجحية المشروع.

¹ طارق عبد العال حماد، الاندماج وخصخصة البنوك، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2001، ص 05.

² - محمد صبحي، القرارات المالية الإستراتيجية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص 37.

³ - دواح بلقاسم، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تعزيز الجهود التنموية في الدول النامية، مرجع سبق ذكره، ص 5،6.

– تمكين الدول المضيفة لهذه الاستثمارات من تحصيل مداخيل بالعملة الصعبة، وذلك عندما يتركز نشاط المشروع في الإنتاج للتصدير حيث تتوافر لدى المستثمر الأجنبي قدرة أكبر على تسويق منتجاته في الخارج نظراً لما يتاح له من الخبرة والمعرفة بهذه الأسواق.

– تجنب العوائق التي تعترض حركة التجارة والاستثمار ومنها الرسوم العالية على الواردات أو فرض رسوم جديدة عليها من أجل مكافحة الإغراق، وقواعد الشراكة التي تقضي بأن يتم التصنيع في منطقة معينة أو أن تكون هناك نسبة من عناصر الإنتاج الوطنية في المنتج النهائي.

– قيام العديد من المؤسسات المستثمرة بأنجاز مشاريع في قطاعات تلجأ من خلالها إلى التوظيف الكثيف للتقنيات الصناعية مستغلة في ذلك ما تتمتع به من مزايا تقنية وإنتاجية مقارنة في الأسواق العالمية، أو في مجال الصناعات ذات التكاليف العالية في البحوث والتطوير.

المبحث الثاني: أهداف الاستثمار الأجنبي المباشر، الدوافع و المحددات

تعتبر الاستثمارات الأجنبية المباشرة وسيلة تمويل دولية فعالة، و هذا لما لها من أهمية كبيرة في تنمية أي اقتصاد، كما تلعب دورا كبيرا في التقليل و الحد من المديونية نظرا لما توفره من فرص تمويل للاقتصاديات الدول المضيفة، و عليه سوف نتناول في هذا المبحث أهداف و دوافع و محددات الاستثمار الأجنبي المباشر

المطلب الأول: أهداف الاستثمار الأجنبي المباشر

تبحث البلدان عن جذب الاستثمارات الأجنبية واستخدامها في تسريع النمو الاقتصادي وذلك بتهيئة الظروف لانسيابها نحوها والاستقرار فيها، كما أن المستثمر يسعى من وراء توظيف أمواله إلى تحقيق الفائدة. وعموما يهدف الاستثمار الأجنبي المباشر إلى:¹

- 1- المحافظة على الرأس المال الأصلي للمشروع (قيمة الموجودات)، وذلك من خلال المفاضلة بين المشاريع والتركيز على أقلها مخاطرة والتنوع في مجالات الاستثمار لكي لا تنخفض قيمة موجوداته (ثرواته) مع مرور الزمن بحكم ارتفاع الأسعار وتقلبات السوق لأن المستثمر يحافظ على رأس ماله الأصلي ويجنبه الخسارة.
- 2- البحث عن التموقع والتمركز بالقرب من مصادر المواد الخام أو المواد الأولية، ذلك تعظيما لأرباحه وتقليلًا لتكاليف الإنتاج، فالمنافسة العالمية بين المستثمرين الأجانب أصبحت تفرض عليها السيطرة على مصادر المواد الخام أو المواد الأولية، حتى يتسنى لها السيطرة على الأسواق الدولية.
- 3- البحث عن وسائل وسبل لاختراق الأسواق الدولية، فأغلب أسواق دول موطن المستثمرين الأجانب تشبعت بمنتجات هذه الشركات، فأصبح لزاما عليها إيجاد أسواق جديدة لتصريف فائض إنتاجها وبدون هذه الأسواق ستحكم على نفسها بالزوال.
- 4- الاستفادة من الأيدي العاملة الرخيصة، فتكلفة الأيدي العاملة في الدول الأصلية للمستثمرين باهظة وأجور العمال مرتفعة، مما يجعل هذه الشركات تفضل الاستقرار في البلدان المضيفة لهذه الاستثمارات.
- 5- المساهمة في خلق علاقات اقتصادية بين قطاعات الإنتاج والخدمات داخل الدولة المعنية، مما يساعد في تحقيق

¹ - عبد الكرم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، طبعة أولى، مكتبة حسن العصرية، لبنان، 2013، ص ص 41، 42.

التكامل الاقتصادي بينها.

6- نقل التقنيات التكنولوجية في مجال الإنتاج والتسويق.

7- الاستفادة من الإعفاءات الجمركية والتخفيضات الضريبية ومختلف التسهيلات التي تقدمها حكومات البلدان المضيفة، وذلك في إطار تشجيع قدوم رؤوس الأموال الدولية.

8- الاحتكار وهو هدف المستثمرين الأجانب أو الشركات المتعددة الجنسيات.

9- تعمل الاستثمارات الأجنبية على ربط اقتصاديات الأقطار النامية باقتصاديات الأقطار المتقدمة الصناعية الكبرى الأمر الذي يمكن هذه الأخيرة من ممارسة الضغوط السياسية والاقتصادية لتحقيق مطالبها، كما يؤدي هذا الارتباط إلى تعرض الأقطار النامية للصدمات والأزمات الاقتصادية التي تتعرض لها الاقتصاديات المتقدمة من وقت لآخر.

10- تغير البنيان أو الهيكل الاقتصادي ونقله من طرق الإنتاج التقليدية إلى طرق الإنتاج المتطورة.

11- تلعب الاستثمارات الأجنبية المباشرة دورا مهما في رفع القدرة التصديرية للبلد، مما يدعم إيجابيا رصيد ميزان المدفوعات، من خلال تدفق العملة الصعبة من الخارج إلى الداخل.

المطلب الثاني: دوافع الاستثمار الأجنبي المباشر

اشدت تنافس الدول المضيفة فيما بينها لجذب الاستثمارات الأجنبية وتهيئة المناخ المناسب لها من أجل تشجيعها على الاستقرار بها، وتقديم المزيد من الحوافز والمزايا والضمانات التي أصبحت دافعاً كبيراً للاستثمارات الأجنبية لغزو الأسواق والاستقرار فيها، ومن أهم هذه الدوافع نجد:

أولاً- الدافع السياسي والاجتماعي:

إن من أهم مكونات الظروف السياسية هو الاستقرار السياسي، الذي يعد عنصراً أساسياً في قرار الاستثمار، ذلك أن المستثمر لن يخاطر بنقل رأسماله أو خبرته إلى دولة ما إلا إذا اطمأن إلى استقرار الأوضاع

السياسية فيها،¹ فالاستثمار بطبيعته جبان ولا يقبل بأي شكل من الأشكال الفوضى والانقلاب الأممي، أما العوامل الاجتماعية فيمكن الحكم على ملائمة الأوضاع الاجتماعية لاستقطاب الاستثمارات الأجنبية من خلال نظرة المجتمع للمساهم الأجنبي وحكمه على مدى تعايشه مع الأوضاع الاجتماعية،² إذ اعتبرها البعض الأساس في القرار الاستثماري للمستثمرين الأجانب، وهي بحسب هؤلاء تمثل أخطر وأهم العوامل المحددة للدافعة لتحفيزهم للقيام بالاستثمارات.

ثانياً- الدافع الاقتصادي:

يهدف المستثمرون الأجانب إلى الربح وتعظيم فوائدهم وعوائدهم، سواء في بلدانهم الأصلية أو في البلدان المضيفة، فبالنسبة للبلدان الأصلية فإنهم قد سيطروا على أسواقها حتى درجة التشبع، وبالتالي بلوغ العوائد إلى أقصى حد لا يمكن الزيادة فوقه، ونتيجة لتكدس الإنتاج و زيادة درجة المنافسة بين شركات هذه الدول كان لزاماً عليها البحث عن أسواق جديدة خارج دولها، لتصريف منتجاتها وتوظيف رؤوس أموالها، إذ تعتبر أسواق الدول النامية أسواق جديدة تحقق أهدافها.³

ثالثاً- احتواء المعرفة الفنية والعلمية:

يتصاعد في الآونة الأخيرة طرح جديد عن اقتصاد جديد يستند إلى المعلوماتية من خلال استيعاب منتجات ثورة الاتصالات والمعلومات كشرط أساسي للتقدم والنمو وتحقيق الاندماج العالمي،⁴ ولهذا السبب تعتمد الدول النامية على وجه الخصوص إلى اعتماد صيغة التعاون العلمي الذي يتجسد عموماً بعقود استثمار تنصب على البحث والتطوير ثم الإنتاج مع شركات ومؤسسات الدول المتقدمة التي لا تتردد عموماً في نقل معطيات قدرتها العلمية وبالمقابل تعرض إلى الدول النامية، هذا الدافع يجعل الشركات تتموقع وتتمركز في العديد من الأسواق الدولية من خلال التكنولوجيا الدقيقة التي تستعملها في الإنتاج المحتكرة من قبلها، مما يدفع بالعديد من الدول إلى العمل على تخفيض تكاليف هذه السلع بجلبها عن طريق الشراكة مع هذه الشركات، أو بواسطة شرائها أو تقديم تسهيلات وحوافز لهذه الشركات للمجيء والاستقرار في هذه البلدان، وبالتالي أصبحت المعرفة الفنية

¹ - دريد محمود السامرائي، الاستثمار الأجنبي والضمانات القانونية، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2006، ص 82.

² - حيدر الهاشمي، تدوير الأصول العربية المستثمرة خارج المنطقة العربية، المعهد العربي للتخطيط الاقتصادي، الكويت، 1990، ص 92.

³ - عبد الكريم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 55-56.

⁴ - نوزاد عبد الرحمان الهيتي، منجد عبد اللطيف الخشالي، مقدمة في المالية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 173.

والعلمية دافع يجعل الاستثمار الأجنبي المباشر يتموقع ويتمركز في الأسواق الخارجية عن بلده الأصلي.¹

رابعاً- الرغبة في النمو والتوسع:

هي من أهم الدوافع لزيادة الاستثمار في الخارج، فالشركة التي ترغب بتوسيع رقعة السوق من أجل الحفاظ على مبيعاتها أو زيادتها، ومن خلال هذا التوسع تكتسب مزايا الملكية التي تتكون من الخبرة والمعرفة السياسية،² ونتيجة لذلك تنمو وتتوسع طويلاً وعرضياً، وهو هدف أساسي تسعى إليه هذه الشركات.

خامساً- العوامل القانونية والتشريعية:

الكثير من المستثمرين يستفيدون من قوانين تشجيع الاستثمار والإعفاءات الضريبية التي تمنحها الدول إليهم من أجل جذب الاستثمارات الأجنبية ومن أهمها: تقديم الحوافز الضريبية، إصدار قوانين جاذبة له، وإعطاء ضمانات للمستثمرين، تغيير قوانينه الداخلية الكابحة لقدمه، توفير فرص استثمارية دائمة، تقديم تسهيلات عقارية،³ وغيرها تعتبر تسهيلات تدفع الاستثمار الأجنبي المباشر بالانتشار في هذه الدول.

سادساً- الحصول على المواد الخام:

وذلك بالتواجد بالقرب من مصادر المواد الأولية لأجل استخدامها في صناعتهم وإنشاء وحدات إنتاج، مما يمكن الشركات من تقليل التكاليف خاصة تكاليف نقل هذه المواد لبلدانها، فهو دافع لتقام الاستثمارات في البلدان الغنية بهذه المواد.⁴

سابعاً- تقليل المخاطر:

يمكن للمستثمر تخفيض المخاطر التي يتعرض لها عندما يكون معامل الارتباط بين عوائد الاستثمار ضعيفاً، وعلى عكس الاستثمارات المحلية التي يمكن أن يكون معامل الارتباط بين عوائدها قويا نتيجة لمواجهتها نفس الظروف ذات الطبيعة العامة فان معامل الارتباط لعوائد الاستثمارات المحلية وعوائد الاستثمارات في دولة

¹ عبد الكريم كاسي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 57.

² زرقين صورية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تمويل التنمية الاقتصادية للدول النامية، دراسة حالة الجزائر (1999-2006)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008، ص 36.

³ محمد عبد العزيز عبد الله عجب، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الإسلامية في ضوء الاقتصاد الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص 28.

⁴ محمد عبد العزيز عبد الله عجب، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الإسلامية في ضوء الاقتصاد الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص 21.

أجنبية يتوقع أن يكون أقل قوة، أي من غير المتوقع أن تكون الدورات الاقتصادية لدولتين متماثلة أو أن تسيير معدلات التضخم على نفس الوتيرة ومن منظور آخر لا يجب أن يكون معامل الارتباط بين اقتصاد الدولتين قويا، هذا ما يجعل الشركة تحفض المخاطر وبالتالي تجني ثمار التنوع الدولي للأنشطة التي تقوم بها.¹

ثامنا- تحسين ميزان المدفوعات:

عن طريق زيادة فرص التصدير وتقليل الواردات وتدفع رؤوس الأموال الأجنبية.²

تاسعا- الحد من مشكلة البطالة:

وذلك بفتح مناصب شغل وتشغيل عدد من العاطلين عن العمل في المشاريع التي يتم إنشاؤها.³

عاشرا- قيود التجارة الخارجية:

تضع كثير من الدول ولاسيما النامية منها بعض القيود في عمليات الاستيراد والتصدير بهدف حماية منتجاتها الوطنية والحصول على موارد إضافية للخزانة العامة والمثل على ذلك فرض الرسوم الجمركية على السلع المستوردة أو وضع حد أقصى بكمية السلع الأجنبية التي يسمح باستيرادها أو فرض سلسلة من الإجراءات الإدارية بهدف التقليل من استيراد السلع الأجنبية، من شأن هذه الإجراءات فسخ المجال أمام رأس المال الأجنبي لتخطي هذه الحواجز من خلال إنشاء وحدات إنتاجية له في تلك الدول التي تطبق مثل هذه الأساليب التقليدية وبالتالي أصبح تقلد التجارة الخارجية دافع للاستثمار الأجنبي المباشر للتموقع بهذه الدول.⁴

المطلب الثالث: محددات الاستثمار الأجنبي المباشر

إن عملية جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة من قبل البلد المضيف واستمرار تدفقها يتوقف في المقام الأول على مدى ملائمة المناخ الاستثماري المتمثل في مجمل الأوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والقانونية المؤثرة سلبا أو إيجابا في فرص نجاح المشروع الاستثماري، فعلى الرغم من الحوافز المقدمة لجذب هذه الاستثمارات،

¹ زرقين صورية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تمويل التنمية الاقتصادية للدول النامية، دراسة حالة الجزائر (1999-2006)، مرجع سبق ذكره، ص37.

² حسان خضرة، الاستثمار الأجنبي المباشر، مجلة جسر التنمية، العدد11، سبتمبر 2004، ص11.

³ محمد عبد العزيز عبد الله عجب، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الإسلامية في ضوء الاقتصاد الإسلامي، مرجع سبق ذكره، ص31.

⁴ عبد الكرم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص58.

إلا أنه يلاحظ انخفاض في حجم تدفقاتها بالنسبة للدول النامية، وهذا يعني أن هناك محددات أخرى تؤثر على حجم التدفقات، ويمكن إجمال أهم هذه المحددات فيما يلي:

أولاً- محددات الاستثمار الأجنبي المباشر الراجعة للمستثمر الأجنبي:

يبني المستثمر قراره بالاستثمار بناءً على محددات منها:

1- معدل العائد على الاستثمار:

يعتبر معدل العائد على الاستثمار أحد العوامل الهامة والرئيسية في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر، لأن القاعدة العامة هي أن المستثمر الأجنبي لا يتجه إلى الاستثمار الأجنبي في الخارج إلا توقعاً للعائد الأعلى بعد تعديله بمعدل المخاطر التجارية وغير التجارية، مع أخذ المحددات الأخرى الخاصة بمناخ الاستثمار والقدرة التنافسية في الاعتبار، عند اتخاذ قرار بالاستثمار في دولة معينة.¹

2- سعر الفائدة:

تندفق رؤوس الأموال أينما كانت أسعار الفائدة مرتفعة والعكس صحيح، فإنها لا تتوطن أينما كانت أسعار الفائدة منخفضة.²

3- تكاليف الإنتاج:

تسعى الدول إلى تحقيق الأرباح والأهداف المرجوة من خلال الإنتاج بتكاليف أقل، الذي يمثل عامل جذب للمستثمرين للقيام باستثماراتهم.³

4- القدرات الذاتية للتطوير التكنولوجي:

¹ عبد الكريم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 64.
² عبد الكريم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 64.
³ بيوض محمد العيد، تقييم أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الاقتصاديات المغاربية، دراسة مقارنة، تونس، الجزائر، المغرب، رسالة ماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011، ص 40.

إن امتلاك الشركات المتعددة الجنسيات لتكنولوجيا متطورة أكسبها ميزة التفوق، وهذا راجع إلى اهتمامها بهذا المجال بإنفاقها أموال كبيرة على البحوث والاكتشافات، من أجل تلبية وتغطية احتياجات السوق، وهو الشيء الغير متوفر بالدول المضيفة مما يسهل عليها السيطرة على أسواقها.

5- التسويق:

يساعد التسويق الشركات المتعددة الجنسيات على معرفة حجم الطلب، حيث تستعمل تلك الشركات استراتيجيات تسويقية متطورة، الشيء الذي يمكنها من القدرة على تمييز منتجاتها داخل الأسواق المختلفة وبكفاءة عالية.

ثانيا- محددات الاستثمار الأجنبي المباشر لدى الدولة الأم:

تسعى الدول المتقدمة دائما إلى السيطرة على الدول الضعيفة الغنية بالموارد الطبيعية والمواقع الإستراتيجية مستعملة في ذلك هيمنة الشركات المتعددة الجنسيات، وفيما يلي نتناول أهم المحددات للبلدان الأم لهذه الشركات المتمثلة في:¹

1- رغبتها في خلق فرص عمل لعمالها خارج حدودها؛

2- نشر ثقافتها وأنظمتها السياسية والاجتماعية، حتى تبقى الدول المضيفة في تبعية دائمة لها، وبالتالي يسهل احتوائها؛

3- فتح أسواق جديدة من أجل تصدير فائض منتجاتها إلى الدول المضيفة بعد تشبع أسواقها الداخلية؛

4- تحقيق عوائد أعلى لرؤوس أموالها مقارنة بتوظيفها في الدولة الأم؛

5- تقوم الشركات المتعددة الجنسيات بالاستثمار في الدول التي تعتمد على الدولة الأم في الاقتراض أو المساعدات، حتى تتم عملية الاستيراد والتصدير بينهما؛

6- معالجة الخلل في موازين مدفوعاتها من العائدات المحققة من الاستثمار.

¹ - عبد الكرم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 66.

ثالثاً- محددات الاستثمار الأجنبي المباشر لدى الدول المضيفة:

هناك عناصر مهمة يجب أن تتوفر عليها بيئة البلدان المضيفة لضمان انسياب الاستثمارات الأجنبية المباشرة نحوها ومن أهمها ما يلي:

1- المحددات السياسية:

ورد في إحدى دراسات البنك الدولي التي شملت 400 شركة من 21 دولة متقدمة لدراسة العوامل التي يأخذها المستثمرون بالحسبان في اتخاذ القرارات الاستثمارية في الدول النامية أن 61% من المستثمرين يعتبرون أن المخاطر النابعة من أسباب سياسية تلعب دوراً هاماً في قرارات الاستثمار في البلدان النامية، لذلك فإن مدى استقرار النظام السياسي والاجتماعي وطبيعة التغيرات السياسية التي من الممكن حدوثها ومخاطر التأمين ومصادره والتدخل الحكومي النشط في العمليات الاقتصادية تعتبر من أهم المتغيرات التي يأخذها المستثمرون بعين الاعتبار عند اتخاذ قرار الاستثمار، كما تشير إلى ذلك تقارير لجان البنك الدولي والدراسات المتخصصة في هذا المجال،¹ لذا فإن الاستقرار السياسي في البلد المضيف يعتبر أساسياً بالنسبة للمستثمرين الأجانب ومحدد هام في جذب الاستثمارات، فوجود نظام قائم على الحرية واحترام حقوق الإنسان وعدم وجود صراعات داخلية، كلها محددات تشجع جذب الاستثمار الأجنبي المباشر.

2- الإطار التشريعي والتنظيمي للاستثمار:

إن القوانين والتشريعات المتعلقة بعمل الشركات المتعددة الجنسيات التي تنظم العلاقة بين أطراف البنية الاقتصادية، وتكفل للمستثمر حوافز وإعفاءات جمركية وضريبية وتجنب فرض ضرائب مزدوجة كلها عوامل تساعد على جذب المستثمر الأجنبي.

ولكن يلاحظ أن القوانين والتشريعات مهما بلغت من التطور والشمولية في الضمانات التي تعطى للشركات الأجنبية، فإنها تكون غير كافية بذاتها لتشجيع المستثمرين الأجانب وجذبهم للاستثمار في البلد المضيف، ذلك أن هذه القوانين هي بمثابة أعمال تقوم بها الدولة ممثلة في سلطتها التشريعية، وتحكمها ظروف ومتغيرات داخلية

¹ - أحمد زكريا صيام، آليات جذب الاستثمارات الخارجية إلى الدول العربية في ظل العولمة (الأردن كنموذج)، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، العدد الثالث، ديسمبر 2005، ص 93-94.

مرتبطة بالبلد المضيف، ومن ثم فإنها عرضة للتغيير أو حتى الإلغاء من قبل الدولة وإيرادة منفردة، مما يضع المستثمر الأجنبي في وضع حرج ويخضع استثماراته لمتغيرات داخل البلد المضيف ليس له سيطرة عليها، لذا تسعى الشركات الأجنبية إلى الدخول في اتفاقيات دولية ثنائية لحماية وتشجيع الاستثمارات الأجنبية.¹

3-المحددات الاقتصادية:

أ- حجم السوق: إن العديد من الشركات الكبرى تركز أنشطتها في الدول التي تتميز بكبر حجم السوق الداخلي مع توقعات بالتوسع في التجارة، ودون اعتبار لتكلفة عنصر العمل، كما أن الدخول إلى أسواق سريعة النمو في آسيا كان من أهم أسباب قيامها بالاستثمار المباشر.²

ويمكن قياس حجم السوق بمقياسين مهمين وهما متوسط نصيب الفرد من الناتج الإجمالي، ومقياس عدد السكان. فالمقياس الأول يمكن اعتباره مؤشر للطلب الجاري، أما المقياس الثاني فيعد مؤشرا للحجم المطلق للسوق وبالتالي لاحتمالاته المستقبلية، فإذا كان نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي مرتفع هذا يؤدي لمزيد من الإنفاق من الأفراد على السلع والخدمات، وبارتفاع عدد الأفراد أي عدد السكان فإن هناك مبالغ ضخمة ستضخ في هذه الأسواق كالإنفاق على السلع والخدمات، التي ينتج عنه تعظيم أرباح الشركات المتعددة الجنسيات، كما يعتبر محدد حجم السوق مهم في جذب الاستثمارات الأجنبية نحو البلد المضيف.³

ب- سياسات اقتصادية كلية مستقرة: إن وجود بيئة اقتصادية كلية مرحة بالاستثمار وتمتع بالاستقرار والثبات من العناصر الأساسية في تشجيع الاستثمار بصفة عامة، والاستثمار الأجنبي المباشر بصفة خاصة لأنها إشارات سليمة لكل من المستثمر المحلي والأجنبي، فضلا عن اهتمامها بتحرير الاقتصاد والانفتاح على العالم الخارجي والتي تعد متطلبات أساسية لتدفق الاستثمار، ويتم الوصول إلى هذه البيئة من خلال تطبيق برامج الإصلاح الاقتصادي التي تعمل على التحكم في التضخم وعجز الموازنة وتقليل العجز التجاري،⁴ ولكي يتحقق هذا يجب على الدول

¹ عبد الرزاق حمد حسين الجهوي، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص70.

² - رضا عبد السلام، محددات الاستثمار الاجنبي المباشر في عصر العولمة ، دراسة مقارنة لتجارب كل من شرق اسيا و جنوب شرق اسيا مع التطبيق على مصر، المكتبة العصرية، مصر، 2007، ص99.

³ - عبد الكرم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية ، مرجع سبق ذكره، ص70.

⁴ - أميرة حسب الله محمد، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر و غير المباشر البيئة الاقتصادية العربية-

المضيفة أن تقدم المزيد من التحفيزات للمستثمرين الأجانب، وتطبيق برنامج نشاط الحخصة الذي يعتبر عنصر مؤثر على تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر وذلك عن طريق إتاحة الفرصة للمستثمرين الدوليين للوصول إلى السوق والمشاركة في اقتصاد البلد المعني، كما يجب على الدولة إزالة جميع العقبات المعوقة لتدفق الاستثمار الأجنبي المباشر.

ج- درجة الانفتاح الاقتصادي على العالم الخارجي: حيث يميل الاستثمار الأجنبي إلى التوجه نحو

الاقتصاديات المفتوحة، وبعيدا عن الاقتصاديات المغلقة وأتجاه الاقتصاد للتعامل مع العالم الخارجي معناه عدم وجود أية قيود على حركة التبادل التجاري أو عناصر الإنتاج الأمر الذي يضمن حسن الكفاءة الاقتصادية في توجيهها، وعدم وجود أية اختلالات في هذه الأسواق (عناصر الإنتاج) وبما أن المستثمر الأجنبي يسعى لتحقيق أفضل ربحية ممكنة، فإنه يهتم بالكفاءة الاقتصادية وبعيدا عن فرض القيود.¹

د - قوة الاقتصاد الوطني واحتمالات تقدمه: يمكن الاستعانة بالمقاييس التالية للتعرف على مدى قوة الاقتصاد الوطني واحتمالات تقدمه:

- معدل زيادة الناتج الوطني: ويعد هذا المقياس سببا في بروز مجموعة الاقتصاديات النامية الناشئة وزيادة مقدرتها على جذب الاستثمارات الأجنبية باتجاهها، على اعتبار أن ارتفاع معدلات نمو الناتج الوطني الإجمالي دليلا على الاستقرار الاقتصادي في البلد وبالتالي زيادة الطلب الكلي ودخل الأفراد، ومن هنا يتضح وجود علاقة طردية بين الزيادة في معدلات النمو الاقتصادي وتدفق رأس المال الخارجي.²

- معدلات نمو عناصر الإنتاج: فهذه المعدلات تشير إلى احتمالات التقدم والتخصص الإنتاجي وتحديد السلع ونوعيتها التي يتم التعامل بها في السوق العالمي، فازدياد الكثافة البشرية وارتفاع نسبة التعليم يزيد من المهارة ويحسن من الإنتاج، ويدعم التخصص في السلع خاصة ذات الكثافة العمالية.³

4- المحددات الخاصة بالسياسات الاقتصادية الكلية:

أ - المحددات المالية والتمويلية: تلعب حوافز الاستثمار التي تمنحها الدول النامية للمستثمر الأجنبي دورا

¹ - نزية عبد المقصود مبروك، الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية، مرجع سبق ذكره، ص 87-88.

² - عبد الرزاق حمد حنين الجبوري، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص 73.

³ - نزية عبد المقصود مبروك، الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية، مرجع سبق ذكره، ص 80.

هاما في جذب الاستثمار الأجنبي، لاسيما عندما تمنح هذه الحوافز لتكون عوضا عن انعدام المزايا النسبية الأخرى في الدول المضيفة للاستثمار وتتمثل هذه الحوافز في:¹

- **الحوافز المالية:** وتتمثل في الحوافز الضريبية بصفة أساسية ومن أهم أشكالها الإعفاءات الضريبية المؤقتة، ائتمانات ضريبة الاستثمار، الاستهلاك المعجل للأصول الرأسمالية، إعفاء السلع الرأسمالية المستوردة من الرسوم الجمركية أو من ضرائب الواردات الأخرى، بالإضافة إلى حوافز التصدير، علاوة على الحوافز الخاصة التي تطبق لتشجيع الاستثمار في المناطق الحرة لكل مراحل الصادرات.

- **الحوافز التمويلية:** تتمثل الأنواع الأساسية منها في الإعانات الحكومية المباشرة التي تمنح لتغطية جزء من تكلفة رأس المال، الإنتاج، تكاليف التسويقي المرتبطة بالمشروع الاستثماري وفي الائتمان الحكومي المدعم، و بذلك مشاركة الحكومة في ملكية أسهم المشروعات الاستثمارية التي تتضمن مخاطر تجارية مرتفعة، تأمين حكومي بمعدلات تفضيلية لتغطية أنواع معينة من المخاطر مثل مخاطر تغيير أسعار الصرف أو المخاطر الغير تجارية مثل التأمين والمصادرة.

- **الحوافز الأخرى:** تشمل المعاملة التفضيلية للاستثمار الأجنبي المباشر في مجالات الصرف مثل ضمان تحويل رأس المال والأرباح إلى الخارج و تشمل أيضا تزويد المستثمر بالخدمات الأساسية مثل تنفيذ وإدارة المشروعات، تزويد المستثمر بمعلومات عن السوق، توفير المواد الخام، تقديم النصح بخصوص عمليات الإنتاج وفن التسويق، المساعدة في التدريب، تزويد المستثمر بالبنية الأساسية من أرض ومباني ومرافق عامة بأسعار تقل عن الأسعار التجارية، وتسهم هذه الحوافز في تخفيض تكاليف إنشاء المشروعات بشكل غير مباشر وبالتالي إمكانية تحقيق معدل عائد مرتفع.

¹ - أميرة حسب الله محمد، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر و غير المباشر البيئة الاقتصادية العربية ، مرجع سبق ذكره، ص ص 39،40.

المبحث الثالث: نظريات الاستثمار الأجنبي المباشر

قامت العديد من التيارات الفكرية بدراسة وتفسير الاستثمار الأجنبي المباشر، ونظرا لوجود علاقة مزدوجة بكل من المؤسسات المستثمرة من جهة والدولة المضيفة من جهة أخرى، مما أدى إلى صعوبة تحديد مفهومه من طرف المفكرين الاقتصاديين وهذا ما يفسره الاختلاف في النظريات المفسرة للاستثمار الأجنبي المباشر، ونستعرض في هذا المطلب إلى تفسيرات أهم هذه النظريات التي عاجلت الموضوع وأهمها.

المطلب الأول: النظرية الكلاسيكية والنيوكلاسيكية

يرى معظم الاقتصاديين الذين عاجلوا الاستثمار الأجنبي المباشر في وجهة نظر الكلاسيك أنه يحقق الكثير من المنافع لكن تعود في مجملها على الشركات متعددة جنسيات ومن وجهة نظرهم أن هذا الاستثمار كمباراة من طرف واحد والفوز المؤكد لصالح هاته الشركات وليس الدول المضيفة.¹

وهذا من منطلق الفرضيات الأساسية التي يعتمد عليها المفكرون الكلاسيك في تفسيرهم كافتراض المنافسة التامة، السوق الكاملة، لا وجود لتدخل الدولة، ولا وجود لعرقلة الحدود الجغرافية ضد حركة رأس المال وعناصر الإنتاج.²

ويستندون في هذا الرأي إلى جملة من المبررات نوجزها فيما يلي:³

- صغر حجم رؤوس الأموال الأجنبية المتدفقة إلى الدول المضيفة خاصة الدول النامية، بدرجة لا تبرر أهمية هذا النوع من الاستثمار؛
- تفضل الشركات متعددة الجنسيات تحويل أكبر قدر من الأرباح المحققة إلى الدولة الأم بدلا من إعادة استثمارها.
- ما تنتجه الشركات متعددة الجنسيات قد يؤدي إلى خلق أنماط جديدة للاستهلاك في الدولة المضيفة، لا تتلاءم

¹ - عبد السلام أبو قحف، مقدمة في إدارة الأعمال الدولية، ط1، مكتبة الإشعاع للنشر، القاهرة 1998، ص 12.

² - جبل برتان، الاستثمار الدولي، ترجمة علي مقلد وعلي زيور، منشورات عويدات، لبنان 1981، ص 7.

³ - عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الإدارة والاستثمار، منشورات الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر 1993، ص 237.

- التكنولوجيا المحولة من طرف الشركات متعددة الجنسيات لا تتلاءم مستوياتها مع متطلبات التنمية الاقتصادية في الدول المضيفة وهذا ما يؤدي إلى اعتماد التقدم التكنولوجي في الدول المضيفة مما يؤثر على سيادة الدولة المضيفة واستقلاليتها وبالتالي غلق التنمية الاقتصادية والسياسية.
- ويعاب على هذه النظرية عدم الإشارة إلى أسباب اختلاف النفقات النسبية لعوامل الإنتاج، كما قام "آدم سميث" في نظرية التكاليف المطلقة، التي تعني في تفسيره لقيام التجارة الدولية، هي أقل تكلفة تنفق على سلعة واحدة ينتجها بلدين معا، ولا تختلف هذه التكلفة عن التكلفة العادية إلا من حيث مقدارها. ¹ ففي رأي "آدم سميث"، التجارة الدولية تمكن كل بلد في أن يتخصص في إنتاج السلع التي تمكنه ظروفه من إنتاجها ومبادلتها بسلع أخرى يكون في حاجتها، حيث يقول أن التقسيم الدولي للعمل يجبر البلد أن يتخصص في إنتاج السلع فيكتسب بذلك ميزة مطلقة في إنتاجها، ثم يحدث تبادل بين ما يفيض عن حاجته من هذه السلع بما يفيض عن حاجات البلدان الأخرى من سلع تتمتع بنفس الميزة المطلقة، ومن هنا بدأ تحديد التقسيم الدولي للعمل ويعاب على نظرية "آدم سميث" ما يلي: ²
- أنها لا تبين كيفية التخصص في حالة الدول التي لا تتمتع بأي ميزة مطلقة؛
- لا يرى ضرورة للتفرقة بين التجارة الداخلية والخارجية، فالثانية تعتبر امتداد الأولى، في حين أن نوعي التجارة تختلفان في الخصائص والنظريات.
- اعتقاده بأن اليفوق المطلق أساس التخصص الدولي، وهذا لا يتفق مع المشاهد في المعاملات الدولية.
- وركز "آدم سميث" على أن اختلاف النفقات المطلقة لكل سلعة في الدولتين شرط أساسي لقيام التجارة الخارجية وتحقيق النفع المتبادل، لكن السؤال الذي لم يجب عنه فيما إذا كان أحد البلدين ينتج كل من السلعتين بنفقات أقل من الآخر.

¹ - جلطي غالم، ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، بين التطلعات المستقبلية وعقبات الواقع، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000، ص 54.

² - بن عبد العزيز فطيمة، فعالية الاستثمار الأجنبي المباشر وآثاره على اقتصاديات الدول النامية (حالة الجزائر)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص 321-322.

وهذا ما أجاب عنه "دافيد ريكاردو" David Ricardo في نظريته النفقات النسبية، حيث قام بتفسير أساس التبادل الدولي على أساس الميزة النسبية، فحسب رأيه عندما تكون معدلات التبادل مختلفة بين الدول فهذا يعني أن لها أفضلية التبادل وعلى هذا الأساس يمكن للبلدين أن يتحصلا على الأرباح، وبذلك يستفيد كل بلد من تخصصه في إنتاج وتصدير السلع التي تتمتع من خلالها بأفضلية نسبية. وتقوم نظرية "ريكاردو" على مجموعة من الفرضيات هي.

* عدم انتقال عوامل الإنتاج من دولة إلى أخرى.

* انتقال حر لعوامل الإنتاج داخل البلد.

* حددت نفقات الإنتاج في كمية العمل الضرورية لإنتاجها.

* استغلال تام لكل عوامل الإنتاج.

* حالة التجارة تكون بين بلدين منعزلين وسلعتين.

يرى "ريكاردو" Ricardo أن عوامل الإنتاج تنتقل بصعوبة دوليا بينما تجد سهولة في انتقالها محليا وهذا يرجع إلى الظروف المختلفة على المستوى الدولي.

وهناك جملة من الانتقادات التي وجهت إلى نظرية "ريكاردو" وأهمها:

* قدر "ريكاردو" نفقات الإنتاج بكمية العمل، في حين أن هذه التكاليف تشمل عناصر أخرى للإنتاج مثل النقل، رأس المال... الخ؛

* عدم اهتمامه بتنقل السلع ما بين الدول؛

* لم يوضح عمليّة انتقال رؤوس الأموال، ضمن هذا الإطار فهو لم يتبنى أي تفسير للاستثمار الأجنبي المباشر.

ورغم هذا النقص والنقد الموجهين له اتته النظرية غير أن العديد من المحللين الاقتصاديين المعاصرين ما زالوا يعتبرونه

قاعدة هامة تعالج قضية حرية التجارة.¹

وقامت النظرية النيوكلاسيكية على أساس الافتراضات الكلاسيكية والمتعلقة أساسا بفرضية المنافسة الكاملة، ومن ثم فالنظرية تشرح تدفق رأس المال على أنه استجابة لاختلاف سعر الفائدة من دولة لأخرى، فـرأس المال يتدفق إلى المناطق التي تحصل فيها على أعلى عائد وكان "أولين 1933" أول من قدم شرطا لتحركات رأس المال الدولي، والذي أوضح أن أهم عنصر محرك لتصدير واستيراد رأس المال هو بالتأكيد راجع لاختلاف سعر الفائدة، وأرجع اختلاف سعر الفائدة إلى مسألة إتاحة أو وجود رأس المال أو إنتاجية رأس المال بين الدول.²

بخصوص تقييم النظرية النيوكلاسيكية فإنها قد فشلت لأسباب عديدة فالنظرية لم تميز بين الاستثمار الأجنبي المباشر والاستثمار الأجنبي الغير مباشر، فالنظرية بتحليلها تعامل الاستثمار الأجنبي من منطلق رأس المال المالي ولم تأخذ في الاعتبار مفهوم الاستثمار الأجنبي كقائمة تتضمن ليس فقط رأس المال ولكن أيضا التكنولوجيا والمهارة والإدارة، هذا ولم يشرح النموذج لماذا يقوم عدد محدود من الشركات بانتهاز الفرصة لتصبح شركات متعددة الجنسيات، في حين لا يقوم بذلك البعض الآخر من الشركات.

وأخيرا فإن النظرية فشلت بشكل تدريجي في التعامل مع الواقع فافتراضات "أولين" عن تحركات رأس المال كانت قد لاقت قبولا في الحقتين اللاحقتين لظهورها، ولكن بعد عشرين عاما أصبح واضحا أن مثل هذه النظرية غير قادرة على شرح ظاهرة الاستثمار الأجنبي والتي هي في تغيير وتطور مستمر.³

المطلب الثاني: نظرية عدم كمال السوق

ركزت العديد من الدراسات النظرية مثل نظرية الميزة الاحتكارية ونظرية التدويل ونظرية عدم كمال السوق على مسألة عدم كمال السوق كسبب لقيام الشركات بالاستثمار الأجنبي المباشر.

تلك النظريات بشكل أساسي تؤكد أن مسألة عدم كمال السوق تخلق نوعا من الميزة للشركات في القيام بالاستثمار الأجنبي المباشر.

¹ - يسري أحمد عبد الرحمان، الاقتصاديات الدولية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 20-21.

² - رضا عبد السلام، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في عصر العولمة، دراسة مقارنة لتجارب كل من شرق وجنوب شرق آسيا مع التطبيق على مصر، مرجع سبق ذكره، ص 38.

³ - نفس المرجع السابق، ص ص 40-41.

هناك صور أخرى لعدم كمال السوق تتمثل في القواعد الحكومية، الضرائب، الرقابة، عدم التوازن أو العدالة بين البائعين والمشتريين بخصوص المعلومات المتعلقة بقيمة وجودة المنتجات، كل هذه العوامل تدمر أسعار السوق وتمثل حوافز إضافية للشركات للقيام بالاستثمار المباشر.¹

وتبنى هذه النظرية على أساس غياب المنافسة الكاملة في أسواق الدول المضيفة ونقص في السلع وتدني الخدمات فيها، بالإضافة إلى ضعف قدرات الشركات الوطنية وعدم قدرتها على منافسة الشركات المتعددة الجنسيات، لما تتمتع به هذه الأخيرة من قدرات مالية هائلة وتقنيات تكنولوجية متقدمة ودقيقة، بالإضافة إلى تقنيات الإدارة والتسيير الحديثة التي تملكها، والأيدي العاملة المؤهلة مما يجعل عدم التكافؤ بينها وبين الشركات الوطنية.²

ومن أهم الانتقادات الموجهة لهذه النظرية أنها لم تعط أي تفسير مقبول حول تفضيلات الشركات المتعددة الجنسيات التملك المطلق لمشروعات الاستثمار الإنتاجية كوسيلة لاستغلال جوانب القوة أو المزايا الاحتكارية لهذه الشركات في الوقت الذي يمكنها تحقيق ذلك من خلال أشكال أخرى للاستثمار أو العمليات الخارجية كالتصدير أو عقود التراخيص الخاصة بالإنتاج أو التسويق... الخ. بالإضافة إلى أن هذه النظرية تفترض بادراك ووعي الشركة متعددة الجنسية بجميع فرص الاستثمار الأجنبي في الخارج وهذا غير واقعي من الناحية العملية.³

المطلب الثالث: نظرية الحماية

جاءت هذه النظرية كنتيجة الانتقادات التي وجهت لافتراضات نظرية عدم كمال السوق، ويقصد بالحماية "الممارسة الوقائية التي تقوم بها شركات الاستثمار لضمان عدم تسرب المعلومات والأسرار الفنية الخاصة بالابتكار الجديد في مجالات الإنتاج والتسويق وغيرها إلى الجهات المحلية في أسواق الدول المضيفة من خلال قنوات أخرى وذلك لأطول فترة زمنية ممكنة".⁴

¹ - نفس المرجع السابق، ص ص ، ص 42.

² - عبد الكريم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص ص 77، 78.

³ - عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، بدون رقم الطبعة، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007، ص ص 59-60.

⁴ - فليح حسن خلف، التمويل الدولي، بدون رقم الطبعة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 18.

وعليه فإن هذه النظرية تقوم على قيام الشركات المتعددة الجنسيات بحماية التقنيات التكنولوجية التي تستعملها في الإنتاج حتى تبقى مهيمنة على الإنتاج في السوق، كما تقوم بحماية أبحاثها وذلك بإجرائها في سرية في موطنها الأصلي، حتى لا تزول صفة الاحتكار عنها، حيث أن الشركات المتعددة الجنسيات لا تكشف عن تكنولوجيتها في الإنتاج إلا بعد خروج اكتشاف أكثر تطور من الأول، هذا ما أعطاه صفة التفوق والانفراد، وهي صفة تجعلها تخرق وتسيطر على أسواق الدول المضيفة.¹

هذا ويمكن للشركات المتعددة الجنسيات أن تحقق الحماية لاستثماراتها بالإجراءات والأساليب التي قد تكون أكثر فعالية ومن الأساليب المتاحة حالياً المتمثلة في ضوابط لحماية براءات الاختراع على مستوى العالم وهذا من خلال موثيق متفق عليها والتي يسهر على تنفيذها منظمات دولية سواء مستقلة أو تابعة لهيئة الأمم المتحدة. وعليه لا يوجد مبرر لعملية الحماية التي تقوم بها الشركات المتعددة الجنسيات في الأنشطة الاقتصادية التي تمارسها، حيث بهذه الإجراءات أصبحت تقلل من الضوابط والسياسات الحكومية للدول المضيفة.²

المطلب الرابع: نظرية دورة حياة المنتج

يسند مفهوم هذه النظرية التي قدمها "ريمون فارنون" Vernon Roymond في جامعة هارفارد بالولايات المتحدة الأمريكية من أجل "تفسير التجارة والاستثمار الخارجيين"،³ على أن المنتج له دورة حياة يمر بها والتي تمر بأربع مراحل رئيسية متتالية وهي:⁴ مرحلة إعداد المنتج أو تقديمه، مرحلة النمو، مرحلة النضج، مرحلة التدهور، ففي المرحلة الأولى ومن أجل تقديم المنتج يستلزم تخصيص مصاريف ضخمة للبحث والتطوير وكذا توفير اليد العاملة المؤهلة، ومنه يجب الأخذ بعين الاعتبار تكاليف هذه المرحلة ولذلك يجب إنتاج هذا المنتج لأول مرة في الدول المتقدمة التي تملك الأسواق الكبيرة باعتبار أن كل ما كبر حجم السوق كلما ارتفع الطلب فيه، ومنه سوف تكون مرحلة نشوء هذه المنتجات في الدول ذات الطلب الفعال، وبفضل المعلومة المرتدة من هذه الأسواق

¹ - عبد الكريم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 86.

² - عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية المباشرة، بدون رقم الطبعة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2001، ص 13.

³ - عبد الرزاق الرحاحلة، زاهد محمد ديري، إدارة الأعمال الدولية، الطبعة الأولى، مكتب المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 91.

⁴ - سحنون فاروق، قياس أثر بعض المؤشرات الكمية للاقتصاد الكلي على الاستثمار الأجنبي المباشر، مذكرة تدخل متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2009-2010، ص 36.

الفصل الأول:

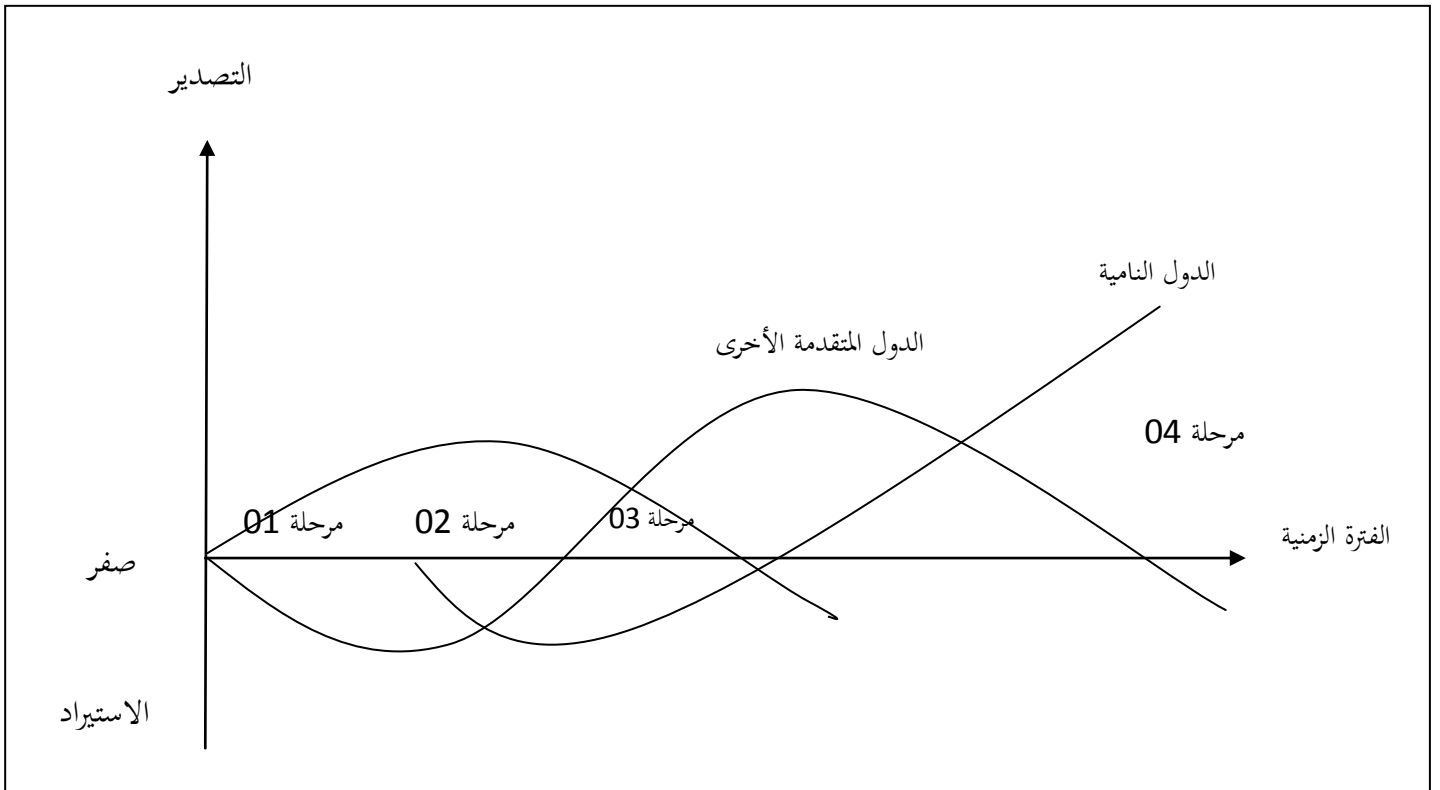
إطار نظري للاستثمار الأجنبي المباشر

يتم العمل على تحسين وتطوير في هذا المنتج، حيث تكون هذه التعديلات في مرحلة النمو وتدرجياً يصل إلى مرحلة النضج، حيث تستطيع الشركة في هذه المرحلة تسويق منتجاتها إلى الأسواق الأجنبية بهدف تطوير مردودية الاستثمار الدولي.

ويتم في مرحلة النضج تخفيض التكاليف المتعلقة بالمنتج ويزداد الطلب عليه ومنه إن تحليل سلوكيات الشركات قد يؤكد على أنها تمتاز بمنتج ذي تكنولوجيا عالية مما يسمح لها بتصديره إلى الأسواق الخارجية ويتم إنتاجه في الدول المتقدمة.

عندما تفقد الشركة احتكارها التكنولوجي يصل إلى مرحلة التدهور، حيث تتميز هذه المرحلة بمعرفة دقيقة لتكنولوجيا المنتج والشروط التسويقية من طرف الشركات الأخرى، حيث ينتقل إنتاج هذا المنتج إلى الدول النامية الأقل تطوراً أين تكون تكلفة اليد العاملة متدنية، وهذا ما يفسر قيام الاستثمار الأجنبي في هذه الدول. ويمكن توضيح هذه النظرية من خلال الشكل التالي:

شكل (1-1): دورة حياة المنتج الدولي.



المصدر: سحنون فاروق مرجع سبق ذكره، ص 37

ومن جملة الانتقادات الموجهة لهذه النظرية هي:¹

1- اهتمامها بالاستثمار المتعلق بالمنتج الجديد فقط، دون الاستثمار المتعلق بالمنتجات الموجودة في الأسواق مسبقاً؛

2- اعتبارها بوجوب مرور المنتج الجديد بالمراحل المحددة التي تم الإشارة إليها سابقاً دون أخذها بعين الاعتبار التفاعلات المتبادلة والمركبة للمؤسسات وبعض هذه الأخيرة لها إمكانيات كبيرة للقيام بالاستراتيجيات الحافزة على الصعيد الدولي أو بالتفاوت الطفيف في الزمن؛

3- عدم تمكنها من تحديد مسألة الاختيار بين نمط الإنتاج تحت الرخص ونمط الإنتاج الذي يقوم عن طريق الاستثمار المباشر.

المطلب الخامس: نظرية الموقع

يرى أنصار هذه النظرية أن قرار الاستثمار الأجنبي في البلدان النامية يرتبط بموقع الدولة المضيفة، أي بالتغيرات المحيطة في الدول المضيفة، وتحدد نظرية الموقع العوامل المحددة للاستثمار في الدول المضيفة بما يلي:²

1- العوامل التسويقية مثل منافذ التوزيع، وكالات الإعلان، حجم السوق، درجة التقدم التكنولوجي؛

2- العوامل المرتبطة بالتكاليف مثل القرب من المواد الخام، انخفاض مستويات الأجور؛

3- الإجراءات الحمائية، التعريف الجمركية، القيود المفروضة على الاستيراد والتصدير؛

4- العوامل المرتبطة بمناخ الاستثمار الأجنبي المباشر، مثل الاتجاه العام نحو مدى قبول الاستثمار الأجنبي، القيود المفروضة على ملكية الأجانب، حرية إجراءات تحويل العملات الأجنبية، الوعي الاستثماري... الخ.

¹ - عبد الكرم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 82، 83.

² - نوزاد عبد الرحمان الهيتي، منجد عبد اللطيف الخشالي، مقدمة في المالية الدولية، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 170.

المطلب السادس: نظرية الموقع المعدلة

قد أضاف كل من "روبوك Robok" و"سيمونونديس Simonds" ثلاث مجموعات إلى نظرية الموقع المعدلة والتي استندت إلى حد كبير على النظرية السابقة وتمثلت المجموعة الأولى في المتغيرات الشرطية، أما المجموعة الثانية فهي عوامل دافعة وأخيرا تتمثل المجموعة الثالثة في بعض المتغيرات الحاكمة أو الضابطة، ويمكن تلخيص هذه العوامل في الجدول التالي:

جدول رقم (1-1): العوامل الشرطية والدافعة والحاكمة للاستثمارات الأجنبية

| العوامل الشرطية | أمثلة |
|---|--|
| أ- خصائص المنتجة / السلعة Produit / Spécifique | نوع السلعة، استخدامات السلعة، درجة حداثة/حدة السلعة، متطلبات الإنتاج للسلعة (الفنية والمالية والبشرية) خصائص العملية البشرية... الخ. |
| ب- الخصائص المميزة للدولة المضيفة Country Spécific | طلب السوق المحلي، نمط توزيع الدخل، مدى توافر الموارد الطبيعية والبشرية، مدى التقدم الحضاري (Tech-cultural) خصائص البيئة السياسية الاقتصادية. |
| ج- العلاقات الدولية للدولة المضيفة مع الدول الأخرى | نظم النقل والاتصالات بين الدول المضيفة والدول الأخرى، الاتفاقات الاقتصادية والسياسية التي تساعد على حرية انتقال رؤوس الأموال والمعلومات والبضائع والأفراد، التجارة الدولية... الخ. |
| العوامل الدافعة | أمثلة |
| أ- الخصائص المميزة للشركة Firme Spécific | مدى توافر الموارد المالية والبشرية والفنية أو التكنولوجية، حجم الشركة. |
| ب- المركز التنافسي | المقدرة النسبية للشركة على المنافسة ومواجهة التهديدات والأخطار التجارية... الخ. |
| العوامل الحاكمة | أمثلة |
| أ- الخصائص المميزة للدولة المضيفة | القوانين واللوائح الإدارية، نظم الإدارة والتوظيف وسياسات الاستثمار أو الحوافز الخاصة بالاستثمارات الأجنبية... الخ. |

| | |
|-----------------------------|--|
| الخصائص المميزة للدولة الأم | القوانين واللوائح والسياسات الخاصة بتشجيع وتصدير رؤوس الأموال والاستثمارات الأجنبية، المنافسة، ارتفاع تكاليف الإنتاج، الاتفاقيات المبرمة بين الدولة المضيفة والدولة الأم، والمبادئ والمواثيق الدولية المرتبطة بالاستثمارات الأجنبية بصفة عامة. |
|-----------------------------|--|

المصدر: عبد الكريم كافي، استثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص 88.

المبحث الرابع: آثار ومخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر

إن الأهمية التي يتميز بها الاستثمار الأجنبي المباشر جعله مطلب الدول المضيفة، فبرز كبديل عن المديونية التي أثرت على اقتصاديات الدول النامية فقدمت له حوافز و ضمانات وقوانين جاذبة له، غير أنه قد يجلب معه العديد من المخاطر للدول المضيفة، كما قد يترك آثار سواء ايجابية أو سلبية على اقتصاديات الدول النامية.

المطلب الأول: آثار الاستثمار الأجنبي المباشر

يمكن أن تتحقق العديد من الآثار نتيجة تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر، وهو أمر يتوقف على كيفية الموازنة بين كلف ومنافع هذه الاستثمارات أي الملائمة بين تحقيق الأرباح وتقليل المخاطر للطرفين، ويمكن حصر بعض هذه الآثار كالتالي:

أولاً- الأثر على ميزان المدفوعات:

يكون تأثير تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر في ميزان المدفوعات ثقلياً لكل من البلد المصدر لرؤوس الأموال والبلد المتلقي لها، وميزان المدفوعات لكل دولة يبين مجموع ما يتسلمه ومجموع ما ينفقه في جميع أنحاء العالم، وفي الوقت الذي تحصل فيه الاستثمارات الأجنبية يزداد الإنفاق بالنسبة للبلد المستثمر وهذا يسبب له عجز في ميزان مدفوعاته (إذا ما زاد مجموع ما ينفقه على مجموع ما يستلمه).¹

حيث يؤثر تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر على ميزان المدفوعات من خلال تأثيره على حساب رأس المال فيؤثر على موقف سوق النقد الأجنبي وعلى سعر الصرف.² وبذلك يكون الأثر المباشر في الفترة القصيرة للاستثمارات الأجنبية هو زيادة حصيلة ال نقد الأجنبي لدى البلد المضيف، وبذلك يستطيع زيادة وارداته دون الحاجة لزيادة مستوى الصادرات، إلا أن الآثار الايجابية في ميزان المدفوعات في المدى المتوسط والبعيد غالباً ما

¹ - عبد الرزاق حمد حسن الجبوي، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص 82.

² - يعقوب علي جانقي، علم الدين عبد الله بانقا، تقييم تجربة السودان في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر وانعكاسها على الوضع الاقتصادي مؤتمر الاستثمار والتمويل، تحت عنوان (الاستثمار الأجنبي المباشر FDI)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، شرم الشيخ، 18-21 كانون الأول، 2005-2006، ص 23.

تكون سلبية، ذلك أن الآثار الإيجابية في ميزان المدفوعات والملازمة لتدفق الاستثمار الأجنبي المباشر ت قلب بعد فترة إلى آثار سلبية، حيث يعمل نشاط الشركات الأجنبية على زيادة في استيراد البلد المضيف من السلع والخدمات، وهذه الشركات تبدأ في تحويل أرباحها إلى البلد الأم، ودفع التمويل الوارد إلى تلك الشركات وفوائده من المصارف في الخارج، إضافة إلى تحويل جزء من مرتبات العاملين الأجانب في هذه المشروعات إلى الخارج، فتزداد الضغوط على ميزان المدفوعات للبلد المضيف بسبب سياسات التسعير للصادرات و الواردات التي تتبعها الشركات الأجنبية.¹

وبصفة عامة فإن دراسة وتقييم أثر الاستثمارات الأجنبية على ميزان المدفوعات في الدول المضيفة يستلزم تحديد ودراسة ما يلي:²

- مقدار الزيادة في النقد الأجنبي الناتج عن الزيادة في الواردات من السلع والخدمات المختلفة؛
- مقدار التدفق في النقد الأجنبي نتيجة التصدير؛
- القروض التي تحصل عليها الشركات الأجنبية من الخارج؛
- مقدار الأجور والمرتبات والحوافز الخاصة بالعاملين الأجانب المحولة للخارج؛
- نوع المشروع الاستثماري وهل هو يتصف بكثافة رأس المال أو كثافة العمالة؛
- الضرائب والرسوم المفروضة على الصادرات والواردات، وفرق العملة ومعدلات التضخم وأسعار الفائدة؛
- القيمة المضافة على مستوى الاقتصاد الوطني ككل.

ثانيا- الأثر على التقدم التكنولوجي:

إن موضوع التكنولوجيا موضوع مهم فهو يهم كل دول العالم بصفة عامة والدول النامية بصفة خاصة نظرا لما تلعبه من دور بارز في إستراتيجية التنمية، وبلوغ هذا الهدف سعت الدول النامية إلى تشجيع الاستثمارات

¹ - عبد الرزاق حمد حسن الجبوي، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص 82-83.

² - نزية عبد المقصود محمد مبروك، الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية، مرجع سبق ذكره، ص 436-437.

الأجنبية المباشرة التي أصبحت وسيلة هامة في نقل التكنولوجيا وهذا للأسباب التالية:¹

1- التكنولوجيا الجديدة ربما لا تكون متاحة تجاريا، إذ قد تفرض الشركات المبتكرة بيع تكنولوجيتها عن طريق اتفاقية التراخيص، كما أن التكنولوجيا المنقولة بواسطة فروع الشركات المتعددة الجنسيات تكون أكثر حداثة من تلك المباعة عن طريق اتفاقيات التراخيص؛

2- يساعد الاستثمار الأجنبي المباشر على إيجاد منافسة بين فروع الشركات الأجنبية والشركات المحلية، وتعتبر هذه المنافسة ضرورية لشيوع وانتشار التكنولوجيات، وبصفة خاصة في ظل حماية الشركات المحلية من منافسة الواردات؛

3- يقدم المستثمرون الأجانب شكلا من تدريب العمالة، والتي لا يمكن أن تتحقق أو تتوافر في الشركات المحلية أو عن طريق شراء تكنولوجيات الخارج.

ثالثا- الأثر على العمالة:

لا يساهم الاستثمار الأجنبي المباشر في زيادة عدد العاملين بشكل مباشر فقط بل بشكل غير مباشر أيضا، فالدول التي تسعى إلى جلب الاستثمارات الأجنبية، تقوم بتوفير مناخ اقتصادي مناسب، وبالتالي فهي تقوم بتشجيع المواطنين على إقامة مشاريع لتقدم الخدمات المساعدة واللازمة للشركات الأجنبية مما يزيد من عدد المشاريع التي تؤدي بالضرورة إلى خلق مناصب عمل جديدة، كما يضمن الاستثمار الأجنبي بشكل محسوس زيادة كفاءة وعدد العمال، وهو يساعد على عدم هجرة الشباب المكون داخل الجامعات خارج الوطن بحثا عن عمل يناسب طموحاتهم، أو يجنبهم التوجه إلى عمل لا يتناسب مع تخصصهم الدراسي وبالتالي إهدار الأموال التي وجهت لتكوينهم.²

رابعا- الأثر على التنمية الاقتصادية:

نتيجة حصول الكثير من البلدان النامية على استقلالها السياسي، كان لزاما على هاته البلدان العمل على

¹ - داود خيرة، أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على التشغيل في الدول العربية، (دراسة حالة الجزائر)، رسالة ماجستير في علوم التسيير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، الجزائر، 2009-2010، ص 60.

² - عباس أميرة، دراسة قياسية لتأثير الاستثمار الأجنبي المباشر على مستوى التشغيل في الجزائر (1974-2007)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2010-2011، ص 18.

تحقيق التنمية الاقتصادية، خاصة بعد معاناتهم لسنوات طويلة من القهر والاستعمار والتخلف، وزيادة الإحساس لدى شعوب هاته البلدان وحكوماتها بضرورة تحقيق مستوى من العيش الكريم ومواكبة الدول المتقدمة، وكل ذلك يحتاج إلى استثمارات ضخمة وبالتالي فهي تتطلب رؤوس أموال طائلة قد تعجز عن توفيرها بمواردها الذاتية الحقيقية وحدها، فتلجأ إلى الاستثمارات الأجنبية باعتبارها الطريق الوحيد لانجاز عملية التنمية، ويفيد الواقع أن الدول التي استعانت بالاستثمار الأجنبي قد حققت معدلات نمو مرتفعة، وعليه فإن هذه الاستثمارات من الممكن أن تلعب دورا حيويا في جهود التنمية الشاملة في البلدان النامية إذا تمكنت هذه البلدان من توجيه وتنظيم وتخطيط هذه الاستثمارات بصورة جيدة، خاصة أن هذه الاستثمارات تعتبر مصدرا جيدا للحصول على رؤوس الأموال التي تمثل محورا أساسيا لأي برنامج تنموي في البلدان النامية.¹

خامسا- الأثر على هيكل السوق المحلي:

تتمتع الشركات الأجنبية المستثمرة بوضع احتكاري أو شبه احتكاري في أسواق الدول المضيفة، وذلك راجع إما لانفراد تلك الشركات بإنتاج أصناف أو سلع متميزة لا يتوفر لها بدائل في تلك الأسواق، وتلك الشركات تستحوذ على شريحة كبيرة من طلب السوق لتلك السلع في الدولة المضيفة التي تكفل لها القيادة السعرية، لذا من الآثار السلبية التأثير على السوق الوطنية من خلال تعريض العديد من الشركات المحلية إلى مشاكل في تصريف منتجاتها، الأمر الذي يستوجب على الدولة المضيفة وضع سياسة حمائية لبعض الصناعات الناشئة من خلال وضع إطار تشريعي تنظيمي يكفل استمرار نشاط هذه الشركات.²

سادسا- الأثر على السياسة الاقتصادية ومفهوم السيادة والاستقلال:

يعتبر الاستثمار الأجنبي المباشر وسيلة الدول المصدرة له للسيطرة على البلدان المضيفة له، بغرض توجيه القرار السياسي فيها، وبالتالي يعرض مصالحها الاقتصادية إلى التبعية، وهناك وقائع كثيرة تثبت استخدام الدول المصدرة لرأس المال لأساليب تهدف إلى فرض إرادتها السياسية على هذا البلد النامي أو ذاك.³

¹ - نزيه عبد المقصود محمد مبروك، الآثار الاقتصادية للاستثمارات الأجنبية، مرجع سبق ذكره، ص 471.

² - زيدان محمد، الاستثمار الأجنبي المباشر في البلدان التي تمر بمرحلة انتقال، نظرة تحليلية للمكاسب والمخاطر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، العدد الأول، 2004، ص 120.

³ - عمر هاشم محمد صدقة، ضمانات الاستثمارات الأجنبية في القانون الدولي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 26.

وعليه فإن الشركات المتعددة الجنسيات يمكن أن تشكل خطرا على سيادة الدول وترهن قرارها السياسي، خاصة إذا ما تعرضت مصالحها للخطر.

المطلب الثاني: مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر بالنسبة للدول المضيفة

يرى العديد من الباحثين أن الاستثمار الأجنبي المباشر يعتبر أحد القنوات الخارجية لتمويل المشاريع الاقتصادية والخدمية في البلدان المضيفة، ولكن هذا لا يمنع وجود مخاطر تلازم الاستثمار الأجنبي المباشر لعل أهمها:¹

- إن مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر لا تتجه غالبا إلى المجالات الأكثر أهمية في الاقتصاد والتي يمكن أن تحقق الآثار الإيجابية التي تم التطرق إلى معظمها فيما سبق، وبحيث لا يتم من خلال توجهات هذه المشروعات إحداث تطور حقيقي في الاقتصاد بسبب أنها تتجه نحو إقامة مشروعات هامشية غير منتجة وفي مجالات خدمية مثل الخدمات المالية والسياحية وغيرها... والتي لا توفر خدمة ضرورية لعمل الاقتصاد وتطوره وتلبية احتياجات أفراده الأساسية.

- إن الاستثمار الأجنبي المباشر وخاصة في حالة توجهه نحو مراحل الإنتاج الأولي في الدول النامية والتي تنخفض القيمة المضافة المحققة في هذه المرحلة التي تقوم بالإنتاج فيها مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر والذي يرافقه تصدير هذا الإنتاج الأولي إلى الخارج ويتم تحويله إلى منتجات أخرى من خلال الصناعة التحويلية، والحصول على القيمة المضافة التي تولدها المراحل اللاحقة و التي تفوق عدة أضعاف القيمة المضافة التي تحقق في مرحلة الإنتاج الأولي وتحصل عليها مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر وتحرم الدول النامية من الحصول عليها ومن الإمكانية التي توفرها استخدامهما في تطوير اقتصاديات هذه الدول.

- تعتمد مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر في الغالب على تكنولوجيا غير مناسبة للدول النامية ودرجة تطورها، وإستراتيجية التطور فيها ولا تتناسب مواردها ولا تلي احتياجاتها، حيث أنها تعتمد في الغالب على تكنولوجيا كثيفة رأس المال، وبذلك هي لا توفر فرص عمل كافية لتشغيل فائض العمل في الدول النامية، ويؤدي

¹ - بن داود هبية، واقع وآفاق تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر في دول شمال إفريقيا خلال الفترة (1995-2004) مع التركيز على الجزائر، مصر، المغرب، تونس، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة حسينية بن بوعلوي، الشلف، 2004-2005، ص 52-53.

التركيز على التقنية العالمية في الإنتاج إلى إحلال الآلية محل الإنسان، وينتج عن هذه الظاهرة تسريح عدد كبير من العمال وبذلك تنخفض مساهمة الاستثمار الأجنبي المباشر في توفير فرص العمل.

- إن الاستثمار الأجنبي المباشر يمكن أن يؤدي إلى انخفاض حدة التفاوت في الدول من خلال الزيادة التي تتحقق في دخول بعض فئات المجتمع ترتبط بها مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر بها وعدم انتفاع الفئات الأخرى في المجتمع من مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر وهذا يخلق فئات في المجتمع مرتبطة في مصالحها بهذا الاستثمار وتعمل على توفير الدعم له وتحقيق مصالحه وهو الأمر الذي يمكن أن يزيد من حدة الصراع الاجتماعي والسياسي في الدول النامية التي تعمل فيها هذه المشروعات.

- إن مشروعات الاستثمار الأجنبي المباشر قد تؤثر على ميزان المدفوعات سلباً، وبالذات عندما لا توفر هذه المشروعات القدرة على التصدير أو لا توفر إمكانية للإحلال على الواردات، وعندما تفوق التحويلات المرتبطة بهذا الاستثمار أي عوائد الاستثمار وأرباحه الحجم الأصلي لهذا الاستثمار، وهذا يجعل تيار التدفق يخرج من الدول النامية المستقبلية لهذا الاستثمار، ونتيجة له يفوق تيار التدفق الذي يدخل إليها عن طريقه ومن ثم زيادة حدة العجز والاختلال في موازين مدفوعاتها.

المطلب الثالث: مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر بالنسبة للدول القائمة به

هناك مجموعة من المخاطر التي يواجهها الاستثمار الأجنبي المباشر، ومن ورائه الدول القائمة به تتمثل

في:¹

أولاً- خطر حجم السوق في الدول المضيفة:

حيث لا يشجع السوق الصغير على الاستثمار إلا إذا كان قريباً من المواد الخام أو من أسواق أخرى كبيرة، وعادة ما يعبر عن حجم السوق بالنتاج المحلي الإجمالي.

ثانياً- خطر التضخم:

¹ يوسف سعداوي، تسيير مخاطر الاستثمار الأجنبي المباشر مع إشارة لحالات بعض الدول العربية، أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الثالث، جوان 2008، ص ص 183، 184.

تعكس ارتفاع معدلات التضخم حالة عدم استقرار في السياسة الاقتصادية، وهذا ما لا يشجع

الاستثمار الأجنبي المباشر لأن التكلفة النسبية للإنتاج في الاقتصاد ستزداد بالمقابل.

ثالثاً- خطر تغيرات سعر الصرف:

والمتمثلة في درجة المخاطر على جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة المترتبة على تغيرات سعر الصرف،

من خلال أن التغيرات الكبيرة والمفاجئة في سعر الصرف سوف تجعل المبالغ التي تم استثمارها في البلد وبعد تحويلها إلى عملة بلد المستثمر أقل، وهذا ما يشكل خطر كبير يمكن أن يواجهه المستثمر الأجنبي مما يدفع إلى تخفيض الاستثمارات الأجنبية المباشرة مستقبلاً في هذه الدولة، ولقد أثبتت التجارب الحديثة أن تقلبات أسعار صرف العملات من الممكن أن تؤدي إلى مخاطر اقتصادية جمة سواء على المستوى الكلي (كأن تكون سبباً مباشراً في حدوث التضخم) أو على المستوى الجزئي بضياح مكاسب المشروع على درجة قد تؤثر على بقاءه واستمراره.

رابعاً- البنية الأساسية:

تعد البنية الأساسية غير المتكاملة واليد العاملة غير المدربة بشكل كفاء عناصر طرد للمستثمرين

الأجانب.

خامساً- الاستقرار السياسي:

يتولد من عدم الاستقرار السياسي تأثير سلبي على قرارات الاستثمار للشركات الأجنبية وتخفيض من قيمة موجودات المستثمر الأجنبي في ذلك البلد.

كما تبقى أهم مخاوف المستثمر الأجنبي عند مباشرته الاستثمار في الدول المضيفة هي:

1- نزع الملكية:

لكل دولة ذات سيادة الحق في تنظيم ملكية الأجانب للأموال وحيازتها واستثمارها في القطاعات الاقتصادية المختلفة داخل إقليمها، كما أن لها الحق كذلك في منع الأجانب بشكل كلي أو جزئي من ممارسة هذه الحقوق داخل اختصاصها الإقليمي، ومع ذلك فإن الدولة قد تسمح للأجانب بتملك الأموال واستثمارها بطريق قانوني في إقليمها.¹

¹ - دريد محمود السامرائي، الاستثمار الأجنبي و الضمانات القانونية، مرجع سبق ذكره، ص 104.

2- المصادرة:

هي إجراء تتخذه السلطة العامة في الدولة وتستولي بمقتضاه على ملكية كل أو بعض الأموال أو الحقوق المالية المملوكة لأحد الأشخاص وذلك دون أداء أي مقابل كم عرفها البعض بأنها أخذ الممتلكات الخاصة من قبل الدولة بدون تعويض، مهما يكن شكل ذلك.¹

3- التأميم:

ترجع أولى تطبيقاته إلى عام 1918 عندما تعرض مبدأ الملكية الفردية للانحياز وفقدت هذه الملكية طابعها المطلق في كل من المكسيك وروسيا.²

ويعرف التأميم بأنه "عمل من أعمال السيادة تنتقل بموجبه وسائل الإنتاج وبعض الأنشطة المعينة من الأفراد والهيئات الخاصة إلى الدولة من أجل استغلالها لخدمة المصلحة الجماعية".³ وهو غير عملي حالياً منذ انهيار المعسكر الاشتراكي.

1 - عمر هاشم محمد صدقة، ضمانات الاستثمارات الأجنبية في القانون الدولي، مرجع سبق ذكره، ص36.

2 - دريد محمود السامرائي، الاستثمار الأجنبي و الضمانات القانونية، مرجع سبق ذكره، ص 111.

3 - عمر هاشم محمد صدقة، ضمانات الاستثمارات الأجنبية في القانون الدولي، مرجع سبق ذكره، ص40.

خلاصة:

من خلال دراستنا الاستثمار الأجنبي المباشر يتضح لنا أنه يحظى بأهمية كبيرة من طرف الدول النامية و المتطورة على حد سواء، حيث تعتبر مساهمته إحدى أهم العلاقات الاقتصادية الدولية، إذ تنتقل من خلالها الموارد الاقتصادية بصورة عامة بغرض المساهمة في عمليات التنمية الاقتصادية و ذلك عن طريق استخدام أحدث التطورات التقنية و الفنية في الإنتاج، و لم تعد مسألة السماح لرأس المال الأجنبي بالدخول إلى البلدان من عدمه تشكل أهمية كبرى في هذا المجال، فقد أصبح اهتمام الحكومات ينصب على طريقة استقطاب هذا الاستثمار و جذبته إلى البلد.

و نظرا لهذا التطور، فقد كان لابد على الدول المضيفة تقديم المزيد من التحفيزات و الضمانات لجلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة، من اجل تأهيل اقتصادياتها و إكساب ميزات تنافسية تمكنها من رفع مركزها التنافسي على المستوى الدولي.

يمكن القول بأنه بالرغم من تنافس الدول النامية على اجتذاب مقادير كبيرة من الاستثمار الأجنبي، حيث أصبحت الحوافز و الضمانات الممنوحة لاجتذابه أكثر سخاء و أوسع انتشارا، إلا أن الأمر ليس كله خير، و إنما هناك سلبيات و مخاطر يجب أخذها بعين الاعتبار و بكل حذر.

الفصل الثاني:

مفاهيم عامة حول السياحة وأسسها

تمهيد:

تعد السياحة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ خلق الله الأرض ومن عليها، وذلك لبحث الإنسان عن قوته وأمنه، وقد أصبحت فيما بعد ظاهرة اجتماعية وثقافية، وانعكست تلك الظاهرة على التطور الحضاري لشعوب العالم، حيث يمكن الحكم على تقدم البلد الحضاري والعلمي من خلال السياحة كونها نشاط حركي لها أبعادها الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية .

وتطورت السياحة وأصبح لها أسس وقواعد وعدة جوانب مختلفة، وتتكون من عدة عناصر وأركان حيث يمثل كل ركن صناعة قائمة بذاتها، فالسياحة هي صناعة خدمات ولكنها تجمع في مظلتها كثير من الصناعات والقطاعات المختلفة، لذا لا يزال تقدمها وتطورها وتوسعها ينمو بصورة سريعة جدا فهي تعتبر صناعة القرن فقد أصبح لها دور مؤثر في الدخل القومي للدول حتى صارت مصدرا أساسيا لبعض الدول في العالم يعتمد عليها اقتصاد الدولة.

والسياحة تبنى على مجموعة من الأسس تتكامل فيما بينها لتفعيل النشاط السياحي، وهي أرض خصبة للممارسة الطاقات الخلاقة ولرعاية أنواع خاصة من العلاقات بين السائح وابن البلد المستقبل للسواح وبين السائح والبيئة التي يعيشها أثناء سياحته.

السياحة لها بعد استراتيجي فعال، فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة، وترتبط ارتباطا وثيقا بالتنمية حتى أنه أعلن المجلس العالمي للسياحة سنة 1994 بأن السياحة أكبر الصناعات العالمية دخلا للاقتصاد القومي، علاوة على مساهمتها التنموية في الجانب الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي والبيئي .

وعليه مرادنا من دراسة وتحليل هذا الفصل هو معرفة:

مبحث أول: مفاهيم عامة حول السياحة.

مبحث ثاني: أبعاد السياحة، أركانها، مكوناتها ومقومات الجذب السياحي

مبحث ثالث: أسس السياحة

مبحث رابع: الآثار الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية والبيئية للسياحة

المبحث الأول : مفاهيم سياحية

لم تعد السياحة كظاهرة إنسانية واجتماعية عالمية هي ذاتها حركة الانتقال التي بدأت في صورتها القديمة، فلقد طرأت على السياحة تغيرات كثيرة أدت إلى تنوع أنماطها واختلاف تراكيبها، وفي هذا المبحث تم تسليط الضوء على أهم المفاهيم السياحية من خلال المراحل التي مرت بها وتطورها التاريخي إلى غاية المرحلة الحالية، وكذلك أهم أنواع السياحة وخصائصها.

المطلب الأول: نشأة السياحة وتطورها التاريخي

لقد عرفت ظاهرة السفر منذ القدم بوصفها كظاهرة طبيعية تختم على الإنسان الانتقال من مكان لآخر لأسباب متعددة، وكانت ظاهرة السفر في فجر التاريخ بسيطة وبدائية، ثم تطورت هذه الظاهرة البسيطة حتى أصبحت في هذا العصر علما يدرس بعد مرورها بعدة مراحل، و سوف نخوض بنوع من التفصيل لهذه المراحل من خلال تشخيص مميزات كل مرحلة.

أولاً- مرحلة الحضارات القديمة:

تميزت هذه المرحلة الحضارية بعدة سمات لعل أهمها معرفة الطرق بدرجات متباينة من حيث الخصائص والتوزيع الجغرافي مما أسهم في سهولة السفر والترحال لأغراض مختلفة، واستطاع الإنسان خلال هذه الفترة اكتشاف العديد من الطرق والتعرف على خصائصها الجغرافية نتيجة كثرة تنقله وتحركاته¹ وكان من أهم العناصر المؤثرة في عملية الترحال والتنقل "وسائل النقل" أما بالنسبة لصعوبة السفر في ذلك الوقت لا بد وان نؤكد على حقيقة عدم وجود الدولة التي تستطيع تأمين وسائل النقل والأمان وغيرها من الظروف لدواعي السفر، وكان الانتقال في ذلك الوقت لأسباب مختلفة وربما من أهمها هو السعي وراء الأكل والماء، ثم بدأ هناك بعض الترحال من اجل هدف آخر يتعلق بحب الاستطلاع والتعرف على الثقافات والشعوب الأخرى، ولا بد هنا من ذكر سبب آخر في هذه الحقبة دفع إلى التنقل وهو السبب الديني فقد كانت الكثير من هذه الرحلات هدفها ديني، ويتعلق بالاهتمام بالأماكن الدينية وزيارتها والعمل على دراستها وبالتالي فإن عملية السفر كان أساسها ديني وليس ترفيهي²

ثانياً- مرحلة العصور الوسطى:

¹ منال شوقي عبد المعطي أحمد، دراسة في مدخل علم السياحة، طبعة أولى، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر، 2010، ص21

² أسامة صبحي الفاعوري، الجغرافيا السياحية بين النظرية والتطبيق، بدون طبعة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص63-64

سادت هذه المرحلة في الفترة الممتدة بين حوالي القرن 15 ونهاية القرن 15 ميلادي¹ وأصبحت السياحة نوعاً آخر كان الهدف منه الدعوة، الوعظ، الإرشاد، العمل، طلب العلم والتجارة... الخ وقد قام البغدادي بالترحال والسفر حتى أكمل كتابه المشهور "الرحلة في طلب الحديث" وهذا يدل كل الدلالة على أن الإسلام لا يعني الانقطاع والاعتكاف والعزلة، وإنما الترحال لفائدة العلم والترويج المفيد.²

وكان دور أوروبا في حركة الأسفار محدوداً في العصور الوسطى وبرزت الدول العربية الإسلامية كمركز إشعاع فكري وتطور علمي في الفترة ما بين القرنين الثامن والرابع عشر ميلاديين، أين تطورت الأسفار بمختلف دوافعها وبواعثها، وقد أسهموا في ذلك إسهاماً رائداً في وضع الأسس الأولى للسفر والسياحة فكانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراءً، وكانتا تشكّلان مركزين ثقافيين يستقطبان طالبي العلم بهدف الدراسة والتعلم، وتطور الوازع الديني عند المسلمين خلال هذه المرحلة مما أدى إلى السفر سنوياً لأداء طقوس الحج في مكة والمدينة المنورة علاوة على زيارة بيت المقدس في فلسطين.

وتطور عند العرب السفر بدافع حب الترحال والاستكشاف حيث رافق ذلك تطور صناعة الورق، حتى قام الرحالة بإعداد مخطوطات دونوا فيها انطباعاتهم عن الأماكن التي وصلوا إليها وقاموا بوضع الخرائط للبلدان التي زاروها.³

ثالثاً- مرحلة العصر الحديث:

ويمكن تقسيم هذه المرحلة إلى ثلاث مراحل:

1 -مرحلة عصر النهضة: بدأ المسافرين بين القرن الرابع عشر والسابع عشر تدفعهم الرغبة في زيادة الخبرة والمعرفة بالسفر إلى مواقع تاريخية وأثرية وزيارة بلدان بعيدة بهدف الاستطلاع ، ففي بريطانيا أقرت "إيليزابيث الأولى" شكل السفر بعربات الخيل للسياسيين وطلاب الجامعات مثل "أكسفورد" و"كامبردج" كما قامت في بريطانيا منح للدراسة و السفر ونشرت شهادات للسفر فترتها سنتين أو ثلاث وفتحت الباب للتخصص، وبدأ إصدار جواز السفر للمسافر يؤخذ منه في مركز المغادرة ويزود بجواز جديد خاص بكل بلد يريد زيارته، وكان شكل من النقد بحوزة المسافر حيث بدأت بطاقات الاعتماد بشكل يشبه شيكات المسافر اليوم، ومسافرو

¹ كواش خالد، السياحة، مفهومها، أركانها وأنواعها، طبعة أولى، دار التنوير، الجزائر، 2007، ص12

² أسامة صبحي الفاعوري، مرجع سبق ذكره، ص70

³ نعيم الظاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، طبعة ثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص16-17

"إيليزابيث" كانوا يتوجهون إلى إيطاليا مروراً بباريس وفرانكفورت وعمت الرحلات الإيليزابيتية فأصبحت تعرف بالرحلة الكبرى وصدر حينها دليل سفر للمسافرين نشر سنة 1778¹

2 -مرحلة الثورة الصناعية:

في أواخر القرن 18 وبداية القرن التاسع عشر اتجه السواح إلى القارات الأخرى عابرين البحار والمحيطات إلى القارات الحديثة مثل أمريكا وأستراليا، وقد أحدثت الثورة الصناعية تغيراً واضحاً في وسائل المواصلات وتطورها الذي أدى إلى سهولة السفر والتنقل واختصار الوقت، مما أدى إلى زيادة عدد المسافرين². هنالك أربعة عوامل اجتمعت مع الثورة الصناعية كانت أساس التغيير هي:³

- الآلة الجديدة: والتي ساعدت في زيادة القدرة على إنتاج السلع

- أنواع جديدة من الطاقة التي طورت لتسهيل الإنتاجية ونقل أكبر عدد من الناس لمسافات أطول

وبتكاليف أقل .

- أساليب جديدة للاستخراج واستخدام المعادن والتزويد بمختلف السلع الجديدة

- الاكتشافات الكبيرة والمدهشة التي ساعدت في منتجات جديدة ومهن وحرف و سلع جديدة كانت قد

أثرت بشكل كبير على السياحة.

3 - مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية:

ويسمى أيضاً (عصر السياحة الجماعية) ويبدأ هذا العصر مع انتهاء الحرب العالمية الثانية عام 1945 وحتى

الوقت الحاضر⁴ ويلاحظ في هذه المرحلة التطور الذي حصل في الطائرات لنقل الركاب المدنية والسيارات

والقطارات وسهولة التنقل هذا بدوره ساعد كثيراً على التطور وازدياد حركة السياحة ورافقها تطور في طرق

المواصلات وتطور الفنادق والبنية التحتية والفوقية⁵.

¹ مصطفى يوسف كافي وآخرون، مبادئ في السياحة، طبعة أولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص46

² ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، بدون طبعة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان ن الأردن، بدون سنة نشر، ص18

³ اسامة صبحي الفاعوري، مرجع سبق ذكره، ص74-75

⁴ نعيم الظاهر، سراب الياس، مرجع سبق ذكره، ص22

⁵ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص19

فأصبحت السياحة ذات طابع دولي ومأمون من المخاطر، مما أدى إلى ازدياد وسطي الدخل للفرد ووقت الفراغ وعوامل أخرى لنشوء ظاهرة السفر الجماهيري، وتغيرت حياة الإنسان وخاصة في الدول المتقدمة مما دفع به إلى التمتع بلذات السياحة والسفر¹. ما تم تحقيقه من تقدم هائل في هذه الصناعة هو نتيجة الجهود الكبيرة التي تبذلها الدول السياحية والمنظمات العالمية والمؤسسات والقطاعين العام والخاص، فسهولة و حرية التنقل وضمان السلامة العامة والخاصة للأفراد وممتلكاتهم ووسائل النقل الحديثة والسريعة، والتطور الهائل في وسائل الاتصال، والانفتاح العالمي والعمولة كل ذلك ساعد وبشكل أساسي في تطور هذه الصناعة وجعلها ضمن أهم ثلاث صناعات في القرن الواحد والعشرين، بالإضافة إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال فحاليا الكثير من دول العالم المتقدم والنامي تحاول أخذ حصتها من هذه الصناعة بل هناك الكثير من الدول التي تعتمد اعتمادا كليا على السياحة والدخل المتأتي منها².

المطلب الثاني: مفهوم السياحة والسائح وأسباب الاهتمام بالسياحة.

هناك عدة مفاهيم مختلفة اختارها علماء الاقتصاد والسياحة لتكون نواة أساسية لمعنى السياحة على الرغم من أن هناك بعض التحفظات على تلك المفاهيم إلا أنه يجب سردها وشرح ما بها من معاني وتحديد ما بها من تحفظات، بالإضافة إلى الرجوع للأسباب التي أدت للاهتمام بالسياحة.

أولا- مفهوم السياحة:

على اعتبار أن السياحة مجموعة من النشاطات ذات أوجه متعددة فليس من السهل إيجاد تعريف واحد متفق عليه حول معنى السياحة بالضبط، فبقدر ما يوجد مختصون ومؤلفون في هذا المجال بقدر ما توجد تعاريف مختلفة للسياحة نذكر منها:

السياحة في اللغة: تعني التجوال وعبارة ساح في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض كما ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في عدة مواضع فيقول الله تعالى " فسيحوا في الأرض أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَعَلَّمُوا أَنْكُمْ غَيْرَ

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص47

² أسامة صبحي الفاعوري، مرجع سبق ذكره، ص75

مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ"¹ وبالتالي السياحة في الشريعة الإسلامية تعني ذلك النشاط الذي تقيده جملة من التعاليم الشرعية مع إتباع آداب الشريعة لتفادي الأخطاء والمحرمات التي نهانا عنها الإسلام.

أما السياحة اصطلاحاً: فهي مجموعة العلاقات التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة للشخص الأجنبي في مكان ما وأن لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي².

ومن أجل تبسيط مفهوم السياحة سوف نورد بعض التعاريف كما يلي:

= يرى البعض أن السياحة ظاهرة اجتماعية تشتمل على انتقال أشخاص من نطاق إقامتهم المعتادة إلى نطاق أماكن أخرى داخل أو خارج دولهم.³

ويلاحظ أن هذا التعريف بالرغم من انه تعريف جامع حيث جمع بين السياحة الداخلية والخارجية إلا أنه غير شامل لأنه لم يوضح الهدف من الانتقال فهل هو بهدف الكسب أم بهدف الترويح عن النفس.

= وعرفها زيد منير سلمان بأنها "عملية انتقال الإنسان من مكان لآخر لفترة زمنية بطريقة مشروعة تحقق المتعة النفسية وهي ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق منه الحاجات المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو الروتيني والإحساس بجمال المناظر الطبيعية والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة"⁴

ثانياً- تعريف السائح:

إن لجنة خبراء السياحة بعصبة الأمم سنة 1937 قد أعطت تعريف للسائح ضمن عدة تصنيفات كما يلي:⁵

- ✓ الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة أو الأسباب الصحية أو الخاصة.
- ✓ الأشخاص الذين يسافرون من أجل حضور اجتماعات سواء كانت علمية أو إدارية أو سياسية، دينية أو رياضية.... الخ.

¹ سورة التوبة، الآية رقم 02

² محمود كامل، السياحة الحديثة، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1975، ص16

³ أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، طبعة أولى، دار الوفاء للطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر، 2008، ص15

⁴ زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، طبعة أولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص ص 15-16

⁵ صلاح الدين عبد الوهاب، نظرية السياحة الدولية، دار الهناء للطباعة والنشر، مصر، 1992، ص

- ✓ الأشخاص الذين يسافرون في رحلات بحرية حتى لو كانت مدة الإقامة أقل من ساعة.
- ✓ وقد استثنت اللجنة من تعريف السائح قائمة الأشخاص التالية:
- ✓ الأشخاص الذين يريدون الحصول على إقامة دائمة.
- ✓ الأشخاص الذين يسافرون إلى بلد أجنبي قصد الحصول على عمل.
- ✓ الطلبة والدارسون في المعاهد العلمية والأقسام الداخلية .
- ✓ سكان الحدود والأفراد الذين يقيمون في الدولة لكنهم يؤدون أعمالهم في دول أخرى.
- ✓ المسافرون العابرون للبلدان الأجنبية حتى إن دامت مدة العبور أكثر من 24 ساعة.

وقد عرف مؤتمر روما العالمي للسياحة عام 1963 السائح "أنه من يزور بلدا غير بلده الذي يقيم بصورة دائمة ومعتادة لأي سبب من الأسباب عدا قبول وظيفة بأجر في البلد الذي يزوره أي تغيير مكان الإقامة المعتادة لفترة مؤقتة. وبعبارة أوضح تغيير البيئة الاجتماعية لأي غرض غير غرض العمل بأجر." ¹

وقد عرف أيضا على انه "الشخص الذي يسافر خارج محل اقامته الأصلي أو الاعتيادي لأي سبب غير الكسب المادي والدراسة سواء كان في داخل بلده(السائح الوطني) أو في بلد غير بلده (السائح الأجنبي) ولفترة تزيد عن 24 ساعة وأن تقل عن ذلك فهو يعتبر قاصد للترهة" ².

ويكمن أن نعرف المسافر لغرضين:

1 - السواح: الذين يزورون بلد أو مدن لأكثر من 24 ساعة للأغراض التالية:

- ترفيه، التمتع، الرحلة، عطلة، صحة، دين، رياضة، ثقافة، تاريخ.... الخ.

- أعمال، مؤتمرات.

- عوائل اجتماعية.

- اجتماعات، أعمال، مؤتمرات، فن.... الخ.

- أخرى

¹ مصطفى يوسف كافي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص19

² ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص27

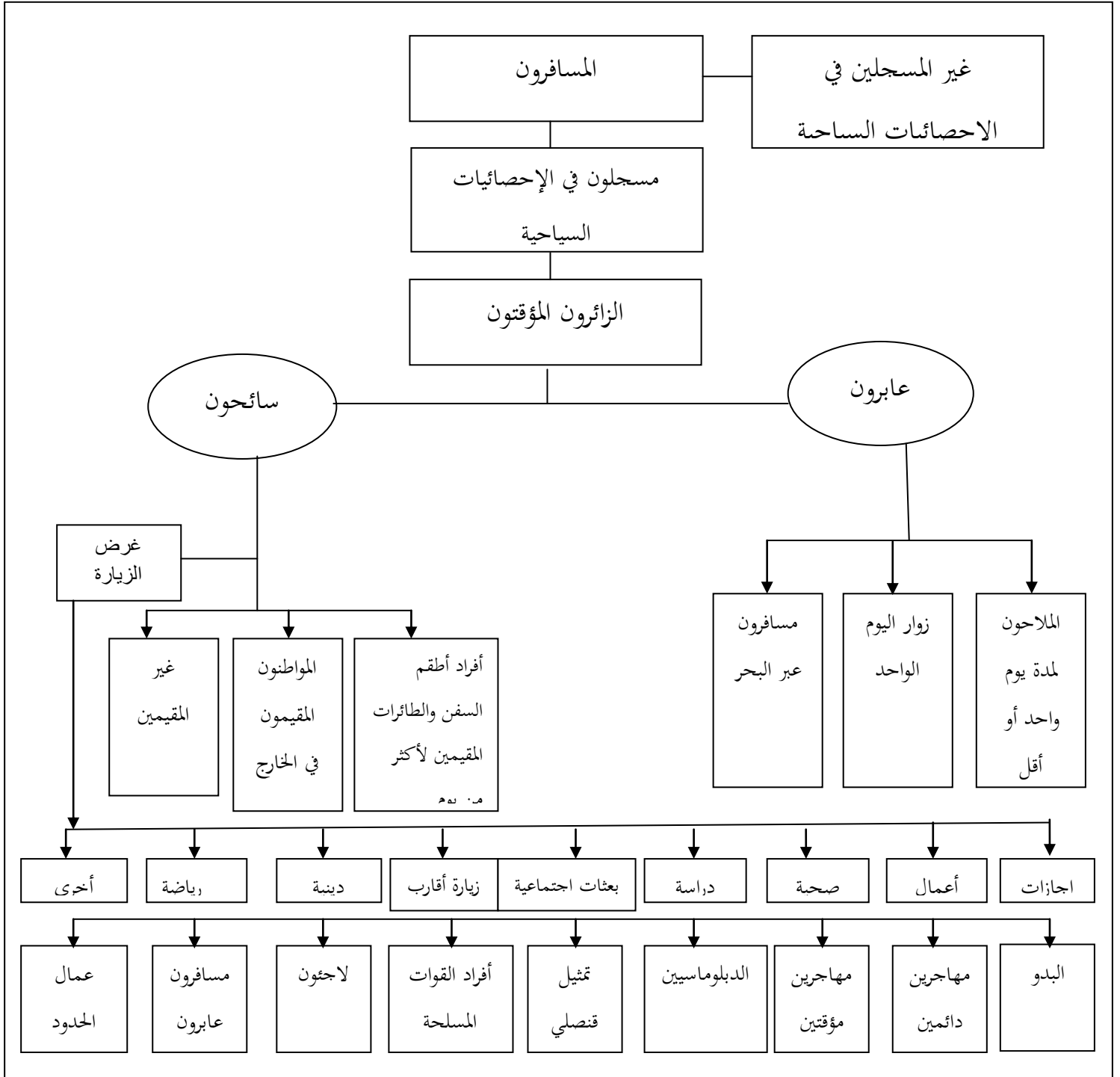
2 - المتزهين:الذين يزورون المناطق لأقل من 24 ساعة وهؤلاء لا يدخلون ضمن تقسيم السواح وانما يعتبرون متنزهين.

كما عرف أيضا السائح بأنه " الشخص الذي يقوم برحلة أو رحلات بغرض الترويح أو التثقيف، أو من أجل الاهتمامات الخاصة أو لكون منطقة الاستقبال مفضلة لديه."¹

وهكذا يلاحظ أن التعاريف لتحديد السائح متعددة ومختلفة في بعض الأحيان ولكي نستقر على تعريف متكامل للسائح نستعين بالشكل التالي:

¹ محمد صبحي عبد الحكيم، حمدي أحمد الديب، جغرافيا السياحة، الطبعة الثانية، المكتبة الأنجلومصرية، القاهرة، 2001، ص2

شكل رقم (1-2) تعريف السائح



المصدر: مصطفى يوسف كافي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص20

ثانيا- دوافع السياحة

إن البحث في موضع الدوافع يعد من الأمور بالغة الصعوبة حتى بالنسبة للباحثين المحترفين ، فالأبحاث تؤكد على حقيقة أن للناس دوافع مختلفة ، ولكل فرد دوافع متباينة و متغيرة هذا يعني ببساطة أن للفرد أكثر من دافع واحد ، بل أمامه دوافع كثيرة قد يضطر للاختيار عدد منها أولا يختار أي منها على الإطلاق ، فهناك العديد من الدوافع ليست على مستوى واحد من الأهمية و عليه سنحاول عرض أهم الدوافع التي تتمثل فيما يلي:

1 - دوافع ثقافية ، تاريخية ، تعليمية و نوجزها فيما يلي:¹

- مشاهدة الآثار و تاريخ الحضارات القديمة و المواقع الأثرية مثل الأهرامات ، جرش ، مدينة بابل

إلخ

- مشاهدة القلاع مثل : قلعة حلب ، قلعة الحصن وقلعة صلاح الدين .

- مشاهدة بعض الأحداث المهمة في العالم أو حضور مهرجان أو حفلات ثقافية أو معارض مثل معرض

دمشق الدولي ، مهرجان بصرى الشام ، مهرجان تدمر السياحي ...إلخ .

- الإطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى و التعرف على حياتهم و أعمالهم و ثقافتهم و نمط حياتهم

الاجتماعية و الحضارية و الثقافية و اكتشاف أشياء جديدة لغرض العلم و الثقافة و المعرفة .

- مشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم .

- معرفة ما يدور من حوادث الساعة و التقدم العلمي أي التعرف على حقيقة ما يدور من أخبار و

حوادث.

2 - دوافع دينية:تتمثل هذه الدوافع في²

- السفر بدافع الحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة، القدس و الفاتيكان لغير المسلمين

و كذلك زيارة الأماكن الدينية المشهورة مثل أضرحة الصحابة أو جامع الحسيني في القاهرة أو زيارة مرقد

الإمام عبد القادر الكيلاني في بغداد أو زيارة مرقد الإمام على كرم الله وجهه في النجف و كربلاءإلخ

- رحلات العمرة إلى مكة المكرمة و خاصة في رمضان و يوجد مقترحات أن تنظم المملكة السعودية

رحلات سياحية إلى العمرة وزيارة المدينة و بعض أضرحة الصحابة.

¹ مصطفى يوسف كافي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 54.53

² ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره ، ص 49

3 - دوافع الترفيه و الترويج تتمثل في ما يلي :¹

حيث يكون الدافع لذلك هو الهروب من نمط الحياة الروتينية التي اعتاد عليها الأفراد و الابتعاد عن صحب المدينة و الرغبة في حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ أو في المناطق الجبلية .

4 - دوافع عرضية : وتسمى كذلك بالاجتماعية وتتمثل في²

- زيارة البلد الأم بتحديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن الميلاد و أماكن قضاء الطفولة أو أماكن سكن الأهل ، الأقارب إلخ

و هذا الدافع ينشأ بقوة بالنسبة للمغتربين عن بلدهم و يولد لديهم حافز قوي بزيارة بلدهم الأم

- الرغبة في زيارة أماكن سبق و أن زارها الأصدقاء في البلد الأم و تركت انطباعا معين لديهم .

5 - دوافع صحية : وتكون في السياحة بهدف³

- الابتعاد عن الجو البارد والثلوج والتوجه إلى أماكن دافئة أو الابتعاد عن الجو الحار والتوجه إلى الأماكن باردة خاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى .

- السفر لغرض العلاج والمداواة.

- السفر لغرض النقاهاة والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية بعد إصابة شخص

بمرض أو أزمة نفسية أو التمتع بالجو الصافي والهواء النقي.

6 - دوافع اقتصادية : وتكون السياحة بسبب انخفاض الأسعار في بلد ما قد يؤدي إلى تدفق السياح

للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل وقد يكون الغرض من السفر

تبعاً لهذه الأهداف هو الأعمال أو الحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال أو حضور المؤتمرات

والندوات.⁴

7 - دوافع رياضية: ويكون الدافع من السفر هو المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب

معينة مثل التزلج على الجليد أو ممارسة رياضة الصيد أو الغطس تحت الماء أو غيرها، أو قد يكون الدافع من السفر

¹ منال شوقي عبد المعطي أحمد، دراسة في مدخل علم السياحة، مرجع سبق ذكره، ص97

² ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، صص 49-50

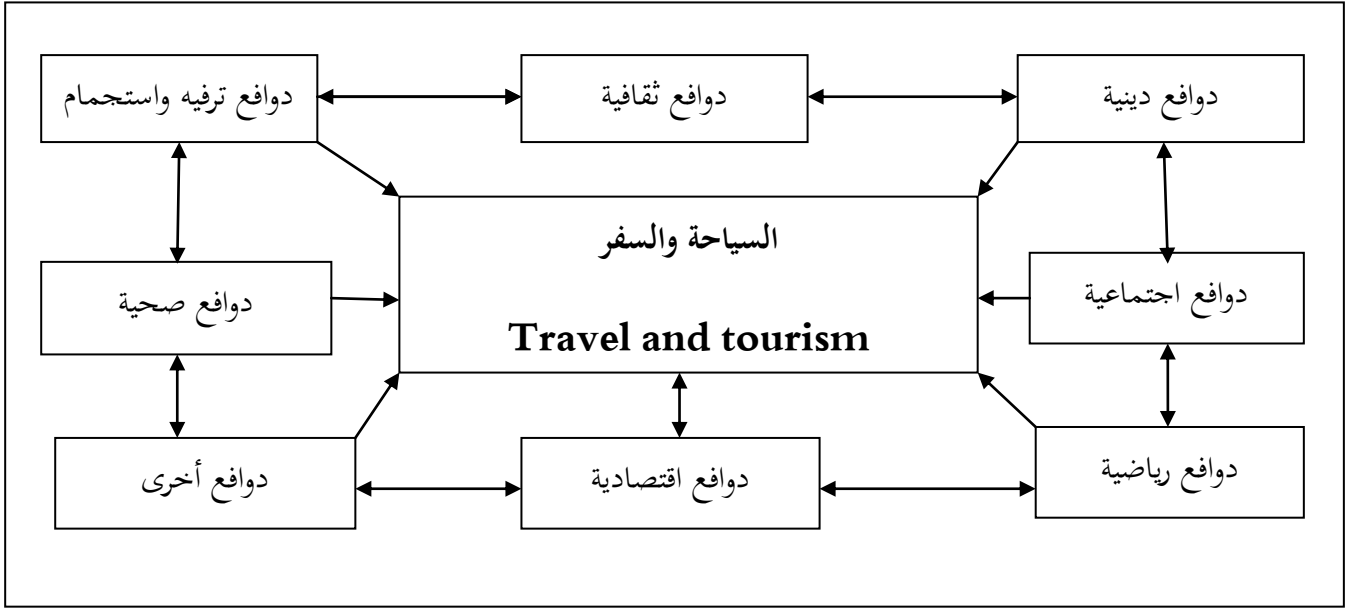
³ نفس المرجع السابق، ص50

⁴ منال شوقي عبد المعطي أحمد، مرجع سبق ذكره، ص98

هو مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق رياضي.¹

والشكل التالي يوضح دوافع السياحة والسفر

شكل رقم 2-2 دوافع السياحة والسفر



المصدر: مصطفى يوسف كافي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص58

المطلب الثالث: أنواع السياحة

البواعث على السفر والترحال تحركها عوامل عدة، وذلك حسب الحاجة الملحة لدى الفرد في تحقيقها، فقد يكون الباعث للسياحة هو الرغبة في التعرف على عادة وثقافة معينة أو مشاهدة رياضة يتوق إلى رؤيتها أو للترفيه عن النفس بحضور أعمال فنية متعددة أو غير ذلك، إذا الأنواع تختلف وفقا للاحتياجات المختلفة التي تكمن خلفها وتحركها ومن هذا المنطلق فإننا يمكن أن نقسم السياحة لأكثر من نوع أهمها:

أولاً- السياحة الدينية:

¹ منال شوقي عبد المعطي أحمد، دراسة في مدخل علم السياحة، مرجع سبق ذكره ، ص 98

وهي السياحة التي تعتمد على زيارة السياح للمواقع المخصصة للشعائر الدينية سواء في الإسلام أو الديانات الأخرى، فنجد موسم الحج والعمرة بالنسبة للمسلمين حيث هناك مكة المكرمة والمدينة المنورة والمواقع المرتبطة بها مثل عرفة،منى، المزدلفة، بالإضافة إلى المواقع الدينية القديمة التي تستهوي السياح للتعرف عليها وعلى ما يقام فيها من فعاليات من قبل المرتادين إليها كالمساجد الأثرية، ومواقع العبادة القديمة للأديان الأخرى، وتأتي المملكة العربية السعودية في مقدمة ممارسة هذا النوع من السياحة حيث تحتضن الحرمين الشريفين، ثم القدس في فلسطين، وجامع الأزهر ومسجد الحسين بمصر كما هناك المعابد للديانات الأخرى في الهند واندونيسيا والصين¹.

ثانيا- السياحة التراثية والتاريخية:

إن المتاحف والتماثيل والمواقع التاريخية والبنائيات التي أنشأها الإنسان والآثار الشاخصة والتي اضمحلت تمثل ذكريات تاريخية مرئية لحقب من الحضارات القديمة، وهي تستقطب السياح الذين يتطلعون إلى هذه الشواخص التاريخية بنوع من التفاخر والاعتزاز فزيارتها توفر للإنسان فهما جيدا للحضارات التي ازدهرت ثم اضمحلت ولبعض السياح تعتبر السياحة التاريخية متعة لا تضاهيها متعة أخرى.²

ثالثا- السياحة العلاجية:

تعد من أهم أنواع السياحة نظرا لحرصها في أماكن محددة من الدول، حيث يقوم بها المرضى لتوفير العلاج من الأمراض التي يعانون منها، متجهين إلى مناطق تتميز بمناخها الصحي والمياه المعدنية أو الأعشاب الطبيعية والعيون الساخنة وحمامات الرمل وغيرها والتي تتميز بعضها ببعض الخصائص العلاجية.³

رابعا- السياحة الرياضية:

والغرض منها تهيئة الظروف لممارسة جميع الألعاب الرياضية، مثل الغطس،رحلات اليخوت،والانزلاق المائي حيث تتوفر الشواطئ البحرية بالبحر الأحمر ومناطق التصوير المائي في الغردقة.⁴

¹ هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، طبعة أولى، دار أسامة للنشر والتوزيع،الأردن،2012

² حميد عبد النبي الطائي،أصول صناعة السياحة،مرجع سبق ذكره،ص 257

³ مصطفى يوسف كافي،مرجع سبق ذكره،ص90

⁴ أحمد عبد السميع علام،مرجع سبق ذكره،ص28

خامسا- سياحة المؤتمرات:

وهي سياحة تشمل جميع أنواع المعارض وأنشطتها المختلفة مثل المعارض الصناعية والتجارية والفنية ومعارض الكتاب، فمن خلالها يستطيع الزائرون التعرف على آخر الإنجازات التكنولوجية والعلمية للبلدان المختلفة والتي تعتبر من عوامل الجذب السياحي وتنشيطه، ويتطلب هذا الصنف توافر عوامل عدة مثل اعتدال المناخ وتوافر المرافق ووسائل الاتصالات والمواصلات ووجود الفنادق¹

سادسا- السياحة الاجتماعية:

وتسمى أيضا السياحة الشعبية، ويمكن تعريفها بأنها كافة الأنشطة والممارسات الهادفة للتعرف على القيم والعادات وتقاليد المجتمعات الأخرى وذلك من خلال سفر أو انتقال الأفراد إلى البلدان التي تشكل بالنسبة إليهم مجتمعات ذات ثقافة حضارية تتميز عن مجتمعاتهم وتستحق الزيارة والاهتمام بها وذلك لتحقيق المزيد من المعرفة بها والتعايش معها.²

سابعا- السياحة الترفيهية:

يعتبر هذا النمط من السياحة من أقدم الأنماط السياحية التي عرفها العالم، حيث تشير بعض الدراسات إلى أن السياحة الترفيهية هي أكثر أنماط السياحة جذبا للسياح على مستوى الكثير من دول العالم السياحية ويقصد بها الانتقال من مكان الإقامة لمكان آخر لفترة قصيرة قد تكون يوما واحدا لغرض الاستمتاع والترفيه والترويح عن النفس.³

ثامنا- السياحة الثقافية:

يتضح من العنوان بأنها تهتم بإشباع الرغبة المعرفية والمعلوماتية لدى السائح، حيث أن مجموعة من السياح تهتم بالتعرف على الحضارات القديمة وزيارة المناطق الأثرية التي تحتوي على شواهد تاريخية مهمة، وترتكز على الطبيعة

¹ علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مدخل صناعة السياحة والضيافة، طبعة أولى، دار المسيرة النشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 165

² محمد عبيدات، التسويق السياحي (مدخل سلوكي) طبعة ثالثة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 159

³ منال شوقي عبد المعطي أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 60

الذهنية للإنسان كما أن المواقع التي يأتيها الزائر يزورها مرة ثم لا يعاود الرجوع إليها مرة أخرى، إلا أن يكون برفقة آخرين لتعريفهم بها، وتشتمل السياحة الثقافية مقومات مثل المتاحف والمواقع الأثرية والتمتع بالفنون الجميلة والتعرف على حياة الناس وتقاليدهم.¹

تاسعا- السياحة البيئية:

تعتمد السياحة البيئية على فريدة العلاقات القائمة بين البشر والبيئة المحيطة بهم، حيث توجد جزر يتعايش الإنسان والحيوان معا في ظل نظام بيئي فريد من نوعه، هذه الإرادة هي التي تجذب السياح للإطلاع على دراسة هذا النوع من العلاقات ويمكن اعتبار المحميات الطبيعية جزءا من هذا النظام البيئي ويعتبر علماء الأحياء في مقدمة السياح الذين يستمتعون بالسياحة البيئية لأنها تحسب في مجال اهتمامهم وتخصصاتهم إلا أن هناك أناس عاديين جدا يدفعهم الفضول للعودة إلى الطبيعة للإطلاع على هذا النظام الذي خلقه الله سبحانه وتعالى درساً وموعظة لعباده.²

المطلب الرابع: خصائص السياحة

لقد تميز النشاط السياحي بجملة من الخصائص التي تجعله يختلف عن باقي الأنشطة الاقتصادية الأخرى ويمكن حصرها كالاتي:³

- إن السياحة في المقام الأول هي صادرات غير منظورة أي أنها واحدة من الصناعات النادرة التي يقوم المستهلك بالتنقل بنفسه للحصول عليها في مكان إنتاجها، فهي لا تنتقل إليه، كما هو في معظم السلع الأخرى، وعلى ذلك فإن الدولة المضيفة لا تتحمل أي أعباء لنقل تلك السلعة إلى المستهلك (السائح) وبذلك تحتفظ بالعملة الصعبة التي كان يمكن لها إنفاقها في حالة تصدير أي سلعة أخرى، علاوة أن هذا المنتج السياحي ورغم أنه صادرات فمن المعروف أن أي صادرات تخضع لرسم جمركية وفي هذا المنتج فإن الدولة المصدرة لا تتحمل أي أعباء جمركية، وكل هذه النفقات يتحملها السائح.⁴

¹ هباس رجاء الحربي، مرجع سبق ذكره، ص30

² حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، بدون طبعة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 254

³ نعيم الظاهر، سراب الياس، مرجع سبق ذكره، ص 31-32

⁴ أحمد عبد السميع علام، مرجع سبق ذكره، ص 343-344

- السياحة باعتبارها نشاط فهي عبارة عن مزيج مركب ومعقد يتكون من العديد من الظواهر والعلاقات الاقتصادية و الاجتماعية والثقافية والحضارية والإعلامية... الخ.
- السياحة نشاط يتولد من حركة الأفراد إلى مناطق غير موطن إقامتهم الدائمة، وهي بذلك تحتوي على عنصر حركي (ديناميكي) هو الرحلة وعنصر ثابت (مستقر) هو الإقامة المؤقتة.
- الأنشطة التي يمارسها السائح في أماكن القصد السياحية تختلف عن الأنشطة التي يمارسها في موطن إقامته الأصلية.
- الإقامة وقتية والحد الأدنى لها 24 ساعة والحد الأعلى لها سنة، أما الأنشطة التي تترتب على إقامة الأفراد لفترة تقل عن أربعة وعشرين ساعة يعد نشاطا ترويجيا وليس سياحيا.
- السياحة تعني استغلال وقت الفراغ والإجازات بالأنشطة وفعاليات تبعث البهجة والمتعة والسرور في نفسية الإنسان .
- السياحة في كونها نشاط مرتبط بعنصر مهم هو عنصر وقت الفراغ والإجازات وفي حالة عدم توفر هذا العنصر لا تتحقق الرحلة السياحية.
- يجب أن لا يكون القصد من السفر والانتقال المؤقت للحصول على عمل وبأجر مدفوع في داخل البلد المزار .
- يجب أن تكون أماكن القصد السياحية ليست موطن إقامة السائح نفسه، بغض النظر عن كونها قريبة أو بعيدة، داخل الحدود الإقليمية أو خارجها وبناء على ذلك فإن حركة السياح داخل حدود القطر تعتبر سياحة داخلية أو محلية وخارج حدود القطر تعتبر سياحة خارجية أو عالمية.
- يجب أن تكون عملية انتقال السياح بطريق مشروع ويستثنى من كان خلاف ذلك .

المبحث الثاني: أبعاد السياحة، أركانها، مكوناتها ومقومات الجذب السياحي

لقد أصبحت السياحة من ضمن أكثر الخيارات المتاحة والأكثر تبريرا و أما برامج التنمية في ظل المتغيرات العالمية والتحديات المعاصرة باتت من أهم الصناعات التي تضع على أساسها بعض الدول استراتيجياتها التنموية. فالسياحة تعد ظاهرة مركبة تتكون من مجموعة من المتغيرات متنوعة وعلاقات قائمة، ولها عدة أبعاد وجوانب مختلفة وهي تتكون من عدة عناصر وأركان، حيث يمثل كل ركن أو مكون صناعة قائمة بذاتها. وعليه نحاول من خلال هذا المبحث تحديد أهمية السياحة ومختلف مكوناتها وعناصر الجذب السياحي.

المطلب الأول: أهمية وأبعاد السياحة

أولاً- أهمية السياحة: تعد السياحة أحد الأنشطة التي تتمتع بأهمية كبيرة في عالم اليوم كونها صناعة قائمة بذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها، وتقوم عليها اقتصاديات الكثير من الدول .

فالسياحة تعتبر من أكبر الصناعات في العالم والتي تساهم في دعم الاقتصاد المحلي والعالمي وينفق المستهلكون في الدول المتقدمة على السفر والسياحة أكثر مما ينفقون على المواد الأخرى،¹ وهذا ما يفسر دعمها للاقتصاد المحلي والعالمي من خلال ما تجذبه للبلد من عملة صعبة ورؤوس أموال.

كما تساعد السياحة في تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة وتزداد أهميتها في الدول النامية حين تهدف إلى تحقيق فائض أو موازنة في مجال ميزان المدفوعات وتحقيق فائض في مجال العملة الصعبة وتحقيق صناعة سياحية صادرة غير منظورة.²

والسياحة تشمل جميع الأنشطة الاقتصادية داخل الدولة وخارجها فهي تؤثر وتتأثر على نشاط

الإنتاج، الاستهلاك، النقل، الرحلات، الاتصالات، المطارات، الفنادق، البنوك وعمليات التجارة الداخلية والخارجية.¹

¹ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، عمان، 1996، ص31

² زيد منير سليمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية، عمان، ط1، 2008، ص16

إن السياحة لا تعد شرفا بل تنامت ونشطت وأصبحت الآن صناعة العصر والمستقبل، فقد أصبح من يعمل في قطاع السياحة يساوي عدد العاملين في الصناعات الخمس التالية: الإلكترونيك، الكهرباء، الحديد والصلب، النسيج والسيارات. وينتقل قطاع السياحة في الترتيب الأول بالمقارنة مع القطاعات الأخرى في التجارة العالمية كما تمثل الخدمات 30% من حجمها، وتعتبر السياحة نشاطا أساسيا نظرا لأثارها المباشرة على القطاعات الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية للدول، فالسياحة نشاط ثري بفرص التشغيل فتشير الإحصائيات إلى أن عدد العاملين في القطاع السياحي بصورة مباشرة أو غير مباشرة 11% من قوى اليد العاملة في العالم،² لذلك أصبح لها دور أساسي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

كما تعد السياحة ظاهرة بشرية مركبة تبرز مدى ارتباط الإنسان بالأرض وخاصة بعد أن أصبح الإنسان يحتاج إلى استغلال وقت فراغه في المتعة والاستجمام من اجل تجديد نشاطه وزيادة قدرته على العمل والإنتاج مما زاد ذلك من أهمية السياحة وتطويرها.³

كما تزداد أهمية السياحة لتشعبها وتداخلها مع العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى، وحسب إحصائية المنظمة العالمية للتجارة تساهم السياحة بنسبة 06% من إجمالي الناتج العالمي وما نسبته 10% من قيمة الصادرات العالمية من سلع وخدمات ويمثل دخل السياحة المصدر الأول للعمالات الأجنبية حوالي 38% من دول العالم ومن أكبر خمس مصادر لبقية الدول أما عدد السياح الدوليين فسوف يبلغ 106 بليون سائح بحلول 2020⁴.

وعليه تزداد أهمية السياحة لتكون القاطرة التي تبحر تنمية باقي القطاعات وبدليل استراتيجي مهم في كثير من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء.

¹ زيد منير سليمان، الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص17

² هواري معراج، محمد سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، العدد 01، جامعة ورقلة، 2004، ص22

³ منال شوقي عبد المعطي أحمد، دراسة في مدخل علم السياحة، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الاسكندرية، ط1، 2010، ص84

⁴ زايد مراد، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني، حالة الجزائر، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة الجزائر، 10109، مارس 2010، ص05

فالسياحة ساعدت دول العالم النامي في التقرب من حضارات الشعوب الأخرى والانتفاع من خيارات الدول المتقدمة في بناء الفنادق والجسور والمنتجعات السياحية، وشق الطرقات والأنهار وتحويل مساراتها بشكل خدم الطبيعة التي كانت مهملة في معظمها، وللسياحة من الأهمية اليوم بحيث أصبحت سفيرا لإزالة المعوقات الخاصة باللغة والعرق والجنس والطبقات الاجتماعية، كما أن السياحة ساهمت في الحفاظ على آثار الأمم والشعوب من خلال الحماية والتجديد، وينبغي أن لا ننسى حقيقة أن السياحة صناعة دائمة للصناعات التقليدية ومكملة لها فمن خلال السياحة وعمليات تطویرها تتلاقى الشعوب في الثقافات وتنتعش النفوس الباحثة عن التجدد والتغيير بعيدا عن الروتين والنمطية لدرجة أن المفكر "ليفارنوس" يصف السياحة بغذاء الروح والنفس¹.

فالسياحة كصناعة راقية تحترم نفسها تضع من المدخلات الراقية مما يؤدي إلى مخرجات راقية، فالمدخلات هي البني التحتية والبيئة المادية التي تعزز الصناعة بها وتسعى لتطویرها والحفاظ عليها والناس القائمون على تقديم الخدمة من حيث الكفاءة، الجدارة، الاحترام للنفس والغير و المدخلات هي أخلاقيات مهنة السياحة التي تلتزم بها الصناعة وتتفاخر بها، أما المخرجات فهم المسافرون، السياح الراضون عن الخدمات والممولون لمؤسسة الضيافة التي تستطيع أن تلي طلباتهم ورغباتهم وتحقق لهم إنجازات تفوق توقعاتهم².

إضافة إلى أهمية السياحة على البعد الاقتصادي، لها أهمية وأهداف تتعلق بالإنسان ذاته فعملية السفر أو الانتقال من بلد لآخر لا تكون عينية، بل أحيانا بسبب الحصول على العلم والترفيه والترويح عن النفس واكتساب خبرات والتعرف على الشعوب الأخرى وهذا ما يعرف بالسياحة الروحانية، وهذه الأهمية تظهر في الأبيات الشعرية التي ذكرها الإمام الشافعي رحمه الله حيث يقول:³

ترحل عن الأوطان في طلب العلا

ففي الأسفار خمس فوائد

تفريج هم واكتساب معرفة

علم و آداب وصحبة ماجد

¹ حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص38

² المرجع السابق، ص ص39-40

³ أسامة صبحي الفاعوري، الجغرافيا السياحية بين النظرية والتطبيق، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص71

ثانيا- مبادئ السياحة : لم تغفل المنظمة العالمية للسياحة البعد الاقتصادي، البشري، الاجتماعي والثقافي للسياحة عند إعداد القانون العالمي لأخلاقيات السياحة¹ في شهر أكتوبر 1999 بسنتياغو (الشيلي) والذي نص على المبادئ العشرة التالية:²

- مساهمة السياحة في التفاهم بين الإنسان والمجتمع والاحترام المتبادل بينهما .
- السياحة عامل ازدهار شخصي وجماعي .
- السياحة عامل تنمية مستدامة .
- السياحة تشغل التراث الثقافي والبشري وتساهم في إثرائه .
- السياحة نشاط ذو منفعة للبلد في المستقبل .
- التزامات الفاعلون في مجال التنمية السياحية .
- الحق في السياحة (السياحة للجميع) .
- حقوق العاملين والمستثمرين في الصناعة السياحية .
- تطبيق مبادئ القانون العالمي لأخلاقيات السياحة .

وتنص المبادئ التسعة الأولى على القواعد التي يجب أن يحترمها مختلف الفاعلين (الاتجاهات، الحكومات، المتعاملين، وكلاء الرحلات، عمال القطاع، السواح) ويحدد المبدأ العاشر إجراءات تطبيق المبادئ المذكورة، و ينص أيضا على إنشاء لجنة دولية لأخلاقيات السياحة التي تتولى الفصل في النزاعات المرتبطة بتطبيق القوانين أو توضيحها.

المطلب الثاني: أركان السياحة

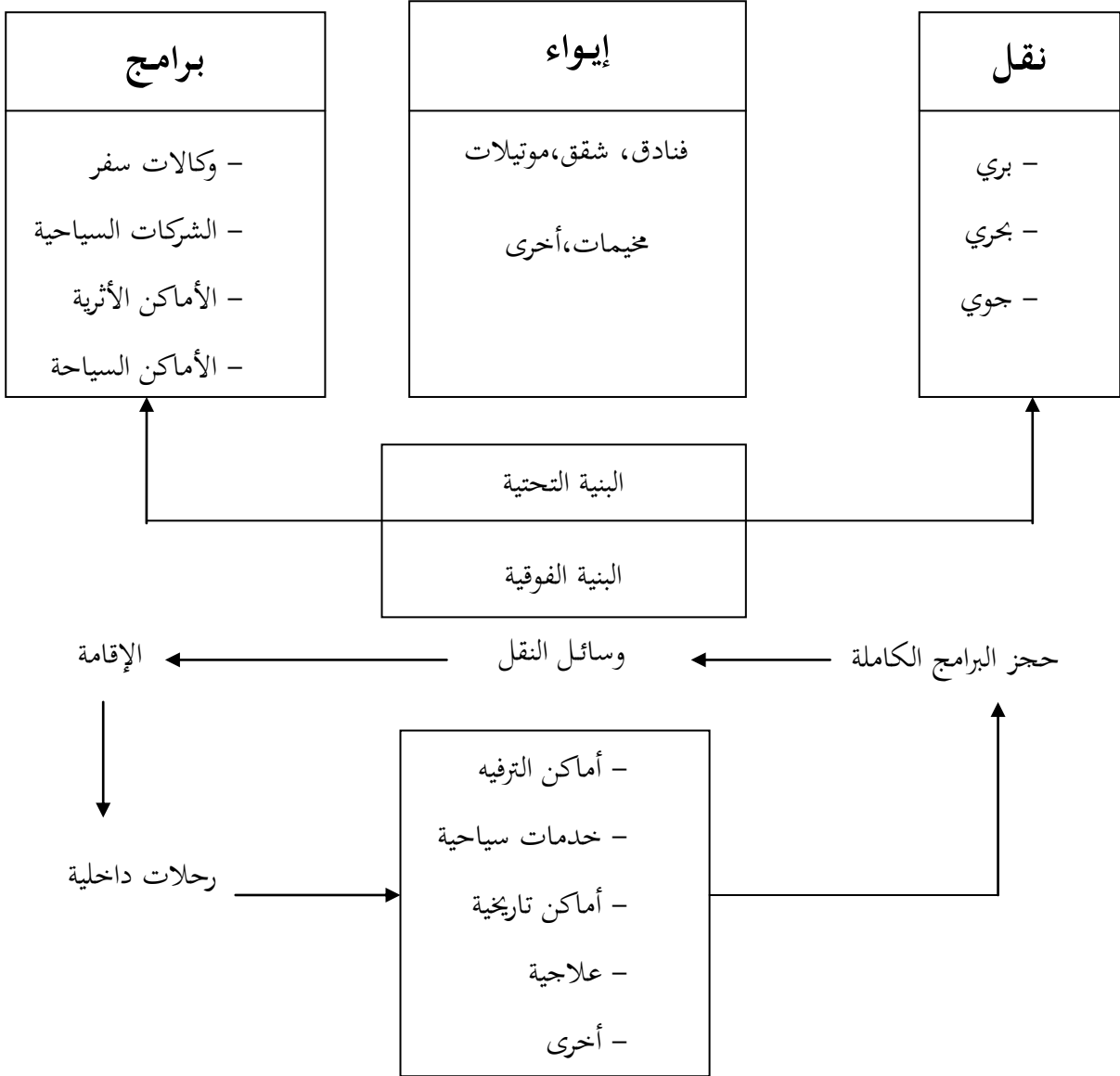
كما سبق وذكرنا تعد السياحة ظاهرة مركبة من عدة عناصر وأركان بحيث يشكل كل ركن منها صناعة قائمة بذاتها كصناعة النقل، الفنادق... الخ.

¹ تعتبره المنظمة العالمية للسياحة بمثابة اطار مرجعي لتطوير السياحة بشكل عقلاي ومستدم مع مطلع الالفية الجديدة.

² مدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها، رسالة ماجستير، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005/2006، ص26

ويمكن توضيح هذه الأركان من خلال الشكل التالي

شكل رقم: 2-3 أركان السياحة



المصدر: ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص43

ومن خلال الشكل يتضح أن أركان السياحة تنقسم إلى:

أولاً- النقل: تطور السياحة مرتبط بشكل مباشر مع تطور المواصلات في المنطقة فمن المهم ان تكون جميع المناطق السياحية سهلة الوصول من خلال شبكة من الطرق البرية أو الممرات المائية ليتسنى للمسافر زيارة الأماكن السياحية المختلفة متوخين في ذلك حصول المسافر على أكبر قدر من الراحة والسرور والبعد عن كل المتاعب و الأخطار¹، فلا يمكن أن تنشأ السياحة وتتطور بدون وسائل النقل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها.

فاعمل النقل يعد من عوامل الجذب السياحي الهامة والذي يساهم في ازدهار صناعة السياحة وروجها، فبواسطة الطريق يتم ربط المنطقة السياحية (مناطق العرض السياحي) بأسواق الطلب السياحي وعن طريق وسائل النقل يتم توفير متطلبات أنشطة السياحة والترويج،فمما لا شك فيه أن عامل سهولة الوصول إلى المناطق السياحية يعد من العناصر المهمة لعملية الجذب السياحي.²

وتتعدد وسائل النقل المستعملة في صناعة السياحة والترويج من قبل السياح لعدة عوامل أهمها: الإمكانيات المادية للسائح وطول الرحلة السياحية وعدد أفراد الفوج السياحي في مقدمتها.³

ويتضمن قطاع النقل السياحي عناصر متعددة أهمها:⁴

1 - البرية: وتشمل السيارات الخاصة والمؤجرة،الباصات السياحية، السيارات السياحية،القطارات، الدراجات النارية.... الخ.

2 - البحرية: وتشمل المراكب، الزوارق، اليخوت.... الخ .

3 -الجوية: وتشمل الطائرات النفاثة،والطائرات العادية،والطائرات العمومية.

ويمكن أن نوجز خصائص بعض هذه الوسائل ودورها في تنشيط السياحة فيما يلي:⁵

أ -**السكك الحديدية:** وتعد من الوسائل الهامة في مجال تنشيط السياحة كونها وسيلة مريحة يقبل عليها المسافرون، وتتوفر على كافة الخدمات الأساسية بالإضافة إلى أنها تتيح فرصة التمتع بالمناظر الجميلة، كما انها

¹ خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية،دار وائل،عمان،ط2003،ص28

² منا شوقي،دراسة في مدخل علم السياحة،مرجع سبق ذكره،ص ص 108-109

³ نفس المرجع، ص ص109-110

⁴ ماهر عبد العزيز،صناعة السياحة،مرجع سبق ذكره،ص 44

⁵ منال شوقي عبد المعطي أحمد،دراسة مدخل في علم السياحة،مرجع سبق ذكره،ص ص 111-112

تتميز بانخفاض ثمنها نسبياً، إلى جانب أن معظم محطات السكك الحديدية تكون في مكان مناسب للوصول إلى الفنادق والحصول على الكثير من الخدمات المتعلقة بحمل الأمتعة والجمارك والبنوك والاستعلامات وغيرها، ونجد أن دول القارة الأوروبية من أفضل الدول التي تحسن استخدام هذه الوسيلة في أغراض السياحة.

ب - السيارات: تعد من الوسائل الأكثر استخداماً وأقدرها على المرونة والحرية في الحركة، ويتوقف نشاط حركة السياحة وخاصة الرحلات اليومية على مدى توفر ميزة القدرة على الحركة غير المقيدة وهي سمة توفرها السيارات الخاصة ومن العوامل التي ساعدت على انتشار السيارة الخاصة من أغراض الترويج والسياحة بدرجات متفاوتة في دول العالم تبعاً لمستويات الدخل وتوافر الخدمات المساعدة مثل انتشار المطاعم والفنادق، تناول الوجبات الجاهزة خاصة في الأقاليم التي تتوفر فيها أو بالقرب من المزارات السياحية.

ج - الحافلات: وتحتل جزء كبير من حركة النقل السياحي، حيث تستخدم على نطاق واسع في أغراض الترويج والسياحة في كثير من دول العالم لما توفره من الراحة للسياح فضلاً عن عامل توفير التكلفة.

ثانياً- الإيواء (الضيافة):

الضيافة هي الشعور بالترحيب الذي يتلقاه السائح عندما يرتاد أو يزور المنطقة السياحية وكذلك هي مجموعة الذكريات لمن قابل خلال زيارته، بالإضافة لذلك فهي تشتمل على التفاعل والتعامل مع السياح الآخرين وسكان المنطقة السياحية أو مع مستخدمي المطاعم، الفنادق، المحلات، التحف... الخ¹، فلا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون أماكن ضيافة أو الإيواء لأن أول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله لأي دولة أو أي مكان هو مكان مناسب للإقامة، إذ يبحث عنها قبل البحث عن الطعام والشراب والترفيه، والإيواء يمثل فنادق، شقق سياحية، غرف ويمثل أيضاً بصورة مباشرة الطعام والشراب².

وفي العادة ينفق السائح ما يقارب 25% من ميزانيته على وسائل الراحة التي تكون بشكل فندق، موتيل، نزل، بنسيون أو غيرها وحوالي 35% من ميزانية السائح تصرف على الطعام والشراب، بينما يجذب الكثير من السياح تناول الأطعمة المألوفة لديهم لكن غالبية المناطق السياحية تحاول ترويج ما لديها من طعام

¹ خالد مقابلة فن الدلالة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 29

² ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 44

وشراب للحصول على أكبر قدر ممكن من ميزانية السائح ولزيادة ما يسمى "بتأثير مضاعف السياحي" (multiplier effect tourisme).¹

ثالثا- البرامج: لا تنجح أي سياسة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقا أو عند وصوله للبلد، وهذه البرامج تشمل زيارة المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والراحة والمناطق فلاحية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية، بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى كالمحلات، الأسواق، المنتزهات، المنتجعات.²

رابعا- البنية التحتية للسياحة: مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها للقيام بأي مشروع أو منطقة سياحية، وتمثل في إنشاء الطرقات والجسور ومحطات توليد الكهرباء ووسائل الاتصال وشبكات الصرف الصحي ومصادر المياه النقية وغير ذلك من الخدمات العامة بالإضافة إلى الأمن والحماية وبالرغم من وجود بعض الأفراد ممن يفضلون المناطق السياحية ذات الحد الأدنى من الخدمات العامة مثل محبي الحياة الريفية ومفضلي الابتعاد عن حياة المدن، إلا أن الكثير من الأفراد يفضلون المناطق الساحلية التي تتوفر فيها معظم الخدمات.³

خامسا- البنية الفوقية للسياحة : وتشمل المنشآت والخدمات اللازمة للجذب السياحي لمنطقة ما مثل المساجد، الفنادق، المستشفيات، المطاعم، بيوت الشباب، الأسواق والمحلات التجارية، المتاحف التاريخية والمتخصصة، المنتزهات، المنشآت السياحية العامة والخاصة، الجمعيات الثقافية، مراكز الاستعلامات السياحية، مؤسسات الخدمات السياحية والمعارض وغير ذلك، ويتضح لنا من الأمثلة المذكورة لياكل البنية الفوقية مدى أهميتها في تسيير حياة الأفراد وأنشطتهم الترويجية أثناء السياحة.⁴

¹ خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، مرجع سبق ذكره ص ص 27-28

² كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003/2004، ص 27

³ سيد فتحي أحمد الخوالي، تخطيط وتنمية السياحة المستدامة في الدول العربية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، م 14، العدد 2000، ص 01، ص 11

⁴ سيد فتحي أحمد الخوالي، تخطيط وتنمية السياحة المستدامة في الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص 11

المطلب الثالث: مكونات السياحة

مهما تعددت انواع السياحة إلا أنها تتفق جميعها في عناصر سياحية ثلاثة، والتي تكون بالتالي المفهوم الواضح للسياحة لدى أي شعب من الشعوب العالم وتتداخل نشاطات السياحة مع العديد من المجالات، وفي ما يلي المكونات الأساسية الثلاثة للسياحة التي يجب أخذها بعين الاعتبار في أي عملية للتخطيط وهي:¹

أولاً- السائحون: وهي الطاقة البشرية التي تستوعبها الدولة المضيغة صاحبة المعالم السياحية وفقاً لمتطلبات كل سائح.

ثانياً- الموارد الثقافية(المعالم السياحية): بإختلاف أنواعها والتي تتمثل في أنواع السياحة وتقدم

التعريفات المختلفة لها فنجد منها السياحة البيئية والسياحة الفلاحية، الرياضية، الاجتماعية، سياحة التسوق، سياحة المغامرات، سياحة الشواطئ، السياحة الفضائية وسياحة الآثار، أي تشمل أيضاً عوامل وعناصر الجذب السياحي.

ثالثاً- المعرضون: وهي الدول التي تقدم خدمة السياحة لسائحيها بعرض كل ما لديهم من إمكانيات في هذا المجال تتناسب مع طلبات السائحين من اجل خلق بيئة سياحية ناجحة.

ومن اهم ما تقدمه هذه الدول:²

- 1 - مرافق وخدمات الإيواء والضيافة (فنادق، نزل، بيوت، ومطاعم واستراحات)
- 2 - خدمات مختلفة مثل مراكز المعلومات السياحية والسفر ومراكز صناعة وبيع الحرف اليدوية والبنوك والمراكز الطبية والشرطة والوكلاء السياحيين.
- 3 - خدمات النقل وتشتمل وسائل النقل على إختلاف أنواعها إلى المنطقة السياحية .
- 4 - خدمات البنية التحتية كالمياه الصالحة للشرب والكهرباء والتخلص من المياه العادمة والفضلات الصلبة وتوفير شبكة من الطرقات والاتصالات.

¹ لمياء حنفي، مقدمة عن شركات السياحة ووكالات السفر، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الاسكندرية، ط1، 2011، ص13

² خليف مصطفى غرابية، السياحة البيئية، دار ناشري للنشر الإلكتروني، 2012، ص 109-110 على الموقع www.nashiri.net

5 -عناصر مؤسسية تضمن خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة مثل سن التشريعات والقوانين والهيكل التنظيمية العامة ودوافع الجذب الاستثمار في القطاع السياحي وبرامج تعليم وتدريب الموظفين في القطاع السياحي.

كما تتكون الظاهرة السياحية من عدة عناصر على النحو التالي:¹

- عنصر حركي: وهو الانتقال من مكان لآخر.
- عنصر ثابت أو ساكن: وهو الإقامة في الدولة أو المنطقة التي يسافر إليها السائح.
- عنصر الإنسان: وهو فاعل كل من عنصر الحركة والثبات.
- مجموعة العناصر الطرفية: وتتكون من مجموعة كبيرة من العناصر تشمل العناصر الطبيعية والجغرافية والبيئية والتاريخية والحضارية وعناصر التسهيلات والخدمات السياحية وعناصر التنظيم والإدارة والنقل السياحي ووسائله.

والسياحة أيضا تتكون من ثلاث عناصر أساسية:²

- عنصر حركي: ويتضمن السفر إلى المكان أو الأماكن المختارة.
- عنصر السكن ويتضمن الإقامة أو الاستقرار في المكان أو الأماكن المختارة.
- عنصر تبعي: ناجم عن العنصرين السابقين والذي يختص بالآثار المترتبة على النواحي الاقتصادية والطبيعية والاجتماعية التي تتصل بالسائح بشكل مباشر أو غير مباشر.

المطلب الرابع: مقومات الجذب السياحي

يعتمد اتجاه التدفق السياحي داخل الأقاليم السياحية على حسب موقع مصادرها الحيوية الطبيعية والمناخية، وعناصر الجذب السياحي مرهونة بالوسائل المتاحة، فيمكن أن تكون المنطقة المقصودة نفسها مثل عالم ديزني أو

¹ ابراهيم بظاظو، الساحة البيئية وأسس استدامتها،الوراق للنشر والتوزيع،عمان2010،ص36

² نفس المرجع السابق،ص36

ان تكون المنطقة المقصودة ثانوية مثل منطقة ممتعة أو مغرية للزيارة لبضعة أيام في الطريق لمنطقة الجذب الأساسي، وتسمى هذه المناطق مناطق التوقف.¹

وعموما تمثل عوامل الجذب السياحي أو المغريات السياحية في مجموعة من العوامل أو المقومات الطبيعية والأثرية والاجتماعية ، كما تعتبر التيسيرات السياحية أحد عوامل الجذب السياحي كتبسيط إجراء السفر والجمركة والتسجيل واستبدال العملة ويمكن أيضا إضافة عامل الاستقرار السياسي والوضع الأمني لأن الدول التي تعاني نقصا في هذا الإطار تعرف حركة ضعيفة في السياحة والاستثمار السياحي .

أولا- المقومات الطبيعية: لكل منطقة يوجد مزيج فردي مميز من العناصر الطبيعية والجمال الطبيعي، وتعتبر هذه العوامل مقصدا للتمتع بجمال الطبيعة وأصبحت أساس صناعة السياحة في العديد من المناطق، وسهولة الوصول لمثل هذه المناطق ذات المصادر الطبيعية الجذابة هي من أهم ما يؤثر على معدل الطلب السياحي للمنطقة ومن ضمن المقومات الطبيعية نجد:

1 -الطقس والمناخ: يعتبر الطقس وصف لحالة درجة الحرارة واتجاه وسرعة الهواء والضغط الجوي والرطوبة والغيوم والأمطار والضباب، أما المناخ فهو تعبير عن تغيرات طويلة الأجل في حالات الطقس التي تتأثر بعدة عوامل، ولا يمكن القول بأفضلية الموارد الطبيعية في منطقة ما عن غيرها إلا من خلال تفضيلات الأفراد للأنشطة الترويجية التي يمارسونها خلال السياحة، فمثلا نجد أن تفضيل البعض لطقس معين يعتمد على تفضيلاتهم للأنشطة الترويجية، فالأمطار تعتبر من قبل العديد من الأفراد بأنها عائق على أنشطتهم الترويجية لما لها من أثر على الأفراد والطرق والمنتزهات .

إلا أن هناك بعض الأفراد يفضلون الطقس الممطر خاصة لمن يهوى جمع بعض الفطريات أو التمتع برؤية تدفق الأودية أو ظهور الزهور البرية، كما أن ارتفاع درجة حرارة الجو قد يكون مناسباً لمن يهوى السباحة بينما نجد انخفاض درجة الحرارة مناسب لمفضلي الثلج على الجليد.²

¹ خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص26

² سيد فتحى أحمد الخولي، تخطيط وتنمية السياحة المستدامة في الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص 09

2 -الموقع الجغرافي: للموقع الجغرافي أثره على السياحة حيث أنه كلما كان موقع منطقة الجذب السياحي قريبا من مناطق تصدير السائحين بحيث يمكن الوصول إليه بسرعة وبتكاليف قليلة كلما كان إقبال السائحين عليه كبيرا ومن أمثلة ذلك دول جنوب أوروبا ودول المغرب العربي، إذ تجذب إليها أعداد كبيرة من السائحين وذلك لقرب الموقع من منطقة تصدير السياح الأولى في العالم وهي دول شمال وغرب أوروبا.¹

3 -الجبال: تمثل الأماكن الجبلية مناطق جذب سياحية لأكثر من سبب كونها تتمتع بجمال المناظر والمناخ الجيد وذلك بتوفر أشعة الشمس ونقاء الهواء فضلا عن ارتباطها ببعض الرياضات مثل تسلق الجبال التزلج والسير لمسافات بعيدة.

4 -عيون المياه المعدنية: لقد اكتشف الإنسان منذ القدم مزايا المياه المعدنية في العلاج والاستشفاء فلا يقتصر ارتياد هذه العيون على أمراض معينة وإنما تشتمل كذلك الأصحاء الذين يرغبون في إراحة أعصابهم واللجوء إلى مكان تتوفر فيه أسباب الراحة والمتعة، وقد أصبحت اقتصاديات السياحة المعدنية ذات أهمية بالغة بالنسبة لبعض الدول الأوروبية كإيطاليا وأيرلندا.²

و إضافة إلى المناخ و الموقع الجغرافي و الجبال و العيون المعدنية توجد مغريات طبيعية كثيرة كالشواطئ و الصحاري و الواحات و الغابات و الشلالات.

ثانيا- المقومات الثقافية و العرفية : إن فضول السائح الأجنبي كثيرا ما يقودون إلى اكتشاف مجتمع أو شعب معين و ما ينفرد به من قيم ، عادات ، وسلوكيات وأسلوب الحياة ، وغالبا ما تتجسد هذه الظواهر في المهرجانات ، الفنون ، و الموسيقى و الرقص الشعبي والصناعة اليدوية ، الملابس ، الأزياء ، كما أن فضول السائح يوجهه إلى اكتشاف نمط العيش لبعض الشعوب الأصلية في أمريكا ، كندا ، أستراليا و الشرق الأوسط.³

ثالثا- المقومات التاريخية و الأثرية : تلعب المقومات التاريخية المتمثلة في المزارات التاريخية و الآثار القديمة دورا هاما في تحديد اتجاه تيارات السياحة في العالم حيث تساهم في جذب أعداد ضخمة من السياح إليها.⁴

¹ زهير بوعكريف،التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية،تخصص تسويق،جامعة منتوري،قسنطينة،الجزائر ،2012/2011،ص16

² نعيم الظاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة، عمان،ط1،2001،ص141

³ زياني عوني بومدين ، مكانة السياحة في ظل المعطيات الاقتصادية العالمية الجديدة ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، الجزائر

2000 ،ص 05

⁴ منال شوقي عبد المعطي أحمد ، دراسة في مدخل علم السياحة ، مرجع سبق ذكره ، ص 118.

رابعاً-المقومات الاجتماعية و الدينية : و هي تشمل أولاً المقومات الاجتماعية باعتبارها طريقة حياة الشعوب و سلوكها و التي قد تجمع بين القدم الرائع و الحديث المتقدم ، إضافة إلى النظم الاجتماعية التي تعيش في ظلها ، و تشمل ثانياً الجوانب الدينية المختلفة مثل الأماكن المقدسة و الآثار الدينية ، كالمساجد و المزارات و الأديرة و الكنائس بالكاتدرائيات ، و تعتبر هذه المغريات السياحية مصدر دخل كبير لبعض البلاد كإيطاليا و المملكة العربية السعودية و العراق .¹

خامساً- المقومات الحديثة : و هي المقومات التي تمثل علامات التطور الحضاري الحديث مثل المشروعات الفخمة ذات التأثيرات و التحولات الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات المختلفة كالسد العالي و قناة السويس في مصر ، مناطق رياضية (تسلق الجبال ، كأس العالم ، الألعاب الاولمبية ، التزلج ، دورة رياضية) ، مناطق تجارية (لندن ، باريس ، دبي ، نيويورك)² .

و إضافة إلى عناصر ومقومات الجذب السياحي هناك بعض الأمور المهمة يجب مراعاتها في السياحة لأنها تؤدي إلى توسع السياحة أي زيادة الطلب السياحي على منطقة ما ، و من بين هذه الأمور مايلي:³

- 1 -يجب الاهتمام بالتخطيط السياحي السليم و دراسة الجدوى الاقتصادية و بحوث التسويق السياحية
- 2 -التنظيم المتكامل و الفعال للسياحة .
- 3 -بناء مؤسسات تعليمية و تدريبية سياحية و فندقية بمستويات عليا . و الاستفادة من خبرات الدول المتقدمة في هذا المجال .

4 -يجب الاعتماد على الإحصائيات و البحوث و الاستبيانات بحيث تسهل الحصول على المعلومات الجيدة

5 -تطوير البرامج السياحية الشاملة .

كذلك هناك عناصر أخرى و مقومات يمكن أن تجذب السياح كتعزيز أواصر العلاقات بين الأصدقاء و الأقارب ، و بعض الأحداث و المناسبات الخاصة ، و بعض المناطق التي هي من صنع الإنسان مثل حدائق الحيوانات و المحميات الطبيعية والمراكز الرياضية و غيرها .

¹ نعيم الظاهر ، سراب إلياس ، مبادئ السياحة ، مرجع سبق ذكره ، ص 142 .

² نفس المرجع،ص142

³ زيد منير سليمان،الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره،ص19

المبحث الثالث: أسس السياحة

تعتبر السياحة نشاط واسع الأفق والتأثير ويتمتع بأهمية بالغة، حيث يتميز المردود المالي للسياحة عن غيره بأنه مصدر استفادة لمختلف النشاطات الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، الثقافية والفنية. فالسياحة صناعة قائمة بذاتها معتمدة بالشكل الأساسي على العمالة مصدرا مهما وأساسيا للدخل والتشغيل خاصة في الدول النامية التي تعوزها القاعدة الاقتصادية المتينة.

والسياحة كغيرها من العلوم الأخرى تبنى على مجموعة من الأسس، التي تتكامل فيما بينها لقيام النشاط السياحي، وجعله ذي فاعلية في اقتصاديات البلدان السياحية، ونجد أن أهم الأسس التي تبنى عليها السياحة هي: السوق السياحي ومكوناته، التسويق السياحي، الاستثمار السياحي، الإنفاق والإيرادات السياحية.

المطلب الأول: السوق السياحي ومكوناته

كي تحقق الهدف الذي تأسست من اجله فإن أي صناعة يعتمد نجاحها على تسويق سلعتها وخدماتها في السوق المستهدف، بما أن السلع والخدمات السياحية غير منقولة وكذلك بما أنه عادة يشكل السوق أو العملاء صورة عن المنطقة السياحية قبل زيارتها، فإن هناك حاجة لتوظيف مجموعة من الوسطاء السياحيين لتسهيل مهمة كل من السوق السياحي والزائر ومطابقة الصورة السياحية مع السلعة السياحية المتوفرة لتصبح التجربة السياحية ناجحة.¹ ويعرف السوق بأنه مجموعة المشترين الفعليين أو المرتقبين الذين يدخلون في عملية تعامل مع بائع ويعتمد حجمه على عدد الأشخاص ممن لديهم حاجة مشتركة يعرضونها ولديهم المال أو موارد أخرى تهم الآخرين والذين لديهم الرغبة لعرض هذه الموارد مقابل ما يريدونه.² أي أنه المكان الذي يلتقي فيه البائعون مع المشترين. وهدفنا من دراسة هذا العنصر هو معرفة مفهوم السوق السياحي كأحد الأسس التي تركز عليها السياحة ودراسة مختلف مكوناته بوجه خاص.

أولاً- السوق السياحي : السوق السياحي لا يخرج عن المفهوم العام للسوق فهو مكان التقاء العرض والطلب السياحيين ويمكن أن يكون اللقاء في دولة السائح أي الدولة المصدرة للسائحين وقد يكون في الدولة

¹ خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص32

² العايب أحسن، دور الترويج في تسويق الخدمات الفندقية دراسة حالة فندق السيبوس الدولي، مذكرة ماجستير تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

، جامعة سكيكدة، الجزائر، 2008/2009، ص25

المستقبل للسياح، كما أن السوق السياحي تتميز بكون عرضها يقدم من طرف مؤسسات سياحية مختصة في النشاط السياحي.¹

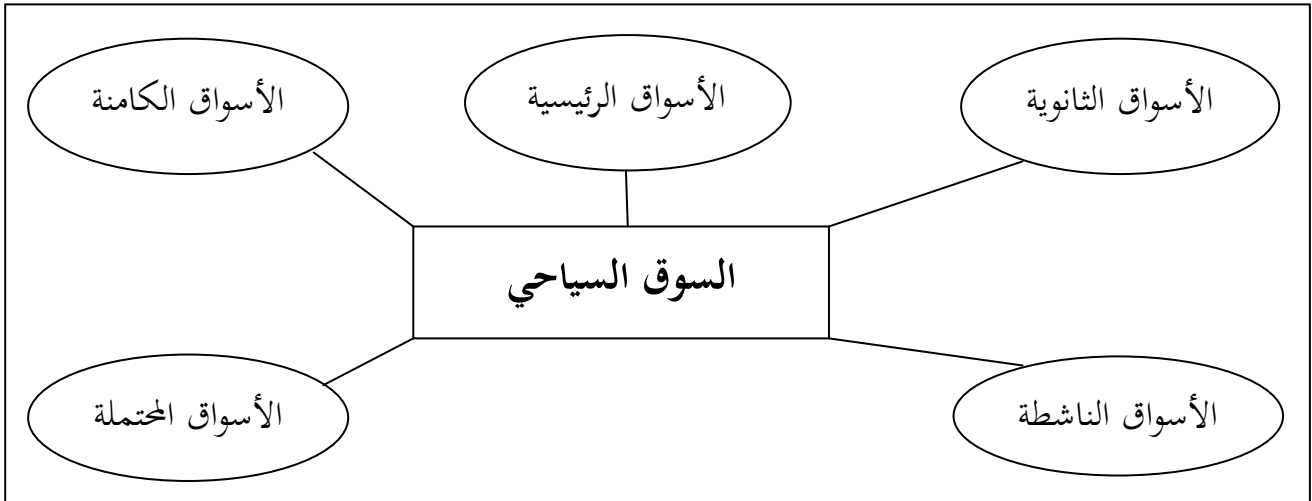
ومن خلال التعريف فإن السوق السياحي ينقسم إلى نوعين رئيسيين هما:²

1 -السوق الخارجي: تمثله الدولة المصدرة للسائحين، حيث يلتقي السائحون المرتقبون أو وكلاء السياحة

الدوليين أو مديرو شركات السياحة العالمية مع مندوبي ومديري الشركات السياحة ووكالات السفر بالدول المستقبلية أو المضيفة لعرض برامجهم السياحية من خلال الجهود التشغيلية التي يقومون بها في هذه الأسواق لبيع هذه البرامج وإجراء التعاقدات السياحية مع شركات ووكالات السياحة والسفر العالمية، ويرتكز هذا السوق في الدول الصناعية الكبرى مثل دول أوروبا وأمريكا الشمالية وبعض دول الشرق كاليابان والصين وغيرها.

2 -السوق الداخلي: تمثله الدول المستقبلية للحركة السياحية حيث يلتقي السائحون سواء الدوليين أو الداخليين (المستهلكون السياحيون) مع بائعي الخدمات السياحية في مختلف المناطق الأثرية والسياحية للحصول على احتياجاتهم وإشباع رغباتهم السياحية. كما تنقسم الأسواق السياحية إلى عدة أنواع كما يبينها الشكل أدناه:

شكل رقم (2-4) أنواع الأسواق السياحية



المصدر: العايب أحسن، دور الترويج في تسويق الخدمات الفندقية دراسة حالة فندق السييوس الدولي ،مرجع سبق ذكره،ص62

¹ مسكين عبد الحفيظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر، حالة الديوان الوطني للسياحة، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010، ص40

² مبري عبد السميع، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، مجلة جغرافيا المغرب، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 02، مصر، 2006، ص59

- أ - **الأسواق الرئيسية:** وتمثل هذه الأسواق المصدر الرئيسي للطلب السياحي بالنسبة للدول المستقبلية، ولها أهمية كبيرة بالنسبة لها، وتحظى باهتمام كبير من طرف رجال التسويق بحيث يركزون الجهود التنشيطية فيها لاستمرار حركة التدفق السياحي القادمة منها وترتكز غالبا في دول أوروبا و أمريكا الشمالية.
- ب - **الأسواق الثانوية:** لا تحظى بأهمية من قبل الدول المستقبلية للسائحين وتتجه الحركة السياحية القادمة منها إلى الانخفاض عن حركة الأسواق الرئيسية.
- ج - **الأسواق النشطة:** تتميز هذه الأسواق لاستجابة الطلب السياحي لكل الجهود التسويقية والتنشيطية التي تبذلها الهيئات المختصة، كما تمتاز بدرجة فعاليتها الكبيرة وحجم التعاقدات الكثيرة التي تتم بها لبيع البرامج السياحية للسائحين أو الشركات أو الوكالات السياحية.
- د - **الأسواق الكامنة:** هي أسواق كانت فيما قبل أسواق رئيسية أو ثانوية ونتيجة لتأثير بعض الظروف الاقتصادية، الاجتماعية أو السياسية عليها فقدت فاعليتها ونشاطها.
- هـ - **الأسواق المحتملة:** هي الأسواق التي يمكن أن يصل فيها الطلب السياحي إلى أعلى مستوى ممكن نتيجة تضاعف الجهود التسويقية والتنشيطية المبذولة.

ثانيا- مكونات السوق السياحي:

بما أن السوق هو ذلك المجال الذي يلتقي فيه الطلب والعرض، فإن السوق السياحي هو ذلك المجال الذي يتقابل فيه الطلب السياحي من السائحين مع العرض السياحي الذي تقدمه المؤسسات والشركات العاملة في مجال الخدمات السياحية.¹

1 - **العرض السياحي:** إن تعقد الظاهرة السياحية يرجع بالدرجة الأولى إلى تعقد طبيعة المنتج السياحي، نظرا لصعوبة تحديد العناصر التي تكونه بسبب اختلافه في المكان والزمان، كما قدمت له العديد من التعاريف لتعدد خصائصه وتباين العوامل المؤثرة فيه.

أ - **تعريف العرض السياحي:** يعتبر العرض السياحي أحد أهم العوامل التي ينتج عنها الطلب السياحي ، لذا تسعى الكثير من الدول السياحية إلى تكثيف الجهود لتطويره وتقديمه على أحسن صورة في شكل سلع وخدمات تشبع حاجات السائح وتلبي رغباته.

¹ بلاطة مبارك، كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، ص 149

ويعرف العرض السياحي على انه كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسائحيها الحقيقيين أو المحتملين، والخدمات والبضائع وكل شيء يحتمل أن يغري الناس لزيارة بلد معين.¹

كما عرف على أنه مجموعة السلع والخدمات المعروضة للسائح.² ومن شأنها أن تشكل اشباع كلي ومتناسك لمجمل رغباته.

كما عرف بأنه رحلات منظمة تتبع برامج دقيقة ومحددة مسبقا وتضع خدمات سياحية متعددة بأسعار ثابتة نسبيا قابلة للتعديل تحت ظروف محددة.³

من التعاريف السابقة يمكن تعريف العرض السياحي بأنه يمثل كل ما تملكه وتعرضه الدولة من مغريات ووسائل جذب ومرافق وخدمات سياحية بهدف تنمية وتنشيط الحركة السياحية الوافدة إليها من مختلف دول العالم ويشكل يرضي حاجات ومتطلبات السياح بشكل عام.

ب - مكونات العرض السياحي: يتضمن العرض السياحي مناطق الجذب السياحي وتسهيلات الضيافة في المنطقة السياحية، كما يشتمل جمال الطبيعة، التراث القومي، المناخ، الشواطئ، الشلالات، الحياة النباتية والحيوانية... الخ.⁴

وعموما يمكن أن نوجز مكونات العرض السياحي في المقومات التالية:⁵

- المقومات الطبيعية: وتشمل كل ما خلقه الله تعالى وأوجده في كل دولة سياحية من دول العالم (بحار، مواقع جغرافية، تضاريس... الخ).

- المقومات الصناعية: وتمثل كل ما صنعه الإنسان وأصبح له قيمة تاريخية حضارية كبيرة يمكن الاعتماد عليها بشكل رئيسي كمصدر جذب سياحي للدول مثل الآثار التاريخية، المعالم الحديثة، المتاحف، الحدائق الدولية، الأبراج العالية المشهورة... الخ

¹ أحمد فوزي ملوخية، اقتصاديات السياحة، مكتبة بستان المعرفة للطباعة والنشر، الاسكندرية 2005، ص70

² Henrie, aime pastel, la question du tourisme, édition des ormeaux, 1986, p55

³ علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، دار المسيرة، عمان، ط1، 2013، ص212

⁴ خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص31

⁵ علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص ص212-214

- المرافق العامة والسياحية: وتشمل كل الهياكل الأساسية للبنية التحتية والعلوية.

ج- خصائص العرض السياحي: يتصف العرض السياحي في أي دولة من الدول السياحية بعدد من الخصائص الهامة التي تحدد ملامحه الرئيسية أهمها:¹

- عدم المرونة: أي عدم القابلية للتغيير طبقاً لأذواق واتجاهات المستهلكين السياحيين بعكس ما تراه في السلع المادية التي تتصف بالمرونة، فالعرض السياحي يصعب تغيير المكونات الرئيسية فيه كالمقومات الطبيعية والصناعية أما بالنسبة للخدمات السياحية فإنه يمكن تطويرها في حدود القوانين والتقاليد والعادات السائدة.

- استخدامه في أماكن تواجده: يتميز العرض السياحي بأن السائحين ينتقلون إلى الدول والمناطق التي يوجد بها المنتج السياحي المناسب ويستمتعون بكل المقومات الموجودة بهذه الدول، وبالتالي مشتري السلعة السياحية ينتقل إلى مكان انتاجها لاستخدامها مقابل ما يدفعه من مبالغ نقدية والعكس في حال العرض السلعي.

- خضوع العرض السياحي للمنافسة الكاملة: نظراً لأن السوق السياحي العالمي يتميز بكثرة السائحين باعتبارهم المشتريين للسلعة، وكذلك الدول السياحية الكثيرة باعتبارها بائعة للسلعة، بالإضافة إلى تجانس العناصر والوحدات التي يتكون منها المنتج السياحي في هذا السوق، وعدم تأثير البائعين والمشتريين السياحيين بصورة منفردة في أسعار السلعة السياحية لأن السعر يتم تحديده بناء على الطلب من جانب المشتريين السياحيين والعرض بواسطة عدد كبير من البائعين، وبذلك فإن السلعة السياحية يتنافس معها جميع السلع والخدمات الأخرى وخاصة السلع والخدمات الأساسية وبذلك يخضع العرض السياحي للمنافسة الكاملة

2 - الطلب السياحي:

أ - تعريف الطلب السياحي: باعتبار السياحة ظاهرة من الظواهر الاجتماعية والإنسانية وصناعة من الصناعات الحديثة غير التقليدية، تخضع لظروف العرض والطلب مثل أي سلعة أخرى. فالطلب عليها يكمن في الدول المصدرة للسائحين باعتبارها المصدر الرئيسي لهذا الطلب.²

¹ عماد غزاري ونسيمة بن يحيى، دور السياحة في تحقيق النمو الاقتصادي المستدام، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، جامعة أكلي محمد أولحاج، البويرة، الجزائر، 27-28/09/2015، ص08

² صبري عبد السميع، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص102

ويعرف الطلب السياحي على انه المجموع الإجمالي لعدد السياح الوافدين إلى منطقة سياحية سواء منهم المواطنين أو الأجانب.¹

ويعرف أيضا بأنه تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين أو زيارة منطقة أو جولة سياحية بذاتها قوامه مزيج مركب من عوامل مختلفة تمثل الدوافع والرغبات والقدرات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة.²

وبالتالي فالطلب السياحي هو الطلب الحالي والمحتمل على منتج سياحي معين نتيجة بعض الدوافع والميول والرغبات لدى السياح المحليين أو الأجانب للسفر أو زيارة بلد معين.

ويمكن القول أن السفر أو زيارة أي بلد أو منطقة تتحدد بعنصرين رئيسيين هما:³

- الرغبة الذاتية في السفر: وتعني ميولات واتجاهات السياح إلى زيارة بلد معين وهي تتزايد بالتسويق والدعاية الجيدة وتنخفض بضعف الدعاية وفساد برامجها وبالدعاية المضادة للمسافرين وتميز بين ثلاث حالات للطلب هي:

- الطلب الفعال: وهو الطلب المؤيد للقدرة على الشراء ويشير إلى هؤلاء الذين يسافرون فعلا إلى أماكن السياحة ويستعملون خدماتها.
- الطلب الكامن: ويشمل الأشخاص الذين يملكون الدافع للسفر ولكنهم غير قادرين على ذلك بسبب قيود المال أو الوقت.
- الطلب المؤجل: ويشمل الأشخاص الذين يستطيعون السفر ولكن لا توجد لديهم الدافع لذلك بسبب نقص المعلومات أو الفرص أو التسهيلات.

- القدرة المالية وعنصر الوقت والحركة: القدرة المالية تتأثر بمستوى دخل الفرد ومستويات أسعار السلع والخدمات السياحية، كما أن المنتج السياحي يحتاج في استهلاكه إلى وقت فراغ وحرية الحركة، وكل ما يعوق الوقت والحركة يؤدي إلى اعاققة الطلب السياحي.

¹ خربوطلي صلاح الدين، الاقتصاد السياحي، المعهد المتوسط السياحي والفندقي، دمشق، بدون سنة نشر، ص 43

² علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص 202

³ غادة صالح، اقتصاديات السياحة، مرجع سبق ذكره، ص ص 74-75

ب خصائص الطلب السياحي : يتميز الطلب السياحي ببعض السمات والخصائص التي تميزه بشكل

خاص أهمها :

= الحساسية: هي مدى استجابة الطلب للظروف الاجتماعية والسياسية والطلب السياحي عالي الحساسية اتجاه التغيرات السياسية والأمنية والاجتماعية والتغير في أنماط السفر، فالبلدان غير المستقرة سياسيا وأمنيا أو التي تتعرض إلى اضطرابات سياسية أو اجتماعية لا تستطيع جذب السياح حتى وإن كانت أسعارها منخفضة أو أقل من البلدان المنافسة، ومهما تمتعت به من مغريات سياحية وتسهيلات، فالمناخ السياسي والاقتصادي المستقر هو أساس من أسس زيادة الطلب السياحي.¹

= الموسمية: يقصد بموسمية الطلب السياحي اتجاه هذا الطلب إلى الارتفاع في أوقات معينة مرتبطة بأعياد أو مواسم معينة، حيث يصل في هذه الفترات إلى أعلى مستوياته خلال العام، والموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة بالدول المصدرة للسائحين ولكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلة لهم أيضا.²

= المرونة: يقصد بها قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا للظروف والعوامل الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلة للسياحة التي ترتبط بتغير الخدمات السياحية تؤثر أيضا في مرونة الطلب السياح، لأنه كلما انخفضت هذه الأسعار اتجه الطلب إلى الارتفاع والعكس صحيح، أي كلما ارتفعت هذه الخدمات اتجه الطلب إلى الانخفاض لذلك يجب على الدول المستقبلة للسياحة دراسة مرونة الطلب السياحي³ ويكون وفق المعادلة التالية:



فالتغير التابع هو الطلب السياحي والمتغير المستقل هو السعر والدخل وهو ما يعبر عنهما بما يسمى بدالة الطلب بصفة عامة، والطلب السياحي بصفة خاصة.

¹ كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص73

² علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص205

³ عماد غزاري، نسيم بن يحيى، مرجع سبق ذكره، ص07

وفي هذا الخصوص نتجه بالقول بأن الخدمات السياحية صادرات غير متطورة حيث أنها لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان لآخر، إلا أن هذا المنتج يتأثر بمجموعة من العوامل الأخرى التي يتأثر بها هذا المنتج.

- **عدم التكرارية:** لا يتصف الطلب السياحي عادة بصفة التكرار، أي أن تحقيق درجة عالية من الإشباع والرضا لدى السياح لا يعني قيامهم بتكرار الرحلة إلى نفس المنطقة حيث أنه في مرحلة قادمة سوف يتم اختيار مناطق أو مواقع أخرى، كما أن إشباع رغبات السياح لا تكون بنفس المستويات السابقة فقد تكون أكثر أو أقل تبعاً للوضع الاقتصادية والاجتماعية والنفسية للسائح والبلد المقصود.¹

- **التوسع:** الطلب على المنتج السياحي يتميز بأنه مستمر في النمو عبر الزمن وهذا ما يطلق عليه بخاصية التوسع، ومن العوامل التي ساهمت في نمو الطلب السياحي ما يلي:²

- التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير أدى إلى التقدم الكبير في وسائل النقل البري، البحري والجوي.
- ارتفاع مستويات المعيشة والدخول في كثير من دول العالم أدى إلى الاهتمام بالسياحة كمنشأ إنساني له أهميته وضرورته في مجتمعات هذه الدول .

- التقدم الكبير في مجال المعلومات والاتصالات أدى إلى توفير البيانات والمعلومات وتحقيق اتصال جيد بين الدول المصدرة للسائحين والدول المستقبلة لهم.

- ظروف العمل وأساليب الحياة السائدة جعلت غالبية الشعوب والمجتمعات تتجه إلى السياحة والسفر للممارسة مختلف الأنشطة والأنماط السياحية المعروضة.

- اهتمام الكثير من الدول بمقوماتها الطبيعية والصناعية وخدماتها السياحية بشكل ملحوظ.
- ظهور الرحلات السياحية الجماعية الشاملة التي تنظمها الشركات السياحية العالمية في معظم دول العالم بالتعاون مع شركات الطيران بأسعار منخفضة مما ساعد على اتساع الطلب السياحي في مختلف الدول السياحية.

المطلب الثاني: التسويق السياحي

لقد شهد القطاع السياحي تطوراً بحيث أصبح له أسسه ومبادئه وأركانه ومقوماته وأجهزته المختلفة، ونتيجة الاهتمام بالمقومات السياحية وكثرة المنشآت السياحية في كل مكان، تتسابق الكثير من الدول إلى تقديم

¹ عشي صليحة، مرجع سبق ذكره، ص33

² علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مرجع سبق ذكره، ص202-203

التسهيلات السياحية وتأمين البنية التحتية المناسبة وهذا يتطلب ضرورة وجود نشاط تسويقي فعال يسعى إلى استقطاب أكبر عدد ممكن من السياح ينتج عنهم تضاعف العائد والإيرادات السياحية .

أولاً - مفهوم التسويق السياحي: دلت الأدبيات السياحية المختلفة على عدم وجود اتفاق أو إجماع رسمي لمفهوم التسويق بشكل عام والتسويق السياحي بشكل خاص، فالمفهوم التسويقي هو فلسفة عمل حديث نسبياً حيث يجد هذا المفهوم تطبيقاته بشكل واضح في الصناعة الخدمية، فيعرف التسويق حسب جمعية التسويق الأمريكية بصنع الخطط ومعالجتها من أجل التسعير والترويج ودراسة المنتجات والخدمات وطرق إيصال البضائع من أجل خلق تبادل يرضي الأفراد والمؤسسات .¹

والتسويق السياحي عرف بأنه التنفيذ العلمي والنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية سواء كانت عامة أو خاصة أو على مستوى محلي أو إقليمي أو وطني أو عالمي لغرض تحقيق الإشباع الأقل لحاجات مجموعة من المستهلكين المحددين وبما يحقق عائداً ملائماً.²

وجاء في تعريف J.J.SWATS "أن التسويق السياحي هو مجموعة من الاستراتيجيات التي تسمح بتوجيه المنتج السياحي إلى المستهلك معين، هذا المنتج يستجيب لمتطلبات الجانب الكمي والنوعي."³

وعرف التسويق السياحي أيضاً بأنه التنفيذ المنظم للسياسات السياحية من خلال المؤسسات السياحية الحكومية والخاصة على المستوى المحلي، الوطني، الإقليمي والدولي لتحقيق الإشباع لدى الأسواق السياحية المستهدفة والحصول على عائد مناسب سواء كان تقديم خدمة، نمو سياحي، أو دخل سياحي... الخ⁴

من التعاريف السابقة يمكن تعريف التسويق السياحي على أنه نشاط فني وإداري تقوم به المؤسسات السياحية سواء كان داخل أو خارج البلد لتحديد الأسواق السياحية والتعرف عليها والتأثير فيها بغية تنشيط الحركة السياحية وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي وبين الدوافع والرغبات للقطاعات السوقية المختلفة المستهدفة .

¹ هباس رجا الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، دار أسامة، عمان، ط 1، 2012، ص75

² سراب الياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة، عمان، 2002، ص11.

³ Gerrard tocquer, michel zins, marketing touristique, France édition, aska , 1994, p03

⁴ خالد مقابلة وعلاء السراقي، التسويق السياحي الحديث، سلسلة السياحة والفنادق، دار وائل، عمان، 2000، ص12

ثانيا- أهداف التسويق السياحي: إن الهدف الأساسي للتسويق السياحي هو إرضاء السياح، فضلا عن أهداف أخرى نوجزها فيما يلي:¹

1 -معرفة السائح: واكتشاف دوافعه وحاجاته ورغباته وتحليل العناصر المهمة التي تؤثر في إمكانيات السوق السياحية عرضا وطلبا أي الوصول إلى معرفة نوع الخدمات التي يطلبها السياح والأسعار التي تتلاءم مع إمكانياته وظروفهم.

2 -إرضاء السياح: إن المستهلك أو السائح هو العنصر الجوهري أو النواة الأساسية للنشاط التسويقي بصفة عامة والسياحي بصفة خاصة فلا يمكن أن نتصور بقاء مؤسسة واستمرارها دون أن يكون هدفها إرضاء المستهلكين، فالتسويق السياحي يسعى جاهدا لحصول السائح على خدمات ذات جودة عالية وبأسعار مدروسة بشكل يرضيه ويلبي حاجاته ورغباته.

3 -تحقيق الأرباح: تسعى المؤسسات السياحية من خلال نشاط التسويق السياحي لتحقيق عائد وأرباح على المديين المتوسط والبعيد، فالربح المحقق يمكنها من إعادة دورة الإنتاج.

4 -التفوق على المنافسة: من أهم أهداف التسويق السياحي هو رسم خطط إستراتيجية تسويقية، تمكن المؤسسة من التفوق على المنافسة من خلال الاستحواذ على حصة سوقية والمحافظة عليها وكذا استغلال كل الفرص المتاحة وتجنب المخاطر.

5 -تنظيم عمل المؤسسات السياحية: المؤسسات السياحية التي تنتهج التسويق كفلسفة نجدها أكثر تنظيما هيكليا من خلال استغلالها الأمثل لكل إمكانياتها المادية والبشرية وبأقل تكلفة وبأكثر فعالية ونجاعة ومردودية.

كما يهدف التسويق السياحي إلى تحقيق التواجد الدائم في الأسواق السياحية العالمية والإقليمية وحضور المعارض المحلية والإقليمية والدولية في محاولة لوضع البلاد على خريطة العالم السياحية.²

ثالثا- عناصر التسويق السياحي: هناك عناصر لا بد أن يتضمنها التسويق السياحي وهي كما يلي:¹

¹ مسكين عبد الحفيظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر، الدبوان الوطني للسياحة، مرجع سبق ذكره، ص ص 83-84

² فؤادة عبد المنعم البكري، التسويق السياحي وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات، عالم الكتب، القاهرة، 2007، ص 14.

- تحديد المجموعات السياحية المتوقع الاتصال بهم عن طريق المكاتب السياحية المتواجدة في المناطق المراد التسويق إليها.
- خلق تصور مفصل وواضح لدى هؤلاء المجموعات عن المنطقة المطلوب تسويقها.
- تحديد مكاتب السياحة والسفر بشكل محلي أو إقليمي أو عالمي والتنسيق مع تلك المكاتب بهدف استقبال تلك المجموعات السياحية.
- تحديد المنشآت السياحية القادرة على استقطاب تلك المجموعات وذلك من خلال التعاون والتنسيق مع المكاتب السياحية.
- عمل كافة الأنشطة المؤدية إلى إشباع حاجات هذه المجموعات ورغباتهم مثل سهولة الانتقال وذلك من خلال التنوع في وسائل المواصلات والتسهيل في منح تأشيرة الفيزا وتوفير أماكن الإقامة.
- توفير البنية المناسبة من شبكة المواصلات والاتصالات.

رابعاً- استراتيجيات التسويق السياحي:

إن الإستراتيجية التسويقية تقوم على دعامين رئيسيين في العملية السياحية:²

الأولى: ضرورة قيام المشروع باختيار الأسواق الجديدة والمعروفة كأهداف يقوم بمزاولة نشاطه فيها.

الثانية: اختيار المركب التسويقي المناسب وهذا يتطلب توافر القدرة على التقسيم الخلاق لمتطلبات القطاعات المختلفة.

وهناك استراتيجيات تشمل سياسات تسمح بقيادة المنتج إلى المستعمل ليلي حاجياته وهي:³

¹ بن زعبيط وهيبة، أهمية التسويق في تنشيط القطاع السياحي، المؤتمر الدولي حول الاقتصاد السياحي والتنمية المستدامة، جامعة بسكرة، الجزائر، 10، 19 مارس 2010، ص 09

² محمد عبيدات، التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 234.

³ محمد عبيدات، التسويق السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 234-235

1 -سياسة المنتج: على المؤسسة عرض منتوج يشمل مميزات هامة في القطاع السياحي، وأن تضع عدة مجموعات من المنتجات المتقاربة مثل عرض عدة رحلات لعدة بلدان.

2 -السياسة السعرية: عملية تحديد السعر هي عملية معقدة ومركبة تحكمها ميكانيزمات السوق وخاصة عندما يكون المنتج جديد أو يتغير أو أن تكون هناك فوارق خاصة بين أسعار المنافسين، كما أن السياسة السعرية تتأثر بعوامل داخلية في المؤسسة كتركيب سعر التكلفة للمنتجات والخدمات وعوامل خارجية يصعب التحكم فيها اقتصادية سياسية وطبيعة المنافسة...الخ.

3 -سياسة الترويج والإشهار: الإشهار يجلب المستهلك نحو المنتج أما الترويج فيحاول دفع المنتج نحو المستهلك آخذا بعين الاعتبار خصائص المنتج.

4 -سياسة التوزيع: وتشمل قنوات التوزيع المباشرة فالمنتج أو مقدم الخدمة يتعامل مباشرة وباستمرار مع الزبون، وقنوات التوزيع غير المباشرة من خلال وسطاء في ميدان السياحة.

ومن أجل إنجاح سياسة التنشيط السياحي يعمل التسويق السياحي على إيجاد دوافع ورغبات الشراء التي تعتبر المحدد الأساسي للنمو السياحي واختيار الأسواق السياحية العالمية والبحث عن ما هو جديد، وتدعم العلاقات مع الشركات التي تقوم بتنظيم الرحلات وتقديم لها المواد الإعلانية الجيدة والمطبوعات من عوامل الجذب وغيرها.

المطلب الثالث: الاستثمار السياحي

الاستثمار هو المجال الذي يسمح بخلق ثروة جديدة وتجديد الثروات القائمة وهو أحد المراحل الرئيسية في الدورة الاقتصادية التي تتمثل في الإنتاج، التوزيع، الاستهلاك، الادخار والاستثمار، وتؤكد الدراسات الاقتصادية بأن ارتفاع معدلات الادخار تساعد على ارتفاع معدلات الاستثمار والذي يؤدي إلى معدل نمو أكبر والعكس بالعكس.¹

والاستثمارات السياحية تعتبر كأحد محددات الهيكل الاقتصادي والتي تسعى جاهدة منظمة الدول النامية في تحقيق تغيير شامل في جوانب ذلك الاستثمار، حيث تعد السياحة أهم عناصر الهيكل

¹عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس، المغرب، مرجع سبق ذكره، ص44

الاقتصادي، حيث تلعب دورا هاما في دورة الإنتاج والتوزيع وكذلك تساهم بدور بارز فيما أطلق عليه البعض بدورة السلع ودورة النقود، فالسياحة كعنصر من عناصر الهيكل الاقتصادي تركز على عناصر كاملة.¹

أولاً- مفهوم الاستثمار السياحي:

الاستثمار السياحي هو توظيف الأموال من أجل خلق رأس المال المادي ورأس المال البشري من اجل تطوير قطاع السياحة كبناء الفنادق والمنتجعات السياحية وتحسين الخدمات السياحية وتدريب وتحسين مستوى العمال التابعين لقطاع السياحة وبصفة عامة هو ذلك النشاط الذي ينتج عنه قيمة مضاعفة في مجال السياحة.²

وتعرف منظمة السياحة العالمية الاستثمار السياحي بأنه التكوين الكلي لرأس المال أو حيازة اصول ثابتة واقعة داخل النطاق الاقتصادي للدولة وملكية الوحدات الإنتاجية المقيمة بغض النظر عن جنسيتها.³

والاستثمار السياحي قد يشمل:⁴

- 1 - استثمارات في البنية الفوقية : وتشتمل الأراضي والمباني والبواخر السياحية والفنادق بأنواعها وتلك الاستثمارات تعتبر استثمارات في الأصول الثابتة لا يسترد عائدها إلا بعد وقت طويل.
- 2 - استثمارات في القطاعات المكملة : وهي تلك القطاعات التي تقدم للسائح خدمات أثناء تواجدهم مثل قطاع الزراعة المسؤول عن تشجير القرى السياحية وإضفاء بقعة خضراء على الأماكن السياحية، وقطاع الصناعة المسؤول عن توافر الصناعات الغذائية والصناعات الورقية التي تحتاج إليها الفنادق والمشروعات السياحية.

ثانياً- خصائص ومحددات الاستثمار السياحي :

للإستثمارات السياحية خصائص تميزها عن بقية الاستثمارات وذلك نتيجة طبيعتها الاقتصادية والاجتماعية ويمكن تلخيص أهم هذه الخصائص فيما يلي:¹

¹ أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 328.

² وعيل ميلود وسبتي ذهبية، فرص ومعوقات الاستثمار السياحي في الجزائر، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، جامعة البويرة، الجزائر، 27-28/09/2015، ص 8

³ نفس المرجع، ص 09

⁴ أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 329-330

- 1 -الاستثمارات السياحية تتطلب اموالا ضخمة وقروض طويلة الأجل
- 2 -توجد علاقة طردية بين الاستثمارات السياحية والعوائد الاقتصادية للسياحة .
- 3 -مرحلة انجاز الاستثمار السياحي تكون طويلة الأجل بين ثلاث وخمس سنوات .
- 4 -الدخول في مرحلة الاستغلال غالبا ما يكون بعد ثلاث سنوات أو أكثر وذلك حسب حجم المشروع.
- 5 -الاستثمار السياحي يطلب يد عاملة مؤهلة من اجل تحقيق عوائد مالية جديدة.

كما تتميز الاستثمارات السياحية ب:²

- طبيعة الاستثمارات السياحية تكون على شكل أصول ثابتة.
- العائد من الاستثمارات السياحية ليس سريعا.
- الاستثمارات السياحية لا تستطيع تغيير منتجاتها بالمشاريع الأخرى.
- تحتاج الاستثمارات السياحية إلى مستوى عال من التشغيل و عمالة مدربة ومؤهلة لذلك .
- الاستثمارات السياحية لا تحتاج إلى عناصر إنتاج معقدة كالتيكولوجيا .
- تعدد الاستثمارات السياحية من الصادرات غير المنظورة و لا يمكن نقلها من مكان آخر .

كما يحتاج الاستثمار السياحي إلى بعض المقومات لتوفير بيئة استثمارية و خلق فرص النجاح من ابرز هذه المقومات ما يلي:³

- استقرار سياسي و اقتصادي و امني
- تشريعات مالية و قانونية مشجعة لتسهيل عملية الاستثمار
- سياسات ضريبية مشجعة تتضمن إعفاءات ضريبية لمدة معينة يتم إخضاع الدخول المتأتية من الاستثمار

بعدها إلى الضريبة

¹ بن طلحة صليحة وحمداني موسى، الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق تنمية المستدامة،الملتقى الدولي الثاني حول الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق تنمية مستدامة،المركز الجامعي بتيبازة،26-27/11/2014،ص22

² محمد يدو و سمية بخاري، الاستثمارات السياحية كمحرك للتنمية السياحية المستدامة،الملتقى الدولي الثاني حول الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة،المركز الجامعي بتيبازة،26-27/11/2014،ص04

³ رحالية بلال، بوفاس الشريف، مقومات وتحديات الاستثمار السياحي في مدينة سوق اهراس الواقع والتحديات،الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة،جامعة البويرة، الجزائر،27-28/09/2015،ص12

- توفر فرص مناسبة في ظل اقتصاد يتسم بالرخاء و النمو الاقتصادي

- وجود أسواق مالية يسهل تداول الأسهم و السندات فيها

ثالثا-اهمية و أهداف الاستثمار السياحي : يعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة التي تنتج فرصا استثمارية

قادرة على المنافسة في سوق السياحة العالمية و يؤدي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها :

1-الأهداف الاقتصادية و منها :

- ✓ تنمية و تأهيل مناطق الجذب السياحي بهدف زيادة العائدات السياحية التي تساهم في زيادة الدخل القومي ودعم و تحسين ميزان المدفوعات
- ✓ توسيع و ظهور استثمارات جديدة
- ✓ زيادة القيمة المضافة والنتاج القومي
- ✓ توفير رأس المال اللازم لدفع عجلة النمو الاقتصادي

2-الأهداف الاجتماعية و منها :

- ✓ توفير مناصب الشغل و تقليص معدل البطالة
- ✓ القضاء على أشكال فساد الاجتماعي من خلال توفير فرص العمل
- ✓ رفع مستوى المعيشة
- ✓ الحد من الهجرة الداخلية و سد الفجوة التنموية الاقتصادية بين أقاليم الدول المتطورة و غير المتطورة من خلال تطوير مناطق الجذب من المديرين

3-الأهداف السياسية و تتمثل في :¹

- ✓ رفع مكانة الدولة سياسيا من خلال القدرة الأمنية و أداء النظام السياسي بشكل قوي
- ✓ تعزيز القدرات التفاوضية للدولة مع الدول و المنظمات الاخرى
- ✓ تغيير سلوك الأفراد وانتظامهم في المنظمات و المشروعات تجعل منهم قوة فاعلة في المجتمع .

¹ محمد يدو، سمية بخاري، مرجع سبق ذكره، ص06

المطلب الرابع: الإنفاق والإيرادات السياحية

أولاً- الإنفاق السياحي: لا شك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد حجم الإنفاق العام على السلع والخدمات السياحية، وبالتالي ارتفاع في معدلات الادخار مما ينشط الصناعات والخدمات المرتبطة بصناعة السياحة، الأمر الذي يتولد عن ذلك اتساع نطاق هذه الصناعات أو الخدمات لأن كل استثمار جديد يعني إنفاق جديد والذي ينشأ عنه دخولا جديدة.¹

1 - مفهوم الإنفاق السياحي الدولي: يعرف الإنفاق السياحي الدولي في أي بلد سياحي مضيف بأنه مجموع إنفاق السائحين الأجانب خلال فترة إقامتهم فيه، ويعرف السائح أو الزائر المؤقت وفقا لمؤتمر السياحة للأمم المتحدة في عام 1963 بأنه الشخص الأجنبي الذي يمكث في البلد المضيف لأي غرض غير العمل لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 12 شهر وهناك استثناءات لهذه القاعدة فقد يكون من بين قاصدي النزهة أو العابرين الأجانب من لا يمكثون في البلاد 24 ساعة فأكثر وينفقون في داخل البلد التي يقصدونها مبالغ كبيرة ومن ثمة لا يجب احتسابها في الدخل السياحي.²

وينظر إلى الإنفاق السياحي الدولي من وجهة تقدير الدولة المعنية لهذا الإنفاق، فإذا كانت مستقبلة للسياح فإن هؤلاء يعد إنفاقهم بمثابة عائدات سياحية لهذه الدولة، ويدون في جانب المتحصلات بميزان المدفوعات، وهنا تعد صفقات دائنة وفي الحالة العكسية فإن الإنفاق السياحي يعد بمثابة مدفوعات تتحملها الدولة المعنية وهي صفقات مدينة تدون في جانب المدفوعات في هذا الميزان للبلد المعني، وتتوقف أهمية وحجم الإيرادات السياحية على حجم ما ينفقه السائحون في الدولة المضيف للسياح، وذلك تبعا لعدة متغيرات منها: الغرض من السياحة، نوعية الإقامة، وعدد الليالي السياحية التي يقضيها السياح في مختلف المؤسسات الفندقية وغيرها.³

ويمكن القول أن إحصاء الليالي السياحية التي قضاها السائحون الأجانب في البلد المضيف ضروريا لتقدير إجمالي إنفاقهم خلال السنة.

¹ مناخ وحوافز الاستثمار في الدول العربية، ص 04 على الموقع www.patdq.com 16html

² غادة صالح، اقتصاديات السياحة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، ط 1، 2008، ص 147

³ عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر تونس والمغرب، مذكره ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2005/2004، ص 22

2 -تطور الإنفاق السياحي الدولي :حسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة،سيستمر ارتفاع عدد السياح الدولي بعد سنة 2010 إلى غاية 2030 بمعدلات متزايدة ليصل عدد السياح سنة 2030 إلى أزيد من 1750 مليون سائح أي أن قطاع السياحة على مستوى العالم سيعرف انتعاشا، إذا لم تعرف الأوضاع الدولية بعض الأزمات الاقتصادية أو الأمنية أو انتشار بعض الأمراض التي تهدد السياحة الدولية.

ويمكن أن نوضح تطور عدد السياح في الدول الأكثر زيارة في العالم لسنتي 2010/2009

جدول رقم (2-1) الدول الأكثر زيارة في العالم (الوحدة مليون سائح)

| عدد السياح في 2010 | عدد السياح في 2009 | الدولة |
|--------------------|--------------------|---------------------|
| 59.2 | 58.5 | 1 - فرنسا |
| 56.0 | 51.5 | 2 - و.م. الأمريكية |
| 54.7 | 49.6 | 3 - الصين |
| 43.7 | 41.1 | 4 - إيطاليا |
| 30.7 | 30.1 | 5 - المملكة المتحدة |
| 24.4 | 23.6 | 6 - ألمانيا |
| 23.1 | 18.9 | 7 - أوكرانيا |
| 22.2 | 18.9 | 8 - تركيا |
| 21.4 | 21.4 | 9 - المكسيك |

Source :<http://www.wikipedia.org>

يلاحظ من الجدول أن فرنسا احتلت المرتبة الأولى بأكبر عدد من السياح والذي بلغ 59.2 مليون سائح خلال سنة 2010 وتلتها و.م.أ ب 56 مليون سائح خلال نفس الفترة، وتشير الإحصاءات أن تطور وتزايد عدد السياح كان له أثر إيجابي على معدل الإنفاق السياحي .
ويمكن أن نوضح تطور الإنفاق السياحي الكلي في العالم من خلال الجدول أدناه:

جدول رقم (2-2) تطور الإنفاق الكلي في العالم

| السنة | 1950 | 1960 | 1970 | 1980 | 1990 | 1995 | 1998 | 2000 | 2005 | 2010 | 2020 |
|---------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| الإنفاق الكلي مليار دولار | 02 | 07 | 18 | 105 | 267 | 380 | 445 | 560 | 750 | 1550 | 2000 |

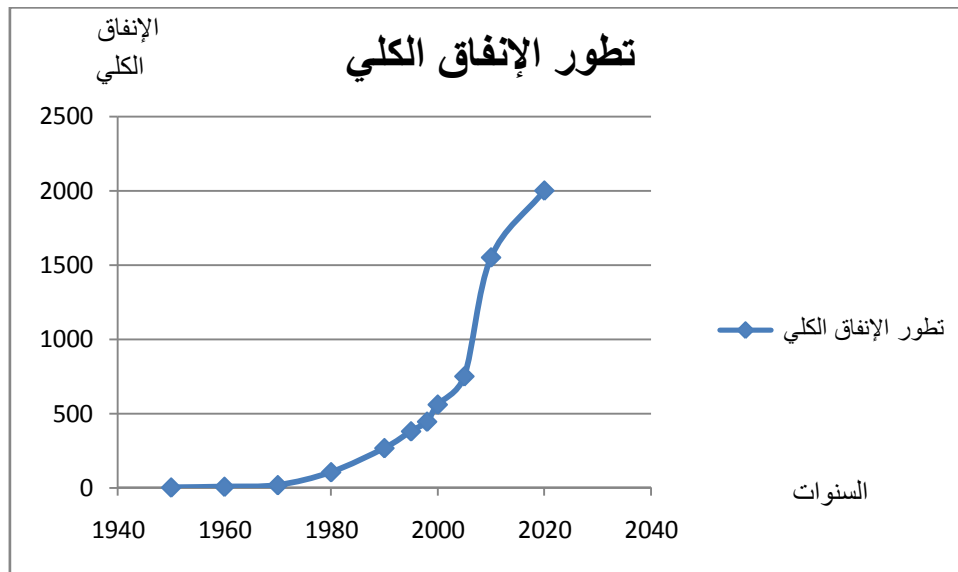
المصدر: عوينات عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل

الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، اطروحة دكتوراه، علوم اقتصادية، جامعة

الجزائر 3، الجزائر، 2012/2013، ص52.

ويمكن تمثيل الأرقام المدونة في الجدول على الشكل أدناه

شكل رقم (2-5) تطور الإنفاق السياحي خلال الفترة (1950-2020).



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على بيانات الجدول رقم (2-2)

نلاحظ من خلال الشكل ارتفاع الإنفاق السياحي وتزايدده خاصة خلال الفترة 1995 فما فوق حيث ارتفع

من 380 مليار دولار سنة 1995 ليصل إلى 1550 مليار دولار سنة 2010 ويتوقع أن يصل إلى 2000

مليار دولار خلال سنة 2020، وبالتالي السياحة الدولية عرفت رواجاً مما انعكس إيجاباً على العوائد السياحية

الدولية، وهذا ما يدل أيضاً على زيادة الطلب السياحي الدولي الذي يتأثر بمستوى الرفاهية الاقتصادية والتقدم

التكنولوجي والعوامل الثقافية والسياسية التي يصعب على الدول التحكم فيها والذي يتوقف أيضا إلى حد كبير على القدرة المادية للسائح.¹

فبالنسبة للدول التي تستقطب السياح يشكل لها الإنفاق السياحي، إيرادات سياحية التي تعتبر أهم متغيرات التنمية السياحية، وهذا لإعتبارها مصدرا مهما من المصادر المالية لخزينة الدولة وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات وتحقق رواج بالنسبة لكل الصناعات المرتبطة بالسياحة، والإنفاق السياحي في حالة ما إذا كانت الدولة لا تستورد كمية من السلع من الخارج بجزء من هذا الإنفاق فإن نسبة هذا الإنفاق يستخدم في زيادة الدخل القومي، فالإنفاق السياحي هو جزء من الإنفاق الكلي الذي يمثل الجزء الأكبر من الدخل القومي، حيث أن الدخل القومي يعادل:

الإنفاق على الاستهلاك + الإنفاق على الاستثمار + الإنفاق الحكومي + صافي الصادرات (صادرات - واردات)

وعليه فإن الإنفاق السياحي يعتبر أحد العناصر الهامة لزيادة الدخل القومي²

ثانيا- الإيرادات: يترتب على الحركة السياحية الدولية انتقال أعداد كبيرة من السائحين ، بالإضافة إلى انتقال حجم كبير من النقد من الدول المصدرة إلى الدول المستقبلة و بتوقف ذلك على مستوى اتفان السائحين الوافدين من تلك الدول . حيث تمثل الإيرادات السياحية مصدرا مهما للعمالات الأجنبية لكثير من الدول المتقدمة و النامية التي أولت أهمية لقطاعها السياحي ، و تعرف الإيرادات السياحية على أنها كافة ما تحققه الدولة من إيرادات من السائحين و ما تحققه السياحة كمنشأ اقتصادي كوعاء ضريبي ، و ما يحققه الأفراد و الشركات الوطنية و المؤسسات العمومية و الخاصة في حقل السياحة و الفنادق و الطيران و الملاحظة نظير ما يؤدونه من الخدمات السياحية المختلفة .

و لقد ارتفعت الإيرادات السياحية العالمية من 2.1 مليار دولار عام 1950 إلى 75.8 مليار دولار عام 2000 ، و ارتفع معدل نمو الإيرادات السياحية ب 10.3% سنويا في المتوسط ، كما ارتفع الدخل السياحي

¹ عصام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، دار الراجة، عمان، ط1، 2010، ص109

² أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر الاسكندرية، 2008، ص344

العالمي إلى 211 مليار دولار عام 2007 أي بزيادة تقدر إحدى عشر مرة تقريبا خلال الفترة الممتدة بين عام 1950-2007 ، كما أن أهم الدول العشرة المستقبلة للسائحين تحصل على نحو 364.8 مليار دولار من الإيرادات السياحية الدولية عام 2007 ، تأتي و.م.أ في مقدمة تلك الدول بإجمالي إيرادات سياحية بلغت 85.7 % بنسبة إسهام بلغت 23.5% من إجمالي الإيرادات السياحية ، تليها إسبانيا بنسبة إسهام بلغت 14% ثم فرنسا في المركز الثالث بنسبة 10.5% تليها إيطاليا بنسبة 10.4% ، ثم دولتي الصين و المملكة المتحدة بنسبة 9.3% و 9.2% على الترتيب على نفس الفترة .

و الإيرادات السياحية تتأثر بعدد من المتغيرات منها :

- ✓ قوة المنتج السياحي لمنطقة معينة على الإغراء و جذب السياح
- ✓ مستوى الخدمات السياحية المختلفة المقدمة للسياح
- ✓ أسعار السلع و الخدمات السياحية
- ✓ مدى الوعي السياحي لدى المواطنين و العاملين في حقل السياحة
- ✓ قدرة السائح على الإنفاق
- ✓ طبيعة الإجراءات الإدارية و الجمركية و النقدية المتبعة من طرف المؤسسات و الأجهزة المعنية في الدول المضيفة للسياح

✓ العلاقات السياسية بين الدول المستقبلة للسياح و الدول المصدرة لهم

و يمكن القول أن ارتفاع الإيرادات السياحية بنسب إلى نمو الحركة السياحية على المستوى العالمي ، ارتفاع مستوى دخول الأفراد و تحسن الظروف المعيشية لهم ، فعالية عناصر الجذب السياحي ، إضافة إلى حجم و أهمية الاستثمارات المخصصة للقطاع السياحي ضمن الاستثمارات الإجمالية في المناطق السياحية و تتمثل إيرادات النشاط السياحي في :

- رسوم التأشيرات لدخول السائحين ، و أجور نقل السائحين بوسائل النقل المختلفة ، و رسوم هبوط الطائرات ، و رسوم الخدمات الخاصة بالطائرات و السفن
- الإنفاق السياحي خلال فترة الإقامة (مأكّل ، إقامة ، هدايا ... إلخ) .

المبحث الرابع: الآثار الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والبيئية للسياحة .

تلعب السياحة دورا هاما في اقتصاديات الدول وتحتل مكانا مرموقا واهتماما عالميا من جانب الحكومات والخبراء حيث الإصرار على أن الدولة التي أخذت في تطوير وتنمية القطاع السياحي فيها تأخذ طريقها نحو التنمية الاقتصادية وتحسين الهيكل الاقتصادي، فتتمية القطاع السياحي يرتبط بالتنمية ارتباطا كبيرا، مونه (أي القطاع) عنصر أساسي في عناصر النشاط الاقتصادي.

والسياحة لها دور هام وبارز في نمو اقتصاديات معظم دول العالم، ويترتب عليها مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والبيئية.

المطلب الأول: آثار السياحة وأهميتها على الجانب الاقتصادي

إن التجارب المأخوذة من مختلف دول العالم تشير إلى التزايد الملحوظ في الدور الذي تلعبه السياحة عامة في قضايا التنمية، بمفهومها الشامل وحسب المجلس العالمي للسفر والسياحية (WTT) فإن السياحة تمثل أكثر من 10% من الناتج الوطني الخام (PIB) العالمي و10.7% من الاستثمار و11.7% من الموارد الجبائية للدول.¹ أي تجلب رؤوس أموال في الاستثمار بما يعادل 250 بليون دولار سنويا بالإضافة إلى إيرادات الضرائب التي تقدر بـ 166 بليون دولار، فالسياحة تعد العامل الرئيسي في البيئة الأساسية للاقتصاد من حيث أهميتها في مجال التسويق والمبيعات والإدارة والتخطيط²، ولما لها من أثر كبير على التوازنات الاقتصادية الكبرى.

وما يزيد من أهمية السياحة في الحياة الاقتصادية أيضا التوقعات التي تتحدث عنها المنظمة العالمية للسياحة في حدود 2010-2020 بحيث أنه في سنة 2010 العدد المتوقع للسياح هو 0.18 مليار سائح مع عائدات مقدرة بـ 1550 مليار دولار، أما في سنة 2020 فتتوقع أن عدد السياح سيبلغ 1.60 مليار سائح مقابل مداخيل مالية مساوية لـ 2000 مليار دولار.³

¹ شبوطي حكيم، الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 05، جامعة المدية، الجزائر، جويلية 2011، ص 70-71

² هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 21

³ شبوطي حكيم، الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 71

وهذا ما زاد اهتمام الكثير من الدول لهذا القطاع خاصة أنها تشجع على جلب الاستثمارات الأجنبية، فالسياحة لها تأثير في العديد من المتغيرات الاقتصادية الرئيسية من حيث كونها مصدرا مهما للدخل بصفة عامة وموردا من موارد النقد الأجنبي بصفة خاصة.

أولا- أثر السياحة على ميزان المدفوعات:

تمثل السياحة عاملا مهما في ميزان المدفوعات للكثير من الدول لما تحققه من عوائد، ويقصد بميزان المدفوعات للبلد ذلك السجل الذي يوضح قيمة جميع العمليات الاقتصادية بين المقيمين في هذا البلد وبقية العالم خلال فترة زمنية عادة سنة، تمثل جزءا من المعاملات غير المنظورة وتأخذ مكانها ضمن الصادرات غير المنظورة كالملاحة، التأمين والمعاملات المصرفية، ويؤثر الدخل السياحي على الميزان التجاري تأثيرا مباشرا¹، ويتحدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي² ونسبته إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية أو ايجابية، فإذا كانت سلبية وكان الأثر الإيجابي للميزان السياحي كبيرا فإنه قد يجد من العجز في الميزان التجاري أو يخفف منه على الأقل، أما إذا كانت نتيجة الميزان التجاري ايجابية ساعد الأثر السياحي الإيجابي للميزان السياحي في زيادة تلك الإيجابية في الميزان التجاري وبالتالي يمكن التأثير إيجابا على ميزان المدفوعات الدولية.³

وحتى يساهم النشاط السياحي بالأثر الإيجابي على ميزان المدفوعات يجب تفادي الضغوط التي يمارسها النشاط السياحي على ميزان المدفوعات من خلال زيادة الطلب على السلع المادية والخدمات المستوردة في الحالات التالية:⁴

- أثناء بناء البنية التحتية للخدمات اللازمة للنشاط السياحي.
- عند التشغيل المباشر للوحدات السياحية.
- عند بناء أو تشغيل الوحدات الانتاجية المغذية للوحدات السياحية.

¹ جودي عبد القادر، أهمية التسويق في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 52

² أي صافي العملية الحسابية للمصروفات السياحية، بما فيها الإنفاق على السياحة الخارجية وما تحققه من إيرادات سياحية بما فيها عائدات السياحة الوافدة إلى الدولة المقصد السياحي

³ كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 81

⁴ دلال عبد الهادي، اقتصاديات صناعة السياحة، الفتح للطباعة والنشر، الاسكندرية، 2006، ص 65

- عند إنفاق السائح الأجنبي في البلد المصدر للخدمة السياحية على شراء سلع مستوردة.
- عندما يزيد المواطنون من إنفاقهم على السلع المستوردة.

ثانيا- الأثر على موارد الخزينة العامة للدولة : إن الخزينة العامة للدولة السياحية تستفيد من الموارد التالية لزيادة في حصتها من الضرائب المختلفة مثل:¹

- الضرائب على المواد الغذائية.
- ضرائب الأرباح التجارية والصناعية والمشروعات السياحية.
- ضرائب الدخل التي تتزايد حصيلتها بتزايد دخول وأرباح المشتغلين بكافة الأعمال المتصلة بصناعة السياحة.

- رسوم تقديم خدمات الكهرباء والمياه والاتصالات والبريد....الخ.
- رسوم الملاحة البحرية (رسوم السفن السياحية في الموانئ).

ثالثا- الأثر على تدفق رؤوس الأموال الأجنبية : إن ناتج النشاط السياحي هو قيمة بيع المنتج السياحي إلى أعداد السائحين المتممين عادة لدول أخرى، والذين يدفعون بالعملات الصعبة نظير إشباع رغبتهم السياحية سواء كانت ثقافية أو ترفيهية أو علمية أو بيئية .² فالسياحة بكل أنماطها وأنواعها تشكل مصدرا رئيسيا من مصادر اكتساب العملات الأجنبية بما ينفقه السائح على السلع والخدمات من عملات أجنبية، والدخل من العملات الأجنبية ليس هو الدخل الوحيد الذي يعود علينا من السياحة، وذلك أن دخل العملات الأجنبية يمثل الجولة الأولى للدخول المتولدة من هذا القطاع، وهي الجولة التي يكون أحد أطرافها السائح، ولكن هناك جولات أخرى متتالية لتوليد الدخل الذي يكون أحد أطرافه من بلد السياحة وتعود إلى ما أنفقه السائح في الجولة الأولى.³

¹ زيد منير سليمان، السياحة في الوطن العربي، دار الراية، الأردن، ط2008، ص1، ص45

² نفس المرجع، ص44

³ نعيم الظاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص82

ويمكن تلخيص بعض أنواع التدفقات من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة كما يلي¹:

- 1 - مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة.
- 2 - المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلاد.
- 3 - فروق تحويل العملة.
- 4 - الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية (الأساسية والتكميلية) بالإضافة إلى الإنفاق على طلب السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى
- 5 - الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين

رابعا- الأثر على العمالة: يمثل قطاع السياحة مصدرا رئيسيا للتوظيف والعمالة، حيث تشير الإحصائيات والدراسات على أن الفرص الوظيفية في قطاع السياحة تنمو بما يقارب الضعف مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى وتمثل حوالي 08% من نسبة التوظيف على المستوى العالمي الحالي.²

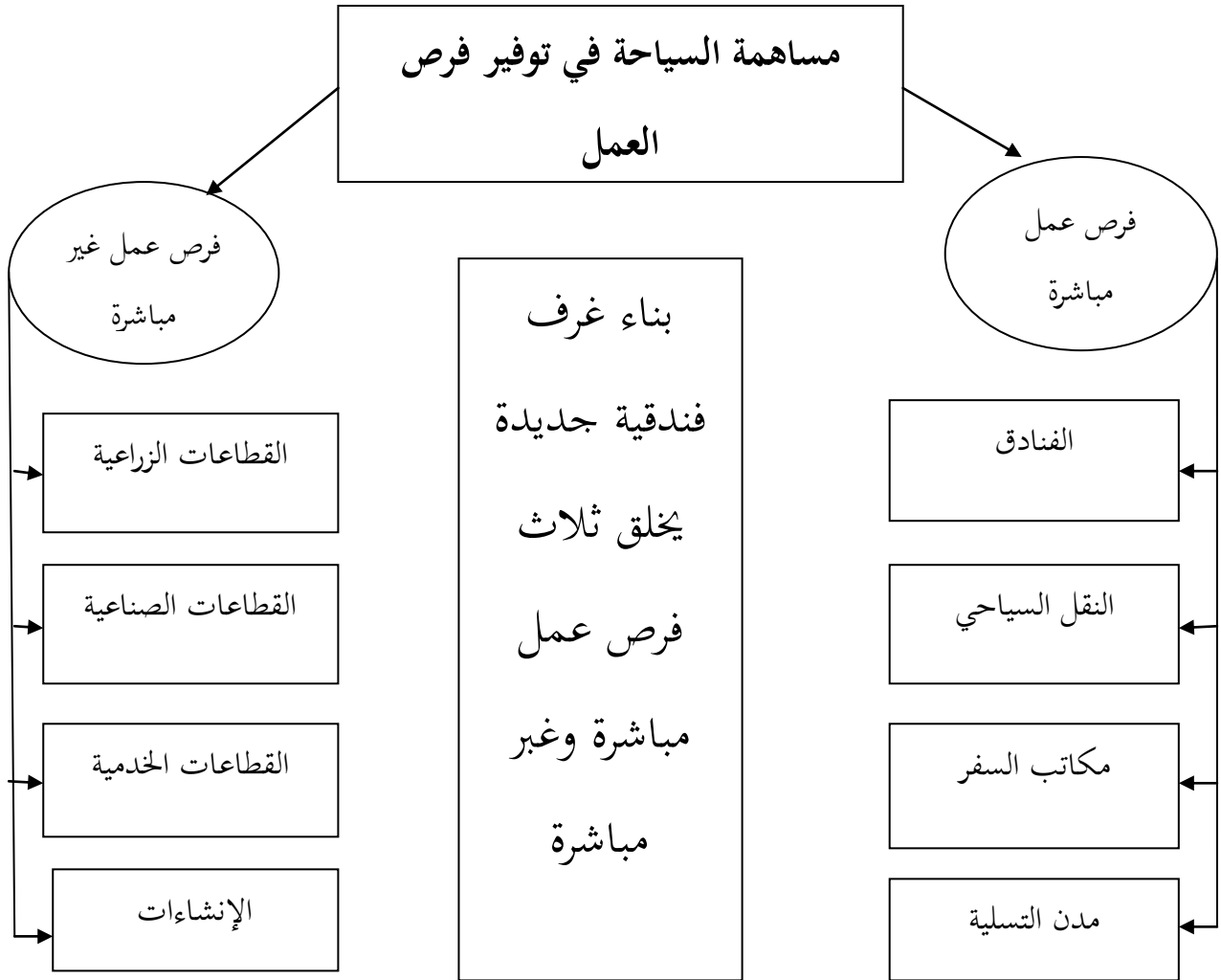
فالسياحة هي صناعة ذات كثافة عمل عالية، أي تتطلب إسهام عدد كبير من العاملين ولكن معظم السياحة موسمية حيث تكون الزيارات لمكان ما مكثفة في موسم معين، وخاصة على شواطئ البحار وفي أماكن التزلج، لذا فإن معظم الوظائف السياحية مؤقتة، والعديد منها منخفضة العائد ولا تتطلب مهارة عالية، وبالرغم من ذلك فإن وجود العدد الهائل من العاملين في حقل السياحة وارتباط السياحة بغيرها من الصناعات مثل المطاعم والترفيه يعينان أن الحكومات تولي السياحة الكثير من العناية.

ويمكن أن نوضح خلق فرص العمل من طرف قطاع السياحة من خلال الشكل الموالي:

¹ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف الجزائر، 2012/2011، ص38

² حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف الجزائر، 2012/2011، ص38

شكل رقم (2-6) آليات خلق السياحة لفرص العمل



المصدر: ابراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009، ص222

ومن خلال الشكل يتضح أن فرص العمل غير المباشرة تنشأ عن القطاعات الزراعية، الصناعية، الخدمية والإنشاءات فهي فرص عمل تتحقق في فروع النشاط الاقتصادي التي تغذي نشاط السياحة بمدخلات مادية وخدمية ويزيد الطلب عليها مع التوسع في النشاط السياحي، وفرص العمل المباشرة تنشأ عن القطاعات

التالية) الفنادق، النقل السياحي، مكاتب السفر، مدن التسلية) وهي فرص العمل في النشاط السياحي نفسه أي نشاط إنتاج الخدمات المكونة للخدمات السياحية المركب ومنه نستنتج أن العمل السياحي نوعان:¹

- العمل المباشر: وهو يحمل مناصب العمل المحدثة من طرف الوحدات السياحية نفسها مثل

الإيواء، المطاعم، النقل السياحي... الخ

- العمل غير المباشر: وهو يحمل مناصب العمل الناتجة من النشاطات والقطاعات التي لها علاقة بشكل

أو آخر مع القطاع السياحي.

ويتوقف تأثير السياحة على القوى العاملة في مختلف دول المقصد السياحي على مجموعة من المتغيرات هي:²

1 - حجم رأس المال المستثمر في قطاع السياحة وما يتولد عنه من فرص عمل جديدة في هذا القطاع وفي

القطاعات القائمة عليه.

2 - نوعية العمالة التي تولدها صناعة السياحة والتي تتباين بين العمالة غير الماهرة وأصحاب الكفاءات

والخيارات المتميزة.

3 - نوعية الخبرات المتاحة في الإقليم السياحي ومستوى أدائها.

خامسا- مضاعف الإنفاق السياحي: إن فكرة الأساسية لمضاعف الإنفاق السياحي هي أن المبلغ الذي

يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الاقتصاد الوطني دورات تتعدد بحسب قوة هذا الاقتصاد، ويكون أثرها أكبر

من قيمة المبلغ الأصلي، حيث يؤدي الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي وكذا الإنفاق الاستهلاكي من

جانب السياح في مقابل الحصول على الخدمات السياحية المختلفة إلى تنشيط القطاعات الاقتصادية

الأخرى، وتفضيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة ودفع المرتبات والمكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة

نتيجة للسياحة، تستخدم العملات التي تحصل عليها الدولة في الاستيراد مما يؤدي إلى دورات جديدة من الشراء

والإنفاق داخل الدولة.³

¹ Alain Mesphier , pierre bloc, duraffour, tourisme dans le monde, 6eme édition , bréal, paris, 2005, p53

² عامر عيساني، مرجع سبق ذكره، ص35

³ سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، دار الرضا، عمان، ط1، 2001، ص61

وللاستثمار السياحي أثر مضاعف حيث يقول كينز " الاستثمار يولد موجة من المداخيل التي تترجم عبر النفقات الاستهلاكية الجديدة والتي تدفع المؤسسات إلى رفع إنتاجها مما يولد موجة جديدة من المداخيل، ونفس الشيء للاستثمار السياحي حيث له أثر مضاعف يتغير حسب المكان والزمان وكذلك نوع الاستثمار، وتعتبر أهمية هذا الأثر المضاعف صعبة التقييم.¹

وحساب هذا المعدل يعتمد على متوسطات توصل إلى سهولة التحليل ويمكن الحصول على مضاعف الإنفاق السياحي عدد المرات التي يجب أن يتضاعف بها الإنفاق الأول لمعرفة الزيادة في الدخل بالمعادلة التالية:²

$$M = \frac{1}{(B - 1) - 1}$$

حيث أن م = المضاعف

ب = معدل التسرب

فإذا كان معدل التسرب 20% (100/20) فإن المضاعف يكون

$$M = \frac{1}{(100/20 - 1) - 1} = \frac{1}{(5/1 - 1) - 1} = \frac{1}{5/4 - 1} = 5 \text{ مرات.}$$

¹ شبوطي حكيم، مرجع سبق ذكره، ص 77

² زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 27-28

ويعني ذلك أن المضاعف يساوي مقلوب معدل التسرب، فإذا كان الإنفاق السياحي الأول أو المبدئي هو 1000 دينار، فإن هذا الإنفاق يتكرر بعد استبعاد معدل التسرب وفقاً للمضاعف، فإذا افترضنا أن المضاعف هو (5) فمعنى ذلك أن الدخل القومي سيزيد بواقع 5000 دج.

وقد دلت الدراسات على ارتفاع قيمة المضاعف السياحي في المناطق المتقدمة بما يعادل 5 مرات، في حين يكون في الدول النامية من 1.2 إلى 2 مرة ويرجع السبب في ذلك إلى مدى اعتماد الاقتصاد الوطني على ذاته، فكلما حققت الدولة السياحية التكامل في قطاعاتها قل التسرب وارتفع أثر المضاعف.¹

سادساً- أثر السياحة على زيادة الاستثمار الوطني والأجنبي : على اعتبار السياحة صناعة مركبة تظم

وترتبط تنميتها بالعديد من النشاطات الاقتصادية والتي تساهم في تنشيط السياحة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فإن القطاع السياحي يعتبر قطاع هام يساهم في جلب وتنمية الاستثمارات، وذلك بتوفير مجالات متعددة للاستثمار كمراكز الاستشفاء، المراكز الرياضية، المطاعم، الفنادق، وسائل النقل وغيرها، وكل هذه المجالات تتطلب استثمارات إضافية إلى الاستثمارات في المشاريع الكبرى كتهيئة المناطق السياحية وتطويرها سواء عن طريق المستثمرين المحليين أو الأجانب.²

سابعاً- أثر السياحة على المستوى العام للأسعار : إن السياحة كغيرها من القطاعات الإنتاجية تساهم في

زيادة الاستثمار وتوفير فرص العمل وزيادة الإنتاج والاستهلاك وتميل الأسعار إلى الارتفاع نتيجة ارتفاع مستوى المعيشة، وتكثيف الطلب على الخدمة السياحية يؤدي إلى ضغوط تضخمية تنعكس على ارتفاع الأسعار والتي تولد أثراً عامة أهمها:³

1 - بالنسبة للاستهلاك يؤدي ارتفاع الأسعار إلى استبعاد شرائح اجتماعية محلية عن شراء بعض السلع

المتاحة في سوق الدولة المصدرة للسياحة لمصلحة السائحين الذين يقدرّون على شرائها بالثمن الأعلى وتزداد خطورة الأمر إذا كانت السلعة ضرورية.

¹ صلاح الدين خربوطي، السياحة صناعة العصر، دار حازم للطباعة والنشر، دمشق، ط2002، ص1، ص206

² زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة دراسة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص27

³

2 -زيادة نفقات الإنتاج في الاقتصاد المنتج للخدمة السياحية ومنى ثم الحد من القدرة التنافسية في الأسواق المحلية.

3 -زيادة في الطلب السياحي يؤدي إلى التوسع في استخدام الأرض، مما يعكس المضاربة العقارية. الأمر الذي يبعد الأموال عن الاستثمارات المنتجة.

4 -التأثير على القرارات الاستثمارية خاصة في قطاع السياحة.

ثامنا- المساهمة في تحقيق وتنمية التوازن الاقتصادي بين المناطق:

في حالة إنشاء الدولة وتوزيع المشروعات السياحية الجديدة سواء كانت وطنية أو مملوكة للدولة أو أجنبية في الأقاليم المختلفة، فإن هذا يمكن أن يؤدي إلى تنمية وتطوير هذه الأقاليم، أي أن ذلك يؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة وتحسين مستوى المعيشة وتطوير استغلال الموارد الطبيعية. المتوفرة في هذه الأقاليم، وتنمية وخلق مجتمعات حضارية جديدة وإعادة توزيع الدخول بين المناطق الريفية والحضرية... الخ.¹

كما لا يمكن تجاهل الآثار الاقتصادية المتوقعة لتطور النشاط السياحي في زيادة مجالات التعاون بتطوير العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى. والتي ينجم عنها مجموعة من المنافع كتشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتنويع استخداماتها، واستغلال الموارد الطبيعية وخلق استخدامات جديدة لها، مما يسمح بارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات كتوسع وزيادة الضرائب ويساهم في تنمية القطاعات الأخرى المساعدة للقطاع السياحي، فنجاح قطاع السياحة في تحقيق تكامل بينه وبين القطاعات الأخرى يتوقف على قدرة هذه الأخيرة على تلبية احتياجاته المختلفة من حيث الكم والنوع والتوقيت.²

فالنشاط السياحي غالبا ما ينظر إليه كعامل محفز للتطوير الإقليمي فأى صناعة تستوعب القوى العاملة وتمنحها فرص عمل الملائمة، وتولد الأموال وتطور المناطق تعتبر عاملا محفزا.

¹ زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره، ص30

² يحيى سعدي، سليم العمراوي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 36، بدون بلد نشر، 2013، ص102

والسياحة بشكل خاص تساهم في تطوير البنى التحتية، و التي بدورها تساعد نشاطات اقتصادية أخرى والعكس صحيح أيضا، لكن في بعض الحالات تطوير النشاط السياحي يعرقل نشاطات اقتصادية أخرى يصعب عليها مجاراة أو منافسة صناعة السياحة، فبدلا أن تكون عاملا محفزا تقف عائقا أما تطور نشاطات أخرى.¹

المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة

السياحة كمنشأ إنساني وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات المختلفة التي تتمتع بالمغريات وعناصر الجذب السياحي، فتؤثر فيها سلبا أو إيجابا لأنها تقوم على التفاعل المباشر بين ثلاثة أطراف هي السائح والبيئة الاجتماعية وأفراد المجتمع المضيف، مما ينتج عنها العديد من الآثار الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على عادات وتقاليد وقيم ومبادئ المجتمع المضيف سواء بالسلب أو الإيجاب²، وقد أصبح واجبا على الدولة المضيئة وضع سياسة سياحية شاملة تجمع بين ثقافتها وثقافة السائح، والثقافة العرضية أي تقليص الفجوة البسيكولوجية بين الحياة غير الاعتيادية للسياح والحياة الاعتيادية للمجتمع المضيف.

ويقصد بالآثار الاجتماعية والثقافية للنشاط السياحي رصد كل النتائج الاجتماعية والثقافية لصناعة السياحة، والملاحظ الخاصة بالسكان وسلوكهم وعلاقاتهم والخصائص الثقافية المتعلقة بالأنشطة والعادات والتقاليد والفنون والآداب واللغات والأديان.³

وتحدد الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة تبعا للمتغيرات التالية:⁴

- خصائص السائح الوافد وحجم ومستوى وطبيعة احتياجاته من الخدمات المختلفة بالإضافة إلى سماته الاجتماعية والثقافية.

- ملامح سكان المناطق السياحية المضيئة ومدى تأثرها بالأنشطة السياحية ومستوى تماسكهم الثقافي الذي يحدد مدى استعدادهم للتأثر بالآخرين .

- طبيعة العلاقات المتبادلة بين السياح والسكان المحليين في المناطق السياحية.

¹ حميد عب النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 120

² عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 37

³ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعارف، الاسكندرية 1992، ص 241

⁴ نفس المرجع السابق، ص 302

= مدى رواج صناعة السياحة وتعدد الأنشطة والخدمات المرتبطة بها والتي تنعكس على خصائص المحلات العمرانية وأمنائها.

وتطور النشاط السياحي ينتج عنه آثار وانعكاسات إيجابية على الجانب الاجتماعي والثقافي، كما قد تكون لها آثار سلبية.

أولاً- الآثار الايجابية: تحرص الدول السياحية على زيادة التأثير الإيجابي للسياحة والتي تؤدي إلى تطور المجتمع ورفقه ومن بين الآثار الإيجابية ما يلي:

1 -**التوازن الاجتماعي:** إن الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل كالبطالة والركود الاقتصادي، ويؤدي إلى إعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة.¹ كما تتقارب الطبقات الاجتماعية من بعضها البعض نتيجة لزيادة الدخل للأفراد والعاملين في القطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر.

2 -**النمو الحضاري:** تكثيف وتوسيع النشاط السياحي يوجه الأنظار إلى الاهتمام الدائم والرقى بالقيم الحضارية والمعالم السياحية، وبذلك تعتبر السياحة من أسباب الرقي الحضاري من حيث الاهتمام بالمقومات السياحية الأثرية والطبيعية.

فالسياحة هي سفير الحضارات ونشاطاتها كالصناعة تحقق هدفاً إنسانياً كبيراً ألا وهو تلاقي هذه الحضارات وتمازجها بشكل يخدم الإنسانية في هذا العالم الفسيح الذي تحول إلى قرية صغيرة بفضل صناعة السياحة أولاً باعتبارها السبابة إلى ذلك، وإلى ثورة المعلوماتية ثانياً باعتبارها جاءت متأخرة فالحضارات عادات وتقاليد وإرث الأمم والشعوب، وهي حضارات راسخة ومتباينة زمنياً ساهمت السياحة في تقريبها والتعريف بها.²

فالسياحة هي وسيلة حضارية اجتماعية لنقل وتبادل الثقافات والحضارات بين الشعوب العالم المختلفة فعن طريقها يتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية، حيث تنتقل اللغات والمعتقدات الفكرية والفنون والآداب ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها فتؤثر فيها ثقافياً وتتأثر هي أيضاً، بما في الدول

¹ نعيم الظاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 85

² حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 134

السياحية من ثقافة وحضارة وبذلك يتحقق التأثير الثقافي للسياحة والذي يمثل محور هاماً من محاور التنمية في المجتمع.¹

فالسياحة تعد من أهم أسباب النمو الحضاري والتطور الاجتماعي في الدول المستقبلية للسياح، بحيث يساهم في انفتاح السياح على العالم الخارجي ويساعد في اكتسابهم العديد من القيم والثقافات.

3 -التحول الطبقي: والمقصود بالتحول الطبقي انتقال بعض فئات المجتمع التي يرتبط نشاطها بالسياحة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من طبقة اجتماعية أدنى إلى طبقة اجتماعية أعلى من خلال ما يحققونه من مكاسب وأرباح ناتجة عن العمل السياحي بمختلف مجالاته فتتغير سلوكيات وأنماط حياة أفرادها تبعاً للتغير الناشئ في أحوالهم الاقتصادية المترتبة عن السياحة.²

4 -تبادل الثقافات: تعتبر السياحة نافذة تطل منها الشعوب المختلفة على بعضها البعض، حيث تساهم في توفير الاحتكاك المباشر بين الشعوب، ويعد الوعي بالتبادل الثقافي أحد أهم التأثيرات الإيجابية للسياحة حيث يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب والذي أصبح الآن فرصة متاحة للتبادل المعرفي والأفكار، كما أن أبناء هذه الشعوب المضيفة يتعرفون على عادات وسلوكيات الزائرين ولذلك تتقارب المسافات الاجتماعية بينهم و هذا بدوره يعمل على دعم التراث الإنساني، واتساع الحلقة الحضارية على مستوى العالم، ولم تصبح السياحة إشباعاً للفضول وحسب وإنما تعمل على اكتساب الاحترام والتعاون المتبادل وتبادل المعارف والقيم الثقافية.³

5 -الاهتمام بالتراث: إن السياحة تؤدي إلى انتقال التراث الاجتماعي الذي يرثه أعضاء المجتمع من الأجيال السابقة من خلال الاهتمام بالقيم الجمالية والمعالم الفنية في الدول المستقبلية للسياحة، حيث تحيي بعض العادات الدينية وتحتم بعض الفنون والمهارات كالرقص الشعبي وحفلات الزواج وغيرها من الاحتفالات والأنشطة في أوقات الفراغ وبالتالي تجذب السياح وتنقل التراث والثقافات عبر الزمن.

كما تساهم السياحة في تحقيق الآثار الإيجابية التالية:⁴

¹ محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002، ص28
² عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص39
³ حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق تنمية مستدامة دراسة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص40
⁴ هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص21

أ - السياحة تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي والثقافي لدى المواطنين وزيادة ارتباطهم وشعورهم بالانتماء لأوطانهم والمحافظة على تراثه وأثاره.

ب - النهوض بالمستوى الاجتماعي والسلوكي لدى أفراد الدول اتجاه السياح.

ج - زيادة محصلة المعارف الخاصة والعامة لدى الأفراد.

د - يعمل النشاط السياحي على تحقيق هدف سياسي بتحقيق الصورة الذهنية للدولة المضيئة ونشر البيانات التي تؤكد توافر الأمن والاستقرار فيها كما أن القواعد السياسية في الدولة المضيئة هي التي تحدد وتنظم النشاط السياحي فيها.

هـ - تعزيز فرص التفاهم والتواصل وتعميق أواصر التبادل الثقافي والتفكير بين الشعوب.

ثانياً- الآثار السلبية : كما ذكرنا سابقا السياحة نشاط إنساني في الدرجة الأولى وظاهرة اجتماعية تسود

المجتمعات فتحدث فيها انعكاسات وأثار إيجابية كما تحدث أثار سلبية من بين الآثار السلبية للسياحة نجد:

- 1 -التدهور الاجتماعي: إن تزايد الأنشطة السياحية قد يؤدي إلى تدفق أشخاص إلى الداخل يبحثون عن فرص استخدام أو فرص عمل لكنهم لا يستطيعون وجود العمالة الملائمة لهم، وقد يسبب ذلك تدهورا اجتماعيا مثل الدعارة المحلية والمخدرات وغير ذلك. بالإضافة إلى ذلك فإن الطبيعة غير المستقرة للسياحة الدولية تؤدي إلى أن تصبح المجتمعات التي تعتمد اعتمادا كبيرا على السياحة من حيث مواردها الاقتصادية شديدة التأثر بالتغيرات التي تدفق السائحين الوافدين، وقد يواجهون ضياعا مفاجئا لإيرادهم وعملهم أثناء أوقات الكساد. ¹ السياحة ذات خطورة عالية إذا لم تلق التخطيط والتنظيم والرقابة الفعالة لتكون متناسقة مع الأنماط الاجتماعية السائدة، فتدفع السياح من المناطق الغنية إلى مناطق أخرى فقيرة غالبا ما يؤدي إلى مشاكل اجتماعية كبيرة مثل الخيانة والغش والاحتيال والجريمة والشعور بعقدة النقص وهذا بدوره يؤدي غالبا إلى الفساد الاجتماعي. ²
- 2 -التصادم الثقافي: تتعارض وتختلف الأفكار والأساليب الغالبة في المجتمع والقادمة من الخارج نتيجة لسلوك بعض السائحين، وتصرفاتهم التي لا تعتبر بالضرورة عن أسلوب حياتهم اليومية في بلادهم وإنما ذلك راجع

¹ حسام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص118

² خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، مرجع سبق ذكره، ص34

لأسباب منها الميل إلى حب المغامرة وحب الاستطلاع، الأمر الذي يؤدي إلى إثارة وضيق أفراد البلد المضيف ورفضهم للسياحة.¹

3 -التحولات الاجتماعية : النشاط السياحي يتطلب الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتعميرها وتنميتها وإعدادها لاستقبال السائحين بما في ذلك من أماكن إقامة مختلفة (قرى سياحية، فنادق ومنتجعات) ويتولد عن ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية التي نشأ وتربو عليها مما يؤدي إلى تحولات وتغيرات جذرية في هذه المجتمعات.²

4 -الآثار على المجتمعات المحلية : إن تكثيف وتطوير النشاط السياحي ينتج عنه تنمية سياحية،ومنه

المكاسب الاقتصادية،توزع في المعتاد توزيعا غير متكافئ بين أعضاء المجتمعات المحلية، وهناك دلائل توحى بأن المستفيدين هم في المعتاد أعداد صغيرة، وأن أكبر المستفيدين هم الذين كانت لهم ميزة اقتصادية منذ البداية خصوصا ملاك الأراضي الذين يطبقون الاستثمار المطلوب، أما في حالة الاستثمار الأجنبي المباشر فإن كثيرا من المكاسب يمكن تحويلها إلى البلد الأجنبي الأصلي، لذا فإن السياحة قد تؤدي فعلا إلى تفاقم الاختلال في التوازن داخل المجتمعات وتؤدي بذلك إلى الفقر النسبي، بالإضافة إلى ذلك تزيد السياحة من الطلب المحلي على السلع والخدمات بما في ذلك الأغذية ، مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار وإلى احتمال تناقص المقدار المتاح منها للسكان المحليين.³

المطلب الثالث:أثار السياحة على البيئة

يقول المحللون إن اعتبارات المحافظة على البيئة بدأت تتحقق من خلال سوق السياحة، حيث يقوم منظمو الرحلات السياحية بممارسة ضغوط على مستقبلي السياحة لتوفير بيئة نظيفة وأفضل مع مراعاة اعتبارات حماية البيئة والمحافظة على الموارد الطبيعية.⁴

فقد شهد القرن 21 تطورا تكنولوجيا كبيرا صاحبه كذلك تطور في حركة السياحة وكان من نتائج هذا التطور والتقدم سواء تكنولوجيا أو سياحيا ظهور ما يسمى بتلوث البيئة، فكلما زادت حركة السياحة بأعدادها

¹ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص ص 40-41

² نعيم الظاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 97

³ حسام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 118

⁴ هواري معراج، محمد سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مرجع سبق ذكره، ص ص 23-24

الهائلة مستخدمة وسائل النقل المتنوعة زاد تلوث الهواء وزادت نسبة الضوضاء، ففي السابق كانت السياحة تنتج خدمات ذات جودة عالية ولكن على حساب البيئة والموارد الطبيعية، أما اليوم فإن السياحة الخضراء في إطار مبدأ الممارسة الأفضل تنطوي على إتباع نظام متكامل يشتمل على إدارة البيئة كجزء لا يتجزأ من العمليات التي تقوم بها مؤسسات السياحة.¹

فينبغي أن تكون السياحة عاملاً بارزاً في حماية البيئة عندما يتم تكييفها مع البيئة المحلية والمجتمع المحلي وذلك من خلال التسيير المحكم والاستراتيجي ويتوقف على وجود بيئة ذات جمال طبيعي وتضاريس مثيرة للاهتمام وحيوية بيرية ونباتية وافرة وهواء نقي وماء نظيف مما يساعد على جذب السياح.

فتطوير وتكثيف النشاط السياحي قد يجلب منافع عظيمة لبلد ما ولكنها في الوقت ذاته قد تجلب معها آثاراً سلبية على البيئة الطبيعية والأثرية ويمكن تلخيص الآثار الإيجابية والسلبية للسياحة على البيئة في ما يلي:

أولاً- الآثار الإيجابية: وتمثل فيما يلي:²

- 1** - تعود السياحة بالمنفعة على البيئة من خلال التدابير المحفزة على حماية السمات المادية للبيئة والمواقع والمعالم التاريخية والحياة البرية.
- 2** - إن التراث التاريخي والثقافي يحدد جاذبية بلد ما للسياح كما يشجع الحكومات المحافظة على معالمه ولذا فإن كثير من الدول تبذل جهوداً كبيرة لتوفير حماية منتظمة للمدن والقرى والمناطق الأثرية الجمالية وخاصة ذات الأهمية التاريخية والفنية.
- 3** - يعتبر النشاط السياحي وسيلة لرفع الوعي بأهمية الطبيعة ونشر التوعية بين السياح وأصحاب المشاريع والحكومة والسكان المحليين.
- 4** - توليد الأموال تساهم في المحافظة على الطبيعة والبيئة وبذلك تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد

السياحية. وقد تغيرت النظرة الاستثمارية الضيقة التي ترى بأن الموارد الطبيعية هي مصادر ينبغي استغلالها إلى أقصاها إلى نظرة استثمارية بعيدة المدى التي تعتبر الاستثمار أداة تحقيق عائد مجز يدعم البيئة ويساهم في رقيها،

¹ حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 132

² Sounh manivong, souascgy sipaseuth, environmental impacts of trade liberalisation in the tourism sector, commissioned for the rapid trade and environment assessment project, decembre, 2007, p02

وقد تم تضمين هذه البرامج والأفكار في العديد من الاتفاقيات الإقليمية والدولية ويحدد " روميرو " خمس اتفاقيات رئيسية في هذا المجال وهي:¹

- الإستراتيجية العالمية للحفاظ على البيئة (1980)- الاستخدام الأمثل والمستدام للموارد الطبيعية.

- تقرير مفوضية براندت brandt commission report 1980 أن أي تطوير سياحي ينبغي أن يتضمن رعاية البيئة.

- إعلان منظمة السياحة العالمية في مانيليا 1980 WTO Manila declaration اعتبار جميع الموارد إرثا للشعوب.

- برنامج الأمم المتحدة لحماية البيئة/منظمة السياحة العالمية UNEP/WTO accord 1982 الدعوة لتطوير السياحة على أسس علمية تحافظ على البيئة بشكل خاص.

- تقرير برونثالاند Bruntland report 1987 التطوير السياحي المستدام مع ضمان النمو الاقتصادي.

ويمكن إضافة مؤتمر الأرض (Earth summit conference) الذي انعقد عام 1992 في البرازيل، وعشرات المؤتمرات والملتقيات التي عقدت وكلها مكرسة للسياحة الخضراء.

ثانيا- الآثار السلبية : إن وجود آثار إيجابية للسياحة على البيئة لا ينفي وجود آثار وانعكاسات سلبية،فالتدفق الكبير للسياح من الممكن أن يكون له أثر سلبي على البيئة وخاصة إذا كانت المنطقة السياحية محدودة المساحة وينقصها التخطيط السليم ومن بين الآثار السلبية ما يلي :

1 - إن السياحة نشاط يستهلك العديد من المواد المحلية والطبيعية،فاستهلاك الطاقة في الفنادق المستخدمة في تكييف الهواء والوقود المستخدم في العمليات المرتبطة بالنشاط السياحي كالنقل،التدفئة،الطهي...الخ،والتي تساهم بشكل كبير في تلوث الهواء للعديد من البلدان المضيضة.² وهي نشاط أيضا يولد النفايات الصلبة والسائلة وتواجه الكثير من البلدان المضيضة مشكل معالجتها.

¹ حميد عبد النبي الطائي،أصول صناعة السياحة،مرجع سبق ذكره،ص135

² Fredirico neto,sustainable tourism,environmental protection and naturel ressource managment paradise on earth ?international colloquim on regional governance and sustainable development in tourism,driven economic,miscico,20/22 february,2002,p09

- 2 -تشكل البيئة الطبيعية الرصيد الأساسي لصناعة السياحة، فإذا تم تجاوز هذا الرصيد فيمكن أن تعاني من التدهور، وقد يكون ضررا لا سبيل لإصلاحه.
- 3 -كثرة تدفق السياح على المناطق الأثرية والتاريخية مصدر للقلق، فمن المحتمل لأن تكون عرضة للتآكل من كثرة الدوس.
- 4 -خلقت السياحة المفرطة تلوثا موسميا زائدا للغلاف الجوي في بعض المناطق بما في ذلك اسبانيا،فرنسا، ايطاليا.
- 5 -تلعب السياحة دورا رئيسيا في اقتصاديات المناطق الجبلية، إلا أن الأضرار اللاحقة بالأنظمة الإيكولوجية بلغت مستوى حرج مما يضر بمستقبل السياحة نفسها، حيث تهدد السياحة النظم الإيكولوجية الهشة في المناطق الجبلية من خلال المشي وممارسة التزلج على الجليد، فهي واحدة من أخطر المشاكل البيئية في البلدان النامية الجبلية، بالإضافة إلى مشكلة إزالة الغابات الناجمة عن زيادة استهلاك الحطب، فهذه النتائج في كثير من الأحيان لا تؤدي إلى تدمير النظم الإيكولوجية المحلية فقط، ولكن أيضا تسريع عملية التعرية والانحيارات الأرضية.¹
- 6 -لاستغلال المفرط وغير العقلاني للموارد الطبيعية من طرف السائح، فحسب التقديرات تبين أن السائح يستعمل المياه مرتين أكثر من المقيم، بالإضافة إلى أن بعض الأنشطة الترفيهية مثل حمامات السباحة وملاعب الغولف، فإذا كانت السياحة تؤدي إلى ندرة المياه، فهي كذلك تؤدي إلى الإفراط في استغلال الموارد المحلية مثل الطاقة، الغذاء والمواد الأولية.²

وختاما نقول أن السياحة كما قال بعض الخبراء هي نعمة ونقمة (Misced blessing and blight) وليست خيرا محضا، فإلى جانب الفوائد الاقتصادية والاجتماعية، الحضارية، الثقافية والبيئية التي ذكرناها فهي تقتضي ثمنا باهظا من الدولة إن لم تحسن تنظيمها وتخطيطها وتسييرها، وتتبع تنميتها بخطوط واستراتيجيات مدروسة.

¹ Ibid,p08

² Jean cherles,briquet laugier,le tourisme durable dans les pays méditerranéens,etat des lieux et nouveaux cadre d'analyse,communication poure le 5eme colloque international « energies changement climatiques et devlopment durable hammanet –tunisie- 15/17 juin 2009 p09

خلاصة:

من خلال ما سبق تبين أن السياحة هي نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات، وقد تطورت السياحة من ظاهرة بسيطة إلى صناعة عظيمة وأصبح لها أسسها وأركانها ومكوناتها وأجهزتها المتعددة. فقد أصبحت الكثير من الدول تتسابق في تقديم التسهيلات السياحية وتطوير وتأمين البنية التحتية المناسبة لجذب أكبر عدد من السياح، كون السياحة من أكبر الصناعات في العالم التي لا يزال تقدمها وتطورها ينمو بشكل سريع، وبات الحكم على تقدم البلد الحضاري والعلمي من خلال السياحة، لأنها نشاط حركي لها أبعادها وتبني على عدة أركان هي النقل والإيواء والبرنامج والقاعدة الصلبة ولها بنية فوقية والتهنية للسياحة. والسياسة من اهم الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم وتقوم عليها اقتصاديات الكثير من الدول، فهي صناعة قائمة بذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها، والمردود المادي للسياحة هو مردود متفرع ومتشعب تستفيد منه مختلف الأنشطة الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية والثقافية.

فالسياحة اليوم هي صناعة القرن وتعد من القطاعات الرائدة لإحداث التنمية في الكثير من دول العالم، لما توفره من فرص جديدة للتشغيل وتنوع في مصادر الدخل وزيادة في الناتج المحلي الإجمالي، وما تحققه من توازن بين مختلف القطاعات الاقتصادية وهذا ما جعلها تحتل مكانة متميزة في السياسات التنموية للدول المتقدمة والنامية على حد سواء.

حيث تشير توقعات المنظمة العالمية للسياحة إلى وصول عائدات السياحة في حدود سنة 2020 إلى 2000 مليار دولار، ولها تأثير على العديد من المتغيرات الاقتصادية الرئيسية، فهي مصدر مهم للدخل وكسب العملة الصعبة، وهي عامل مهم في ميزان المدفوعات لكثير من الدول نتيجة العائدات المحققة، كما تعتبر السياحة مصدر مهم للتوظيف وامتصاص البطالة حيث تمثل حوالي 08% من نسبة التوظيف على المستوى العالمي، إضافة إلى التأثيرات الإيجابية التي تفس قضايا التنمية بصفة عامة.

وعليه ينبغي على الدول النامية، خاصة التي تتخبط في الأزمة الاقتصادية نتيجة انهيار أسعار البترول ولها قاعدة اقتصادية هشة أن تولي اهتماما خاصا بقطاع السياحة من خلال تشجيع الاستثمارات الأجنبية وإعطاء المزيد من الحريات للقطاعين العام والخاص، بمزاولة العديد من الأنشطة وإنشاء المشاريع السياحية وتقديم التسهيلات اللازمة لذلك.

الفصل الثالث:

الاستثمار في مقومات الجذب السياحي

في دول المغرب العربي

تمهيد:

إن الاهتمام بالقطاع السياحي الذي يعتبر قطاع استراتيجي يجعل من الدولة الإطار الفعال في وضع الآليات المناسبة للاستثمار العقلاني في هذا المجال ومع ظهور مصطلح التنمية المستدامة أصبح قطاع السياحة يولي بالاهتمام خاصة الدول التي تمتلك الإمكانيات والموارد الناضبة، وفي نفس السياق أدركت الدول العربية أهمية هذا القطاع، مما دفعها للاهتمام به والجزائر، تونس والمغرب من بين هذه الدول التي تمتلك ثروات ومقومات طبيعية وحضارية مختلفة مما يؤهلهم ليكونوا قبلة سياحية هامة، وقد تناولنا في هذا الفصل ثلاثة مباحث هي:

المبحث الأول: مساهمة الاستثمار السياحي في تفعيل التنمية السياحية المستدامة.

المبحث الثاني: واقع مقومات السياحة في الجزائر.

المبحث الثالث: الإمكانيات و المقومات السياحية في تونس والمغرب.

المبحث الأول: مساهمة الاستثمار السياحي في تفعيل التنمية المستدامة.

إن تحقيق استثمار سياحي متنامي يساهم في التنمية السياحية ودفع العجلة الاقتصادية، حيث الاستثمار الأداة الفعالة لتحريك القطاع من خلال إنشاء مشاريع جديدة أو تجديد المشاريع القائمة، وفي هذا الصدد أصبح الإستثمار السياحي يحظى بأهمية كبرى، إذ تعمل السلطات على تشجيعه وترقيته لتحقيق التنمية المستدامة .

وسنقوم في هذا المبحث بدراسة مفهوم التنمية المستدامة في المطلب الأول ودور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية الاقتصادية في المطلب الثاني أما المطلب الثالث بعنوان دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية الاجتماعية والمطلب الرابع بعنوان محفزات الاستثمار السياحي والمعوقات التي تواجهه وسبل ترقيته.

المطلب الأول: مفهوم التنمية السياحية المستدامة، مكوناتها ومؤثراتها.

تشكل التنمية السياحية المستدامة المحور الأساسي في إعادة التقييم لدور السياحة والاستثمار السياحي في المجتمع، وعليه سوف نتطرق لمفهومها.

أولاً- مفهوم التنمية السياحية المستدامة: اقترح مبدأ الاستدامة في أوائل عام 1988 من طرف المنظمة

العالمية للسياحة، حيث تحدد الهدف من هذه السياحة، وهو أن تؤدي إلى إدارة جميع الموارد بطريقة تتيح تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الحفاظ في الوقت ذاته على الثقافة والعمليات الإيكولوجية الأساسية والتنوع البيولوجي والنظم المعيلة للحياة.¹

وقد عرفت منظمة السياحة العالمية السياحة المستدامة بأنها تلك التنمية التي تلبى احتياجات السياح والمواقع المضيفة إلى جانب حماية حق الأجيال القادمة للاستمتاع بهذه المواقع مستقبلاً، أي أنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تتحقق فيها متطلبات التنمية الاقتصادية الاجتماعية والثقافية.²

وعرفها الاتحاد الأوروبي سنة 1993 على أنها نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية، كما تعرف على أنها التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجتمعات

¹ الأمم المتحدة، المجلس الاقتصادي والاجتماعي، تنمية السياحة المستدامة، 2001، ص16

² UNEP and UNWTO, making tourism more sustainable, a guide for policy makers, 2005, p11

الضيافة الحالية وضمان استفادة الأجيال المستقبلية كما أنها تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية.¹

ثانيا- مبادئ التنمية السياحية المستدامة:

يجب أن تأخذ المبادئ التالية في الحسبان:²

- 1- أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها واستثماراتها جزء من استراتيجيات الحماية أو التنمية المستدامة للإقليم أو للدولة، كما يجب أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بشكل موحد يضمن إشراك وكالات حكومية مختلفة ومؤسسات خاصة ومواطنين سواء كانوا مجموعات أو أفراد لتوفير أكبر قدر من التنسيق.
- 2- أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بطريقة مستدامة وذلك من أجل حماية الاستخدامات الاقتصادية المثلى للبيئة الطبيعية والبشرية في المنطقة المضيفة.
- 3- أن تهتم السياحة بعدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة وأفراد المجتمع المضيف والمنطقة.
- 4- يجب أن تتبع هذه الوكالات والمؤسسات والجماعات والأفراد المبادئ الأخلاقية والمبادئ الأخرى التي تحترم ثقافة وبيئة واقتصاد المنطقة المضيفة.
- 5- يجب أن يتم تنفيذ برنامج للرقابة والتدقيق والتصحيح أثناء جميع مراحل تنمية وإدارة السياحة، بما يسمح للسكان المحليين وغيرهم بالانتفاع من الفرص المتوفرة والتكيف مع المتغيرات التي ستطرأ على حياتهم.
- 6- يجب أن يتم تشجيع الأشخاص المحليين على القيام بأدوار قيادية في التخطيط والتنمية بمساعدة الحكومة وقطاع الأعمال والقطاع المالي وغيرها من المصالح.

ثالثا- مكونات السياحة المستدامة:

¹ محمد ابراهيم العراقي، فاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية، دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الاسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، الاسكندرية، مصر، ص 04

² سالم حميد سالم، طارق سليمان، الأصالة التفاعلية بين السياحة والبيئة المستدامة، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مجلد 1، العدد 2، 2009، ص 95

يمكن حصر مكونات السياحة المستدامة في عنصرين أساسيين هما:¹

- المكون المادي للسياحة المستدامة ويعمل على توريث الطاقة الإنتاجية للأجيال القادمة بنفس قوتها أو بقوة أعظم بحيث نضمن أن استهلاك الكميات اليوم لا يفوق الكميات المطلوب استهلاكها غدا.
- المكون المعنوي للسياحة المستدامة فيعزي إلى كون السياحة من الناحية الاجتماعية والثقافية ليست محايدة،فهي تؤدي إلى حدوث تقابلات واحتكاكات بين نوعين من الثقافات (ثقافة الدولة المضيضة وثقافة دولة السياح) مما يخلق تواصل اجتماعيا وتوصلا بيئيا،فالسياحة المستدامة من منظور الاجتماعي ترمي إلى تعظيم سياحة ذات وجه بشري يتفادى المشكلات في النسيج الاجتماعي وموروث الذمة مما يتعين معه الاستجابة لحاجات ورغبات عدة طوائف:

- 1 -السياح: بتقديم ما يتلاءم ورغباتهم واحتياجاتهم وهو ما يستوجب تنوع سياحة الغد.
 - 2 -موظفو السياحة:وذلك بتحسين ظروفهم العملية وإتاحة فرص التأهيل المتواصل معهم.
 - 3 -سكان المقصد السياحي: بأن تأخذ السياحة شكلا يتلاءم والثقافة المحلية لسكان المقصد وأن تساهم بطريقة ملحوظة في رفع مستوى الدخل والمعيشة وإلا تعرضت لظواهر الرفض المحلي.
 - 4 -التواصل البيئي : وهي وسيلة تقتضي المحافظة على الموارد الطبيعية (الهواء،الماء،التربة ومختلف الأحياء) ويتعين من خلال هذا تبني سياسة للتنمية السياحية تعمل على المحافظة على مكونات البيئة ووقايتها،أي الاستغلال العقلاني لها ومضاعفة الإجراءات الهادفة للحفاظ على كفاءة الموارد البيئية
- رابعا- مؤشرات التنمية السياحية المستدامة : وقد وضعت هذه المؤشرات من اجل رصد الآثار الاجتماعية والاقتصادية والبيئية للسياحة وقسمت إلى ثلاث أقسام أساسية هي:²

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

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

¹ مهدي فاطمة الزهراء،بايزيد علي،مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية المستدامة،الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية قطاع السياحة،مرجع سبق ذكره،ص9
² عامر عيساني،الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة،مرجع سبق ذكره،صص57،56

ب مؤشر كثافة التربة: الذي يقيس إما معدل كثافة السياح إلى السكان المحليين أو معدل المساحة التي تحتلها البيئة الأساسية للسياحة إلى إجمالي المساحة

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

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

2 - المؤشرات الاجتماعية: تتركز المؤشرات الاجتماعية للتنمية السياحية المستدامة على واقع الانعكاس المتعاظم للنشاط السياحي على الوسط الاجتماعي، وتوجد عدة مؤشرات رئيسية لقياس المؤشرات السياحية على الجانب الاجتماعي وهي:

أ - مؤشر الانعكاس الاجتماعي: يقيس تأثير السياحة على الظروف المعيشية للسكان الموقع السياحي من حيث التوظيف، التعليم... الخ.

ب مؤشر رضا السكان المحليين: وهو يحدد مستوى الرضا لديهم على المشاريع السياحية والتجاوب معها.

ج مؤشر الأمان: ويقصد به انعكاس تدفق السواح على عنصر الأمن ويقاس بمدى تطور الجريمة في وسط سكان المقصد السياحي.

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

هـ - المؤشرات الاقتصادية: وتتعلق هذه المؤشرات بقياس تأثير النشاط السياحي على الوسط المحلي وأهم المؤشرات هي: مؤشر العملة الصعبة، مؤشر الدخل والاستثمار.

المطلب الثاني: دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية الاقتصادية

لقد اتفق الخبراء على انه لا يمكن للسياحة أن تكون عاملا للتنمية إلا إذا تحققت ذلك بصورة مستدامة، حيث ترى الكثير من الدول تولى أهمية كبيرة لزيادة وتنويع استثماراتها، والتي تعتبر عاملا أساسيا لتحقيق التنمية

المستدامة، حيث ينعكس تأثير الاستثمارات الموجهة للقطاع السياحي على جملة من المتغيرات الاقتصادية نوجزها في ما يلي:

أولاً- تحسين ميزان المدفوعات وتوفير النقد الأجنبي : تسعى الدول من خلال إقامتها للمشاريع الاستثمارية إلى تحسين ميزان المدفوعات الذي ينقسم إلى جانبين، أحدهما دائن تدرج فيه كافة العمليات التي تحصل فيها الدولة على متحصلات (حقوق) من العالم الخارجي، وجانب مدين تدرج فيه كافة العمليات التي تدفع فيها الدولة مدفوعات (ديون) إلى العالم الخارجي¹، ونظراً إلى أن الحركة السياحية تنتج عنها إيرادات كما أنها تؤدي إلى مجموعة من النفقات، لذلك فإنها تعتبر عنصر من عناصر ميزان المدفوعات يسجل في المجموع الجزئي لميزان السلع والخدمات تحت عنوان "السياحة" أو "السفر".

وتمثل السياحة من خلال الاستثمارات السياحية المقامة مصدراً هاماً من مصادر العملات الأجنبية والتي تسعى معظم دول العالم لا سيما النامية منها للحصول عليها نظراً لأهمية الإيرادات السياحية ودورها الأساسي في تحقيق فوائض في ميزان المدفوعات العديد من الدول خاصة السياحية منها، وبالتالي التأثير على المركز السياحي للدولة مقارنة بغيرها من الدول السياحية.

لذلك فإن السياحة تمثل صناعة يمكن أن يكون عائدها أكبر وأسرع من عوائد القطاعات الأخرى باعتبار أن السائح يتوجه إلى دولة معينة والتي يحصل منها على خدمات سياحية مقابل دفع مبالغ مالية تمثل نفقات الإقامة والنقل وأشياء أخرى وهو ما يميز الصناعة السياحية عن باقي القطاعات الأخرى التي يخصص جزءاً من إنتاجها للتصدير الذي تترتب عليه مصاريف متنوعة منها الشحن والتأمين، كما أن تحصيل قيمة المنتجات المصدرة تتطلب وقتاً².

¹ نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة - مجموعة الدراسات السياحية 2-، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، بدون سنة نشر، ص 104

² الحاج مسعود خديجة، دور الاقتصاديات السياحية في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير، جامعة الجزائر 3، 2011، ص 168، 170.

هذا وتتوقف قيمة الإيرادات أو المتحصلات في السياحة على عدد الزائرين وعلى متوسط ما ينفقه هؤلاء السائحين داخل البلاد، ويهتم المسؤولون بالمنتجعات والفنادق والشركات السياحية والمحلات بمستوى إنفاق السياح وعادة ما يصنفونهم على هذا المستوى.¹

ثانيا- آثار الاستثمارات السياحية على التشغيل والعمالة: لقد كانت القوة البشرية العاملة في الصناعة السياحية تمارس دورا كبيرا، شأنها شأن أي صناعة أخرى وبسبب اتصال السياحة بكثير من القطاعات الإنتاجية الأخرى في الدولة كقطاع البناء والصناعة والزراعة والقطاعات الخدمية الأخرى، فلا شك أن زيادة الاستثمارات السياحية سيؤدي إلى زيادة العمالة بطريقة مباشرة داخل قطاع السياحة وبطريقة غير مباشرة في القطاعات الأخرى التي تتأثر بالسياحة وتؤثر فيها .

ويختلف آثار السياحة على العمالة حسب الأهمية المعطاة للسياحة في الدخل الوطني وأولوياتها في قائمة القطاعات الإنتاجية التي يتم الاستثمار فيها، وتشير مختلف الدراسات التي أجريت عن آثار السياحة المباشرة وغير المباشرة على العمالة إلا أن الاستثمارات السياحية تختلف بالنسبة للفنادق ووظيفة واحدة جديدة على الأقل لكل غرفة فندقية. وبالنسبة لباقي النشاطات السياحية تختلف الوظائف الجديدة بنسبة 75% من عدد الوظائف التي تخلفها الفنادق، وبذلك تكون المحصلة النهائية أن السياحة تخلق 3.75 وظيفة مباشرة لكل غرفة فندقية بالإضافة إلى الوظائف غير المباشرة في القطاعات الأخرى أي أن السياحة تخلق نوعين من العمالة.²

المطلب الثالث: دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية الاجتماعية

إن مجرد الاختلاف والتباين بين ثقافات السكان وعاداتهم وتاريخهم في حد ذاته أهم عناصر الجذب السياحي، التي قد تؤدي إلى تغيير في أذواق وأنماط المعيشة السائدة بالإضافة إلى ظواهر أخرى تؤدي إلى تحقيق التنمية الاجتماعية ممثلة في العناصر التالية:³

¹ محمد البناء، اقتصاديات السياحة والفندقة، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2009، ص 262

² موفق علي، أهمية الاستثمارات السياحية ودورها في التنمية الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشور، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2012، ص ص 96، 97

³ خالد قاشي، حجال السعيد، دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في التنمية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص ص 10، 11

أولاً- التطور الاجتماعي : تعتبر الاستثمارات السياحية وما ينتج عنها من سياحة من أهم أسباب التطور الاجتماعي في الدول السياحية حيث تتيح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم ومشاهدتهم واتصالهم المباشر مع السياح، وهو ما يساهم في اكتساب الخبرات والقيم السليمة بالإضافة إلى مساعدتهم على الانفتاح على العالم الخارجي.

ثانياً- الاهتمام بالعادات والتقاليد والتراث والبيئة : تؤدي السياحة إلى الاهتمام بالقيم والتقاليد والمعالم والتراث الشعبي والفني، كما تعمل الاستثمارات السياحية على زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السياح على المقومات الثقافية للمجتمع المضيف، ويتبع إنجازاته وتطوره في هذا المجال بالإضافة إلى الاطلاع على الثقافات الأجنبية الوافدة من خلال هؤلاء السياح بما يحملونه من أفكار واهتمامات.

ثالثاً- التحولات الطبقيّة لأفراد المجتمع : تساهم السياحة من خلال مشاريعها الكبرى التي تقام في إطار التنمية السياحية في تشجيع العديد من العاملين في قطاعات أخرى على ممارسة الأنشطة السياحية مما يؤدي إلى زيادة دخلهم ومكاسبهم ورفع مستوى حياتهم الاقتصادية والاجتماعية حيث ينقلهم من شريحة اجتماعية معينة إلى شريحة أعلى وهو ما ينعكس على سلوكهم وتطلعاتهم واتجاهاتهم التعليمية والصحية.

المطلب الرابع العوامل المؤثرة على الاستثمار السياحي ومعوقاته:

إذا اعتبرنا أن السياحة كصناعة منظمة شأنها في ذلك شأن العديد من الصناعات التي تتواجد في وسط من العوامل المؤثرة والمتأثرة بها، وبالمقابل هناك محفزات تساعد على إقامة هذه الاستثمارات وأخرى تعيقه وتشمل مجموعة من العوامل:

أولاً- العوامل المؤثرة على الاستثمار السياحي :وتشمل ما يلي

1 -العوامل الاقتصادية: هناك منافع اقتصادية كثيرة تأتي من النشاط السياحي ، و قد قامت العديد من الدراسات الاقتصادية بمقارنة هاته المنافع و منافع أخرى متأتية من نشاطات أخرى .

أ - تطور البني التحتية : نظرا لصعوبة تحديد أو تقنين عدد السياح فإن تلبية احتياجات ورغبات الأعداد المتزايدة من السياح يتطلب بالضرورة تطوير و إضافة بني تحتية جديدة لكن هذا النوع من الإستثمار يعد مكلفا

للمغاية ، فالنشاط السياحي يكون موسميا في الغالب ، لهذا السبب فإن عملية تطوير السياحة بشكل سليم و مخطط له تتطلب في المقام الأول تحسين البنى التحتية .¹

حيث يساعد توفر البنى التحتية كالطرق والمطارات والمنشآت اللازمة على تشجيع الإستثمار ، و هي تعتبر إحدى العوامل المحفزة له إذا تواجدت بشكل كاف و مناسب ، هذا و من بين البنى التحتية الأخرى التي يجب أن توفرها حكومات الدول لتشجيع السياحة في تطوير شبكة الاتصالات بمختلف وسائلها من هواتف محمولة و ثابتة و إنترنت ، كما تتطلب السياحة وجود نظم متطورة للدفع متمثلة في نظام بنكي متطور يسمح بالدفع بواسطة بطاقات الائتمان و الشبكات الالكترونية و غيرها .

ب الضرائب و التضخم : من المؤشرات التي تؤثر على الاستثمار السياحي هي التحفيزات التي تطرأ في أسعار العقارات و الأراضي ، حيث أن الضرائب المتأتية من القطاع السياحي غالبا ما تساهم في تخفيض العبيء الضريبي على المواطنين الدافعين للضريبة و هذا ما يحصل فعلا في بلدان سياحية مثل تونس ، مصر ، اليونان و غيرها ، و لكي تكون السياحة في خدمة المجتمع يجب استخدام جزء من عائدات الضرائب من السياحة في تطويرها . كما أن ارتفاع منتوجات السياحة تساهم في زيادة معدلات التضخم .²

2 -العوامل السياسية و الأمنية : تعتبر من أقوى العوامل التي يجب التعامل معها بحذر ، و تستدعي بذل الجهد اللازم و الكافي لجعلها في أحسن الأحوال الممكنة ، ذلك أن الاستقرار السياسي و الأمني يعد مؤشرا إيجابيا بالنسبة لكافة القطاعات و كافة أنواع الاستثمارات ، لا سيما في قطاع السياحة.³

3 -العوامل القانونية التشريعية : يعد الإطار التشريعي للاستثمار السياحي أيضا من العوامل المهمة المؤثرة في هذا الاستثمار حيث أنه يخلق مناخا قانونيا ملائما و ميسرا للاستثمار ، و يكون عاملا محفزا له ، فعندما تكون هناك قوانين تشجع الاستثمار و التشريعات تعطي ضمانات للمستثمرين مما يجعلهم يقبلون الاستثمار في هذا البلد في ظل وجود قوانين حمايتهم.⁴

¹ حميد الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2001، ص ص 73-74

² بليل فوى، دور التحفيزات الجبائية في جلب الاستثمار السياحي في الجزائر في الفترة 2000-2010، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، 2012، ص 24

³ بوشاك نجية، حدو رابع، أثر الإطار التشريعي للاستثمار السياحي في الجزائر على الاستثمار السياحي الخاص، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في التنمية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 04

⁴ بن طلحة صليحة، حمداني موسى، الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الدولي العلمي الثاني حول الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي تيبازة، 26-27/نوفمبر/2014

4-العوامل الطبيعية: تمتلك الكثير من دول العالم مقومات طبيعية هامة تتنوع من مجال إقليمي

للآخر،وعليه يجب استغلال هذه الموارد ورعايتها من أجل الإنتفاع بها من جهة والحفاظ عليها من جهة اخرى،ولذلك تعد العوامل الطبيعية من أهم العناصر التي تتأثر بكيفية التعامل معها،وتؤثر بدورها على السياحة عموما والاستثمار السياحي خصوصا،وحسن استغلال هذه الموارد يدعم قطاع السياحة أما سوء استخدامه وعدم الاهتمام به يسهم في التعتيم عليها وبالتالي استبعاد الاستثمار السياحي المتعلق بها.¹

5-العوامل البشرية: تعتبر الموارد البشرية عاملا مؤثرا بدوره على الاستثمار السياحي ،فتوفر مراكز سياحية

بتدريب العمال يجعل من المستثمر يتخلص من مشكلة العمال المهرة، كما أن توفر يد عاملة مؤهلة في القطاع السياحي يدعم هذا النوع من الاستثمار،بالإضافة إلى تمتع السكان وأفراد المجتمع ككل بدرجة من الوعي الثقافي يشجع على الاستثمار السياحي.

ثانيا- معوقاته: هناك العديد من المعوقات التي تحول دون تطور الاستثمار في المجال السياحي يمكن حصرها في النقاط التالية:²

✓ النقص الملحوظ في العمل المؤسسي للسياحة كصناعة متطورة على الصعيد المحلي،الإقليمي والدولي،إذ أن عدم تواجد تنظيم هيكلي للسياحة قادر على مواجهة التحديات والاستفادة من الفرص يعتبرها عائقا أساسيا في تقدمه.

✓ تأشيرات الدخول تشكل بعض التعقيدات المعيقة للسياحة.

✓ خطوط النقل الجوي وضريبة الدخول،فعدم توفر الخطوط الحديثة ومؤهلة بأسعار تنافسية أمر يعيق

الاستثمار السياحي.

✓ عدم تحسين البنية الأساسية أو إنعدامها.

✓ عدم الاستقرار الأمني والسياسي.

✓ قلة الشركات المتخصصة في الاستثمار في القطاع السياحي في الدول النامية .

¹ بوشاك نجية،حدو رابع، أثر الإطار التشريعي للاستثمار السياحي في الجزائر على الاستثمار السياحي الخاص ،مرجع سبق ذكره،ص05

² انظر في ذلك:

- حيزية حاج الله،الاستثمارات السياحية في الجزائر،مذكرة ماجستير غير منشورة،تخصص مالية وبنوك،جامعة بليدة،2006،ص ص 77-78

- خالد قاشي و حجال السعيد،مرجع سبق ذكره،ص06

- ✓ مشكلة العقار السياحي وعدم توضيح مناطق التوسع السياحي.
- ✓ تدهور البنى التحتية في العديد من مناطق الجذب السياحي، مما يؤدي إلى زيادة تكاليف الاستثمار وبالتالي إنخفاض الأرباح.
- ✓ صعوبة تمويل المشاريع السياحية و تهرب البنوك في تمويلها لأن العائد يتحقق بعد مدة طويلة مقارنة بالاستثمارات الأخرى.
- ✓ إرتفاع الأسعار وعدم تأهيل القوى البشرية.

المبحث الثاني: واقع مقومات السياحة في الجزائر.

تعتبر المقومات السياحية عنصر من العناصر الأساسية المكونة للعرض السياحي، فهي تعتمد اعتمادا كبيرا عليها، وهي في واقع الأمر تمثل تلك الإمكانيات الطبيعية والمادية والصناعية التي تتوفر عليها أي بلد، مما يستلزم تميمها وحمايتها للاستفادة منها، والجزائر من الدول التي أنعم الله عليها بموقع جغرافي هام يتنوع بين الجبال والبحر والصحراء ولهذا أردنا في هذا المبحث أن نعطي نظرة عن المقومات السياحية في الجزائر من خلال تطرقنا إلى أنماط السياحة ومؤشراتها والبنية التحتية الموجودة بها.

المطلب الأول مقومات السياحة في الجزائر

إن التعدد والاختلاف الموجود في الموارد السياحية خاصة منه الجانب الطبيعي يسمح بوجود عرض سياحي متنوع ومختلف قادر على تلبية كل طلبات السياح.

أولاً- المقومات الطبيعية : يعتبر كل من الموقع الجغرافي المهم وتنوع التضاريس والمناخ السائد من المعطيات الأساسية للمقومات الطبيعية التي تلعب دورا هاما في تطوير السياحة وسوف نتطرق إليها من خلال:

1 -الموقع الجغرافي: تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض البحر الأبيض المتوسط وتحتل مركزا محوريا فهي: ¹ تتربع على مساحة شاسعة تقدر بـ 2.381.741 كلم² يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق تونس والجمهورية الليبية ومن الجنوب مالي والنيجر ومن الغرب المغرب الأقصى ومن الجنوب الغربي موريتانيا والجمهورية الصحراوية. فهي بذلك تتوسط بلاد المغرب العربي الكبير، حيث يبلغ امتدادها الشمالي من البحر الأبيض المتوسط إلى أعماق الصحراء جنوبا 1900 كلم، أما امتدادها الشرقي الغربي فيتراوح ما بين 1200 كلم على خط الساحل و 1800 كلم على خط تندوف غدامس.

لموقع الجزائر أهمية إستراتيجية وخصائص حيوية تجمع بين مميزات نادرة استمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم فهي جسر اتصال ومحور إلتقاء بين أوروبا وإفريقيا وبين المغرب العربي والشرق الأوسط وممرا حيويا للعديد من

¹ كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاد شمال إفريقيا، العدد الأول، جامعة حسيبة بن بو علي، الشلف، الجزائر، ص215

طرق الاتصال برا وبحرا وجوا.¹

ثانيا- المناخ: تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة انواع من المناخ نذكرها فيما يلي:²

1 -المناخ الصحراوي: يتميز هذا المناخ بأمطار قليلة وغير منتظمة وبجو جاف وارتفاع في درجة الحرارة التي تصل أحيانا إلى 40 درجة مئوية أو تفوق ذلك، كما تتميز بموسم طويل حار يمتد من شهر ماي إلى سبتمبر أما باقي الأشهر فتتميز بمناخ متوسط ودافئ، وهذا ما ينشط حركة السواح في فصل الشتاء حيث يعطي هذا المناخ مناطق الجنوب والواحات .

2 -المناخ لاستيبس: يغطي هذا المناخ مناطق الهضاب العليا وهو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي والمناخ الصحراوي ويتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من شهر أكتوبر إلى شهر ماي و الامطار فيه أقل كمية لا تتجاوز 400ملم/السنة

3 -مناخ البحر الابيض المتوسط: يشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة عموما من شهر أكتوبر إلى شهر أفريل تتميز بفصلين الأول ممطر ودافئ وطويل هو الشتاء والثاني هو الصيف يكون جاف و حار وقصير .

ثالثا- التضاريس: تتميز الجزائر بتتابع أنواع مختلفة من التضاريس من الشمال إلى الجنوب وهي أقاليم مختلفة تتمثل في:

- 1 +الساحل الجزائري:** تطل الجبال مباشرة على البحر لتعطي الصفة الصخرية التي ساعدت على ظهور الموانئ والخلجان مثل ميناء سيدي فرج (الجزائر)، آرزبو (وهران)، بجاية، سكيكدة، عنابة... الخ. حيث يمتد الساحل على طول 1200 كلم كما يتوفر على مناطق سياحية أهمها: تنس، الغزوات، عين الترك، مستغانم... الخ.³
- 2 +الأطلس التلي والهضاب العليا:** يمتد الأطلس التلي على شكل مجموعة السلاسل الجبلية فهناك سلسلة الأطلس التلي وسلسلة الأطلس الصحراوي بينها جيوب ساحلية أشهرها سهل متيجة، وهران وعنابة

¹ موقع الجزائر الجغرافي وأهميته في العالم نقلا عن الموقع : <http://achourzian,yoo.com/t355-topic> تاريخ الإطلاع

20:09، 2015/02/25

² محمد الهادي لعروق، أطلس العالم الجزائر، عين مليلة، دار الهدى، بدون سنة نشر، ص12
³ الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر 1989، ص ص 10-12

وكذلك هناك سهول داخلية أشهرها سهل تلمسان وسيدي بلعباس ونجد مجموعة سلاسل جبلية متفاوتة الارتفاع فنجد أعلى قمة في جبل الأوراس وقمة لالا خديجة بجرجرة والونشريس وغيرها من الجبال التي تعتبر مناطق سياحية يمكن استغلالها لممارسة السياحة الجبلية بممارسة بعض الرياضات أما الهضاب العليا فيتراوح علوها ما بين 900 و1000 متر، تمثل هضاب الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية والغربية بها العديد من المنخفضات أهمها سطيف وتبسة.

3 - الصحراء والأطلس الصحراوي: تعتبر الصحراء أكبر منتج سياحي تتوفر عليه الجزائر، تتربع على مساحة شاسعة تعادل 80% من المساحة الكلية للبلاد وهي من أكبر الصحاري في العالم مما يجعلها القبلة الأولى للسياح الأجانب.¹ تتميز بروعة جبالها ذات المصدر البلوري الشفاف وذات التكوين البركاني ورمالها الذهبية، وواحاتها الخلابة المتنوعة عبر مناطقها إلى جانب غابات النخيل وتربتها الخصبة وكتبانها الرملية، أما الأطلس الصحراوي فهو عبارة عن كتلة مترابطة موازية للأطلس التلي تمتد شرقا من جبال النمامشة إلى الغرب جبال الحضنة.²

هذا و تتمتع الجزائر بمجموعة من المحميات الطبيعية حيث نجد³

أ - الحظيرة الوطنية للقالا : و تقع في ولاية الطارف تتربع على مساحة 80 ألف هكتار ، فهي تتكون من فيسفساء بيئية خاصة تتميز بوجود المناطق الرطبة و مكوناتها الرطبة ، كما نجد المياه العذبة و البحيرات

ب حظيرة جرجرة : و مساحتها 18500 هكتار ، تم إدراجها ضمن المحميات الطبيعية من قبل اليونسكو لما تحتويه من غطاء نباتي متنوع فيها غابات كثيفة و ثروة حيوانية متنوعة و بها أعلى قيمة و هي قيمة "لالا خديجة " .

ج -الحظيرة الوطنية بلزمت : تقع الحظيرة على بعد 7 كلم شمال غرب باتنة ، و هي متواجدة على أرضية صخرية تحتوي على سلسلة نباتية فريدة من نوعها و أنواع مختلفة من الطيور بلغ عددها أكثر من 106 طير و 7

¹ محمد الهادي لعروق، مرجع سبق ذكره، ص12

² الديوان الوطني للسياحة الجزائري، الهقار و التاسيلي الجزائر، منشورات الديوان للسياحة الجزائرية، ص03، نقلا عن الموقع: <http://ont.dz/wp-content/uploads/hoggar-tassili.pdf> (25/02/2015 21h30)

³ الديوان الوطني للسياحة الجزائري، الحظائر الوطنية نقلا عن الموقع <http://ont.dz/decouvrir-lalgerie/parcs-nationaux/> تاريخ الاطلاع 2015/02/25 الساعة 00: 22 h

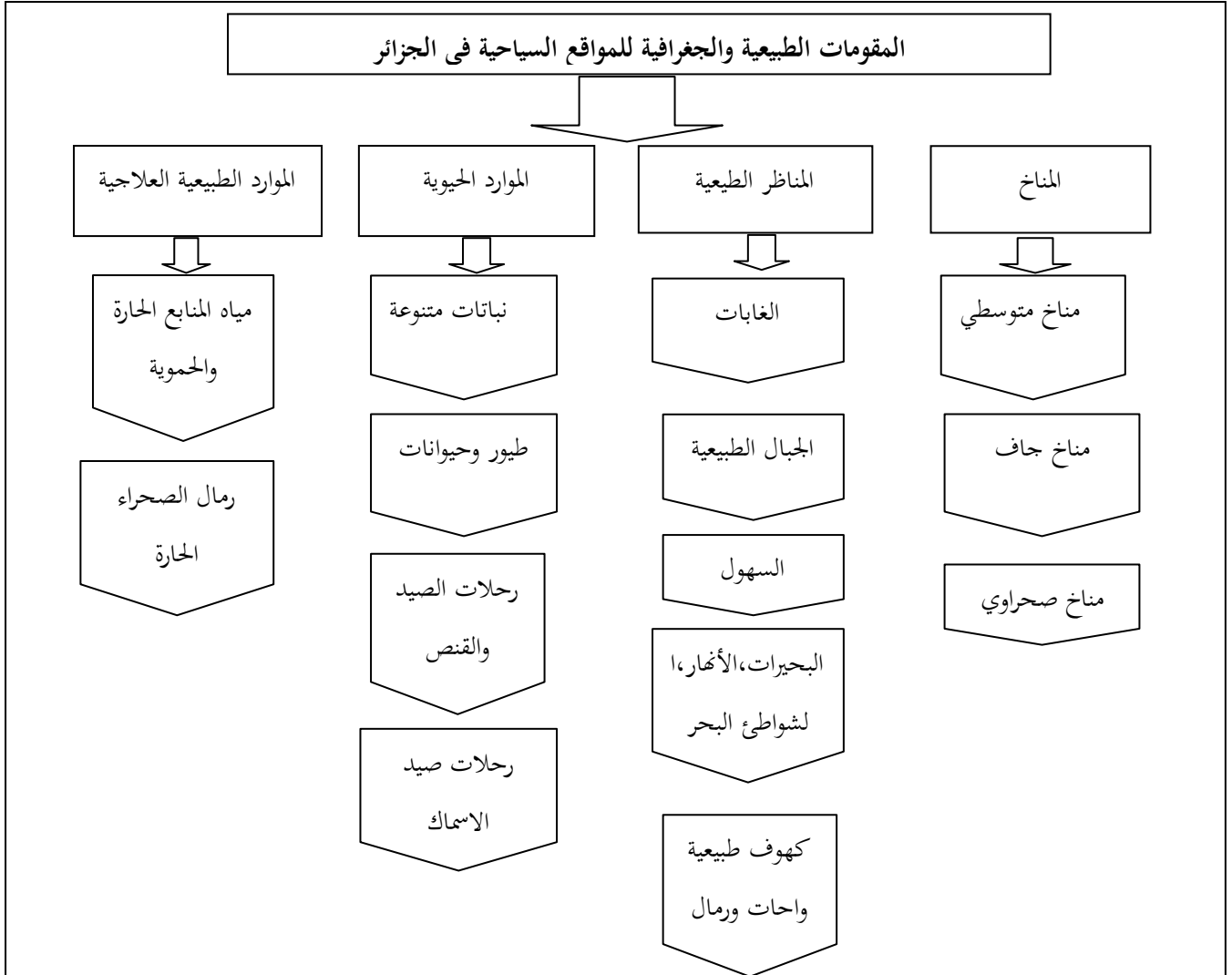
أنواع من الزواحف ، و حظيرة ثنية الحد مساحتها 6163 هكتار ، و حظيرة تازا و تبلغ مساحتها حوالي 2807 هكتار و تقع على بعد 30 كلم من جيجل .

رابعا : الشروة الحموية المعدنية : بحكم الطبيعة الساحرة للجزائر و القدرات السياحية الهائلة لها ، فهي تعتبر بلد غني يتوفر على حمامات معدنية لها أهمية بالغة ، يقدر عددها ب 202 منبع للمياه الحموية الجوفية تتميز بالخصائص العلاجية المؤكدة ، أشهرها : حمام بوحنيقية (معسكر) ، و حمام بوغراة (تلمسان) ، و حمام بوحجر (عين تموشنت) ، حمام الصالحين (خنشلة) ، و حمام زلفانة (بغداية) ، و حمام قرقور (سطيف) و حمام ريغة بالإضافة إلى مركز وحيد للعلاج بمياه البحر بسيدي فرج.¹

ويمكن إبراز المقومات الطبيعية الجزائرية من خلال الشكل التالي:

¹ الدليل الاقتصادي والاجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص339

الشكل رقم (3-1) المقومات الطبيعية والجغرافية للمواقع السياحية في الجزائر



المصدر: بن الشيخ بوبكر الصديق، المنتج السياحي في الجزائر: بين جاذبية المقومات السياحية وضعف الخدمات المكتملة، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة، دراسة تجارب بعض الدول، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة بليدة، 24-25/04/2012، ص03

المطلب الثاني: الأنماط السياحية بالجزائر

تزخر الجزائر بمنتوج سياحي مختلف ومتنوع قادر على تلبية رغبات كل طلبات السياح المحليين والدوليين وعليه يمكن التمييز بين أنواع مختلفة وعديدة للسياحة لكل نوع منها خصائص ومميزات خاصة به نذكرها فيما يلي:

أولاً- السياحة الترفيهية الشاطئية: يقصد عدد كبير من الزائرين المدن الشاطئية بحثا عن الترفيه والاستحمام وذلك بفضل ما تتمتع به الجزائر من شواطئ خلابة على طول الساحل الذي يمتد على مسافة 1200 كلم

يتخللها غابات كثيفة، وسلاسل جبلية متنوعة، وبالرغم من هذه الإمكانيات إلا أن فعاليتها لا تزال دون المستوى المطلوب وهذا لغياب المنافسة وقلة الاستثمارات المخصصة لهذا القطاع بالإضافة إلى عدم وجود رؤية صحيحة وسياسة واضحة اتجاه السياحة في الجزائر وعليه يجب تفعيل هذا النوع من السياحة بتوفير ما يلي:¹

- الحفاظ على نظافة الشواطئ، وإشعار السواح بمراعاة ذلك عن طريق بث الوعي بواسطة النشريات المختصرة والواضحة وبلغات متعددة.

- الحيلولة دون حدوث سلوكيات منافية للآداب العامة من السياح ومن عامة الناس.

- إنشاء مساكن سياحية منفردة وعلى نسق مدروس، بحيث تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية وبكيفية يمكن التحكم في تسييرها وتوفير الأمن فيها.

- توفير وجبات غذائية خفيفة وكاملة وفق المقاييس المعمول بها دوليا.

- توفير محلات تجارية تعرض كل ما يحتاج إليه السائح .

- إنشاء ملاعب للرياضات بهدف جذب السياح.

ثانيا- السياحة الصحراوية : تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة بما كل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، ومن هذه المكونات واحاتها المنتشرة عبر أرجائها، ومبانيها المتميزة بمهندستها، والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار حيث تتحلى عظمة الطاسيلي الشاهد على الحضارة الراقية والمجسدة في الرسوم المنقوشة على الصخور لا زالت تروي للأجيال المتعاقبة حكايات شيقة وأنماط عيش متميزة للإنسان الترقى في تلك الأزمنة الضاربة في أعماق التاريخ ، و ثممة عامل آخر يلعب دورا حيويا في تنشيط الحركة السياحية و التظاهرات الثقافية و هو ما يعرف بسفن الصحراء (الجمال) التي تثير حب الفضول في السائح الغربي لرؤيته و ركوبه .

إن اتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تبني إستراتيجيات تختلف عما يمكن تبنيه في المناطق الشمالية ، و إذا كانت هناك عوامل قد يقع عليها إجماع مثل الهياكل و الأمن و الخدمات ، فإن هناك قضايا أكثر إلحاحا بالنسبة للسياحة الصحراوية أهمها النقل البري و الجوي . و لتجاوز هذا المشكل يستوجب تخصيص استثمارات كافية

¹ عبد القادر عوينات، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات 2000-2025 في ظل الاستراتيجيات السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية sdat2025، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية ، جامعة الجزائر، 2013، ص147

لترقية المرافق الضرورية كشق الطرق و تخصيص طائرات للرحلات الجوية الداخلية بين المناطق التي يتوافد عليها السياح ، و فتح خطوط دولية مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من وإلى هذه المناطق¹

ثالثا -السياحة الجبلية : إذا كانت السياحة الساحلية قادرة على جذب أعداد معتبرة من السياح ، فإن الأمر يختلف بالنسبة للسياحة الجبلية ، خاصة في الظروف الأمنية الراهنة ، و مهما كان الأمر ، فإن الأمل في الاستقرار و عودة السلم قائما . حيث تحتوي مناطقنا الجبلية على ثروات سياحية هامة ، مثل المناظر الطبيعية الخلابة و المغارات و الكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة ، غير أنه للأسف أصبحت اليوم النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تنعدم لتقتصر فقط بالترحلق على الثلج في مناطق تيكجدة و تلاغيف و الشريعة . في حين أن السياحة الجبلية لا تقتصر على الترحلق على الثلوج فقط فهناك مغارات و كهوف تمتد على مسافات طويلة و لا نعرف عنها شيء و هناك أيضا ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة و الطيور النادرة و الينابيع المائية العذبة التي تتميز بالبرودة صيفا و الفطور شتاءا و فكلها تعتبر عوامل جذب للسياح إذ تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف مناطق الجزائر وهذا بالاعتماد على الإشهار و تقديم الأشرطة الوثائقية حول هذه المواقع.²

رابعا- السياحة الحموية: هي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى، تمارس من أجل الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع، وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على 202 منبع مائي تم إحصاؤه على المستوى الوطني.³

¹ طالب دليمة وهراني عبد الكريم ، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة ، نحو تنمية سياحة مستدامة ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق ، معهد العلوم الاقتصادية ، المركز الجامعي البويرة ، 11-12 ماي 2010.

² صالح فلاح، النهوض بالسياحة في الجزائر كإحدى شروط الاندماج الاقتصادي الجزائري في الاقتصاد العالمي، الملتقى الدولي حول "تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد الحاج لخضر، باتنة، 26-27/04/2003، ص05

³ بوفاس الشريف، بن خديجة منصف، ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات، الملتقى الوطني الأول حول المقاولانية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة الشريف مساعدي، سوق أهراس ، 22-23/04/2014، ص05

المطلب الثالث: مؤشرات السياحة بالجزائر.

بالإضافة إلى ما تزخر به الجزائر من إمكانات طبيعية وتاريخية وثقافية مهمة غير أنها تبقى غير كافية من أجل صناعة السياحة، وعليه لا بد من دعم هاته المقومات بإمكانات مادية لتسهيل النشاط السياحي وذلك من خلال توفير طاقة فندقية بمختلف تصنيفاتها والبنية التحتية لتسهيل وتحسين الخدمات للسواح.

أولاً- الطاقات الفندقية في الجزائر: تمثل المقومات الفندقية إحدى المؤشرات المهمة في قياس مدى تطور وتقديم القطاع السياحي في أي بلد، والجزائر من بين الدول التي تعمل جاهدة على تحسين قدرات الاستقبال.

1 - تطور عدد الأسرة للفترة (1997-2014): عرفت الجزائر خلال السنوات القليلة الماضية تسارع في تطوير قطاع السياحة، بما في ذلك الجانب الفندقي، فقد بلغ عدد الأسرة قبل الاستقلال 5922 سرير¹، وبعد الاستقلال اعتمدت الجزائر المخططات التنموية ابتداءً بالمخطط الثلاثي الأول والمخططين الرباعين الأول والثاني وصولاً إلى المخططين الخماسيين، أما مرحلة التسعينات، فتعتبر مرحلة التحول الاقتصادي للجزائر نظراً للتطورات الحاصلة في العالم، والجدول التالي يوضح تطور طاقة الإيواء خلال الفترة (1997-2014).

جدول رقم (3-1) تطور الطاقة الفندقية في الجزائر خلال الفترة الممتدة (1997-2014)

الوحدة: عدد الأسرة

| السنوات | عدد الأسرة | نسبة التغير % |
|---------|------------|---------------|
| 1997 | 65704 | / |
| 1998 | 70981 | 8,03 |
| 1999 | 75505 | 7,07 |
| 2000 | 77242 | 1,31 |
| 2001 | 72485 | 0 |
| 2002 | 73548 | -3,89 |
| 2003 | 77473 | 4,69 |
| 2004 | 82034 | 5,88 |

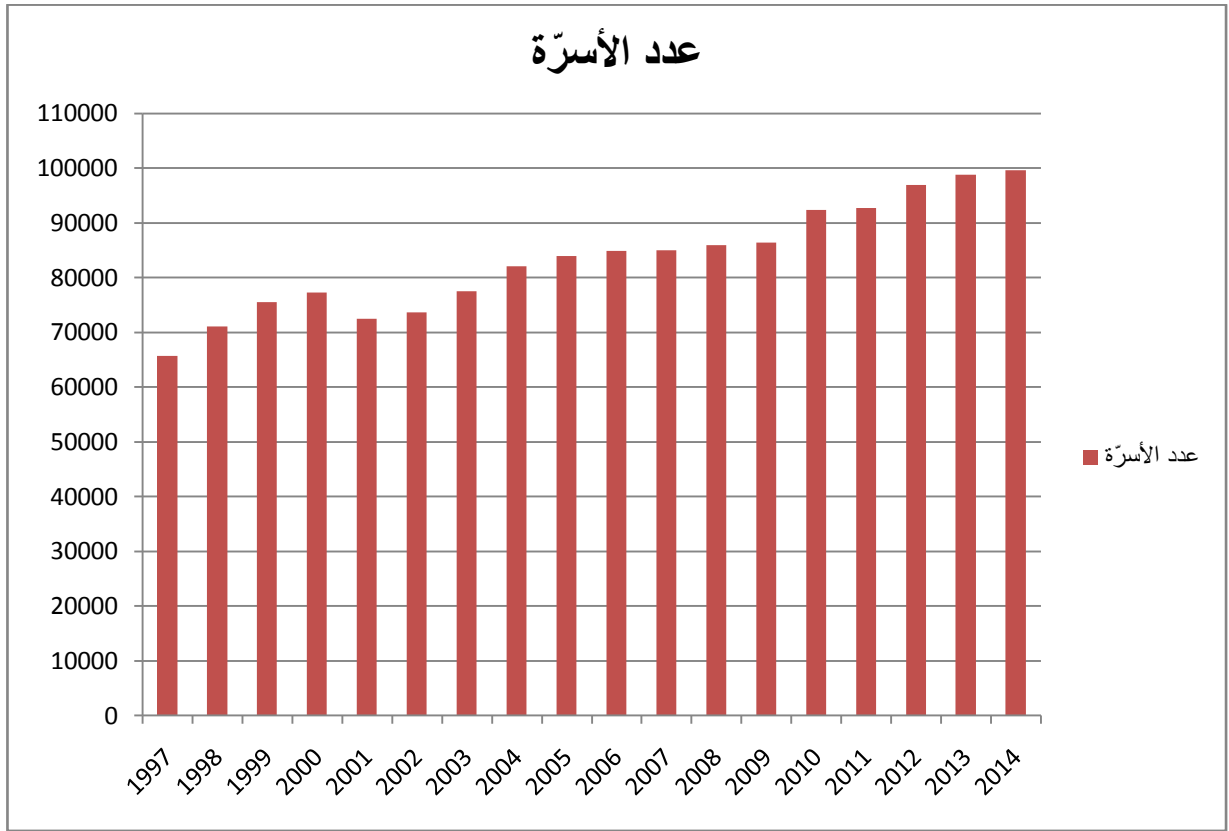
¹ Belcaceм hadar, role socio-economique du tourisme en algerie, edition EWAP/EWAL/OPU , alger, 1988, p48

| | | |
|------|-------|------|
| 2,26 | 83895 | 2005 |
| 1,16 | 84869 | 2006 |
| 0,15 | 85000 | 2007 |
| 1,03 | 85876 | 2008 |
| 0,59 | 86383 | 2009 |
| 6,93 | 92377 | 2010 |
| 0,38 | 92737 | 2011 |
| 4,48 | 96898 | 2012 |
| 1,96 | 98804 | 2013 |
| 0,81 | 99605 | 2014 |

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية.

من خلال البيانات المقدمة في الجدول نلاحظ أن عدد الأسرة في الفترة من 1997 إلى 2013 كان في تزايد مستمر ولكن بمعدل بطيء حيث لغت طاقة الإيواء سنة 1997 65704 سرير لتصل طاقة الإيواء سنة 2014 إلى 99605 بإجمالي عدد فنادق بلغ 1185 فندق، ومقارنة بعدد الأسرة في دول الجوار نجد هذا العدد ضعيف لتلبية احتياجات الزبائن كما هو موضح في الشكل التالي:

شكل رقم (2-3) تطور عدد الأسرة للفترة (1997-2014)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (3-1)

2 - تصنيف عدد الأسرة للفترة (1997-2014): أما بالنسبة إلى طاقات الإيواء الموزعة بحسب

الدرجات يمكن توضيحها في الجدول التالي:

جدول رقم (2-3) توزيع عدد الأسرة في مؤسسات الإيواء حسب التصنيف خلال الفترة من (1997-

2014)

| الإجمالي | بدون تصنيف | 1 نجمة | 2 نجوم | 3 نجوم | 4 نجوم | 5 نجوم | أصناف / سنوات |
|----------|------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|
| 65704 | 19049 | 2872 | 6374 | 27204 | 5047 | 5158 | 1997 |
| 70981 | 20876 | 2975 | 7284 | 28968 | 5093 | 5785 | 1998 |
| 75505 | 23778 | 2941 | 8250 | 29206 | 5330 | 6000 | 1999 |

| | | | | | | | |
|-------|-------|-------|------|-------|------|------|------|
| 77242 | 27100 | 3322 | 5190 | 30330 | 5100 | 6200 | 2000 |
| 72485 | 40728 | 2165 | 5331 | 15808 | 3621 | 4832 | 2001 |
| 73548 | 47485 | 2033 | 3338 | 11717 | 2975 | 6000 | 2002 |
| 77473 | 44381 | 4959 | 3757 | 14740 | 5424 | 4212 | 2003 |
| 82034 | 51474 | 2315 | 5415 | 14857 | 3383 | 4590 | 2004 |
| 83895 | 53000 | 2315 | 5800 | 14807 | 3383 | 4590 | 2005 |
| 84869 | 56225 | 2378 | 5843 | 11225 | 3743 | 5455 | 2006 |
| 85000 | 56356 | 2378 | 5843 | 11225 | 3743 | 5455 | 2007 |
| 85876 | 56856 | 2378 | 5843 | 11601 | 3743 | 5455 | 2008 |
| 86383 | 56865 | 2378 | 6044 | 11700 | 3950 | 5455 | 2009 |
| 92377 | 58905 | 3804 | 8070 | 13090 | 3560 | 4948 | 2010 |
| 92737 | 58985 | 3804 | 8070 | 13180 | 3750 | 4948 | 2011 |
| 96898 | 72296 | 8407 | 4605 | 5775 | 1600 | 4242 | 2012 |
| 98804 | 71943 | 10639 | 4605 | 5775 | 1600 | 4242 | 2013 |
| 99605 | 8406 | 10639 | 4605 | 5829 | 1800 | 4242 | 2014 |

المصدر: بيانات مقدمة من طرف وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (3-2) أن أعلى نسبة من إجمالي طاقات الإيواء (عدد الأسرة) كانت من نصيب عدد الأسرة في الفنادق غير المصنفة أي بدون نجمة، ثم في الفنادق ذات ثلاث نجوم (3 نجوم) غير أن هذا التطور كان ضعيفا خاصة في فترة التسعينات، وحتى بعد تحسن الظروف الأمنية في مرحلة ما بعد 2000 .

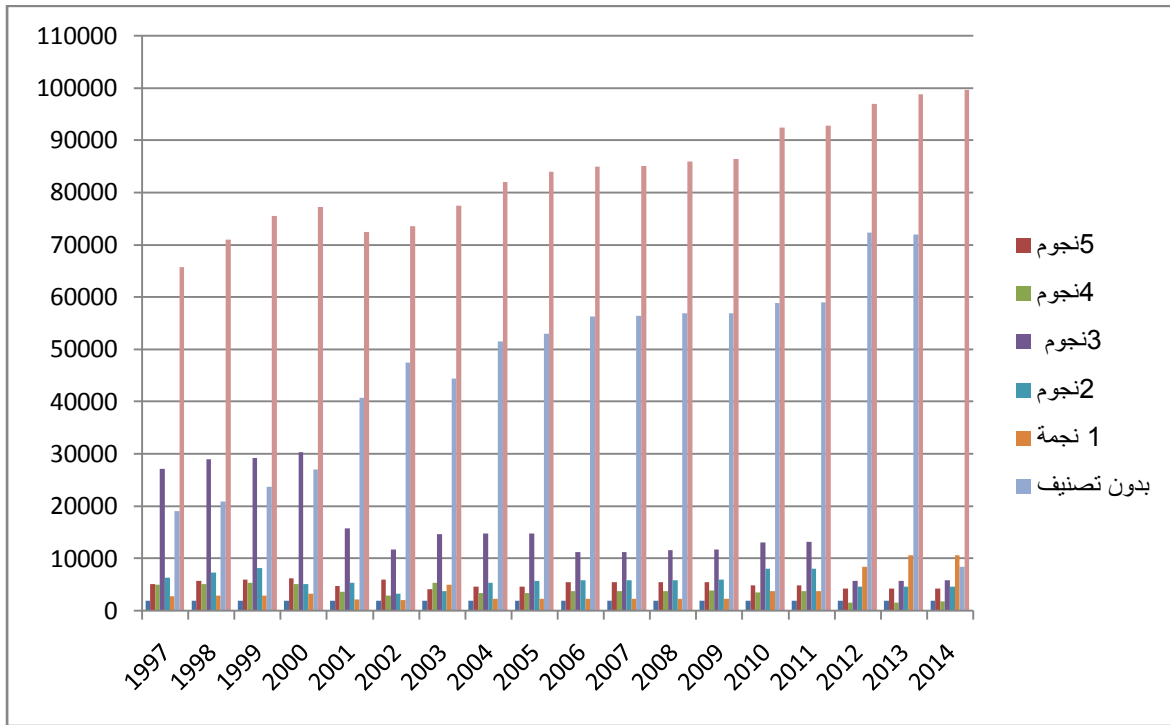
كما أن الشكل الموالي يوضح أن عدد الأسرة في تزايد مستمر ولكن بوتيرة ضعيفة، حيث يلاحظ تطور عدد الأسرة ما بين 1997 و 2014 بحوالي 30 ألف سرير خلال 17 سنة أي بحوالي 2000 سرير في السنة ويبقى هذا الرقم ضعيف جدا، كما يبين الشكل أن عدد الأسرة يقل كثيرا في الفنادق ذات 5 نجوم ويتمركز بصفة كبيرة

في الفنادق غير المصنفة ثم يليه بعد ذلك في المرتبة الثانية الفنادق ذات 03 نجوم وقد يرجع ذلك إلى عدة عوامل أهمها:¹

- نقص استثمار القطاع العام في هذا الصنف من الفنادق لضخامة استثماراتها وقلة عائدها.

- نقص الاستثمارات الكبيرة المتعلقة بالقطاع الخاص في الجزائر في هذا المجال.

شكل رقم (3-3): توزيع عدد الأسرّة في مؤسسات الإيواء حسب التصنيف خلال افترة (1997-2014).



المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على معطيات الجدول رقم (3-2)

3 توزيع طاقات الإيواء في المؤسسات الفندقية (1997-2014): قامت الجزائر بتوفير طاقات إيواء

من خلال المخططات التنموية بغية تلبية احتياجات السياح الوافدين والجدول التالي يبين طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية للجزائر.

¹ صلحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، مرجع سبق ذكره، ص112

الجدول رقم (3-3) توزيع طاقات الإيواء في المؤسسات الفندقية للفترة (1997-2014)

الوحدة: سرير

| إجمالي عدد الأسرّة | جبلي | حمامات | صحراوي | ساحلي | حضري | نوع المنتج السنوات |
|--------------------|------|--------|--------|-------|-------|--------------------|
| 65704 | 1510 | 4308 | 8663 | 20395 | 30828 | 1997 |
| 70981 | 1575 | 4629 | 9000 | 23000 | 32777 | 1998 |
| 75505 | 2300 | 7500 | 9150 | 24255 | 32300 | 1999 |
| 77242 | 1300 | 8500 | 9000 | 25442 | 33000 | 2000 |
| 72485 | 1246 | 6536 | 7723 | 23485 | 33495 | 2001 |
| 73548 | 1097 | 6504 | 7197 | 23624 | 35126 | 2002 |
| 77473 | 1225 | 6905 | 8105 | 26034 | 35126 | 2003 |
| 82034 | 1411 | 5742 | 4431 | 21710 | 48880 | 2004 |
| 83895 | 1411 | 5742 | 4431 | 22000 | 50311 | 2005 |
| 84869 | 913 | 4608 | 11639 | 23148 | 44561 | 2006 |
| 85000 | 913 | 4608 | 11639 | 23248 | 44592 | 2007 |
| 85876 | 1119 | 4918 | 11639 | 23500 | 44700 | 2008 |
| 86383 | 1119 | 4906 | 11649 | 23804 | 44905 | 2009 |
| 92377 | 1089 | 4111 | 3770 | 31322 | 52085 | 2010 |
| 92737 | 1089 | 4110 | 3770 | 31322 | 52445 | 2011 |
| 96898 | 1405 | 5467 | 5954 | 29886 | 54186 | 2012 |
| 98804 | 1405 | 5467 | 6058 | 29886 | 55988 | 2013 |
| 99605 | 1825 | 4259 | 4547 | 27962 | 61012 | 2014 |

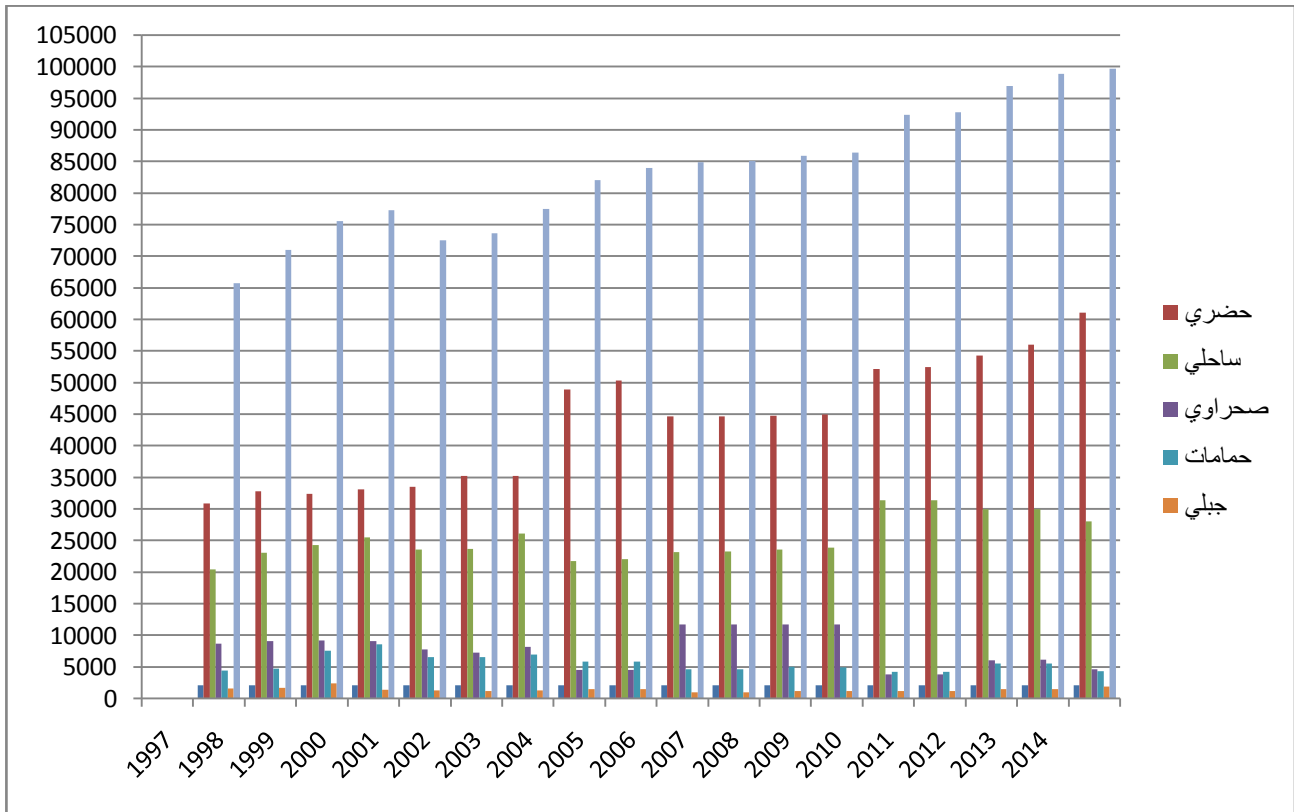
المصدر : بيانات مقدمة من طرف وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

ما يلاحظ من خلال الجدول أنه وبالرغم من الجهود المبذولة في ترقية أنواع السياحة المختلفة التي تزخر بها

الجزائر لا يزال هناك تركز طاقات الإيواء في الفنادق الحضرية والساحلية وهذا دليل على أن الجهود المبذولة

تبقى ضعيفة مقارنة بالأنواع الأخرى، وعليه يجب الاهتمام أكثر بالأنواع الأخرى للسياحة حيث أن هناك تباين في توزيع طاقة الإيواء بين مختلف أنواع المؤسسات الفندقية فنجد المنتجح الحضري يستحوذ على نسبة 61.25% من إجمالي الطاقة الفندقية، ويمكن إرجاع هذا التمرکز في المدن الكبرى كالجزائر العاصمة، وهران، عنابة... الخ ثم تليها الفنادق الساحلية بنسبة ايواء تصل إلى 28.07% ولكن تبقى هذه النسبة قليلة مقارنة بالهياكل السياحية المتوفرة في المناطق الساحلية حيث يمكن اعتبار هذا النوع من السياحة بالسياحة الموسمية ثم تليها السياحة الصحراوية والتي بها طاقات إيواء ضعيفة بالرغم من تميزها بمقومات طبيعية وتاريخية واهتمام السياح الأجانب بها، ويأتي بعد ذلك كل من السياحة الحموية والجبلية وهي نسب قليلة إذا ما قورنت بالثروة الحموية الموجودة في الجزائر وجاذبية السلاسل الجبلية الموجودة بها. ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (3-4) توزيع طاقات الإيواء حسب المؤسسات الفندقية (1997-2014)



المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على معطيات الجدول رقم (3-3)

ثانيا- الليالي السياحية في المؤسسات الفندقية : مدة إقامة السائح في مختلف المؤسسات الفندقية في البلد المضيف ، تمثل الليالي السياحية وتتنوع هاته الليالي في المؤسسات الفندقية الجزائرية بين ليالي سياحية للمقيمين وغير المقيمين، غير أن ما يميز هاته الليالي في الجزائر هو أنها محدودة بالنسبة للسياح الوافدين إليها سواء المقيمين أو غير المقيمين.

1 تطور الليالي السياحية للمقيمين: والتي تعبر عن إجمالي الليالي التي يقضيها السياح في المؤسسات

الفندقية ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (3-4): تطور الليالي السياحية للمقيمين للفترة (1997-2014)

الوحدة: ليلة سياحية

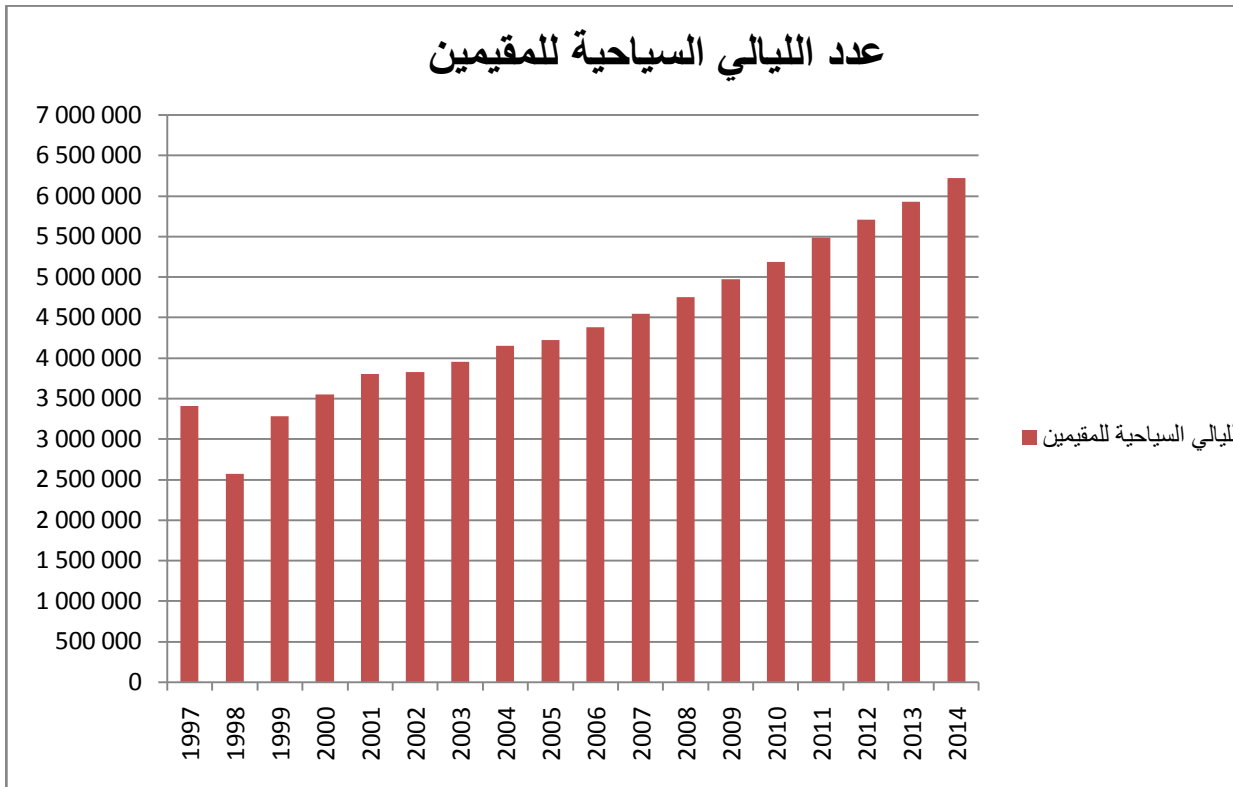
| عدد الليالي السياحية للمقيمين | السنوات |
|-------------------------------|---------|
| 3 403 540 | 1997 |
| 2 570 444 | 1998 |
| 3 274 832 | 1999 |
| 3 545 230 | 2000 |
| 3 802 628 | 2001 |
| 3 827 700 | 2002 |
| 3 948 200 | 2003* |
| 4 149 426 | 2004* |
| 4 222 305 | 2005* |
| 4 376 625 | 2006* |
| 4 546 085 | 2007* |
| 4 750 796 | 2008* |
| 4 971 372 | 2009* |
| 5 185 231 | 2010* |
| 5 484 105 | 2011* |
| 5 703 550 | 2012* |
| 5 926 968 | 2013* |
| 6 215 932 | 2014* |

Source :<http://www.ons.dz.them-sta.htm>(14 | 02 | 2015)

*وزارة السياحة والصناعات التقليدية

من خلال الجدول نلاحظ أن تطور الليالي السياحية للمقيمين بالجزائر أو الأجانب فنلاحظ تراجع عدد الليالي السياحية بشكل كبير خاصة خلال العشرية السوداء وهذا ما يبينه الشكل التالي:

شكل رقم (3-5) تطور عدد الليالي السياحية للمقيمين



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الجدول رقم (3-4)

نلاحظ من خلال الشكل أن الليالي السياحية للمقيمين بالجزائر في ارتفاع متواصل، حيث كانت قرابة 3396141 ليلة سياحية سنة 1997 لتصل بعد ذلك إلى أكثر من 05 مليون ليلة سياحية في نهاية سنة 2014 وهذا راجع لاهتمام السكان المحليين بالسياحة الداخلية بعد تحسن الوضع الأمني، غير أن الأمر يختلف بالنسبة للأجانب المقيمين حيث كان هناك تذبذب في تطور الليالي السياحية وهذا راجع بالأساس إلى عدم اهتمام السلطات بقطاع السياحة وجعله قطاعا ثانويا مما ساعد في تراجع عدد السياح الأجانب، ضف إلى ذلك الوضع الأمني السائد آنذاك وبعدها يعود التحسن تدريجيا ليصل عدد الليالي السياحية سنة 2014 إلى 2443421 ليلة سياحية.

2 - تطور الليالي السياحية لغير المقيمين

وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم: (3-5) تطور الليالي السياحية لغير المقيمين : للفترة (1997-2014)

الوحدة: ليلة سياحية

| السنوات | عدد الليالي السياحية لغير المقيمين |
|---------|------------------------------------|
| 1997 | 84818 |
| 1998 | 132739 |
| 1999 | 164096 |
| 2000 | 202905 |
| 2001 | 225652 |
| 2002 | 253307 |
| 2003 | 376038 |
| 2004 | 393631 |
| 2005 | 483332 |
| 2006 | 528591 |
| 2007 | 573855 |
| 2008 | 595747 |
| 2009 | 674456 |
| 2010 | 754103 |
| 2011 | 845367 |
| 2012 | 936631 |
| 2013 | 994266 |
| 2014 | 837812 |

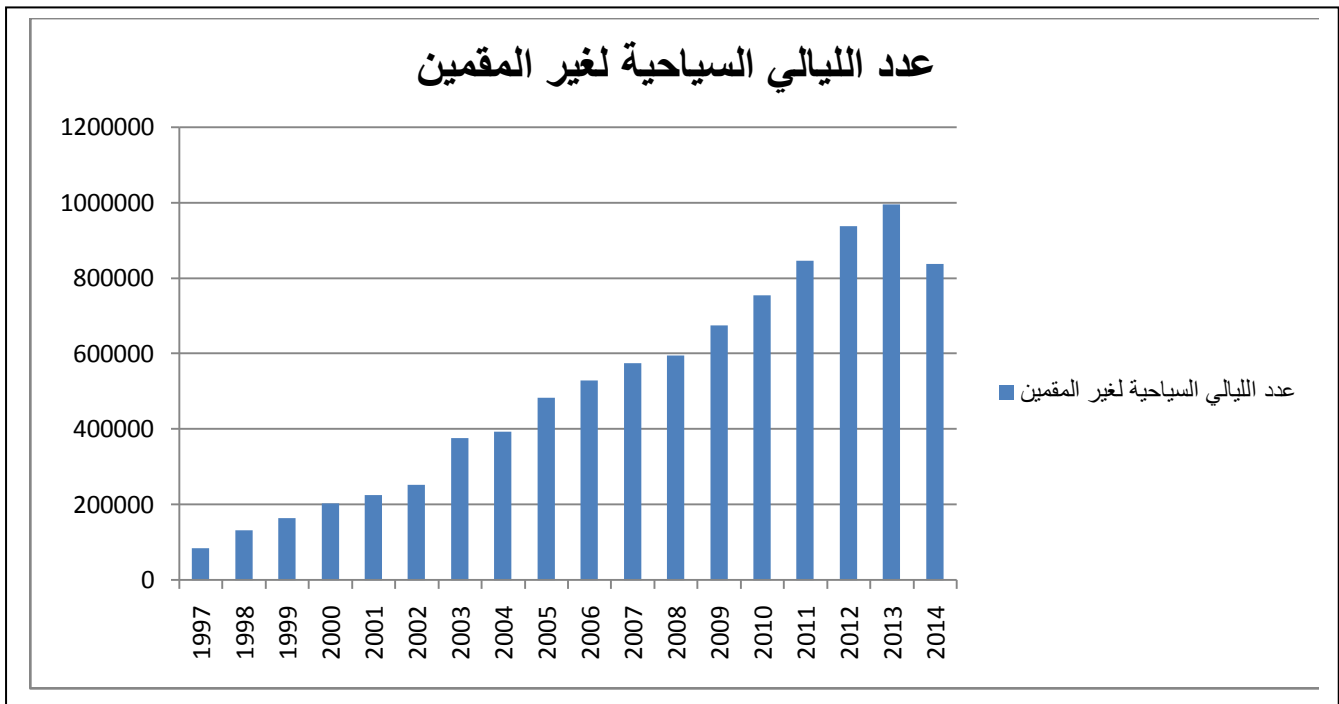
Source :<http://www.ons.dz/them-sta.htm>

Ministre de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme

من خلال الجدول نلاحظ تقلبات في عدد الليالي السياحية لغير المقيمين من سنة لأخرى خلال الفترة من 1997 إلى 2014، حيث بعد أن بلغ عدد الليالي السياحية أدنى مستوياتها بسبب الأزمة الامنية التي عانت منها الجزائر، إلا أنه وبعد العشرية السوداء عاود الارتفاع بشكل طفيف ونلاحظ استمرار الارتفاع ليصل في نهاية سنة 2014 إلى قرابة 900000 ليلة سياحية وهو ما يعتبر مؤشر جيد لعودة السياحة في الجزائر .

ويمكن توضيح ذلك أكثر من خلال الشكل التالي:

شكل رقم(3-6):تطور عدد الليالي السياحية لغير المقيمين



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على بيانات الجدول رقم(3-5)

3 - التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر:

يعد الجذب السياحي عامل رئيسي حيث أصبح فنا وعلما مرتبط بكافة مرافق الخدمات ،وكلما كان هناك تنوع في عناصر الجذب السياحي يعمل على رفع معدل التدفقات السياحية الوافدة إلى البلد.

والجزائر بلد لم يكن يهتم بحركة السياحة الدولية الوافدة إليها، فأخذت في التناقص نتيجة لعدم الاستقرار خلال الفترة الاستعمارية وبعد إتباعها للنهج الاشتراكي خلال العقود الأولى من الاستقلال، وما زاد الأوضاع سوءا هو

تردي الأوضاع السياسية وتدهور الوضع الأمني مما أثر بشكل ملحوظ على حركة السياح وسرعان ما تحسنت الأوضاع بسبب الاستقرار الأمني والسياسي، فأصبحت حركة السياح الأجانب في تحسن مستمر من سنة لأخرى والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (3-6): تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1997-2014)

الوحدة: سائح

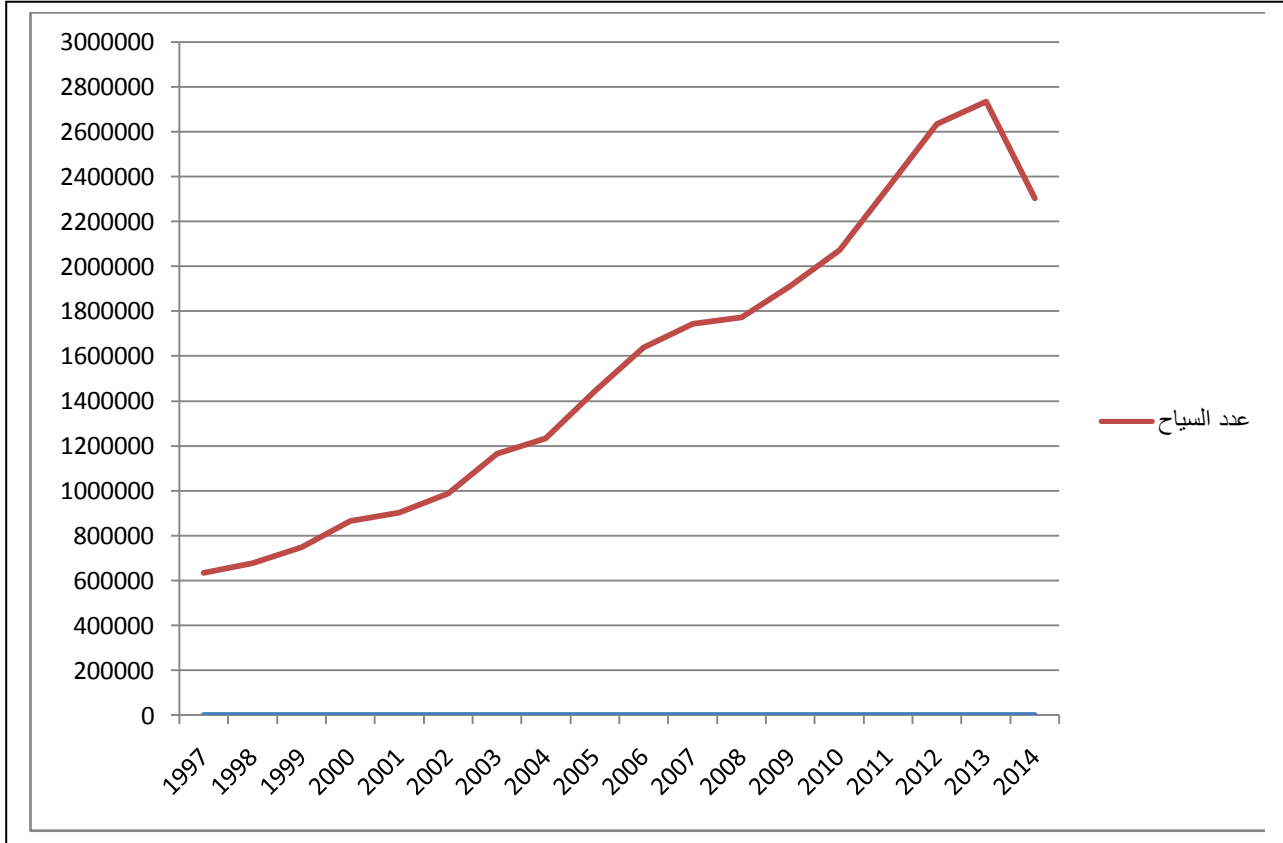
| السنوات | عدد السياح | معدل التغير % |
|---------|------------|---------------|
| 1997 | 634752 | / |
| 1998 | 678448 | 6,88 |
| 1999 | 748537 | 10,33 |
| 2000 | 865984 | 15,69 |
| 2001 | 901416 | 4,09 |
| 2002 | 988060 | 9,61 |
| 2003* | 1166287 | 18,03 |
| 2004* | 1233719 | 5,78 |
| 2005* | 1443090 | 16,97 |
| 2006* | 1637582 | 13,47 |
| 2007* | 1743084 | 6,44 |
| 2008* | 1771749 | 16,44 |
| 2009* | 1911506 | 7,88 |
| 2010* | 2070496 | 8,31 |
| 2011* | 2394887 | 15,66 |
| 2012* | 2634056 | 9,98 |
| 2013* | 2732731 | 3,74 |
| 2014* | 2301373 | -15,78 |

Source :<http://www.ons.dz/them-sta.htm>(28/03/2015)

*Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme

نلاحظ من الجدول رقم (3-6) أن الحركة السياحية الدولية الوافدة خلال الفترة 1997-2014 عرفت تذبذبا بين صعود وهبوط من سنة لأخرى وهو ما يبينه أكثر الشكل الموالي:

شكل رقم (3-7) تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر للفترة (1997-2014)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم: (3-6)

من خلال هذه البيانات يمكن أن نستنتج أن هناك تذبذب في حركة السياح الوافدين حيث كان معدل التغير ضعيف جدا، ثم بدأ التحسن في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر من 634752 سائح سنة 1997 ليصل عددهم في سنة 2014 إلى 2301373 سائح ولكن يبقى نصيب الجزائر من السياحة الوافدة ضئيلا مقارنة بدول الجوار، وهذا بسبب اعتبارات كثيرة لعل أهمها ما يتعلق بالبنية الأساسية التي لا تلبى مستوى الطلب عليها.

المطلب الرابع: طرق الوصول والانتقال إلى الجزائر(البنى التحتية):

وتمثل البنية القاعدية للسياحة وتشمل العناصر التالية:

أولاً- المواصلات والاتصالات : تشكل طرق المواصلات دعماً أساسياً للعملية السياحية، فهناك علاقة وثيقة بين القطاع السياحي ووسائل النقل، وكلما كان هناك تطوير في البنية التحتية للنقل فهذا حتماً سوف يؤثر بالإيجاب على الحركة السياحية وتمثل هذه المواصلات في :

1 -النقل: تم إنجاز عدد كبير من المشاريع وأخرى لازالت قيد الإنجاز ومن هذه المواصلات نجد:¹

أ - النقل الجوي: وتعرف البنية القاعدية للنقل الجوي تطوراً معتبراً، حيث تمتلك الجزائر 35 مطاراً موزعاً عبر الوطن منها 12 مطار دولي ويعتبر مطار الجزائر هو الأكثر أهمية كما سيتم إنفاق ميزانية تقدر بـ 60 مليار دينار لتجديد الأسطول الجوي خلال الفترة بين 2013-2017 كما أن شركة الخطوط الوطنية الجزائرية هي التي تهيمن على سوق النقل الجوي.

ب -النقل البري: تمتلك الجزائر شبكة للطرق تعتبر الأكثر كثافة في القارة الإفريقية حيث يقدر طولها بـ

112696 كلم من الطرق، كما سيتم إطلاق مشروع إنجاز الطريق السيار للهضاب العليا بطول 1020 كلم.

ج -السكك الحديدية: 4272 كلم هو طول شبكة السكك الحديدية في الجزائر، يحث يشهد هذا الأخير

تطور في الهياكل القاعدية بإدخال الكهرباء لبعض المقاطع، وهذا من شأنه أن يربط المدن الرئيسية للبلاد بالاعتماد على قطارات ذات سرعة فائقة، وتقوم شركة النقل للسكك الحديدية (SNTF) بتسيير هذه الشبكة وهي مجهزة بأكثر من 200 محطة تغطي خاصة شمال البلاد.

د - النقل البحري: تمتلك الجزائر 40 ميناء منها 11 ميناء للصيد والتجارة والمحروقات، وتعتبر كل من

الشركة الجزائرية للملاحة (CNAN) والمؤسسة الوطنية للنقل البحري للمسافرين هما من تقومان بتسيير القطاع في الجزائر.

¹ الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع النقل نقلاً عن الموقع

الإلكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/or/secteur.de.transport> تاريخ الإطلاع: 2015/04/04

2 -المواصلات السلكية واللاسلكية: يعتبر مجمع اتصالات الجزائر هو المتعامل الوحيد في خدمة الهاتف الثابت، حيث وحسب إحصائيات 2012 فقد وصل عدد المشتركين إلى حوالي 3289363 مشترك في الهاتف الثابت حيث قدرت نسبة دخول الهاتف الثابت إلى البيوت 41.10% وهذا سنة 2012، كما قدر عدد المشاركين في الشبكة السلكية بـ 83.07% من مجموع زبائن الشركة، كما يتوفر القطاع على الانترنت وعلى شبكات الهاتف النقال منها "موبيليس" إلى جانب متعاملين خواص "جيزي" و"أوريدو" حيث بلغ عدد المشتركين في الهاتف النقال حوالي 39517045 مشترك سنة 2013.¹

¹الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال نقلا عن الموقع الإلكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/or/> تاريخ الإطلاع: 2015/04/04

المبحث الثالث: الإمكانيات والمقومات السياحية في تونس والمغرب

تزخر كل من تونس والمغرب بموقع جغرافي هام ومتنوع، ضف إلى ذلك ما تزخر به من مقومات جذب سياحية متميزة، وسنحاول في هذا المبحث أن نعطي نظرة عن المقومات السياحية في كل من هذين البلدين.

المطلب الأول: المقومات السياحية التونسية

تمتع تونس بمقومات جذب سياحية هامة، فبالرغم من صغر مساحتها إلا أنها تمكنت من المضي نحو الأمام وأصبحت من بين أهم دول المنطقة بعد مصر في المجال السياحي، وهذا لما تتوفر عليه من كنوز طبيعية وتاريخية وما دية سوف نتطرق إليها فيما يلي:

أولاً - مقدمة عامة حول الدولة: يمكن إيجازها فيما يلي¹

- العاصمة : تونس.
- اللغة الرسمية: العربية والفرنسية وتستخدمان في الحياة اليومية.
- نظام الحكم: جمهوري
- الديانة: الإسلام بنسبة 99% أما الباقي فمسيحيون ويهود.
- وحدة العملة الوطنية: الدينار التونسي.
- الموقع الجغرافي والمناخ: تقع تونس في اقصى شمال القارة الإفريقية، تحدها من الغرب الجزائر، من الجنوب الشرقي ليبيا، يمثل الجزء الشمالي في تونس المنطقة الأكثر ازدحاما بالسكان وهي عبارة عن منطقة جبلية أكثر خصوبة نسبيا من باقي المناطق التي يجري فيها النهر الرئيسي في تونس وهو "مجردة".
- ويتمثل وسط البلاد في مرتفعات شبه جافة، وتتحول التضاريس إلى أرض صحراوية قاحلة كلما اتجهنا نحو الجنوب باستثناء بعض الواحات ويقع السهل الساحلي الرطب في الشرق بين خليجي الحمامات وقابس وتمثل المروج والمراعي حوالي خمس مساحة الأراضي وتوجد مساحات محدودة من الغابات والأحراش، أما مناخ تونس فهو معتدل وترتفع درجات الحرارة خلال فصل الصيف.

¹ نهي براهيم خليل، السياحة في الدول الاسلامية في ظل الظروف المعاصرة، بدون طبعة، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، مصر، 2013، ص301

ثانيا- الأنماط السياحية في تونس: تحظى على عدة أنواع من السياحة نوجزها فيما يلي¹

1 - السياحة الترفيهية الشاطئية: تطل تونس بسواحلها الشرقية والشمالية على البحر الأبيض المتوسط مما جعلها مقصد للسائحين الراغبين في المتعة والترفيه، حيث يوجد بها عدد من المراكز الساحلية مثل شبه جزيرة جرجيس التي يجتمع فيها سحر البحر وجاذبية الصحراء، جزيرة جربة، أرخبيل قرقنة ومدينة المونستير وهناك أيضا سوسة التي يوجد بها مرسى القنطاوي، ضف إلى ذلك مدينة الحمامات وقرطاج وطبرقة التي يعني اسمها المكان الظليل.

2 - السياحة العلاجية: يوجد عدة مراكز للسياحة العلاجية والاستشفاء على الطريقة التونسية التي تراعي القواعد الطبية وتوفر المتعة في ذات الوقت سواء للرجال أو النساء كما توجد مراكز للمياه الحرارية، وأيضا مراكز الاستشفاء بمياه البحر التي تستخدم مياه البحر فقط وتطبق المعايير الدولية حيث يوجد بها **12** مركز في جربة و**02** في مهدية و**03** في سوسة و **10** مراكز في الحمامات و**03** في قرطاج.

3 - السياحة الثقافية: تحظى تونس بتاريخ عريق يظهر بوضوح في كثرة المواقع الأثرية والتاريخية والمتاحف، كما تتجلى بتونس العادات والتقاليد التي تمنحها خصوصية بين المقاصد السياحية في شمال إفريقيا، حيث يوجد "بجربة" المساجد والمنازل ذات المعمار الفريد، وتشتهر بصناعة زيت الزيتون والفضة كمل يوجد "بقابس" مساكن البربر تحت الأرض وزاوية "سيدي أبي لبابة" ومدينة "المهدية" التي تظهر فيها ملامح الحضارة الاسلامية ومدينة "قرطاج" و"القيروان" وتونس العاصمة.... الخ.

4 - السياحة البيئية: تزخر تونس بمناطق طبيعية واثراء بيئي، مما جعلها تعرف باسم تونس الخضراء، ويوجد حوالي **08** محميات طبيعية تمتد من المنطقة الجبلية في الشمال الغربي إلى المناطق الصحراوية ومن أشهرها محمية "إشكل" التي تقع بولاية "بنزرت" والتي صنفت بقائمة محميات الكائنات الحية ومحيطها، وبالتالي فهي توجد على

¹ أنظر في ذلك:

- وزارة السياحة التونسية نقلا عن الموقع: http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/medias/doc_tourisme-chiffres9.pdf تاريخ الاطلاع 2015/04/04.
- TTI.country reports tunisia,2008p9,26 ,27.
- الجمهورية التونسية، وزارة الثقافة والمحافظة على التراث، وكالة احياء التراث والتنمية الثقافية عن الموقع: <http://www.patrimoin.de.tunisie.com> تاريخ الاطلاع: 2015/04

قائمة التراث الدولي الطبيعي لليونسكو منذ 1991 وتستقطب بجيراتها الطيور المهاجرة بين أوروبا وإفريقيا وهناك أيضا المتحف البيئي "إشكل".

5 - سياحة المهرجانات: ومن أهم المهرجانات التي تقام مهرجان الواحات الجبلية "تمغزة" ومهرجان موسيقى الجازفي "طبرقة" ومهرجان الموسيقى اللاتينية، مهرجان موسيقى الراي، مهرجان قرطاج السينمائي، مهرجان الإسفنج "بجرجيس" مهرجان صفاقص الدولي ومهرجان عروس البحر في "قرقنة".

6 - السياحة الرياضية: أهمها سياحة "الغولف" حيث يوجد 09 ملاعب تتوزع في أرجاء البلاد سواء في الشمال حيث الخضرة والغابات، أو في الساحل حيث البحر أو في الجنوب حيث الرمال والواحات، كما يوجد رياضة الغوص "بطبرقة" التي تشتهر بالمرجان كما يمكن للسائحين أيضا ممارسة رياضة صيد الأسماك.

7 - سياحة المؤتمرات: توجد قاعدة كبيرة للمؤتمرات بها العديد من القاعات في مدينة "المنستير"، كما توجد عدد من الفنادق في قرطاج تحتوي عددا من قاعات المؤتمرات التي تتسع لأكثر من 1000 شخص مما يمكنها من استقبال المؤتمرات الكبرى.

8 - السياحة الصحراوية: وهي فرصة رائعة لحبي الصحراء للاستمتاع بالكثبان الرملية والآبار والواحات الرائعة ويمكن للسواح التحول على ظهور الجمال برفقة الدليل الصحراوي، أو التنزه بالسيارات رباعية الدفع والدراجات النارية والطائرات الخفيفة للقيام بجولة في أطراف الصحراء، بالإضافة إلى الترحلق على الرمال أو التنزه على القدمين.

ثالثا- المؤشرات السياحية في تونس: تسعى تونس جاهدة إلى تطوير منتجها السياحي وتنميته على المستويين الكمي والنوعي، وتعتمد في ذلك على الهياكل السياحية التي سوف نتطرق إليها.

1 - الطاقة الفندقية: استجابة إلى الطلب السياحي، تعمل تونس على تطوير مقوماتها السياحية المادية ومنها الطاقة الفندقية حيث كانت سنة 1990 تتوفر على حوالي 11700 سرير ليتضاعف العدد ليصل إلى 240000 سرير سنة 2013 والجدول الموالي يوضح تطور طاقات الإيواء.

جدول رقم (3-7) تطور طاقات الإيواء لتونس (1997-2013)

الوحدة: سرير

| السنوات | عدد الأسرة | معدل التغير % |
|---------|------------|---------------|
| 1997 | 178200 | / |
| 1998 | 186400 | 3.59 |
| 1999 | 191900 | 2.95 |
| 2000 | 197500 | 2.91 |
| 2001 | 205600 | 4.10 |
| 2002 | 214300 | 4.23 |
| 2003 | 222018 | 3.60 |
| 2004 | 226200 | 1.88 |
| 2005 | 229837 | 1.60 |
| 2006 | 231838 | 0.87 |
| 2007 | 235727 | 1.67 |
| 2008 | 238495 | 1.17 |
| 2009 | 239890 | 0.58 |
| 2010 | 241528 | 0.68 |
| 2011 | 242146 | 0.25 |
| 2012 | 241997 | 0.06- |
| 2013 | 240249 | 0.72 |

Source :agence financier touristique, secteur touristique en tunisie,indicateur touristique1990-2008,<http://www.aft.nat.tn/fr/toourisme-indicateur-tunisie.php>(04/05/2015)

- Institut national de la statistique-tunisie,rapport annuel sur les indicateur d'infrastructure 2014 :<http://ins.nat.tn/index.fr.php>(04/05/2015)

نلاحظ من خلال الجدول بأن طاقات الإيواء في تونس شهدت نموا مستمرا إذ ارتفع عدد الأسرة من

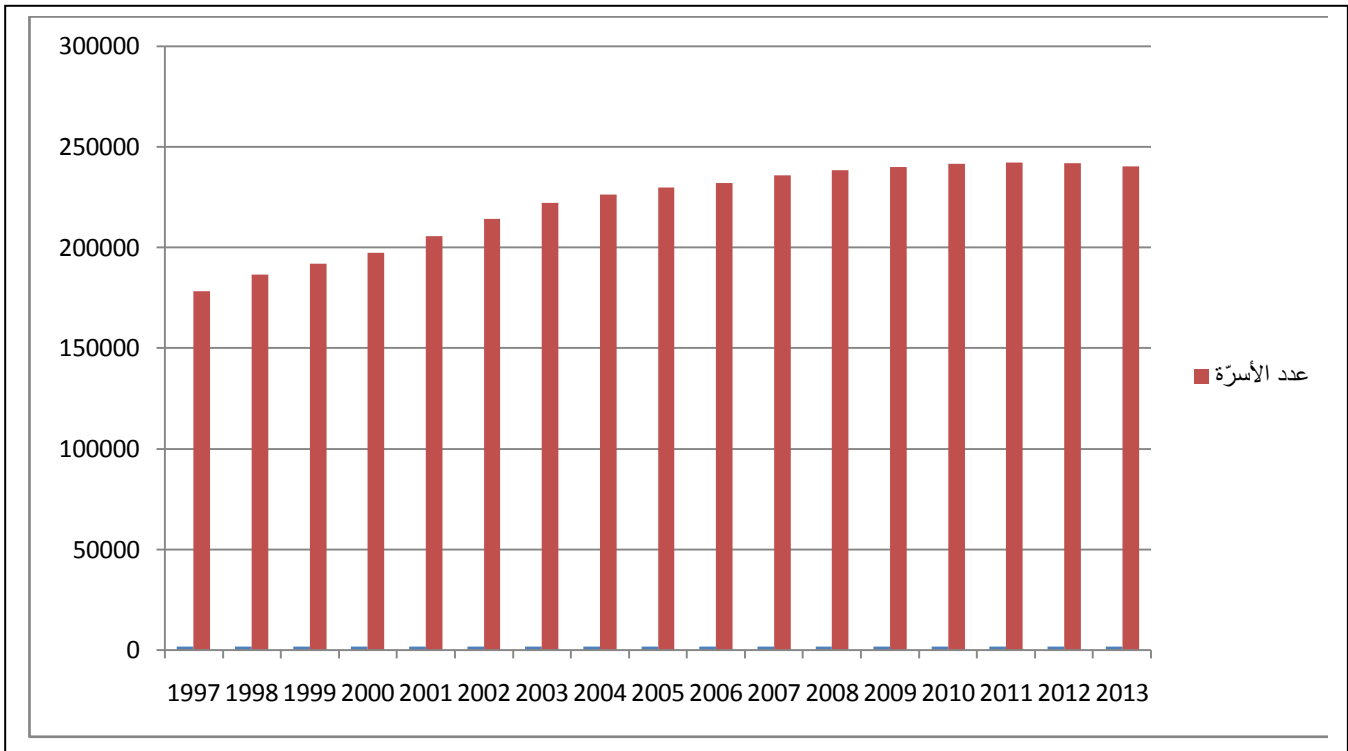
178200 سرير سنة 1997 إلى 242146 سرير سنة 2011 أي تم إنجاز حوالي 63946 سرير خلال

15 سنة وهو ما يعادل حوالي 4300 سرير كل سنة وهذا إن دل على شيء إنما يدل على مدى أهمية القطاع

السياحي بالنسبة للدولة، التي تبقى دائما تسعى لتحقيق الصدارة في هذا المجال بتحسين جودة عرض المنتج السياحي وتحسين اداء خدماته وجعله قادرا للاستجابة لمتطلبات السوق السياحية متناسبا مع المقاييس المعمول بها دوليا غير أنه وفي السنوات الأخيرة إبتداءا من سنة 2012 إلى سنة 2014 شهد نمو طاقات الإيواء اضطرابا حيث قدر معدل تغيرا سالبا تراوح ما بين 0.06% و 0.071% وقد يرجع هذا لسبب الأوضاع الأمنية السيئة التي عاشتها البلاد في هذه الفترة

ويمكن عرض معطيات الجدول بالشكل التالي:

شكل رقم (3-8) تطور طاقات الإيواء في تونس 1997-2014



المصدر: من اعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول رقم (3-7)

2 السياحة الدولية الوافدة إلى تونس: استطاعت تونس وبفضل سياستها الحكيمة أن تعطي لقطاع

السياحة مكانة متميزة ومهمة، حيث تعتبر تونس من بين أهم دول المنطقة الرائدة في مجال السياحة وخير دليل على ذلك هو عدد السياح الوافدين إليها والجدول التالي يوضح تطور عدد السياح الوافدين خلال الفترة

(1997-2014)

جدول رقم (3-8) تطور السياحة الدولية الوافدة (1997-2014)

الوحدة : سائح

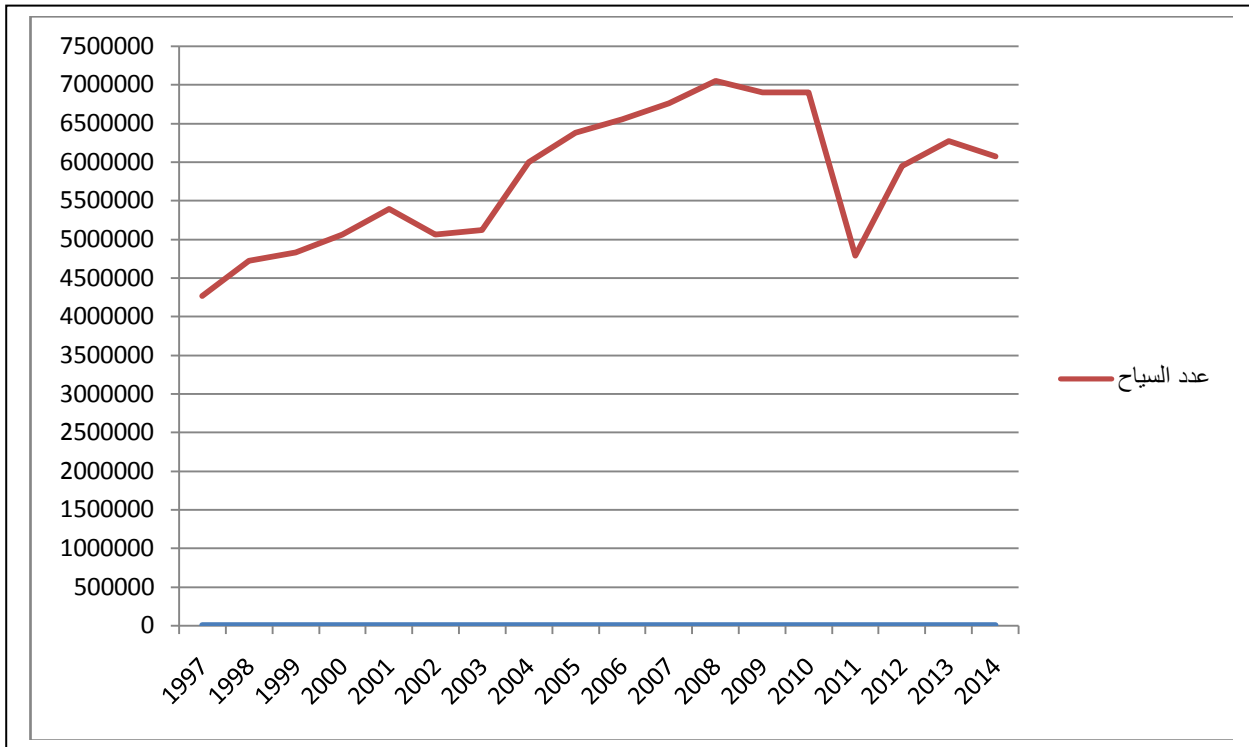
| السنوات | عدد السياح | معدل التغير % |
|---------|------------|---------------|
| 1997 | 4263000 | / |
| 1998 | 4717000 | 10.64 |
| 1999 | 4831000 | 2.41 |
| 2000 | 5057000 | 4.67 |
| 2001 | 5387000 | 6.52 |
| 2002 | 5063000 | 6.01- |
| 2003 | 5114300 | 1.01 |
| 2004 | 5998000 | 17.27 |
| 2005 | 6378000 | 6.33 |
| 2006 | 6550000 | 2.69 |
| 2007 | 6761000 | 3.22 |
| 2008 | 7050000 | 4.27 |
| 2009 | 6902000 | 2.09- |
| 2010 | 6902749 | 0.0001 |
| 2011 | 4785119 | 30.67- |
| 2012 | 5950000 | 24.34 |
| 2013 | 6268582 | 5.35 |
| 2014 | 6068593 | 3.19- |

المصدر: الجمهورية التونسية، المعهد الوطني للإحصاء، مرجع سبق ذكره

• وزارة السياحة والصناعة التقليدية التونسية، الديوان التونسي للسياحة، السياحة في أرقام، 2014

ويمكن توضيح تطور عدد السياح الوافدين إلى تونس من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (3-9) تطور السياحة الدولية الوافدة إلى تونس (1997-2014)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (3-8)

توضح بيانات الجدول والشكل البياني أن القطاع السياحي التونسي تمكن من جذب عدد كبير من السياح، حيث إرتفع عددهم من 04 ملايين سائح إلى 07 ملايين سائح سنة 2008 أي بمعدل تغير بلغ 65.38% وقد تخلل هذا النمو انخفاض أول سنة 2002 مقارنة مع سنة 2001 وهذا راجع إلى الأزمة التي عرفتها المنطقة العربية بسبب عدم الاستقرار السياسي وكذا أحداث 11 سبتمبر 2001 وانعكاساتها على العالم ككل، وانخفاض ثاني خلال سنة 2009 نتيجة للأزمة العالمية وانتشار مخيف لفيروس AH1N1¹ تبعه انخفاض آخر في سنة 2011 حيث وصل عدد السياح إلى 04 ملايين سائح وهذا راجع بالأساس إلى سوء الأوضاع السياسية والأمنية التي عرفتها البلاد خلال هاته الفترة.

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية التونسية، الديوان التونسي للسياحة، السياحة في أرقام 2009، مرجع سبق ذكره، 2009

3 الليليال سياحية في تونس: تعمل تونس جاهدة إلى تثمين صورة الوجهة السياحية للبلد وذلك برفع

أداء الخدمات السياحية كما ونوعا حتى تضمن الرفع من مدة الإقامة للسياح والجدول الموالي يوضح ذلك.

جدول رقم (3-9) تطور الليليال سياحية (1997-2014)

الوحدة ليلة سياحية

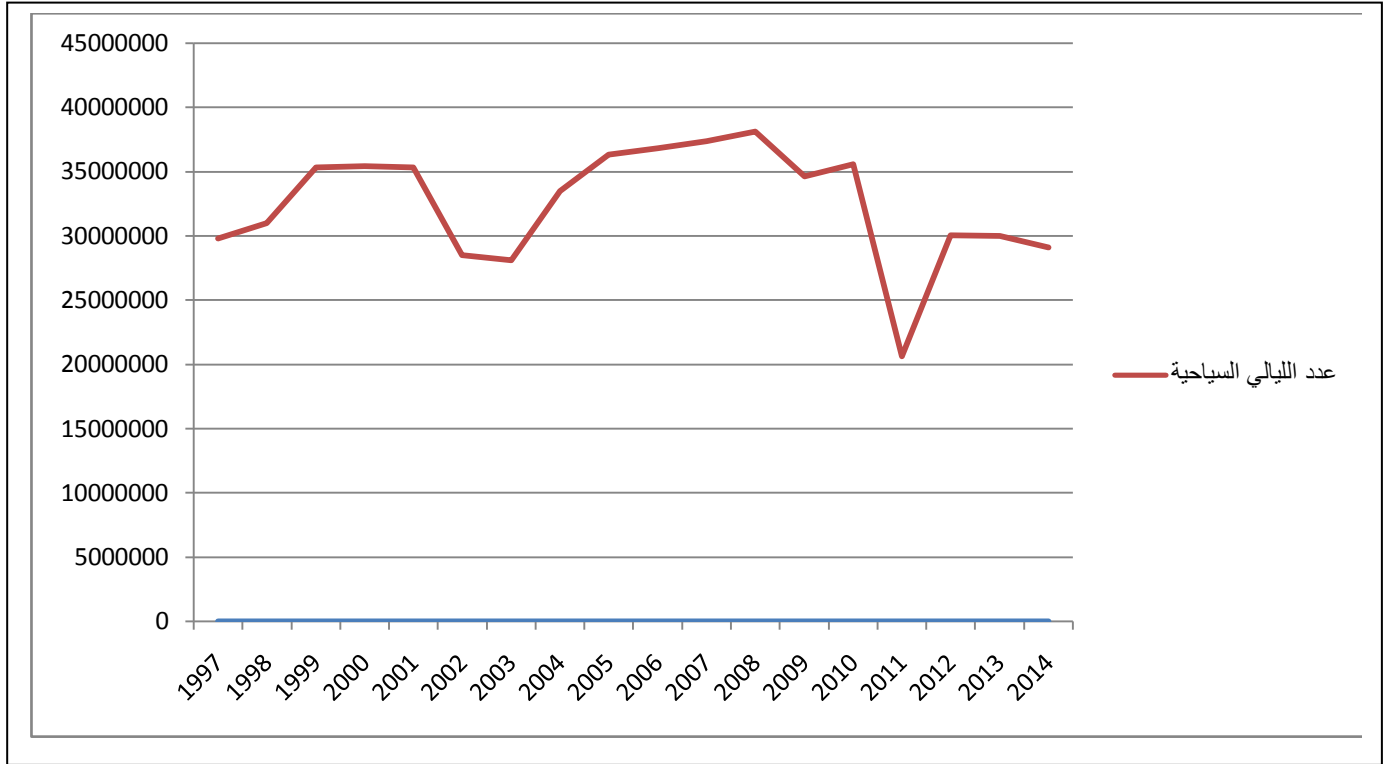
| السنوات | عدد الليليال السياحية | معدل التغير % |
|---------|-----------------------|---------------|
| 1997 | 29795812 | / |
| 1998 | 30981586 | 3.97 |
| 1999 | 35320086 | 14.00 |
| 2000 | 35423862 | 0.30 |
| 2001 | 35333940 | 0.25- |
| 2002 | 28518561 | 19.28- |
| 2003 | 28110684 | 1.43- |
| 2004 | 33486829 | 19.12 |
| 2005 | 36309734 | 8.42 |
| 2006 | 36840125 | 1.46 |
| 2007 | 37360681 | 1.41 |
| 2008 | 38112352 | 2.01 |
| 2009 | 34623504 | 9.15 |
| 2010 | 35565104 | 2.71 |
| 2011 | 20636847 | 41.97- |
| 2012 | 30035419 | 45.54 |
| 2013 | 30001358 | 0.11- |
| 2014 | 29107239 | 2.98- |

المصدر: الجمهورية التونسية، المعهد الوطني للإحصاء، مرجع سبق ذكره

- L'office national du tourisme tunisien ,le tourisme tunisien en chiffres 2010,direction des études,2010.

ويمكن توضيح بيانات الجدول أكثر من خلال الشكل البياني:

شكل رقم (3-10) تطور عدد الليالي السياحية في تونس (1997-2014)



المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (3-9)

من خلال الجدول والشكل البياني نلاحظ ان تطور عدد الليالي السياحية كان بشكل متذبذب حيث شهد ارتفاعا معتبرا في بداية الفترة من 1997 إلى غاية سنة 2000 حيث وصل من حوالي 29 مليون ليلة سياحية إلى 35.5 مليون ليلة سياحية سنة 2000.

غير أن القطاع شهد تناقصا تدريجيا حيث عرف تطور سالب في سنوات 2001، 2002، 2003 وهذا راجع للأسباب التي شهدها العالم ككل وانعكست على البلد والتي سبق ذكرها. ثم عاود الانخفاض مرة أخرى في سنوات 2009، 2011، 2014 وهذا مرده إلى الأوضاع السياسية وتدهور الأوضاع الأمنية والتي أثرت كثيرا على حركة السياح.

رابعا- طرق الوصول والانتقال إلى تونس: وتمثل البنية التحتية للبلد وتشمل ما يلي:

1 -النقل الجوي: تغطي الخطوط التونسية (TUNISAIR) 28 بلد و أكثر من 44 مدينة منها أكبر المدن الأوروبية (17 بلد و 7 مدن) بمعدل 47 رحلة يوميا والإفريقية (8 بلدان و 10 مدن).¹

¹ الخطوط التونسية نقلا عن الموقع <http://www.tunisair.com.tn> تاريخ الإطلاع ماي 2015

كما توجد أيضا عدد من شركات الطيران التونسية الخاصة وهناك أيضا عدد من المطارات أهمها مطار صفاقص الدولي مطار "توزر نفطة" الدولي، مطار "طبرقة" الدولي، مطار "قفصة قصر" الدولي، مطار "قابس مطماطة" الدولي، كما يوجد أيضا مطار "تونس قرطاج" الدولي والذي يستقبل لوحده حوالي 38% من السائحين الدوليين الوافدين.

2 - السكك الحديدية والطرق البرية: تمتد داخل تونس شبكة من الطرق البرية بطول 31000 كلم من طرق السيارات التي تربط العاصمة بباقي المدن ومن المقرر إنشاء طريق سريع بطول 50 كلم إلى الجم وصفاقص وكذلك طريق للربط بين تونس والمغرب خاصة وان الوافدين من المغرب إلى تونس يأتون في الغالب عن طريق البر، أما خطوط السكك الحديدية فتمتد بطول 2167 كلم إلا أنها لا تستخدم بكثافة في التنقل أثناء الرحلات السياحية.

3 - النقل البحري وأهم الموانئ: يوجد بتونس موانئ عديدة أهمها: بنزرت، قابس، صفاقص، الصخيرة ويعتبر ميناء "لاجوليت" الميناء الأول في استقبال السياح الأوروبيين والأمريكيين عن طريق البحر وكذلك زيادة مشاركة اليخوت في الأنشطة البحرية، وأيضاً زيادة عدد الاحداث الرياضية البحرية.

المطلب الثاني: المقومات السياحية المغربية

تحتل السياحة مكانة مهمة في الاقتصاد المغربي، باعتبارها محرك أساسي للنمو فأصبحت المغرب من بين أهم الدول السياحية في كونها قادرة على استقطاب السياح إقليمياً ودولياً، حيث تعتبر المقومات التي تزخر بها المغرب من بين أهم العوامل التي ساعدتها على المضي قدماً في مجال السياحة.

أولاً - مقدمة عامة عن الدولة:

- العاصمة: الرباط
- اللغة الرسمية: اللغة العربية وتستخدم الفرنسية في الحياة اليومية.
- نظام الحكم: ملكي دستوري.
- الديانة: الإسلام ويمثلون 98% والباقي يهود ومسيحيون.
- وحدة العملة الوطنية: الدرهم المغربي.

-الموقع الجغرافي والمناخ: تقع المملكة المغربية في الركن الشمالي الغربي لإفريقيا ويجدها شمالا مضيق جبل طارق والبحر الأبيض المتوسط، ومن الغرب المحيط الأطلسي ومن الشرق الجزائر ومن الجنوب جمهورية موريتانيا الإسلامية، ويمثل نهر "درعا" أطول أنهار المملكة المغربية بطول يبلغ 1200 كلم، كما توجد بها سلسلة الأطلس الساحلية الداخلية، ويمثل جبل "طوبقال" أعلى قممها، تغطي الغابات عشر المساحة الكلية للمغرب، والتي تمثل قيمة اقتصادية حيوية، وتتميز الصفة الجغرافية لمنحدرات جبال الأطلس الشرقية بمناخ شبه صحراوي أما المناخ عموما فهو مناخ البحر الأبيض المتوسط معتدل في السواحل الشمالية والغربية وهذا بسبب تأثير المحيط الأطلسي، كما أن المناخ شبه القاري في المنطقة الوسطى والمناخ الصحراوي في الأقسام الجنوبية للمملكة.¹

ثانيا- أنماط السياحة بالمغرب: تتمثل أهمها في ما يلي:²

1 السياحة الثقافية: تشتهر المغرب بتاريخ عريق أنتج عددا من المواقع الأثرية في المدن المغربية المختلفة مما جعلها مقاصد سياحية مميزة للراغبين في التعلم والثقافة، وهي موزعة على أقاليم ومدن المغرب منها مدينة "الصويرة" ذات الطابع المعماري المتميز، ومدينة "الدار البيضاء" التي يوجد بها مسجد "الحسن الثاني" المعلم الرئيسي بالمدينة وهو أكبر مساجد العالم بعد مسجد "الحرمين الشريفين" حيث يعتبر تحفة فنية يطغى عليها الرخام الأصفر، مدينة "الرباط" وهي عاصمة المملكة والتي تعرف بمدينة المتاحف، ومدينة "مراكش" ثالث أكبر مدينة مغربية والتي بها أهم معلم وهو "ساحة الفنا" والذي صنف ضمن قائمة التراث العالمي عام 2001.

2 السياحة الشاطئية: تشتهر المغرب كمقصد سياحي يعتمد على السياحة الشاطئية، إذ تطل على سواحل طويلة على البحر الأبيض المتوسط والمحيط الأطلسي، ويمارس بها السائحون السباحة والصيد والرياضات المائية المختلفة وأنشطة اليخوت وهذا من "السعيدية" إلى "طنجة" مرورا "بالحسيمة"، "الجبهة"، "والقصر الصغير" فيما يعرض المحيط الأطلسي شواطئ متنوعة من "طنجة" التي تعتبر عاصمة لهذا النوع من السياحة وهي حلقة وصل

¹ وكيبيديا الموسوعة الحرة، نقلا عن الموقع: <http://ar.wikipedia.org> تاريخ الإطلاع: ماي 2015

² أنظر في ذلك:

- ابراهيم الخليل بظاظو، الجغرافيا السياحية، مرجع سلق ذكره، ص 505.
- نهي ابراهيم خليل، السياحة في الدول الإسلامية في ظل الظروف المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 316-317
- جبال المغرب، ثلوج للرياضات الشتوية، نقلا عن الموقع: <http://www.safari.com/forums/safari> تاريخ الاطلاع: ماي 2015
- أصعب 10 سباقات في العالم، نقلا عن الموقع: <http://actionna.net/articles/4096> تاريخ الإطلاع جوان 2015

بين إفريقيا وأوروبا، وتعد "أغادير" التي تقع على ساحل المحيط الأطلسي من أكبر المنتجعات الشاطئية إضافة إلى "سيدي إفني" و"العيون".

3 السياحة الرياضية: وتنوع بين الرياضات المائية وتسلق الجبال وصيد الطيور، بخلاف الغولف حيث يوجد بالمغرب 17 ملعب غولف أهمها ملعب "دار السلام" في الرباط والذي يستضيف دورة الملك محمد السادس السنوية، أما بالنسبة للرياضات الشتوية فتعتبر منطقة "أوكايمدن" أهم محطات التزلج على الجليد، كما توجد "إيفران" أشهر منتجع سياحي والتي تلقب "بسويسرا المغرب" لمواصفاتها الطبيعية في عمق جبال الأطلس المتوسط حيث الشلالات والغابات والوديان وتلوج الشتاء.

4 السياحة البيئية: تنوع بين المحميات والحدائق والواحات والأودية، فالسياحة الطبيعية تمثل بعدا هاما للمنتوج السياحي المغربي، فتوجد محمية "سيدي بوغابة" على مقربة من مدينة "القنيطرة"، ويوجد أيضا بمدينة "مراكش" حدائق "أكدال" وهي متنزه طبيعي على مشارف المدينة وهي مليئة بالأشجار المثمرة وتعتبر مكانا مميزا للاستمتاع بالهدوء، كما هناك الكثبان الرملية "المزرعة" بإقليم "الرشيدية" والتي تعد من روائع الطبيعة التي يزخر بها المغرب.

5 السياحة الجبلية: منذ أن بدأ النشاط السياحي يأخذ شكله المعاصر اكتشف الرواد فضاءات متميزة لممارسة السياحة الجبلية، ففي فصل الصيف تبرز أهمية رياضة تسلق الجبال "جبال الأطلس"، والتي تنشط بصفة خاصة بضواحي "مراكش"، "أوزيلال" بالسفح الشمالي، ويوجد كذلك جبل "توبقال" أعلى قمة في الوطن العربي، وثاني أعلى قمة في أفريقيا بعد قمة جبل "كليمنجارو" في تنزانيا، ومن يصل القمة يكون له شرف كتابة اسمه على هذا النصب التذكاري، كما يتدفق على هذه الجبال هوة المحميات الطبيعية وخصوصا محمية "توبقال" وكذلك يوجد ركوب الدراجات على الجبال ويوجد أيضا ماراثون الصحراء، وهو سباق التحمل عبر الصحراء الكبرى في المغرب حيث تصل درجة الحرارة إلى 50 درجة مئوية ويركض المتسابقون على أرض رملية وصخرية.

6 السياحة القروية: يعد هذا النوع في المغرب رهانا حقيقيا لتطور وتنمية القطاع السياحي كما وكيفا وقد تم وضع هذا النمط كأحد أولويات الرؤية الاستراتيجية للسياحة المغربية (رؤية 2010) وبدأت تنمية هذا النوع منذ سنة 2004 وهو يتطلب بالأساس توفير البنية التحتية كالطاقة الكهربائية والطرق ومياه الشرب.

7 سياحة المهرجانات: تشتهر المغرب بالمهرجانات المختلفة ومن أشهرها الملتقى الشعري "بفاس"، المهرجان

الدولي للعود "بتيطوان"، مهرجان الصيف الموسيقي للشباب "بالمدينة الجديدة"، مهرجان الواحة بمدينة "فكيك" المغربية، المهرجان الدولي للفيلم "بمراكش".

ثالثا- المؤشرات السياحية في المغرب: إن المغرب يتمتع بموقع جغرافي على أبواب الأسواق السياحية المصدرة

كأوروبا وأمريكا، وتمتعها بإمكانيات سياحية لا تقدر بثمن مع أصولها الطبيعية والمناخية والتاريخية والثقافية بالإضافة إلى ما تتوفر عليه من طاقات إيواء مختلفة والتي تعد من بين المؤشرات السياحية التي يسعى البلد إلى تنميتها مثل الليالي السياحية والتدفقات البشرية .

1 - الطاقة الفندقية: تحتل السياحة مكانا بارزا بالنسبة للاقتصاد الوطني ولتنمية الأقاليم المغاربية

على حد سواء، فاتخذت عدة إجراءات لبعث النشاط السياحي عام 1995، والتي سمحت للصناعة السياحية المغربية بأن تعرف نموا قويا بزيادة سنوية بلغت نحو 15% خلال الفترة 1996-2005، كما عملت السلطات المغربية لتطوير طاقات الإيواء فبعد أن كانت تقدر سنة 1955 بـ 265 فندق بطاقة إيواء بلغت 5000 سرير.¹ لتصل إلى 216386 سرير سنة 2014 .

والجدول الموالي يبين تطور طاقات الإيواء للمغرب خلال الفترة (1997-2014).

¹ Jean stafford, développement et tourisme ou maroc ,montréal,harmattan inc, 1996,p35

جدول رقم (3-10) تطور عدد الأسرة في المغرب (1997-2014)

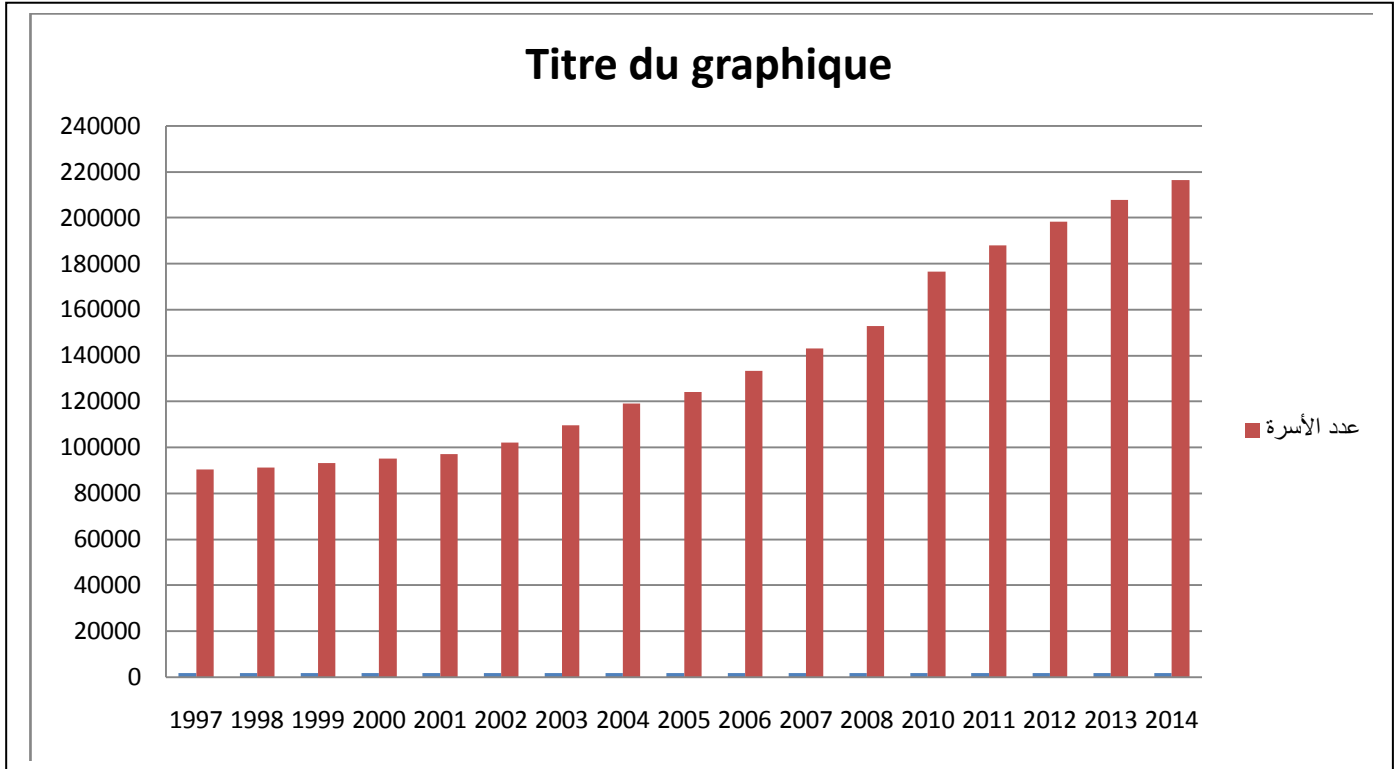
الوحدة: سرير

| السنوات | عدد الأسرة | معدل التغير % |
|---------|------------|---------------|
| 1997 | 90504 | / |
| 1998 | 91300 | 0.87 |
| 1999 | 93383 | 2.28 |
| 2000 | 95180 | 1.92 |
| 2001 | 97100 | 2.01 |
| 2002 | 102097 | 5.14 |
| 2003 | 109615 | 7.36 |
| 2004 | 119248 | 8.78 |
| 2005 | 124270 | 4.21 |
| 2006 | 133230 | 7.21 |
| 2007 | 143221 | 7.49 |
| 2008 | 152930 | 6.77 |
| 2010 | 176630 | 15.49 |
| 2011 | 187827 | 6.33 |
| 2012 | 198211 | 5.52 |
| 2013 | 207566 | 4.71 |
| 2014 | 216386 | 4.24 |

Source :royaume du maroc, ministère du tourisme ,tourisme en chiffre, [http:// www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffre,\(10/06/2015\).](http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffre,(10/06/2015).)

تظهر المعطيات الموجودة في الجدول تطور عدد الأسرة في المغرب والشكل التالي يوضح ذلك أكثر

شكل رقم (3-11) تطور عدد الأسرة في المغرب (1997-2014)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (3-10)

يظهر من الجدول وتمثيله البياني أن طاقات الإيواء عرفت تطورا خلال الفترة (1997-2014)، حيث انتقلت الطاقة الاستيعابية من 90540 سرير سنة 1997 لتصل إلى 216386 سرير سنة 2014 أي بزيادة حوالي 125882 سرير خلال 18 سنة بمعدل تغير قدر بحوالي 39.08% حيث خصص المغرب حوالي 03 مليار دولار أمريكي من أجل إنجاز 230000 سرير خلال الفترة 2000-2010 وهذه النتائج تعكس جاهزية القطاع بفضل استراتيجيات التنمية السياحية المتبعة لرؤية 2010 و2020.

2 - السياحة الدولية الوافدة إلى المغرب: تمكنت المملكة المغربية من تخطي عتبة 10 ملايين سائح سنة 2013 مما جعلها رائدة في المجال السياحي على الصعيد الإفريقي والعربي والجدول التالي يوضح تطور حركة السياح الوافدين إلى المغرب.

جدول رقم (3-11): تطور عدد السائحين الوافدين إلى المغرب (1997-2014)

الوحدة : سائح

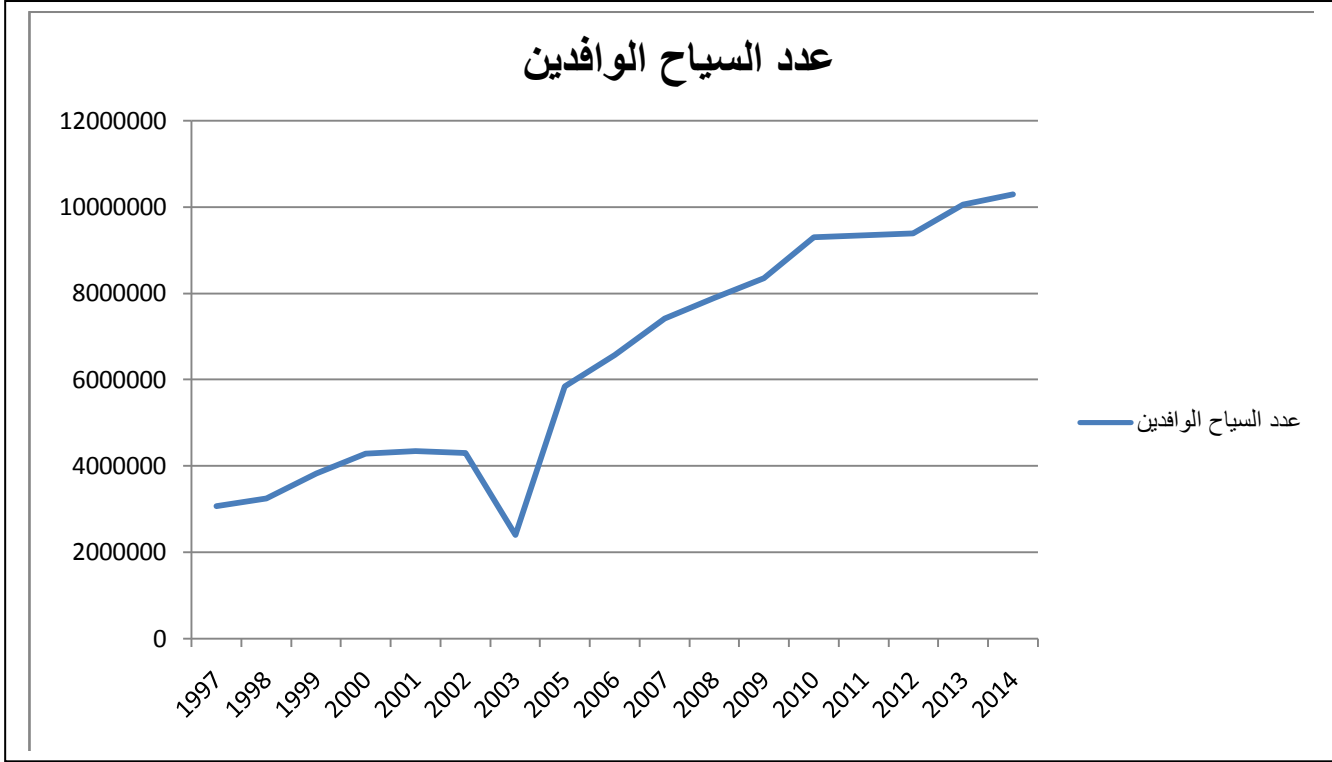
| السنوات | عدد السياح الوافدين | معدل التغير % |
|---------|---------------------|---------------|
| 1997 | 3072000 | / |
| 1998 | 3242000 | 5.53 |
| 1999 | 3817000 | 17.73 |
| 2000 | 4278120 | 12.08 |
| 2001 | 4340000 | 1.44 |
| 2002 | 4303000 | -0.85 |
| 2003 | 2400000 | -44.22 |
| 2005 | 5843000 | 143.45 |
| 2006 | 6558000 | 12.23 |
| 2007 | 7408000 | 12.96 |
| 2008 | 7878639 | 6.35 |
| 2009 | 8341237 | 5.87 |
| 2010* | 9288338 | 11.35 |
| 2011* | 9342133 | 0.57 |
| 2012* | 9375156 | 0.35 |
| 2013* | 10046264 | 7.15 |
| 2014* | 10283944 | 2.36 |

Source :[http://www.fndf.ma/statistique\(10/06/2015\)](http://www.fndf.ma/statistique(10/06/2015)).

*[http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffre\(10/06/2015\)](http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffre(10/06/2015))

من خلال الجدول يتضح أن السياحة الدولية الوافدة إلى المغرب شهدت نموا خلال الفترة 1997-2014 وهو ما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (3-12) تطور عدد السائحين الوافدين إلى المغرب 1997-2014



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول رقم (3-11)

من خلال الجدول يتضح أن السياحة الدولية الوافدة إلى المغرب شهدت نمواً حيث تطور عدد السياح من 3.072 مليون سائح سنة 1997 إلى 10.283 مليون سائح في عام 2014 وهذا ما يعكس اهتمام السلطات المغربية في جذب المزيد من السياح وبالتالي ارتفاع المداخيل النقدية، غير أن الأحداث الدموية التي عرفها المغرب مثل تفجيرات "الدار البيضاء" في ماي 2003 وتفجير "مدريد" ف مارس 2004 أثرت سلباً على حركة السياحة الدولية فانخفض عدد السياح في سنوات 2002 و 2003 حيث انخفض إلى 2.4 مليون سائح سنة 2002 بعدما وصل إلى 4.34 مليون سائح سنة 2001، أما خلال الفترة من 2005 إلى 2014 نلاحظ تضاعف عدد السياح الوافدين إلى المغرب ليصل إلى 10.283 مليون سائح .

وتشكل السوق الأوروبية أهم سوق سياحية مصدرة للسياح نحو المغرب تتصدرها فرنسا بنسبة بلغت حوالي 17 % من إجمالي السياح الوافدين ثم تأتي باقي الأسواق بما فيها السوق العربية وتتصدرها الجزائر.

3- الليالي السياحية في المغرب: يسعى المغرب إلى الرفع من مجموع عدد الليالي السياحية وهذا بالموازاة مع

تحسين مستوى أداء وجودة الخدمات السياحية في الفنادق التي تساهم على إطالة مدة الإقامة، وهو ما سيتم

توضيحه من خلال الجدول التالي:

جدول رقم(3-12) تطور عدد الليالي السياحية في المغرب خلال الفترة (1997-2014)

| السنوات | عدد الليالي السياحية | معدل التغير % |
|---------|----------------------|---------------|
| 1997 | 10908443 | / |
| 1998 | 11981473 | 9.83 |
| 1999 | 13064345 | 9.03 |
| 2000 | 13539586 | 3.63 |
| 2001 | 12695228 | 6.23- |
| 2002* | 11320882 | 10.82- |
| 2003 | 11173119 | 1.30- |
| 2005 | 15215589 | 36.18 |
| 2006 | 16326885 | 7.30 |
| 2007 | 16893803 | 3.47 |
| 2008* | 16461517 | 2.55- |
| 2009* | 16238581 | 1.35- |
| 2010* | 18020305 | 10.97 |
| 2011* | 16867666 | 6.39- |
| 2012* | 17485762 | 3.66 |
| 2013* | 19114129 | 9.31 |
| 2014* | 19633475 | 2.71 |

Source : * [http://www.fndf.ma/statistique\(16/06/2015\)](http://www.fndf.ma/statistique(16/06/2015)).

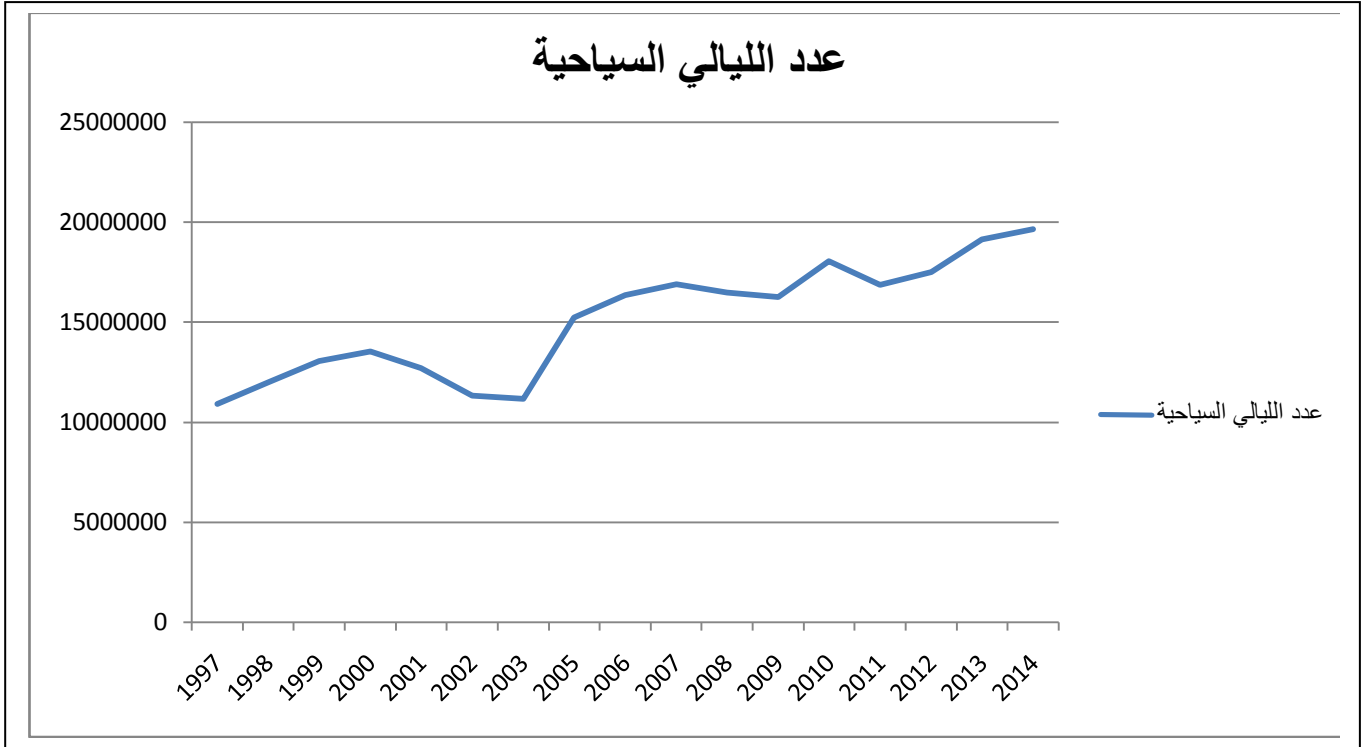
http://

● المملكة المغربية،وزارة السياحة،السياحة في الأرقام،نقلا عن الموقع:

.(2015/06/16)tourisme.gov.ma/ar

والشكل التالي يبين تطور عدد الليالي السياحية في المغرب.

شكل رقم (3-13) تطور عدد الليالي السياحية في المغرب خلال الفترة (1997-2014)



المصدر: من إعداد الطالبة بناءات على معطيات الجدول رقم (3-12)

ويتبين لنا من خلال الجدول أن هناك تطورا في عدد الليالي السياحية في المغرب حيث انتقل العدد من 10908443 ليلة سياحية سنة 1997 ليتضاعف العدد في سنة 2014 ويصل إلى حوالي 2000000 ليلة سياحية، بمعدل تغير بلغ 79.98% وقد عرف القطاع تذبذبا خلال السنوات 2001 و2002 و2003 وهذا راجع إلى الأوضاع الأمنية التي عرفها المغرب خلال هذه الفترة المتمثلة في تفجيرات "الدار البيضاء" وتفجيرات "مدريد" وهناك انخفاض آخر سنة 2009 و2011 وهذا راجع إلى الأوضاع الاقتصادية والأمنية السائدة في العالم والتي تؤثر بشكل كبير على السياحة والتي تعتبر من أكثر القطاعات حساسية لهذا النوع من الأحداث.

رابعا- طرق الوصول والانتقال إلى المغرب: وتشمل ما يلي¹

1 النقل الجوي: يتوفر المغرب على 23 مطار منها 14 مطار تجاري استعملت خلال سنة 2004 في نقل أزيد من سبعة ملايين مسافر، ويعتبر ROYAL AIR MAROC الناقل الجوي الوطني وتعمل على تشغيل خطوط للطيران المنتظم، كما أن هناك زيادة في أعداد الناقلات ذات التكلفة المنخفضة « ICC »، وهناك أيضا شركات أخرى تعتمد على رحلات الطيران العارض أو منخفض التكاليف، كما وقعت المغرب على اتفاقية السماوات المفتوحة مع الاتحاد الأوروبي ويعتبر مطار "كازابلانكا" هو المطار المحوري سواء للرحلات الداخلية أو الدولية.

2 النقل البري: يتولى النقل البري في المغرب نسبة 75 % من إجمالي نقل البضائع و 95 % من نقل المسافرين، وقد وضعت الدولة مخططا واسعا لتحديث البيانات الطرقية في أفق تمكين البلاد من طرق قادرة على مسايرة التطور الاقتصادي والاجتماعي كما يتوفر المغرب على 57847 كلم من الطرق الرئيسية والثانوية و750 كلم من الطرق السيارة.

3 المسكك الحديدية: تمتلك المغرب شبكة للمسكك الحديدية تمتد بطول 1907 كلم عبر مؤسسة "ONCF" تخرق أهم المناطق المغربية، كما يعمل المكتب الوطني للمسكك الحديدية على تطوير بنيته من خلال اقتناء قطارات جديدة والرفع من حصته في سوق نقل المسافرين، حيث توجد بالمغرب 97 محطة قطار تقدم 15 مليون راكب في السنة، تسمح للمسافرين أن يتحركوا بين مختلف بلدان المملكة.

4 النقل البحري: يؤمن النقل البحري حوالي 98 % من المعاملات الخارجية للمغرب، وتحتكر موانئ "الدار البيضاء" و "الجرف الأصفر" و "المحمدية" 72 % من حجم هذه المعاملات وقد مكن توفر المغرب على 3500 كلم من السواحل من انجاز عدد مهم من الموانئ (11 ميناء تجاري) و 11 ميناء للصيد والتجارة الداخلية و 5 موانئ ترفيهية ومن المؤكد أن القطاع سيعرف تطور كبير مع ميناء "طنجة" المتوسطي ذي الأبعاد الدولية، حيث وعند الانتهاء الكلي منه سيصبح هذا الميناء الأكبر على الإطلاق في القارة الإفريقية ومن بين 10 الأوائل في العالم.

¹ أنظر في ذلك

• البنى التحتية في المغرب، وكيبديا الموسوعة الحرة نقلا عن الموقع: <http://wikipedia.org>

• نهي ابراهيم خليل، السياحة في الدول الاسلامية في ظل الظروف المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 327-328

خلاصة:

تزخر كل من الجزائر وتونس والمغرب بمقومات طبيعية هامة وكبيرة، وتمتتع هذه الدول كذلك بإمكانات ومقومات مادية متفاوتة من دولة لأخرى حسب درجة اهتمام كل دولة بقطاعها السياحي، حيث حققت كل من تونس والمغرب تطورا على مستوى المنتج السياحي بكل أنواعه، في حين أن الجزائر وبالرغم من الإمكانيات التي تزخر بها إلا أن السلطات لم تول اهتمام واسع بهذا القطاع الأمر الذي أثر سلبا على تطور السياحة في البلد.

ويستخلص من هذا الفصل أن المقومات المادية المتمثلة في الطاقة الإيوائية، الليالي السياحية، وحركة السياحة الوافدة شهدت في كل من المغرب وتونس نموا مطردا بفضل الجهود المبذولة من طرف هذين البلدين، حيث تميزت الليالي السياحية لهذين البلدين تطورا يتناسب وتطور الطاقة الإيوائية وتماشيا وحركة السياحة الدولية الوافدة إليها.

عكس الجزائر التي عرفت حركة قليلة وضيئة نوعا ما حيث قدر عدد الأسرّة في عام 2014 في تونس بـ 240077 سرير أما في المغرب 216386 سرير في حين بلغ عدد الأسرّة في الجزائر في نفس الفترة 99605 سرير وقد وصل عدد السياحة الدولية الوافدة إلى تونس 6068593 سائح وهذا رغم ما تعانيه تونس من مشاكل أمنية وسياسية وفي المغرب بلغ العدد 10283944 سائح في حين لم تسجل الجزائر خلال نفس السنة سوى 2301373 سائح.

ومما سبق يمكن القول أن القطاع السياحي قطاع استراتيجي يتطلب استغلال كل المقومات السياحية ضمن التوجه نحو تبني استراتيجيات وطنية هادفة، لتحقيق نتائج إيجابية على مستوى هذا القطاع وهذا ما سوف نحاول أن ندرسه في الفصل الرابع.

الفصل الرابع:

آفاق ترقية القطاع السياحي و دوره

في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

تمهيد:

تقوم اقتصاديات كثير من الدول على السياحة، التي تعتبر أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في عالم اليوم، مما دفع بالعديد من الدول بالاهتمام بهذا القطاع الحيوي، بحيث كانت له الأولوية ضمن استراتيجيات التنمية، إذ تتضح آثارها الاقتصادية في قدرتها على خلق مناصب الشغل، والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي، وزيادة الإيرادات مما يساعد على تخفيض العجز في ميزان المدفوعات، وهذا بدوره ينعكس على تحسين المستوى المعيشي للإفراد.

لذا اتجهت كل من الجزائر، تونس و المغرب في تنفيذ استراتيجيات عميقة و شاملة للنهوض بالقطاع السياحي، و لكل إستراتيجية خصوصيتها تختلف باختلاف الأولويات التي يحظى بها هذا القطاع في الدول الثلاث من أجل ترقية السياحة و النهوض بها

و بناء على ما سبق نهدف في هذا الفصل إبراز أهمية القطاع السياحي و دوره في تحقيق التنمية المستدامة، وعليه كان من الضروري الإطلاع على استراتيجيات التنمية السياحية في الدول الثلاث بما يسمح بالتعرف على أهداف، مراحل و المعوقات في كل منها، وكذا تسليط الضوء على مساهمة القطاع السياحي في تفعيل القضايا الاقتصادية و الاجتماعية في الدول الثلاث و في الأخير رؤية إستراتيجية للإمكانية التعاون في الدول المختارة.

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

المبحث الأول: الاستراتيجيات التنموية لجذب الاستثمار الأجنبي وترقية قطاع

السياحة في دول المغرب العربي.

كان من الضروري الاطلاع على استراتيجيات التنمية السياحية في كل من الجزائر، تونس والمغرب بما يسمح بالتعرف على مراحل الاستراتيجيات، الأهداف، والمعوقات في كل منهم، وفيما يلي استعراض لأهم الملامح الرئيسية للاستراتيجيات التنموية السياحية في الدول المختارة.

المطلب الأول: ملامح إستراتيجية التنمية السياحية بالجزائر

أدركت الدولة الجزائرية ضرورة تعزيز قطاعها السياحي وذلك ببناء صورة حقيقة للسياحة الجزائرية تستجيب للمعايير والمقاييس الدولية، وقد تجلّى هذا من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية إلى أفق 2025 الذي جسّد الإستراتيجية على المدى القصير، المتوسط والبعيد في إطار التنمية المستدامة.

أولاً- أبعاد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية : تتمثل الأهداف العامة للمخطط التوجيهي للتهيئة

السياحية فيما يلي:¹

- التوفيق بطريقة مستدامة بين ترقية السياحة والبيئة.
- تهمين الإرث الثقافي، الحضاري، الطبيعي والديني.
- العمل على تحسين التوازنات الكلية (التشغيل، النمو، الاستثمار... الخ).
- تهمين صورة الجزائر بحيث يرمي البرنامج إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية.
- توسيع الآثار المترتبة على هذه السياسة إلى قطاعات أخرى مثل الصناعة التقليدية، النقل، الصناعة ،
التشغيل

¹ بودلال علي، الصناعة السياحية المستدامة في الجزائر كأحد شروط تأهيل الاقتصاد الجزائري للاندماج في الاقتصاد العالمي، الملتقى الدولي حول الاستثمار السياحي ودوره في التنمية المستدامة، مرجع سبق ذكره، ص06

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

1 -الأهداف المادية والنقدية لبرنامج 2025: يفرض المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة تعريف

الأهداف المادية وصياغة الميزانية المطلوبة لبلوغ ذلك (عدد الأسرة، عدد السواح، المداخيل، العمال الواجب تكوينهم...) بحيث حدد المخطط الفترة (2008-2015) كمرحلة أولية لتحقيق الأهداف المادية والنقدية التي ترمي إلى تحقيق الطلب الدولي والطلب الوطني، والذي سيزيد عن 11 مليون سائح في أفاق 2025 لذا فلا بد من إتباع خطة الأعمال التي سيتم التطرق إليها وتوضيحها بالأرقام.¹

والجدول التالي يبين الخطة بالأرقام

جدول رقم (4-1) خطة الأعمال لوضع الجزائر على طريق السياحة

| السنة | 2007 | 2015 | المضروب فيه |
|---|--------------------|----------------|-------------|
| عدد السواح (سائح) | 1.7 مليون | 2.5 | 1.47x |
| عدد الاسرة (سرير) | 84869 يعاد تاهيلها | 75000 سرير فخم | 1.8x159869 |
| المساهمة في الناتج المحلي الخام | 1.7% | 3% | 1.3x |
| إيرادات (مليون دولار) | 2.5 | 1500 إلى 2000 | 7x إلى 9 |
| مناصب شغل (عامل) مباشرة مليونوغير مباشرة | 200000 | 400000 | 2x |
| تكوين (مقاعد بيداغوجية) | 51200 | 91600 | 1.78x |

المصدر: وزارة تهيئة الأقليم البيئة والسياحة، الكتاب رقم 02، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة

وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، مرجع سبق ذكره، ص18.

إنطلاقا من الأرقام الموجودة بالجدول نلاحظ ان المخطط يتوقع تطور السياح في 2015 ليكون في حدود

2.5 مليون سائح، ومن أجل استيعاب هذه التدفقات الوافدة إلى الجزائر يجب توفير ما يقابلها من عدد الأسرة

والذي قدر بحوالي 75000 سرير من النوعية الجيدة كما يجب أن توفر هذه الاستثمارات ما يقارب

¹ وزارة تهيئة الأقليم البيئة والسياحة، الكتاب رقم 02، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، جانفي

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

400000 منصب شغل مباشر وغير مباشر، كما وفرت الدولة 91600 مقعد بيداغوجي من اجل توفير يد عاملة مؤهلة تساهم في رفع مستوى أداء الخدمات في القطاع السياحي لتصبح في نهاية الفترة عدد المناصب البيداغوجية 142800 مقعد، حيث قدرت الزيادة في الايرادات السياحية بما يقارب من 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة بسنة 2007 أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فقدت بمعدل تطور بلغ 1.3 مرة مع نهاية الفترة، ومن اجل الوصول إلى التوقعات تم تقدير الاستثمار السياحي بـ 2.5 مليار دولار للاستثمار العمومي والخاص.

ثانيا- المشاريع ذات الأولوية للمرحلة 2008-2015:

لقد تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة، فمنها الجاري إنجازه أو ما هو محل دراسة وعرض متقدم متمثلة فيما يلي:¹

- فنادق السلسلة (hôtels de chaine) : عدد الأسرّة من كل الأنواع يقدر بـ 29368 سرير.
- عشرون قرية سياحية متميزة (VTE) وأرضيات جديدة مدججة مخصصة للتوسع السياحي مصممة للتناسب مع الطلب الدولي والطلب الوطني.
- خمسة حظائر بيئية وسياحية وثلاث مراكز للعلاج والصحة والرفاهية.
- انطلاق 80 مشروع سياحي في 06 أقطاب سياحية بامتياز منها 5986 سرير، 8000 منصب شغل في الأفق.

عدد هذه المشاريع موزعة على الأقطاب السياحية حسب الجدول التالي:

¹ عليان فتحي، نوري شيراز، جهود ترقية المنتج السياحي ضمن المخطط السياحي للتهيئة (SDAT2030)، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، مرجع سبق ذكره، ص45

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

جدول رقم (4-2) عدد المشاريع الموزعة على الأقطاب السياحية

| عدد المشاريع | الأقطاب السياحية بإمتهياز |
|--------------|------------------------------|
| 23 | الشمال الشرقي |
| 32 | شمال الوسط |
| 18 | الشمال الغربي |
| 04 | الجنوب الغربي (الواحات) |
| 02 | الجنوب الغربي (توات، قورارة) |
| 01 | الجنوب الكبير (الأهقار) |
| 00 | الجنوب الكبير (الطاسيلي) |
| 80 | المجموع |

Source : ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme, livre 02 ,op-cit,p20.

من خلال الجدول نلاحظ أن الأقطاب السياحية بإمتهياز الشمالية نالت الحصة الأكبر من حيث عدد المشاريع المرشحة مقارنة بالمناطق الجنوبية، فنجد أن منطقة شمال الوسط قد حازت على أعلى حصة من حيث عدد المشاريع تقدر بـ 32 مشروع وهي الأوفر حظا من بين باقي المناطق، ثم تليها كل من الشمال الشرقي والشمال الغربي بـ 23 و 18 مشروع على التوالي، في حين بلغ كل من الجنوب الغربي (الواحات) والجنوب الغربي (توات) - قورارة) والجنوب الكبير (الأهقار) حصة أقل بكثير بلغت 04 و 02 و 01 على الترتيب، أما الجنوب الكبير (الطاسيلي) فلم يحصل على أي مشروع بالرغم من توفره على المنتج الصحراوي الذي يعتبر من أهم وأكثر المنتجات طلبا.

ثالثا- مخططات إنعاش السوق السياحية في الجزائر : حيث تعتبر طرق إنعاش سريع ومستدام للسوق السياحية، تضمن إعادة الاعتبار للمكان والدور الذي يتعين للسياحة الجزائرية أن تلعبه على مستوى السياحة

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

الدولية، ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أي سياسة للتنمية المستدامة، وفيما يلي عرض إجمالي لهذه المخططات الخمسة بحسب ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025:¹

1 - مخطط وجهة الجزائر: تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات

السلبية، وأيضا من غياب الصورة والاستثمار السياحي، لذا عليها اختيار أوراقها القوية بغية تقوية صورتها، حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة وتنافسية، تكون أبرز ملامحها الأصالة، الابتكار، النوعية وعليه يجب تعزيز جاذبية وجهة الجزائر بالتموقع بالصورة على مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها والفئات السكانية المستهدفة، ففي المرحلة الأولى يجب منح الأولوية للأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها مع حصر الفروع والمنتوج الواجب تطويره، كما يتعين تحديد الأهداف لهذه السوق.

2 - الأقطاب السياحية للإمّياز: القطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للامّياز في رقعة

جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والدورات السياحية بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية ويستجيب للطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية ومتعدد الأقطاب، يدمج المنطق الاجتماعي، الثقافي، الإقليمي والتجاري مع الأخذ بعين الاعتبار توقعات طلبات السوق.

وقد صنفت الأقطاب السياحية السبعة للامّياز من طرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية كما يلي:

جدول رقم (3-4) توزيع الأقطاب السياحية للامّياز

| عدد الأسرة (سرير) | القرى السياحية | الولايات | الأقطاب السياحية بإمّياز |
|----------------------|-------------------|--|-----------------------------|
| 13343 | 03 | عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس | السياحي الشمالي الشرقي |
| 49144 | 11 | الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو | السياحي شمالي الوسط |
| 16998 | 04 | مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، | السياحي الشمالي |

¹ مختار عيواج، الطاهر مساعدي، نحو صناعة سياحية متطورة مستدامة، مسؤولية وتنافسية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 9-10

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

| | | معسكر، سيدي بلعباس، غليزان | الغربي |
|-------|----|--|----------------------------|
| 2092 | 01 | الواحات، غرداية، بسكرة، الواد، المنيعه | الجنوب الشرقي |
| 1605 | 01 | القرارة، توات، طرق القصور، أدرار، تيميمون، بشار | السياحي الجنوب الغربي |
| 150 | / | طاسيلي، ناجر، إليزي، جانييت | الجنوب الكبير طاسيلي |
| 225 | / | أدرار، تمنراست | الجنوب الكبير (الأهقار) |
| 83557 | 20 | | المجموع |

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على وزارة تهيئة الإقليم البيئية والسياحة، الكتاب رقم 05، المشاريع ذات الأولوية السياحية، جانفي 2008.

ويتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل وفقا لقدراتها، بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن، وهذا بتوفير منتجات سياحية متعددة ومتنوعة.

إن الهدف المتوقع من بناء هذه الأقطاب هو تحريك الدافع الذي يسهل الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني، عبر انشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع.

3 - مخطط النوعية السياحية: لقد أصبحت النوعية اليوم مطلبا ضروريا في الدول السياحية الكبيرة، هذه

الفلسفة هي التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني فهو يرتكز على التكوين والتعليم، كما يدرج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم، فالمخطط النوعي للسياحة يشمل:

- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي.

- منح رؤية جديدة للمحترفين.

- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية.

- نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية.

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

- الاستجابة للهدف المادي والنقدي في مخطط الأعمال 2025، حيث أصبح تكوين العنصر البشري

أمراً ضرورياً وعلى هذا الأساس حدد المخطط ثلاث أهداف إستراتيجية للتكوين قصد تحفيز الجزائر سياحياً في آفاق 2025:

- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة.
- إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي.
- الابتكار واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في مخطط النوعية السياحية.

4 -مخطط الشراكة العمومية الخاصة: لا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال بين القطاع

العمومي والخاص ويمكن الحديث عن الشراكة العمومية الخاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة للطلب الجماعي على المنتجات السياحية.

فإذا كانت الدولة تمارس دوراً ضرورياً في مجال السياحة خاصة تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة ووضع المنشآت القاعدية في خدمة السياحة كما أنها تسهر على النظام العام وحفظ الأمن وتدير المتاحف والصروح التاريخية، فإن القطاع الخاص يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي، يثمن ويسوق الخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه. وعلى هذا الأساس يسعى مخطط الشراكة العمومية الخاصة إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص، من أجل تحقيق منتج سياحي نوعي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلاً.

5 -مخطط تمويل السياحة: أخذاً بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها صناعة ثقيلة تتطلب

استثمارات ضخمة من جهة، وكونها ذات عوائد بطيئة من جهة أخرى، فإن المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة جاء لمعالجة هذه المعادلة الصعبة من خلال دعم ومرافقة الشريك، المرفقي أو المطور.

أما عن محتوى مخطط تمويل السياحة فالأمر يتعلق بـ:

- مرافقة المستثمرين المرفقين وأصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار وتقدير المخاطر وفي تمويل عتاد

الاستغلال.

- تخفيض إجراءات منح القروض البنكية والتمديد في مدة القرض.

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

- الدعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع من خلال نظام مراقبة مالي، مساعدات للتكوين، تشجيع شامل للنوعية، إنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية مثل إنشاء بنك الاستثمار السياحي.

رابعاً- تقييم إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر وحصيلة إنجاز الجزء الأول منها:

رغم الاهتمام الكبير الذي أولته الجزائر للتنمية السياحية من خلال المخطط التوجيهي SDAT إلا أن معدلات الإنجاز المحققة تبقى متواضعة وهو ما سوف نوجزه فيما يلي:¹

1 -تطور الانجازات من خلال الهياكل الفندقية وطاقت الإيواء: لقد كان مبرجا إنجاز ما مقداره 75000 سرير بغرض استقبال 2.5 مليون سائح بحدود 2015 إلا أن معدلات الإنجاز ظلت متأخرة من ضمن 713 مشروع تمت الموافقة عليه تم إنجاز 56 مشروع في حدود سنة 2012 أي 4699 سرير و 450 مشروع أي 49516 سرير قيد الإنجاز أي بمعدل 72 % من مجموع ما كان مخططا لإنجازه(75000). ويمكن إجمال المشاريع المبرمجة ضمن برنامج التهيئة السياحية وحسب نسبة تقدمها من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (4-4) تقدم الأشغال بمياكل الإيواء خلال الفترة (2013-2014)

| 2014 | | | 2013 | | | |
|-------------|--------------|----------------|-------------|--------------|----------------|----------------------|
| مناصب الشغل | طاقة الإيواء | مجموع المشاريع | مناصب الشغل | طاقة الإيواء | مجموع المشاريع | |
| 25526 | 54884 | 385 | 173893 | 51570 | 377 | المشاريع قيد الإنجاز |
| 3797 | 9123 | 104 | 6850 | 14017 | 129 | المشاريع المتوقفة |
| 13006 | 33860 | 296 | 8093 | 17263 | 219 | المشاريع التي |

¹ فاسي فاطمة الزهراء، شرفاوي عائشة، إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر آفاق 2025، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 20-21

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

| | | | | | | |
|-------|--------|-----|-------|-------|-----|----------------------|
| | | | | | | لم تنطلق بعد |
| 2971 | 6377 | 76 | 576 | 1793 | 21 | المشاريع المنتهية |
| 45300 | 104244 | 861 | 43602 | 84643 | 746 | المجموع |

Source :ministère du tourisme et de l'artisanat ,rapport de statistiques,2015,p29.

أما بالنسبة للمخططات الحموية والمعدنية فمن بين 50 عقد امتياز الممنوحة لاستغلال المناجم المعدنية لم يتم الانطلاق فعليا إلا في 35 منها بينما 15 بقيت متوقفة من نهاية سنة 2014.

2 -الدخول ضمن مخطط الجودة نهاية 2014: كان الدخول ضمن مخطط الجودة من العناصر الأساسية للإستراتيجية السياحية 2025 لذلك سعت العديد من المؤسسات السياحية للدخول ضمنه وقد وصلت إلى 348 مؤسسة سياحية من بينها 185 مؤسسة فندقية و 140 وكالة سياحية وأسفار و 7 محطات معدنية و16 مطعم.

من خلال ما سبق يمكن القول بأن الإنجازات ظلت متأخرة عما تم تحديده من خلال الإستراتيجية المسطرة وحتى الوصول إلى الأهداف،فمن الناحية النظرية وحسب أرقام وزارة السياحة لبداية 2015 نجد عدد السواح الوافدين إلى الجزائر يقارب ما خطط له (2.5 مليون سائح في آفاق 2015) حيث بلغ عددهم في نهاية 2014 2301373 سائح غير أن أغلبهم من الجزائر بين المقيمين في الخارج الذين يأتون لزيارة الأهل والأقارب وهو ما لا يمكن اعتباره سياحة حقيقية لأنها لا تساهم في تشغيل الطاقات الفندقية الجزائرية. ويمكن إرجاع أسباب التأخر في إنجاز المشاريع إلى ما يلي:

- غياب اليد العاملة المؤهلة والخبرة سواء من حيث الإنجاز أو التسيير.
- التأخر في مجال تكنولوجيا الاتصال ووسائل الدفع.
- غياب الثقافة السياحية لدى المجتمع الجزائري وغياب الأمن بسبب الانتشار الكبير للجريمة(السرقة والاعتداءات).

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

المطلب الثاني: ملامح إستراتيجية التنمية السياحية في تونس

يعتبر القطاع السياحي التونسي موردا هاما للبلد، وبغية المحافظة على مكانة السياحة وتطويرها، تزايد الاهتمام الحكومي للقطاع، مما دفع السلطات إلى تبني إستراتيجيات جديدة للارتقاء بالمنتج السياحي التونسي من خلال الاستغلال الأمثل للمقومات السياحية وتعزيز البنية الأساسية.

أولا- المخطط الثاني عشر للتنمية 2010-2014:

وتتمثل فيما يلي:¹

1 - مواصلة تنمية وتسويق ودعم الأنماط السياحية القائمة خاصة الترفيهية، الشاطئية، سياحة الغولف، السياحة الثقافية، السياحة العلاجية، السياحة الصحراوية، مع وضع إستراتيجية اتصال وحملات دعائية خاصة بالمنتجعات السياحية ذات القيمة المضافة العالية لا سياحة المسنين وسياحة الأفراد.

2 - ملائمة إستراتيجية التسويق لتطورات السوق السياحية العالمية مثل:

أ - استخدام شبكة الانترنت في تسويق المقصد السياحي التونسي تماشيا مع التطور المطرد لاستعمال الانترنت في العالم.

ب - تحكيف البرامج التثقيفية والتظاهرات الثقافية خاصة المهرجانات الدولية.

ج - فتح الأجواء أمام شركات النقل الجوي المنخفض التكلفة.

د - مواصلة تدعيم سياحة الجوار الموجهة للأسواق الليبية والجزائرية.

3 - إرساء ثقافة الجودة صلب المؤسسات السياحية من خلال إعادة تصنيف منشآت الإقامة طبقا

للمواصفات الجديدة 2005 للارتقاء بالمنتج السياحي التونسي من خلال الاستغلال الأمثل للمقومات السياحية وتعزيز البنية الأساسية.

ثانيا- المحاور الأساسية لتنفيذ الإستراتيجية السياحية التونسية (رؤية 1+3): اعتمدت تونس على محاور

أساسية للنهوض بالقطاع السياحي نوجزها في النقاط التالية:

¹ نهي ابراهيم الخليل، السياحة في الدول الاسلامية في ظل الظروف المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 320

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

1 تنوع العرض والمنتوج والجهات: تنوع المنتج للحد من المظهر الموسمي الذي يطبع القطاع السياحي

وذلك يتم ب:¹

- انشاء محطات سياحية مندججة على ساحل البحر تعرض منتوجا متنوعا يكمل منتوج السياحة البحرية المتوفرة حاليا.
- النهوض بالسياحة الثقافية وذلك بإحياء المواقع الأركيولوجية الموجودة والتي أصبحت شاهدا على مختلف الحضارات التي تعاقبت على البلاد (بونيقية، رومانية، إسلامية...).
- تنمية السياحة البيئية (منتزهات وطنية، محميات طبيعية...) السياحة الترفيهية، السياحة الإستشفائية، سياحة المناسبات، السياحة الشاطئية، سياحة الملتقيات.
- تنوع المنتج السياحي الصحراوي وتكثيفه مع المحافظة على طابعه الخاص حتى يتمكن من منافسة منتج بلدان البحر الأبيض المتوسط الأخرى، وبالفعل فإن السياحة التونسية الصحراوية تتميز بقرىها من ساحل البحر وهذا ما يجعلها مكملة للمنتوج البحري المتوفر حاليا.

2 الجودة والتكوين: وهذا من خلال²

- تحسين الجودة الشاملة للمنتج السياحي من خلال وضع برامج وتطويره وترقيته.
 - انتهاج منهجية الجودة الشاملة الهادفة للخدمات السياحية والفندقية.
 - تطوير التكوين المهني مع تنفيذ المعايير الدولية المعترف بها لتصنيف المنشآت الفندقية.
- 3 العلامة التجارية والتسويق:** وذلك بإدخال نظرة تسويقية جديدة... الترويج الموجه، وباستعمال علامات تجارية والسياحة الرقمية.

4 تحديث القطاع: وذلك من خلال الحوكمة، تمويل القطاع، المرصد السياحي التونسي وإعادة هيكلة

الوضعية المالية للقطاع السياحي التونسي.

ثالثا- أهداف الإستراتيجية للسياحة التونسية: والتي يمكن توضيحها من خلال الشكل التالي

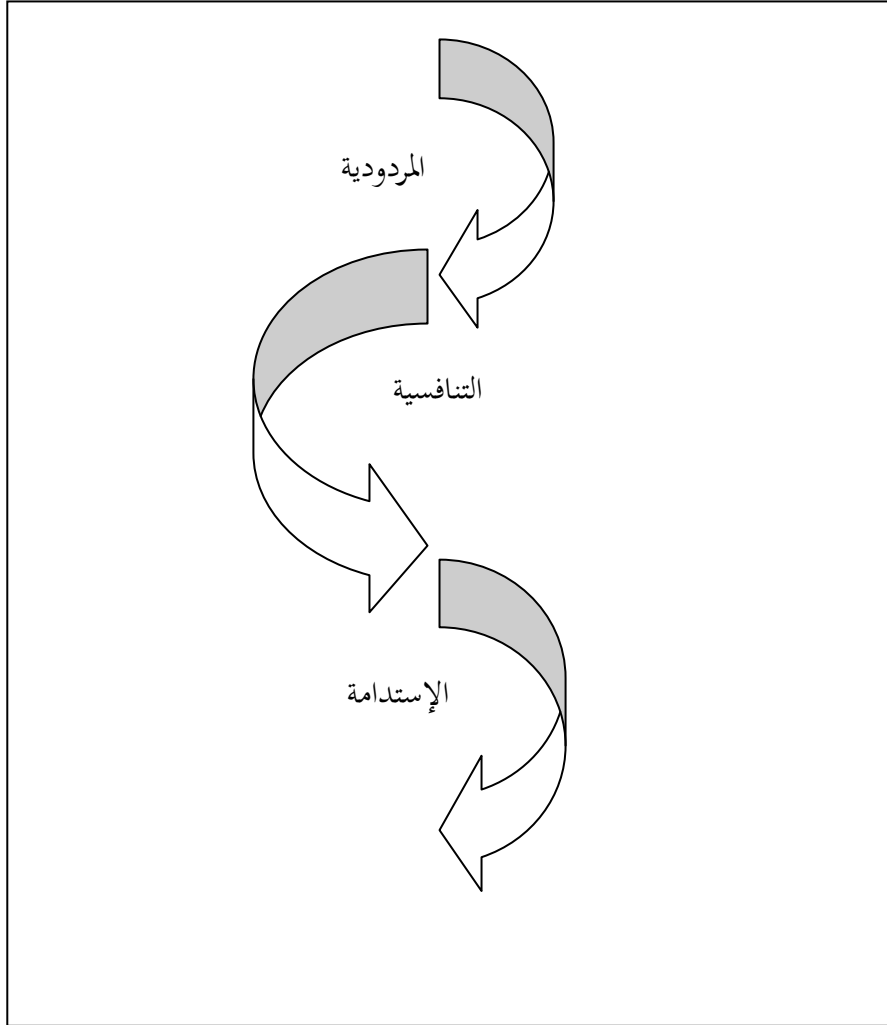
¹ الوكالة العقارية السياحية، السياحة في تونس، آفاق القطاع السياحي في تونس والتحديات المراد رفعها، نقلا عن الموقع: [http:// www.aft-](http://www.aft-nat-tn/ar/tourisme-prespecteves-defs-tunisie.php(20/06/2015))

[nat-tn/ar/tourisme-prespecteves-defs-tunisie.php\(20/06/2015\)](http://www.aft-nat-tn/ar/tourisme-prespecteves-defs-tunisie.php(20/06/2015))

² Office national du tourisme tunisien, tendance actuel des politiques de tourisme durable en tunisie, direction de etudes, bruxelles, 21 juin 2012, p12

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الشكل رقم (4-1) أهداف الإستراتيجية السياحية التونسية



المصدر: رحال علي، عامر عيساني، التنمية السياحية المستدامة: دراسة مقارنة الجزائر، تونس، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة الجزائر، العدد 01، 2012، ص 128.

تهدف الإستراتيجية إلى تحقيق أهداف منتظرة لآفاق 2016 بالرفع من القدرات السياحية الموجودة في البلاد قصد تلبية احتياجات السياح وبالتالي زيادة الليالي السياحية وهذا ما يدفع بخلق اليد العاملة المؤهلة، والجدول التالي يبين التقديرات المرجو تحقيقها في آفاق 2016

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الجدول رقم (4-5) التقديرات المرجوة تحقيقها في آفاق 2016

| المؤشرات | التقديرات لسنة 2016 |
|-----------------------------------|---------------------|
| التدفقات البشرية (سائح) | 8400000 |
| الليالي السياحية (ليلة سياحية) | 61888-74130 |
| طاقات الإيواء (فندق) | 359600 |
| اليد العاملة (مباشرة وغير مباشرة) | 594164 |

المصدر: رحال علي، عامر عيساني، التنمية السياحية المستدامة: دراسة مقارنة الجزائر، تونس، مرجع سبق ذكره، ص129

المطلب الثالث: ملامح إستراتيجية التنمية السياحية في المغرب (رؤية 2020)

تم تصميم رؤية 2020 من طرف الحكومة المغربية في إطار احترام البيئة والتنمية المستدامة، للإرتقاء بالسياحة وتنميتها وجعلها في مصاف الدول المتقدمة في هذا المجال.

أولاً- الأهداف العامة لرؤية 2020:

تهدف هذه الإستراتيجية إلى:¹

-سيكون تموقع المغرب ضمن أفضل 20 وجهة سياحية عالمية وكوجهة مرجعية في مجال التنمية المستدامة في منطقة البحر الأبيض المتوسط (تحتل البلاد المرتبة 26 حسب ترتيب منظمة السياحة العالمية OMT عام 2009).

-مضاعفة الطاقة الاستيعابية مع تحقيق 200000 سرير جديد، بحيث يحضى قطاع الفنادق بـ 150000 سرير بينما نالت المؤسسات الأخرى نصيب 50000 سرير لتقدم للزوار تجربة سياحية غنية وكثيفة.
-مضاعفة عدد السائحين الوافدين من خلال مضاعفة الحصة الأسواق الأوروبية وجذب 1000000 سائح من الأسواق النامية.

¹ المملكة المغربية، وزارة السياحة، رؤية 2020 بإختصار، نقلا عن الموقع: (<http://www.tourisme.gov.ma/ar>) (22/06/2015)

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

مضاعفة عدد الأسفار الداخلية ثلاث مرات بهدف ديمقراطية السياحة في البلاد .
خلق 470 ألف منصب شغل جديد مباشر في جميع أنحاء التراب الوطني من أجل توظيف قرابة مليون مغربي بنهاية العشرية.
الرفع من العائدات السياحية من أجل بلوغ 140 مليار درهم في 2020 أي ما يقارب 1000 مليار درهم من التراكمات المالية في العشرية.
زيادة نقطتين للناتج المحلي الإجمالي السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الوطني من أجل الوصول إلى ما يقارب 150 مليار درهم.
تعمل هذه الإستراتيجية الطموحة إلى توجيه تدفقات الاستثمارات نحو تطوير منتجات سياحية جديدة ،من خلال تعبئة قوية للموارد المالية الوطنية والدولية،وذلك من خلال إنشاء صندوق مغربي للتنمية السياحية بالتعاون بين الدولة والقطاع السياحي،ومن جهة أخرى وضع شراكة مستدامة مع صناديق الدول الصديقة لدعم هذا البرنامج الاستثماري.

ثانيا- المحاور الأساسية لتنفيذ رؤية 2020: تلتزم هذه الرؤية بالاستمرار في جعل السياحة أحد محركات التنمية الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية في المغرب، بحيث تسمح بوضع طموحات كبيرة لتنمية السياحة في العشرية المقبلة تقوم على أربع محاور أساسية تتمثل فيما يلي:¹

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

2 التنوع: إن التميز أهم ما يميز السياحة بالمغرب، حيث تشهد تنوعا في المناطق والمناظر الطبيعية وأيضا في الثروات الطبيعية والنظم الإيكولوجية وتنوع الثقافات والتأثيرات (الإفريقية والاوربية) وبذلك ستعزز رؤية 2020 هذا التنوع من خلال تجسيد سياسة طموحة لتهيئة السياحة.

¹ Royaume du maroc, ministere du tourisme, vision2020 en bref ,<http://tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/vision-2020-en-bref>.

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

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

4 الإستدامة: ستضع رؤية 2020 التنمية المستدامة في قلب طموحها، وذلك مواكبة للتوجهات العامة المعتمدة في البلاد فالمغرب الذي تمكن من الحفاظ على موارده وأصالته، يتوفر في هذا الصدد على إمكانيات حقيقية وكبيرة تسمح له بالتموقع والتميز في محيط يعرف بحدة التنافسية والتغيير المستمر.

ثالثا- البرامج المهيكلة من أجل توفير منتجات متنوعة:

إن تحقيق الطموح الوطني والطموحات الجهوية يتطلب تطوير مجموعة من البرامج التي تسمح بظهور عرض سياحي متنوع وذو جودة يلي حاجيات السياح، لهذا تم تحديد ستة برامج مهيكلة ومن هذه البرامج نذكر من خلال الجدول التالي ما يلي:

جدول رقم (4-6) البرامج المهيكلة من اجل توفير منتجات متنوعة

| البرنامج | الهدف |
|-----------------------------|--|
| المخطط الأزرق 2020 | إعادة التوازن للسياحة الشاطئية بهدف انشاء عرض شاطئي تنافسي على الصعيد الدولي |
| البيئة/التنمية المستدامة | تأمين الموارد الطبيعية والقروية مع الحفاظ عليها والسهر على احترام الأصالة السوسيو ثقافية للجماعات المضييفة بمنحهم إمتيازات سوسيو-اقتصادية |
| التراث والموروث الثقافي | إبراز الهوية الثقافية للمغرب من خلال هيكلية التراث المادي والروحي للمملكة عبر إحداث منتجات سياحية متماسكة وجذابة |
| التنشيط والرياضة والترفيه | إحداث عرض تنشيط غني ومتنوع ومكمل للبنيات التحتية السياحية الأساسية لتعزيز العرض السياحي المغربي، مما يجعله أكثر جاذبية وأكثر قدرة على المنافسة |
| منتجات ذات قيمة مضافة عالية | استقطاب سياح الأعمال وتمديد فترات إقامتهم من خلال خلق |

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

| | |
|--|------------------------|
| انسجام بين قطاعات الرياضة والترفيه والثقافة لجعل المغرب وجهة دولية جديدة للسياحة الصحية | |
| الاستجابة إلى تطلعات المغاربة من خلال منحهم منتجاً يتلاءم وعاداتهم وأساليب سفرهم ويأخذها بعين الاعتبار | السياحة الداخلية بلادي |

المصدر: المملكة المغربية، وزارة السياحة، رؤية 2020، الأوراش الكبرى للسياحة، نقلاً عن

الموقع: (<http://www.tourisme.gov.ma/ar>) (22/06/2015)

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

المبحث الثاني: دور القطاع السياحي في تفعيل قضايا التنمية الاقتصادية في الدول الثلاث

يلعب القطاع السياحي دورا هاما وبارزا في دعم نمو إقتصاديات الكثير من الدول المتقدمة منها و النامية، إذ يتضح هذا من خلال مختلف الآثار الاقتصادية الناجمة عن السياحة، كمساهمتها في الدخل الوطني من خلال الإيرادات السياحية المحققة و في تحسين ميزان المدفوعات، إلى جانب جذب رؤوس الأموال من الخارج و المساعدة على تدفق العملات الأجنبية، فالسياحة اليوم تعد مصدرا حيويا و متجددا يمكنها المساهمة بصورة فاعلة في زيادة الإستثمارات خاصة الإستثمار الأجنبي، و بالتالي تنمية العديد من القطاعات الأخرى ذات صلة بالسياحة. غير أن هذا الدور يتباين و يختلف من بلد لآخر باختلاف الإستراتيجيات التنموية المنتهجة والأولويات التي يحظى بها القطاع من طرف الجهات المعنية و حجمه في الإقتصاد الوطني، إلى جانب الإمكانيات و المؤهلات السياحية التي يزخر بها كل بلد، و عليه سوف نتطرق في هذا المبحث إلى دور السياحة و مساهمتها في تحقيق التنمية من خلال تأثيرها على بعض المتغيرات الاقتصادية لكل من الجزائر و تونس و المغرب.

المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي (PIB)

تعكس مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي حجم الإيرادات السياحية الناتجة عن الإنفاق الداخلي للسياح على مختلف الخدمات السياحية و المتمثلة في (الإقامة و النقل، شراء السلع..... الخ)، فالسياحة اليوم تعد من بين أكبر القطاعات المساهمة في تكوين الناتج المحلي الإجمالي للدول السياحية، فقد ساهم القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) بحوالي 10% لهذه السنة 2016 حسب ما جاء في الإحصائيات المنشورة من طرف المنظمة العالمية للسياحة، غير أن مساهمته تبقى تتباين و تتغير في العديد من الدول .

أولا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي (PIB)

تختلف مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي باختلاف كبير من بلد الى آخر، حسب أهمية و حجم القطاع في الإقتصاد الوطني لذلك البلد، و الجزائر من البلدان التي تتوفر على إمكانيات و قدرات كبيرة و لكنها غير مستغلة بكفاءة مقارنة بالفرص المتاحة، وهذا ما يتضح من خلال مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي و المبينة في الجدول التالي:

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الجدول رقم (4-7): مساهمة السياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) الجزائري
للفترة (1997-2016)

(الوحدة: مليار دولار أمريكي -قيمة حقيقية-)

| المساهمة السنوات | المساهمة الإجمالية | نسبة المساهمة (%) | المساهمة المباشرة | نسبة المساهمة (%) |
|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1997 | 4,97 | 5,71 | 2,35 | 2,70 |
| 1998 | 5,40 | 5,91 | 2,61 | 2,86 |
| 1999 | 5,41 | 5,73 | 2,76 | 2,93 |
| 2000 | 5,53 | 5,65 | 3,06 | 3,13 |
| 2001 | 6,33 | 6,27 | 3,26 | 3,24 |
| 2002 | 7,12 | 6,69 | 3,54 | 3,32 |
| 2003 | 8,32 | 7,29 | 3,88 | 3,40 |
| 2004 | 9,52 | 8 | 4,33 | 3,64 |
| 2005 | 9,64 | 7,64 | 4,88 | 3,87 |
| 2006 | 9,89 | 7,71 | 4,22 | 3,29 |
| 2007 | 10,06 | 7,58 | 4,27 | 3,22 |
| 2008 | 9,23 | 6,80 | 4,22 | 3,11 |
| 2009 | 10,68 | 7,74 | 5,04 | 3,65 |
| 2010 | 9,85 | 6,89 | 4,85 | 3,39 |
| 2011 | 9,48 | 6,45 | 4,83 | 3,29 |
| 2012 | 9,78 | 6,44 | 5,05 | 3,32 |
| 2013 | 10,55 | 6,76 | 5,54 | 3,55 |
| 2014 | 10,18 | 6,26 | 5,30 | 3,26 |
| 2015 | 10,95 | 6,58 | 5,88 | 3,53 |
| 2016* | 11,40 | 6,68 | 6,12 | 3,54 |

Source :World Travel & Tourism Council :

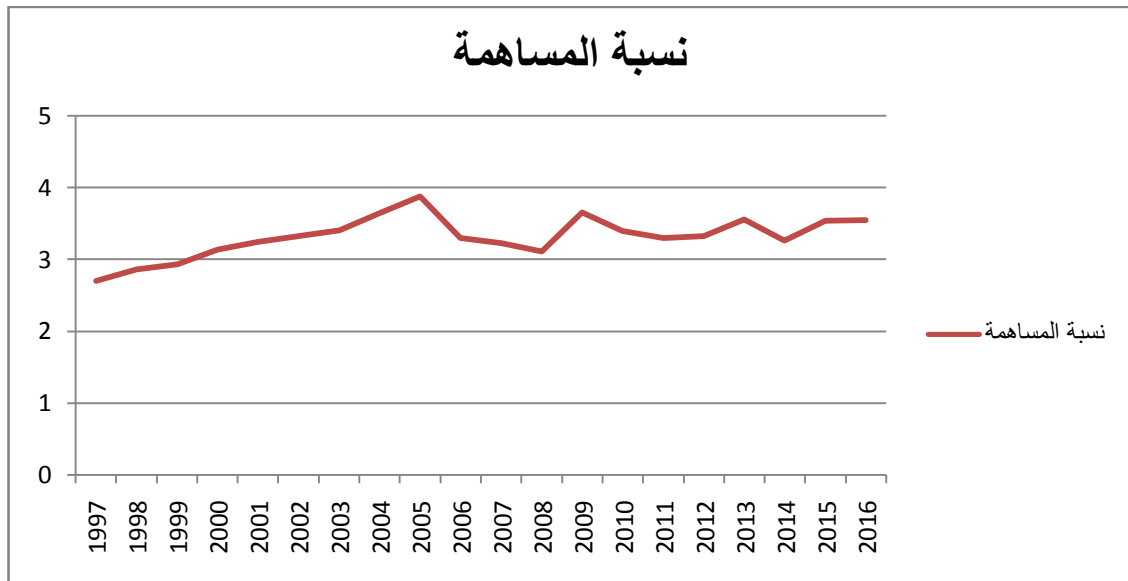
-[http://www.wttc.org/datagateway/\(06-05-2016\),\(22:30h\)](http://www.wttc.org/datagateway/(06-05-2016),(22:30h)).

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

*- تقديرات المجلس العالمي للسريجة و السفر.

بالتطلع على بيانات الجدول أعلاه يتضح بأن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي الجزائري الكلية و المباشرة عرفت استقرار من حين إلى آخر مع وجود ارتفاعا طفيف خلال السنوات الأخيرة، إذ نجد أن المساهمة الإجمالية انتقلت من 5,71% ما يعادل 4,97 مليار دولار أمريكي (US\$) سنة 1997 لتصل إلى نسبة 6,68% ما يعادل 11,40 مليار دولار أمريكي (US \$) سنة 2016، غير أن هذه المساهمة تبقى بعيدة كل البعد عن المتوسط العالمي لمساهمة السياحة و السفر في (PIB) البالغ 10%، و تبقى غير مقنعة إذا ما قورنت بالإمكانيات و المؤهلات السياحية التي تزخر بها الجزائر، و للتوضيح أكثر يمكن التعبير عن تطور نسب المساهمة للسياحة و السفر من خلال المنحنى البياني الممثل في الشكل الموالي:

الشكل رقم (4-2): تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) للفترة (1997-2016)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول السابق رقم (4-7).

من خلال الشكل رقم (02) يتضح بأن مساهمة السياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) شهدت إرتفاعا طفيفا و متذبذبا خلال الفترة الممتدة من 1997 إلى غاية 2016، بحيث نجد أن نسبة المساهمة المباشرة إرتفعت من 2,70% كحد أقصى سنة 1997 لتبلغ سنة 2005 حدها الأعلى بنسبة قدرت بـ 3,87% كما

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

أشير إلى أن نسبة المساهمة المباشرة بلغت حوالي 3,5% أي ما يعادل 633,1 مليار دينار جزائري سنة 2014 في إحصائيات تقرير المجلس العالمي للسياحة و السفر (WTTC)، وبالرغم من وجود تغيرات إيجابية ناجمة عن بعض الجهود المبذولة، إلا أن النتائج المحققة تعكس مدى محدودية مساهمة القطاع السياحي في (PIB)، و مرد ذلك قد يعود إلى كون الدولة الجزائرية لم تلمن قطاع السياحة و لم تُعزِّد أهمية كبيرة ضمن استراتيجياتها التنموية لإعتمادها على قطاع المحروقات بالدرجة الأولى فهي تعد بلد منتج و مصدر للبتروول ، و هذا ما رجح إلى أن تكون النتائج المحققة ضعيفة.

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي التونسي في الناتج المحلي الإجمالي (PIB)

تعرف تونس بأنها منطقة سياحية بامتياز و وجهة سياحية عريقة يتوافد إليها الملايين من السياح من كل أنحاء العالم، و الدليل على ذلك طاقات الإيواء التي تزخر بها، إلى جانب ما تحققه من تدفقات للسياح ، فهي من الدول التي تعتمد على إيرادات السياحة بالدرجة الأولى، فتموها المستمر يَأثر إيجابا على نسبة مساهمة السياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) و هذا ما سنتطرق له من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (4-8): مساهمة السياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) التونسي للفترة (1997-2016).

(الوحدة: مليار دولار أمريكي - قيمة حقيقية-)

| المساهمة السنوات | المساهمة الإجمالية | نسبة المساهمة (%) | المساهمة المباشرة | نسبة المساهمة (%) |
|---------------------|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1997 | 4,03 | 17,84 | 1,79 | 7,93 |
| 1998 | 4,17 | 17,62 | 1,92 | 8,11 |
| 1999 | 4,51 | 17,94 | 2,10 | 8,37 |
| 2000 | 5,11 | 19,52 | 2,38 | 9,09 |
| 2001 | 5,45 | 19,84 | 2,53 | 9,21 |
| 2002 | 4,95 | 17,71 | 2,27 | 8,13 |
| 2003 | 4,95 | 16,78 | 2,23 | 7,56 |

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

| | | | | |
|------|------|-------|------|------|
| 8,27 | 2,58 | 17,94 | 5,60 | 2004 |
| 9,16 | 2,97 | 19,50 | 6,33 | 2005 |
| 9,28 | 3,18 | 19,99 | 6,86 | 2006 |
| 9,23 | 3,36 | 19,59 | 7,14 | 2007 |
| 9,14 | 3,48 | 19,17 | 7,30 | 2008 |
| 8,74 | 3,43 | 18,40 | 7,23 | 2009 |
| 8,55 | 3,44 | 17,65 | 7,12 | 2010 |
| 6,55 | 2,59 | 14,09 | 5,57 | 2011 |
| 7,57 | 3,10 | 15,66 | 6,43 | 2012 |
| 7,32 | 3,07 | 15,03 | 6,30 | 2013 |
| 7,55 | 3,24 | 15,43 | 6,62 | 2014 |
| 5,83 | 2,52 | 12,64 | 5,46 | 2015 |
| 5,56 | 2,49 | 12,07 | 5,41 | 2016 |

Source :World Travel & Tourism Council :

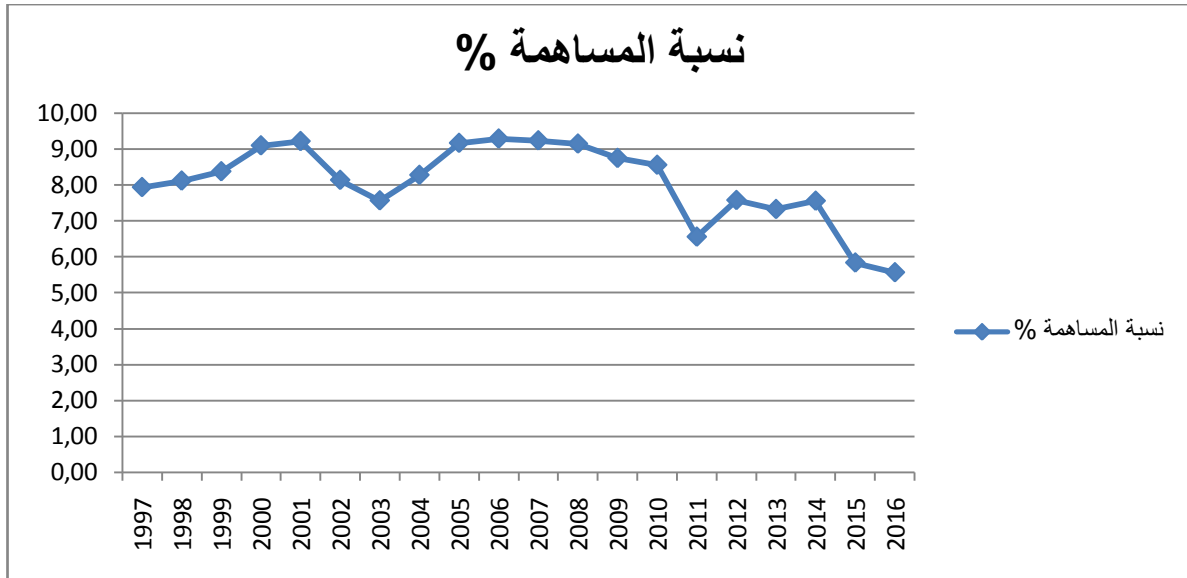
-<http://www.wttc.org/datagateway/consulter> le : (06-05-2016), (22 :40h) .

بالنظر إلى النتائج المدونة في الجدول رقم (08) الخاصة بتطور مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) التونسي خلال الفترة الممتدة من 1997 إلى غاية 2016 يتبين لنا أن نسب المساهمة عرفت تغيرات بين النمو و التدهور من حين لآخر بحيث إنتقلت نسبة المساهمة الإجمالية لقطاع السياحة في (PIB) من 17,84% ما يعادل 4,03 مليار دولار أمريكي (US\$) سنة 1997 لتبلغ قيمتها إلى 19,84% أي ما يعادل 5,45 مليار دولار أمريكي (US\$) سنة 2001 بينما انخفضت إلى 17,71% سنة 2002 ، كما يمكننا التعبير عن معطيات المساهمة المباشرة للسياحة و السفر في (PIB) للفترة الممتدة من 1997-2016 من خلال الشكل الموضح أدناه:

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الشكل رقم (4-3): تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة التونسي في الناتج

المحلي الإجمالي (PIB) للفترة (1997-2016)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول السابق رقم (4-8).

الملاحظ من خلال الشكل المبين أعلاه أن نسبة المساهمة المباشرة للسياحة و السفر في (PIB) لتونس تُعد ذات مستوى جيد مقارنة بمتوسط مساهمة القطاع السياحي العالمي في (PIB)، إذ ساهم في سنة 2006 بنسبة 9,28% من إجمالي الناتج المحلي التونسي أي ما يعادل حوالي 3,18 مليار دولار أمريكي (US\$) وهي تمثل أكبر قيمة خلال الفترة المدروسة ، فبالرغم من هذه النتائج الإيجابية إلا أن مردود القطاع السياحي التونسي عرف تذبذباً و تراجع في بعض الفترات إذ وصلت نسبة مساهمته سنة 2011 إلى 6,55%، و هذا يعود إلى بعض التحركات الاجتماعية المتمثلة في الثورة التونسية و ما نجم عنها من أعمال عنف ساهمت في فقدان الأمن مما أدى إلى نزوح السياح ، غير أن القطاع السياحي التونسي استطاع استرجاع بريقه في فترة وجيزة، فقد بلغت نسبة مساهمته سنة 2014 حوالي 7,55% و هي نسبة تمثل 6,132 مليون دينار تونسي، لكن تبقى التجربة السياحية التونسية رائدة نتيجة لما تحظى به من أهمية بالغة و أولويات في إستراتيجيات التنمية للبلد من طرف الدولة و الخواص ، و هذا كونها تعد من أهم المصادر التي تعتمد عليها بالدرجة الأولى في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، كونها أكبر قطاع يساهم في جلب العملة الصعبة.

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

ثالثا: مساهمة القطاع السياحي المغربي في الناتج المحلي الإجمالي (PIB).

تحتل السياحة مكانة مهمة و مرموقة في البنية الاقتصادية للمملكة المغربية بإعتبارها تشارك بشكل كبير و بطريقة مباشرة في خلق الثروة ، و من أجل معرفة مدى مساهمة القطاع في تكوين PIB نتطرق إلى الجدول الموالي:

الجدول رقم (4-9): مساهمة السياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) المغربي

للفترة (1997-2016).

(الوحدة: مليار دولار أمريكي - قيمة حقيقية-)

| السنوات المساهمة | المساهمة الإجمالية | نسبة المساهمة (%) | المساهمة المباشرة | نسبة المساهمة (%) |
|---------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1997 | 5,06 | 9,76 | 2,30 | 4,44 |
| 1998 | 5,47 | 10,89 | 2,58 | 5,13 |
| 1999 | 5,70 | 11,30 | 2,81 | 5,56 |
| 2000 | 5,97 | 11,63 | 3,12 | 6,08 |
| 2001 | 7,85 | 14,23 | 4,02 | 7,29 |
| 2002 | 8,04 | 14,11 | 4,16 | 7,31 |
| 2003 | 8,52 | 14,05 | 4,40 | 7,25 |
| 2004 | 9,92 | 15,62 | 4,88 | 7,69 |
| 2005 | 11,73 | 17,94 | 5,67 | 8,67 |
| 2006 | 14,19 | 20,14 | 6,84 | 9,71 |
| 2007 | 15,69 | 21,67 | 7,27 | 10,05 |
| 2008 | 15,70 | 20,47 | 7,11 | 9,27 |
| 2009 | 15,24 | 19,06 | 6,92 | 8,66 |
| 2010 | 15,88 | 19,13 | 7,27 | 8,76 |
| 2011 | 16,58 | 18,99 | 7,80 | 8,93 |
| 2012 | 17,19 | 19,11 | 7,85 | 8,72 |

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

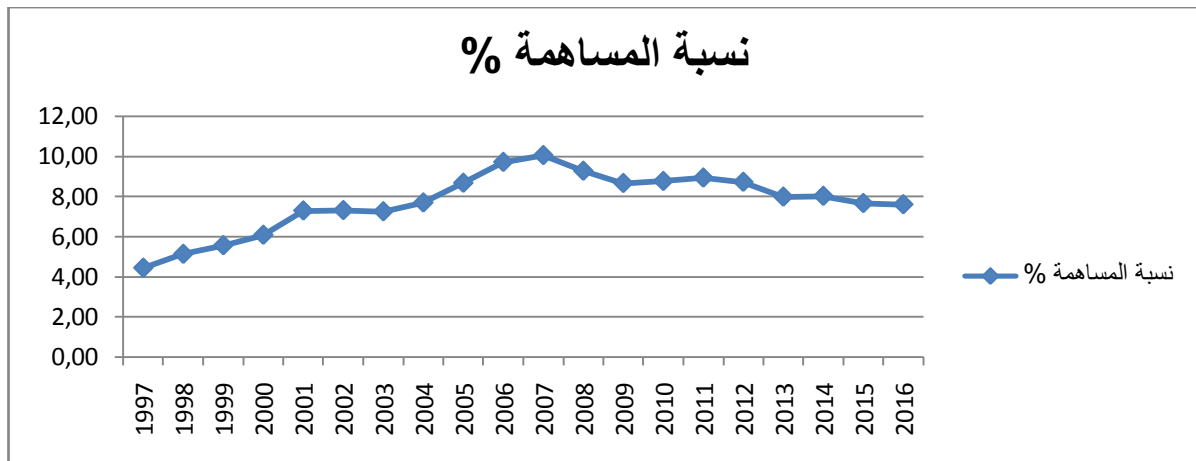
| | | | | |
|------|------|-------|-------|-------|
| 7,98 | 7,52 | 17,59 | 16,57 | 2013 |
| 8,02 | 7,74 | 17,78 | 17,16 | 2014 |
| 7,66 | 7,73 | 17,47 | 17,63 | 2015 |
| 7,60 | 7,88 | 17,34 | 17,99 | 2016* |

Source :World Travel & Tourism Council :

-<http://www.wttc.org/datagateway/>,consulter le : (06-05-2016),(22 :45h) .

تشير الأرقام الموجودة في الجدول رقم (09) إلى تطور المساهمة الإجمالية و المباشرة للسياحة و السفر في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) للفترة الممتدة بين 1997 و 2016 ، و من خلالها نجد أن المساهمة الكلية عرفت نموا متصاعدا فقد إرتفعت من 9,76% سنة 1997 لتصل إلى 21,65% سنة 2007 وهي أعلى قيمة حققها القطاع خلال هذه الفترة ، و من أجل التفسير أكثر نعرض البعض من معطيات الجدول في الشكل التالي :

الشكل رقم (4-4): تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة المغربي في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) للفترة (1997-2016)



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجدول السابق رقم (4-9).

بلغت المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي PIB للمملكة المغربية نسبة 8,1% سنة 2014 ما يعادل 72,3 مليار درهم مغربي و 7,88 مليار دولار أمريكي (US\$) حسب ما جاء في تقرير المجلس العالمي للسياحة و السفر (WTTC)، و بالنظر إلى الشكل رقم (4) يتبين أن المساهمة عرفت تطورا إيجابيا خلال الفترة

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

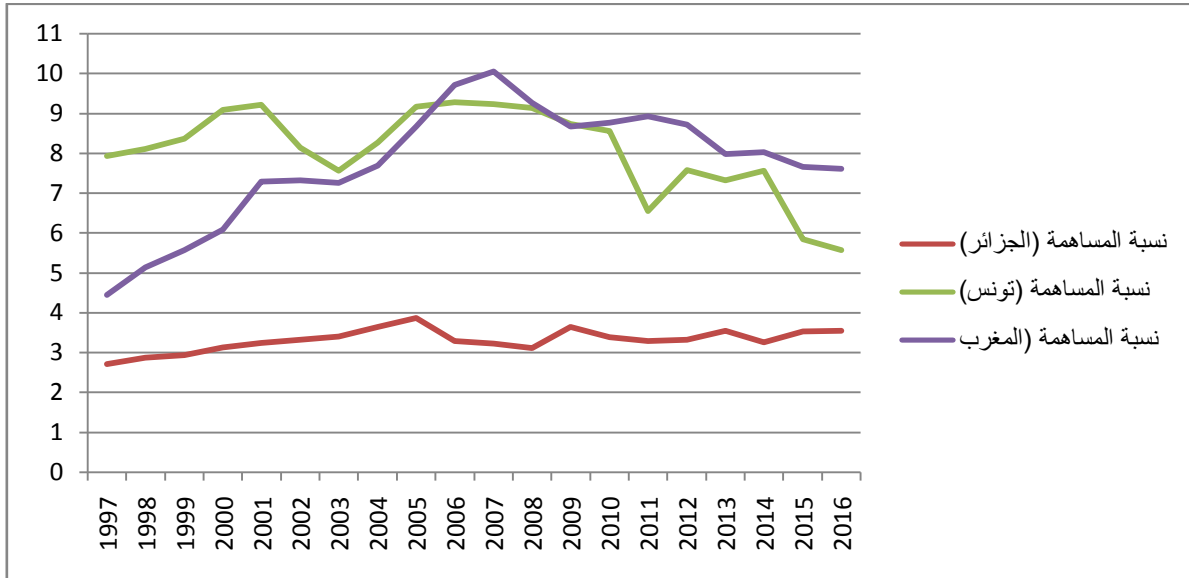
المدرسة من دون سنة 2013 التي تراجعت بها إلى 7,98% ما يقابلها 7,52 مليار دولار أمريكي (US\$)، فقد حقق القطاع السياحي مساهمة معتبرة ومهمة في اقتصاد المملكة المغربية لإقترابها من المتوسط العالمي لمساهمة السياحة العالمية في الاقتصاد العالمي، فالنتائج المحققة تدل على أن القطاع السياحي يساهم بدرجة معتبرة في تكوين PIB للمملكة المغربية و بالتالي يلعب دورا في تحقيق التنمية، مما دفع بالدولة للإرتقاء بالسياحة وتنميتها وجعلها في مصاف الدول المتقدمة في هذا المجال .

رابعا : مقارنة مساهمة قطاع السياحة و السفر في PIB لكل من (الجزائر، تونس، المغرب):

تختلف مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي PIB إختلافا كبيرا من بلد إلى آخر حسب أهمية و حجم القطاع في الاقتصاد الوطني لتلك البلد، بالإضافة إلى الأولويات التي يحظى بها من طرف الجهات المعنية. فالجزائر و تونس و المغرب بالرغم من أنها تعد من البلدان التي لا تختلف كثيرا عن بعضها في الطابع الجغرافي كونها تحتل نفس الموقع الإستراتيجي و الجغرافي، فهي تتمتع تقريبا بنفس المؤهلات الطبيعية للسياحة، إلا أن مساهمة القطاع السياحي في PIB تختلف من منطقة لأخرى، و هذا ما سنتعرض له من خلال دراسة الشكل الممثل أدناه:

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الشكل رقم (4-5): تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) لكل من (الجزائر، تونس، المغرب) للفترة (1997-2016)



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على معطيات الجداول السابقة رقم (7-8-9).

يبين الشكل أعلاه مدى إختلاف مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لكل من الجزائر و تونس و المغرب خلال الفترة الممتدة من 1997 إلى غاية 2016 ، بحيث عرفت المملكة المغربية أكبر نسبة مساهمة لسنة 2015 و التي قدرت بـ 7,66% ما يعادل 7,73 مليار دولار أمريكي (US\$) لتليها تونس بنسبة 5,83% و هي نسب قريبة من المتوسط العالمي لمساهمة القطاع السياحي العالمي في PIB، و هذا ما يدل على أن القطاع السياحي في كل من المغرب و تونس يلعب دورا هاما و بارزا في تكوين PIB و بالتالي المساهمة في التنمية، بينما شهدت الجزائر نسبة مساهمة ضعيفة مقارنة بِنظيرتيها و التي قدرت بـ 3,53%، إذأ فهذه النتائج تعكس لنا دور القطاع السياحي لكل دولة ، كما تدل على درجة الاهتمام و الأولويات التي حظي بها القطاع ضمن الإستراتيجيات التنموية ، و مدى الجهود المبذولة من طرف الدولتين (تونس والمغرب) لترقية القطاع السياحي و النهوض به و جعله رافعة للتنمية. بينما في الجزائر لم يعرف القطاع السياحي اهتماما من طرف الدولة إلا مؤخرا كونها تعتمد بالدرجة الأولى على قطاع المحروقات، و هذا ما أدى إلى ضعف قدرتها التنافسية لدول الجوار.

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في تحقيق الإيرادات السياحية

تعتبر الإيرادات السياحية مصدرا مهما من مصادر اكتساب العملات الأجنبية و ذلك نتيجة لما ينفقه السائح على السلع و الخدمات من هذه العملات، فهي تساهم بفعالية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي و بالتالي تدعيم الاقتصاد للبلد، فالكثير من الدول تعتمد عليها في سير عجلة نموها الاقتصادية، فقد حققت بعض الدول أرقاما كبيرة، بحيث نجد أن الإيرادات السياحية العالمية بلغت حوالي 1260 مليار دولار أمريكي (US\$) سنة 2015.

أولا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحقيق الإيرادات السياحية

ترتبط الإيرادات السياحية بشكل كبير بعدد السياح الأجانب، فكلما إرتفع تدفق الزائرين و السياح الأجانب في البلد السياحية صاحبه دخول التدفقات النقدية بالعملة الأجنبية، و بالعودة للجزائر فقد نجدها عرفت تطور بطيئ في حركة السياحة الوافدة إليها، و هذا ما سنلاحظه في الجدول الموالي المتمثل في تطور الإيرادات السياحية للجزائر خلال الفترة 1997-2014:

الجدول رقم (4-10): تطور الإيرادات السياحية للجزائر للفترة (1997-2014).

(الوحدة: دولار أمريكي - أسعار جارية-)

| السنوات | الإيرادات السياحية | نسبة التغير (%) |
|---------|--------------------|-----------------|
| 1997 | 28.000000 | - |
| 1998 | 74.000000 | 164,28 |
| 1999 | 80.000000 | 8,10 |
| 2000 | 102.000000 | 27,5 |
| 2001 | 100.000000 | 1,96- |
| 2002 | 111.000000 | 11 |
| 2003 | 112.000000 | 0,9 |
| 2004 | 178.000000 | 58,92 |

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

| | | |
|--------|------------|------|
| 167,97 | 477.000000 | 2005 |
| 17,61- | 393.000000 | 2006 |
| 15,01- | 334.000000 | 2007 |
| 41,61 | 473.000000 | 2008 |
| 23,67- | 361.000000 | 2009 |
| 10,24- | 324.000000 | 2010 |
| 7,40- | 300.000000 | 2011 |
| 1,67- | 295.000000 | 2012 |
| 10,50 | 326.000000 | 2013 |
| 6,44 | 347.000000 | 2014 |

المصدر: البنك الدولي، البيانات، السياحة الدولية (الإيرادات) تم الاطلاع على الموقع:

<http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD.> /consulter le :11/07/2016(21 :30h

بالنظر إلى معطيات الجدول رقم (10) يتبين لنا أن الإيرادات السياحية المحققة في الجزائر شهدت تذبذبا بحيث

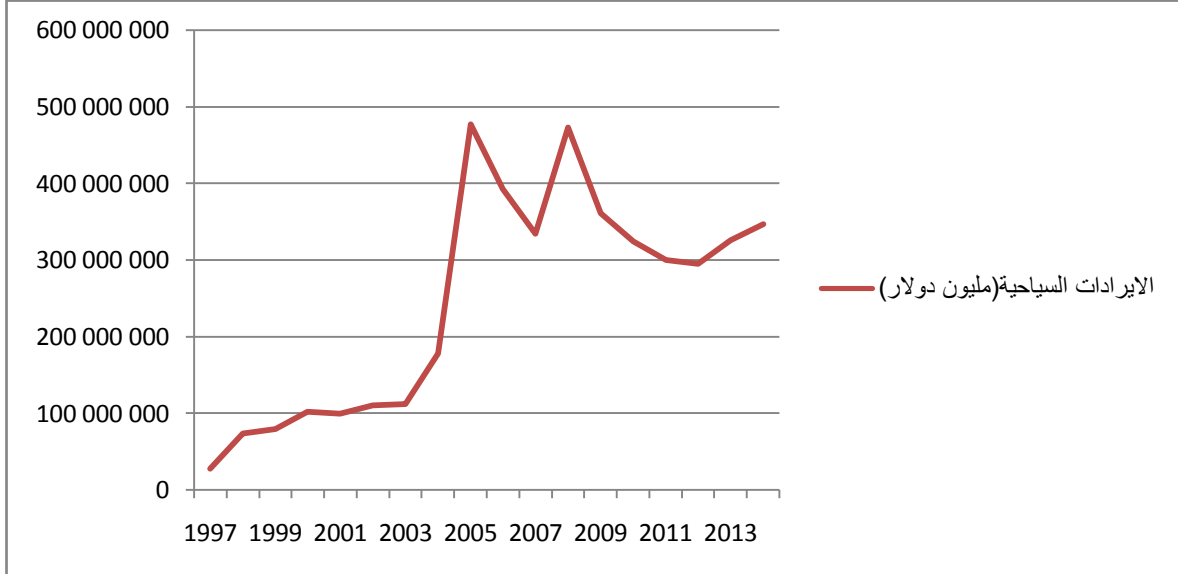
عرفت معدلات تغير سالبة خلال الفترة الممتدة من 2006 إلى غاية 2012 إذ إنتقلت من 393 إلى 295 مليون

دولار أمريكي، باستثناء سنة 2008 التي عرفت تطور إيجابيا بحيث بلغت الإيرادات السياحية 473 مليون دولار

أمريكي، و للتوضيح أكثر تمثل هذه المعطيات في الشكل الموالي:

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الشكل رقم (4-6): تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة الممتدة (1997-2014)



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم (10).

من خلال الشكل نرى أن الإيرادات السياحية في الجزائرية عرفت نموا إيجابيا في فترات معينة، إذ بلغت كأكبر قيمة لها سنة 2005 قدرت بـ 477 مليون دولار أمريكي (US\$)، بحيث بلغ متوسط معدل التغير للفترة المدروسة حوالي 23,31%، ويمكن أن يرجع هذا التطور إلى تحسين الأوضاع الأمنية التي عرفتها البلاد من جراء مشروع الوثام و المصالحة الوطنية الذي تم تنفيذه في تلك الفترة مما أدى إلى إسترجاع و ترميم الصورة الجزائرية دوليا.

و لكن تبقى هذه المداخل المحققة في مجال السياحة ضعيفة جداً و لا تعبر عن المؤهلات و الإمكانيات التي تملكها الجزائر، خاصة إذا ما قورنت بما تحصل عليه دول الجوار من حجم عائدات السياحة الدولية المحققة في العالم، و قد يعود هذا الضعف إلى صعوبات جمة يشهدها القطاع و إلى غياب إهتمام الدولة بالقطاع السياحي لإعتمادها على قطاع المحروقات بالدرجة الأولى، و من المنتظر أن ترتفع نسبة الإيرادات السياحية على مدى السنوات المقبلة و هذا نتيجة الجهود المبذولة من قبل الدولة لإصلاح القطاع لجعله موردا إستراتيجيا بديلا عن

المحروقات

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي التونسي في تحقيق الإيرادات السياحية

تحولت تونس إلى وجهة سياحية تستقطب العديد من السياح من مختلف الأسواق السياحية العالمية و بالأخص السوق الأوروبية نتيجة لما توفره من عروض سياحية تشتمل على بنية خدماتية سياحية ضخمة و متطورة كوجود مجموعة فندقية ذات صيت عالمي، إلى جانب تنوع المنتج السياحي و جعله موافقا للطلب السياحي، فهي من الدول التي يمثل فيها القطاع السياحي أهم مصدر للدخل نظرا لما يُدرّره من العملة الصعبة، و استنادا على ما صرحت به وزارة السياحة التونسية في تقرير إحصائيات حول إنجازات القطاع، نجد الإيرادات السياحية التونسية حققت قيمة 2.354,6 مليون دينار تونسي في سنة 2015، و لمعرفة تطور الإيرادات عرضناها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (4-11): تطور الإيرادات السياحية لتونس للفترة (1997-2014).

(الوحدة: دولار أمريكي - أسعار جارية-)

| السنوات | الإيرادات السياحية | نسبة التغير (%) |
|---------|--------------------|-----------------|
| 1997 | 1.858.000.000 | - |
| 1998 | 1.980.000.000 | 6,56 |
| 1999 | 2.118.000.000 | 6,96 |
| 2000 | 1.977.000.000 | 6,65- |
| 2001 | 2.061.000.000 | 4,24 |
| 2002 | 1.831.000.000 | 11,15- |
| 2003 | 1.935.000.000 | 5,67 |
| 2004 | 2.432.000.000 | 25,65 |
| 2005 | 2.800.000.000 | 15,13 |
| 2006 | 2.999.000.000 | 7,10 |
| 2007 | 3.373.000.000 | 12,47 |
| 2008 | 3.909.000.000 | 15,89 |
| 2009 | 3.524.000.000 | 9,84- |
| 2010 | 3.477.000.000 | 1,33- |

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

| | | |
|--------|---------------|------|
| 27,26- | 2.529.000.000 | 2011 |
| 15,89 | 2.931.000.000 | 2012 |
| 2,32- | 2.863.000.000 | 2013 |
| 6,25 | 3.042.000.000 | 2014 |

لمصدر: البنك الدولي، مرجع سبق ذكره:

<http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD.> /consulter le :12/07/2016(10 :00h)

يبين لنا الجدول السابق تطور الإيرادات السياحية في تونس خلال الفترة الممتدة من 1997 إلى غاية 2014، فمن

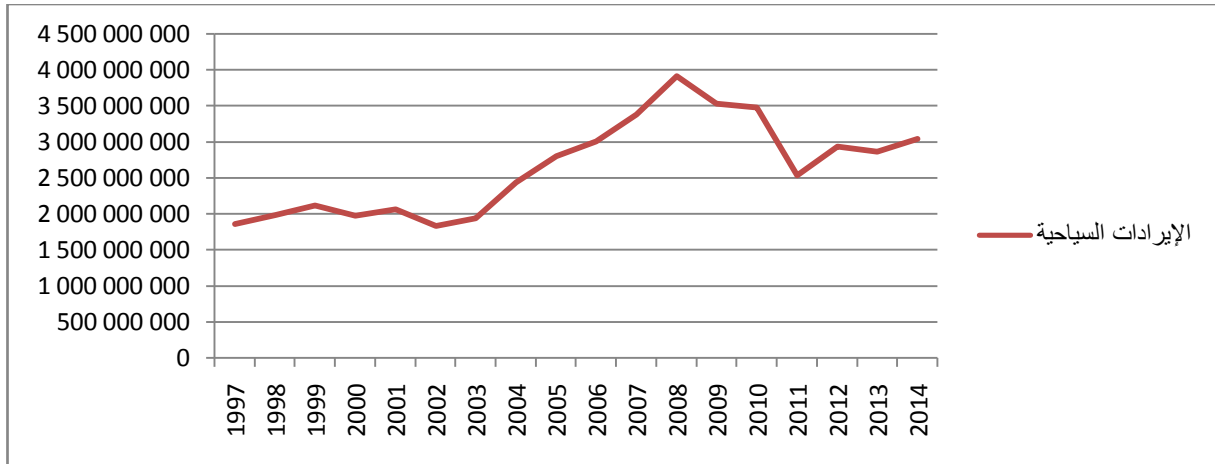
خلال هذه البيانات المطروحة في الجدول يجدر بنا الذكر على أن الإيرادات السياحية في تونس عرفت نموا

متصاعدا بحيث إرتفعت الإيرادات لسنة 1997 من 1.858 مليون دولار أمريكي (US\$) لتصل إلى 2.118 مليون

دولار أمريكي (US\$) سنة 1999، غير أنه حدث تراجع في الإيرادات السياحية خلال بعض السنوات و التي

سُنْعِبَّر عنها أكثر من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (4-7): تطور الإيرادات السياحية في تونس خلال الفترة الممتدة (1997-2014)



المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم (4-11).

إنطلاقاً من الشكل المبين أعلاه يظهر مدى تراجع الإيرادات السياحية لتونس خلال الفترة الممتدة من سنة 2009 التي بلغت بها قيمة الإيرادات السياحة 3.524 مليون دولار أمريكي (US\$) إلى غاية 2013، و هذا في ظل الضربة الموجهة التي تلقتها تونس و المتمثلة في التّحركات الإجتماعية سنة 2010 و ما تبعها من أعمال عنف ساهمت في اهتزاز صورة تونس السياحية مما أدى إلى تراجع و نزوح للسياح الأجانب منها، غير أن وضع السياحة

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

لم يدم طويلا فقد استعاد القطاع بريقه في فترة وجيزة رغم هشاشة الأوضاع الأمنية انطلاقا من السنوات الموالية، لذا واصلت نموها لتبلغ 3.042 مليون دولار أمريكي (US\$) سنة 2014، و تعود هذه النتائج إلى الاهتمام بالقطاع السياحي و إعطائه الأولوية في الإستراتيجيات التنموية المتبنات من طرف الدولة لترقيته و ضمان تحسين مردوديته، فهي تراهن عليه كخيار استراتيجي للتنمية و المساهمة في تغطية عجز الميزان التجاري.

ثالثا: مساهمة القطاع السياحي المغربي في تحقيق الإيرادات السياحية

حققت السياحة المغربية نتيجة ذات أهمية بالغة في قدرتها على جلب تدفقات من العملة الصعبة مما رجحها أن تحتل المراتب الأولى في إقتصاد المغرب، حيث قدرت العائدات المحصل عليها من طرف السيّاح الوافدين إلى المغرب سنة 2014 من دون احتساب مصاريف النقل الدولي بحوالي 57,2 مليار درهم و تمثل هذه العائدات من العملة الصعبة نسبة 29% من صادرات السلع و الخدمات.¹ كما بلغت كأعلى قيمة بـ 9.101 مليون دولار أمريكي (US\$) سنة 2011، و باعتبار الإيرادات السياحية من أهم المؤشرات الدالة على مدى أداء السياحة في اقتصاد البلد. و لمعرفة مدى مساهمة القطاع السياحي المغربي في تكوين الدخل نتطرق إلى الجدول أسفله و الموضح لتطور الإيرادات السياحية المغربية خلال الفترة 1997-2014 :

الجدول رقم (4-12): تطور الإيرادات السياحية للمغرب للفترة (1997-2014).

(الوحدة: دولار أمريكي -أسعار جارية-)

| السنوات | الإيرادات السياحية | نسبة التغير (%) |
|---------|--------------------|-----------------|
| 1997 | 1.649.000.000 | - |
| 1998 | 1.934.000.000 | 17,28 |
| 1999 | 2.177.000.000 | 12,56 |
| 2000 | 2.280.000.000 | 4,73 |
| 2001 | 2.966.000.000 | 30,08 |

¹ - وزارة السياحة للمملكة المغربية، السياحة في أرقام: تم الإطلاع على الموقع:

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة
في دول المغرب العربي

| | | |
|---------|---------------|------|
| 6,43 | 3.157.000.000 | 2002 |
| 20,43 | 3.802.000.000 | 2003 |
| 19,41 | 4.540.000.000 | 2004 |
| 19,51 | 5.426.000.000 | 2005 |
| 27,16 | 6.900.000.000 | 2006 |
| 20,39 | 8.307.000.000 | 2007 |
| 6,95 | 8.885.000.000 | 2008 |
| (10,18) | 7.980.000.000 | 2009 |
| 2,45 | 8.176.000.000 | 2010 |
| 11,31 | 9.101.000.000 | 2011 |
| (6,70) | 8.491.000.000 | 2012 |
| (3,4) | 8.201.000.000 | 2013 |
| (1,40) | 8.086.000.000 | 2014 |

المصدر: البنك الدولي، مرجع سبق ذكره:

-<http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD/consulter> le 12/07/2016 (10 :45h)

إستنادا إلى الأرقام المبينة في الجدول رقم (12) نجد أن المملكة المغربية شهدت تطورا خلال الفترة الممتدة

بين 1997-2014، بحيث إنتقلت قيمة العائدات من 1.649 مليون دولار أمريكي (US\$) سنة

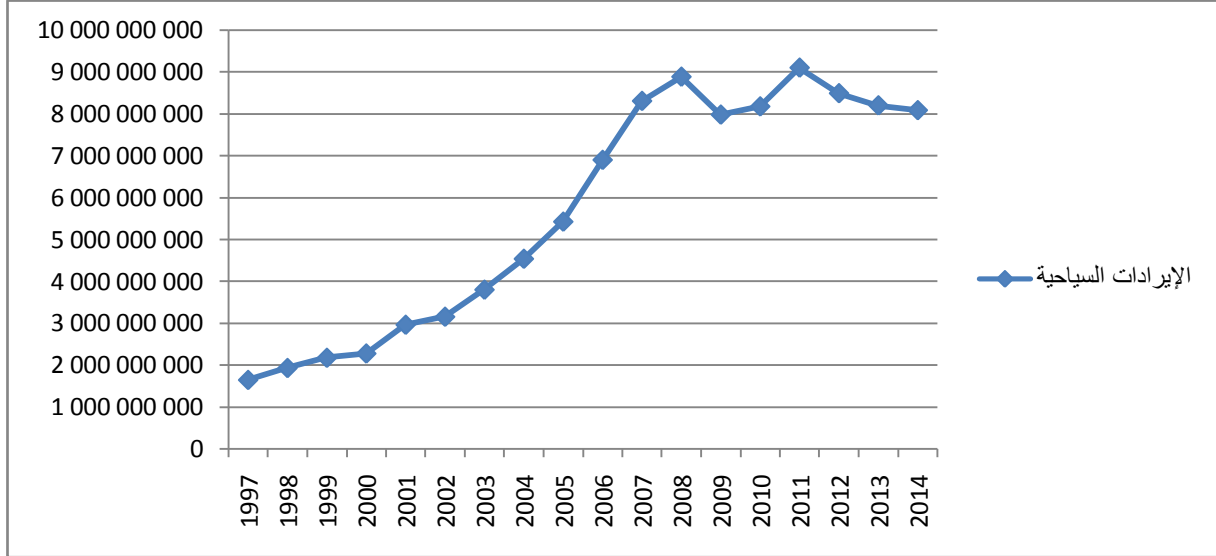
1997 إلى 9.101 مليون دولار أمريكي (US\$) كأكبر قيمة حققها القطاع السياحي سنة 2011، غير أن

الإيرادات السياحية المغربية شهدت بعض التراجع في قيمتها بمعدلات تغير سالبة، وللتوضيح أكثر تبين لنا أن

تمثلها في شكل منحني بياني :

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الشكل رقم (4-8): تطور الإيرادات السياحية في المغرب خلال الفترة الممتدة (1997-2014)



المصدر : من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات الجدول رقم (12).

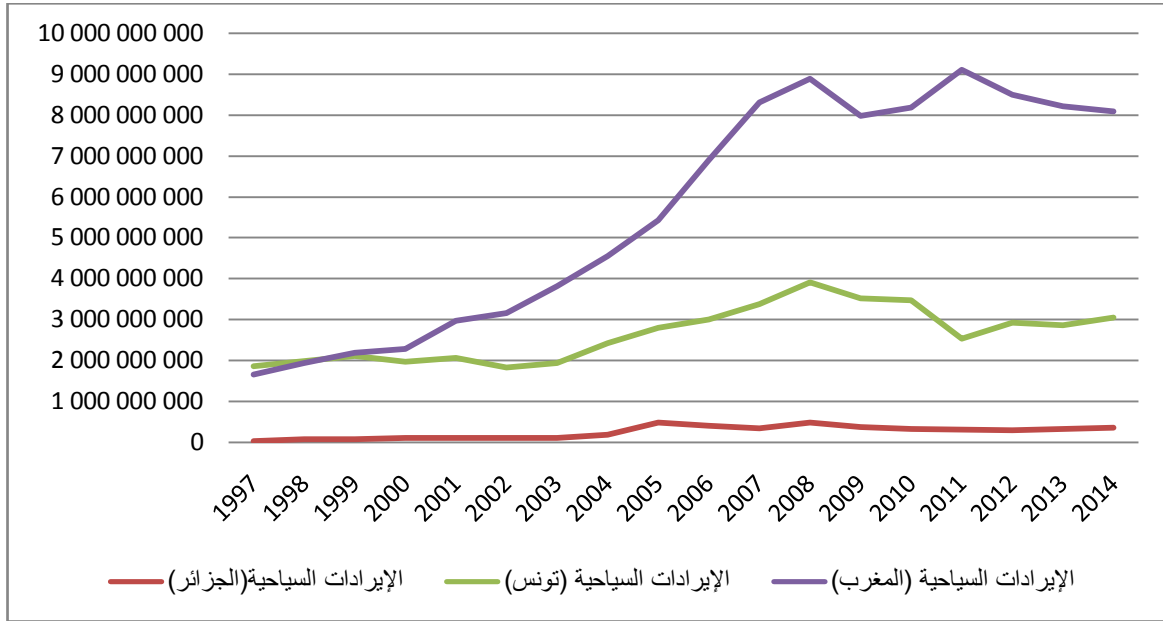
انطلاقاً من الشكل يتبين و بوضوح أن الإيرادات السياحية في المغرب عرفت نمواً متصاعداً خلال الفترة المدروسة باستثناء سنة 2009 التي تراجعت بها قيمة العائدات بمعدل تغير سالب بلغ 18,10% من المحتمل أن يكون راجع إلى الأزمة الاقتصادية التي شهدتها العالم. لتتعافى عائدات السياحة مرة أخرى و تعرف تطوراً خلال السنتين الموالتين لكنه لم يدم طويلاً فقد عاودت التراجع بمعدل تغير سالب قيمته لم تتجاوز (-1,40%)، إذاً يمكن القول بأن السياحة في المملكة المغربية حققت نتيجة إيجابية من جراء الاهتمام الذي تحظى به من طرف الجهات المعنية فهي تراهن على القطاع بجعله أحد أهم المحركات الرئيسية للتنمية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية للبلد و جعله في مصاف الدول الرائدة في المنطقة من خلال إنتهاج طرق أكثر إحترافية و استراتيجيات تعتمد على محاور ذات أهمية.

رابعا : مقارنة مساهمة القطاع السياحي في الإيرادات السياحية لكل من (الجزائر، تونس، المغرب).

تشير المعطيات السابقة المتمثلة في مساهمة قطاع السياحة في جلب الإيرادات السياحية إلى مدى تفاوت المساهمة لكل من الجزائر و تونس و المغرب ، و المبينة في الشكل الموالي:

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الشكل رقم (4-9): تطور الإيرادات السياحية خلال الفترة الممتدة (1997-2014) لكل من (الجزائر و تونس،المغرب)



المصدر : من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (10-11-12).

من خلال الشكل يتضح لنا أن الإيرادات السياحية خلال الفترة الممتدة من 1997 إلى غاية 2014 عرفت وتيرة تطور متذبذبة للدول الثلاثة، فقد حظيت الجزائر بإيرادات سياحية جد ضعيفة تراوحت بين 28 مليون دولار أمريكي كأدنى مستوى سنة 1997 و 477 مليون دولار أمريكي كحد أعلى، في الوقت الذي ظفرت به المملكة المغربية بأعلى نسبة من الإيرادات السياحية في دول المقارنة و التي تراوحت بين 1.649 دولار أمريكي سنة 1997 و 9.101 مليون دولار أمريكي (US\$) سنة 2011 كأكبر قيمة حققها القطاع السياحي سنة 2011، أما تونس فقد انحصرت إيراداتها بين من 1.858 مليون دولار أمريكي (US\$) لتصل إلى 3.909 مليون دولار أمريكي (US\$)، فعند مطابقة عدد السياح الوافدين بالإيرادات السياحية التي حُقِّقَت نجد أن الإنفاق السياحي للوافدين إلى الجزائر ضعيف مقارنة مع تونس و المغرب.

فمرد التفاوت بين دول المقارنة في قدرة القطاع السياحي على جلب العملة الصعبة قد يعود إلى مجموعة من العوامل و التي نذكر منها العرض السياحي لكل دولة ومدى توافقه بالطلب السياحي، و إلى درجة الاهتمام به، و السياسات و الاستراتيجيات التي تتبناها كل حكومة من أجل النهوض بالقطاع و جعله رائداً.

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في دعم ميزان المدفوعات

و لاكتمال رؤية مدى مساهمة القطاع السياحي في تحقيق تنمية الاقتصاد، لا بد من التطرق إلى أثر السياحة على ميزان المدفوعات، و انطلاقا من هنا و في هذا المضمار علينا أن نعرض على مفهوم ميزان المدفوعات، و الذي يعرف على أنه "سجل منظم لحقوق الدولة و ديونها بالنسبة للدول الأخرى الناشئة عن المبادلات المختلفة خلال فترة معينة"¹.

باعتبار القطاع السياحي من أهم المصادر الرئيسية لجلب العملة الأجنبية، و التي تلعب دورا كبيرا بتأثيرها على موازين المدفوعات لمختلف الدول، فقد أشارت الإحصائيات أن عوائد النقد الأجنبية المتحصل عليها بالسياحة على المستوى العالمي تبلغ 476 بليون دولار عام 2008، بما يتجاوز العوائد الأخرى كالمنتجات البترولية، السيارات، و أدوات الاتصال و الأقمشة و غيرها من السلع و الخدمات.

أولا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في دعم ميزان المدفوعات

تسعى الكثير من الدول وراء تحقيق فائض في ميزان مدفوعاتها أو التوصل إلى التوازن بين الإيرادات السياحية و النفقات السياحية، فالجزائر حققت نتائج لا تدعو إلى التفاؤل تنطبق لها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (4-13): تطور الميزان السياحي الجزائري للفترة (1997-2014).

(الوحدة: دولار أمريكي - أسعار جارية -)

| السنوات | الإيرادات السياحية | النفقات السياحية | الرصيد |
|---------|--------------------|------------------|-------------|
| 1997 | 28.000000 | 144.000000 | -116.000000 |
| 1998 | 74.000000 | 269.000000 | -195.000000 |
| 1999 | 80.000000 | 251.000000 | -171.000000 |
| 2000 | 102.000000 | 193.000000 | -91.000000 |
| 2001 | 100.000000 | 194.000000 | -94.000000 |
| 2002 | 111.000000 | 248.000000 | -137.000000 |

¹ - مثنى طه الحوري، اقتصاديات السفر و السياحة، دار الوراق، عمان، الطبعة الأولى، 2013، ص121.

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

| | | | |
|-------------|------------|------------|------|
| -143.000000 | 255.000000 | 112.000000 | 2003 |
| -163.000000 | 341.000000 | 178.000000 | 2004 |
| -183.000000 | 660.000000 | 477.000000 | 2005 |
| -21.000000 | 414.000000 | 393.000000 | 2006 |
| -168.000000 | 502.000000 | 334.000000 | 2007 |
| -140.000000 | 613.000000 | 473.000000 | 2008 |
| -213.000000 | 574.000000 | 361.000000 | 2009 |
| -392.000000 | 716.000000 | 324.000000 | 2010 |
| -295.000000 | 595.000000 | 300.000000 | 2011 |
| -303.000000 | 598.000000 | 295.000000 | 2012 |
| -206.000000 | 532.000000 | 326.000000 | 2013 |
| -338.000000 | 685.000000 | 347.000000 | 2014 |

Source :<http://databank.albankaldawli.org/data/reports.aspx?source=2&country=&series=ST.INT.RC>
PT.CD&period. /consulter le :14/07/2016 (17 :15h)

يتضح من المعطيات المبينة في الجدول أعلاه أن الميزان السياحي خلال الفترة الممتدة 1997 إلى غاية 2014 شهد عجزاً طول الفترة، بحيث سُجل أكبر عجزاً له سنة 2014 قدر بـ (338) مليون دولار أمريكي (US\$) و هذا نتيجة لإرتفاع النفقات السياحية الجزائرية عن إيراداتها و الذي سينعكس سلباً على ميزان المدفوعات إما بمساهمته في زيادة العجز لميزان المدفوعات أو التقليل من الفائض المحقق، و قد تعود هذه النتائج ككل إلى ارتفاع النفقات السياحية نتيجة لإرتفاع نسبة السياحة العكسية مقارنة بالإيرادات السياحية المحققة، فالجزائر تعد بلدا مصدرا للسياح لا مستقطب.

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي التونسي في دعم ميزان المدفوعات

تعد تونس بلداً سياحياً و رائدة في هذا القطاع، بحيث استطاعت أن تحقق عوائد سياحية سنوية فاقت النفقات السياحية للبلد، و هذا ما سينعكس إيجاباً على ميزان المدفوعات نتيجة لوجود فائض في الميزان السياحي التونسي، و هو ما سنوضحه في الجدول التالي:

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الجدول رقم (4-14): تطور الميزان السياحي التونسي
للفترة (1997-2014).

(الوحدة: دولار أمريكي -أسعار جارية-)

| السنوات | الإيرادات السياحية | النفقات السياحية | الرصيد |
|---------|--------------------|------------------|---------------|
| 1997 | 1.858.000.000 | 266.000.000 | 1.592.000.000 |
| 1998 | 1.980.000.000 | 271.000.000 | 1.709.000.000 |
| 1999 | 2.118.000.000 | 276.000.000 | 1.842.000.000 |
| 2000 | 1.977.000.000 | 310.000.000 | 1.667.000.000 |
| 2001 | 2.061.000.000 | 322.000.000 | 1.739.000.000 |
| 2002 | 1.831.000.000 | 303.000.000 | 1.528.000.000 |
| 2003 | 1.935.000.000 | 355.000.000 | 1.580.000.000 |
| 2004 | 2.432.000.000 | 427.000.000 | 2.005.000.000 |
| 2005 | 2.800.000.000 | 452.000.000 | 2.348.000.000 |
| 2006 | 2.999.000.000 | 498.000.000 | 2.501.000.000 |
| 2007 | 3.373.000.000 | 530.000.000 | 2.843.000.000 |
| 2008 | 3.909.000.000 | 555.000.000 | 3.354.000.000 |
| 2009 | 3.524.000.000 | 478.000.000 | 3.046.000.000 |
| 2010 | 3.477.000.000 | 611.000.000 | 2.866.000.000 |
| 2011 | 2.529.000.000 | 678.000.000 | 1.851.000.000 |
| 2012 | 2.931.000.000 | 673.000.000 | 2.258.000.000 |
| 2013 | 2.863.000.000 | 768.000.000 | 2.095.000.000 |
| 2014 | 3.042.000.000 | 770.000.000 | 2.272.000.000 |

المصدر: البنك الدولي، مرجع سبق ذكره:

-<http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD/consulter> le :17/07/2016(20 :40)

بالإطلاع على الجدول رقم (14) الممثل لتطور الميزان السياحي التونسي خلال الفترة الممتدة بين 1997-

2014 يتضح أن الميزان السياحي التونسي يعرف فائضا مستمرا طيلة هذه الفترة باستثناء سنة 2009 بحيث

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

انخفض من 3.354 مليون دولار أمريكي (US\$) كأكبر قيمة محققة ليصل إلى 3.046 مليون دولار أمريكي (US\$)، إلى جانب سنة 2011 التي شهدت تراجعاً في إيراداتها السياحية و ارتفاعاً في نفقاتها، غير أن هذا لا يؤثر على مردود الميزان السياحي فنتائجه إيجابية. مما يبرهن على مدى مساهمة القطاع السياحي التونسي في دعم ميزان المدفوعات من خلال التخفيف من حدة العجز إن وجد أو إحداث فائض.

ثالثاً: مساهمة القطاع السياحي المغربي في دعم ميزان المدفوعات:

تعد المملكة المغربية من بين البلدان التي تراهن على الرفع من المساهمة الإيجابية للقطاع السياحي في تنمية إقتصادها دون التخلي عن التنمية الاجتماعية، ولإيجاد دور السياحة في دعم ميزان المدفوعات المغربي نستعين بالجدول التالي:

الجدول رقم (4-15): تطور الميزان السياحي المغربي للفترة (1997-2014).

(الوحدة: دولار أمريكي - أسعار جارية -)

| السنوات | الإيرادات السياحية | النفقات السياحية | الرصيد |
|---------|--------------------|------------------|---------------|
| 1997 | 1.649.000.000 | 363.000.000 | 1.286.000.000 |
| 1998 | 1.934.000.000 | 496.000.000 | 1.438.000.000 |
| 1999 | 2.177.000.000 | 578.000.000 | 1.599.000.000 |
| 2000 | 2.280.000.000 | 506.000.000 | 1.774.000.000 |
| 2001 | 2.966.000.000 | 589.000.000 | 2.377.000.000 |
| 2002 | 3.157.000.000 | 669.000.000 | 2.488.000.000 |
| 2003 | 3.802.000.000 | 845.000.000 | 2.957.000.000 |
| 2004 | 4.540.000.000 | 921.000.000 | 3.619.000.000 |
| 2005 | 5.426.000.000 | 999.000.000 | 4.427.000.000 |
| 2006 | 6.900.000.000 | 1.113.000.000 | 5.787.000.000 |
| 2007 | 8.307.000.000 | 1.418.000.000 | 6.889.000.000 |
| 2008 | 8.885.000.000 | 1.910.000.000 | 6.975.000.000 |
| 2009 | 7.980.000.000 | 1.731.000.000 | 6.249.000.000 |
| 2010 | 8.176.000.000 | 1.879.000.000 | 6.297.000.000 |
| 2011 | 9.101.000.000 | 2.260.000.000 | 6.841.000.000 |

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

| | | | |
|---------------|---------------|---------------|------|
| 6.396.000.000 | 2.095.000.000 | 8.491.000.000 | 2012 |
| 6.199.000.000 | 2.002.000.000 | 8.201.000.000 | 2013 |
| - | - | 8.086.000.000 | 2014 |

المصدر: البنك الدولي، مرجع سبق ذكره:

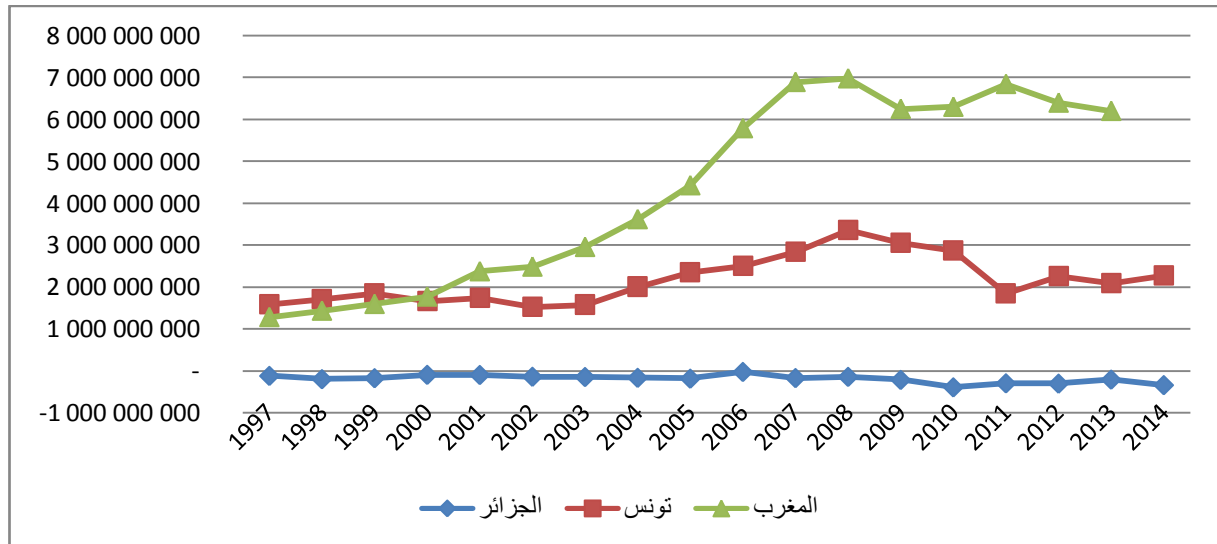
<http://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD> consulter le :17/07/2016(20 :55)

من خلال الإطلاع على الجدول السابق نلاحظ تعاظم الدور الإيجابي للسياحة في دعم ميزان المدفوعات، نتيجة لوجود فائض مستمر في الميزان السياحي المغربي، بمعنى أن العوائد السياحية تتضاعف بمعدل محصور بين ثلاثة مرات إلى ستة مرات عن النفقات السياحية خلال الفترة الممتدة من 1997-2014، بحيث وصلت قيمة الميزان السياحي ذروتها سنة 2008 قدرت بـ 6.975 مليون دولار أمريكي (US\$).

رابعا: مقارنة مساهمة القطاع السياحي في دعم ميزان المدفوعات لكل من (الجزائر، تونس، المغرب):

لإعطاء فكرة عامة حول دور السياحة في دعم ميزان المدفوعات من نواحي متعددة سوف نعرض نتائج الميزان السياحي من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (4-10): تطور الميزان السياحي خلال الفترة الممتدة (1997-2014) لكل من (الجزائر و تونس، المغرب)



المصدر : من إعداد الطالبة بناء على المعطيات الموجودة في الجداول (13-14-15).

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

يبين الشكل أعلاه مدى الاختلاف الموجود بين مساهمة الميزان السياحي في دعم ميزان المدفوعات للبلدان الثلاثة، إذ ظفرت المغرب بأكبر فائض في ميزانها السياحي خلال الفترة ما بين 1997 و 2014 بلغ 6.975 مليون دولار أمريكي (US\$) ويعود هذا إلى أن المملكة المغربية عرفت ارتفاع و تطور إيجابي في الإيرادات السياحية مقابل النفقات، مما يبرهن على أن المغرب بلد يعمل على تشجيع السياحة من خلال تنوع المنتج السياحي بتوفير كل عناصر العرض السياحي بغية استقطاب السياح الأجانب، تليها تونس التي سجلت نتائج طيبة تمثلت في إيجابية رصيدها للميزان السياحي طيلة الفترة 1997- 2016، مما يجعلها تساهم في دعم ميزان المدفوعات بجدها من العجز إن وجد أو إحداث التوازن أو زيادة الفائض، بحيث بلغ رصيد الميزان السياحي التونسي أعلى قيمة له سنة 2008 و قدر بـ 3354 مليون دولار أمريكي، و هذا نتيجة لكون المنتج السياحي التونسي قادر على المنافسة في الخارج نظرا لما تقدمه تونس من خدمات سياحية رفيعة المستوى ذات معايير عالمية، في حين عرفت الجزائر عجزا في رصيد ميزانها السياحي طيلة الفترة ما يجعله يآثر سلبًا على ميزان المدفوعات، فالمنتج السياحي الجزائري لا يزال بعيدا عن المنافسة فنجد الجزائريين يفضلون الوجهة إلى الخارج خاصة إلى دول الجوار .

المبحث الثالث: دور القطاع السياحي في تفعيل قضايا التنمية الاجتماعية في الدول

الثلاث

السياحة اليوم لم تعد تُعرف على أنها ذلك النشاط الترفيهي بل أصبحت تمثل العمود الفقري لاقتصاد الكثير من دول العالم، فهي نشاطاً أساسياً نظراً لآثارها المباشرة على القطاعات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية و هذا ما نتج عنه تعاظم دورها و اتساع رقعتها، و من بين الآثار الناتجة عن القطاع السياحي هي الآثار الاجتماعية و المتمثلة في توفير مناصب الشغل و تحسين المستوى المعيشي للأفراد، وللتوضيح أكثر سنورد فيما يلي قدرة السياحة على خلق فرص العمل و مساهمتها في تحسين المستوى المعيشي للفرد في كل من الجزائر، تونس و المغرب:

المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في التشغيل:

بالعودة إلى المفاهيم السابقة للسياحة نجد أنها تُعرف على أنها صناعة تتكون من مجموعة من الأنشطة، لذا فهي تمتلك قدرة كبيرة على تأمين فرص العمل. فالنشاط السياحي يؤدي دوراً هاماً في إيجاد فرص التوظيف سواء بشكل مباشر داخل القطاع ذاته أو بشكل غير مباشر أي بتوفيرها في مختلف القطاعات التي لها علاقة بالقطاع السياحي، فمثلاً لو أخذنا الفندق نجد أن معظم الدراسات التي أجريت أثبتت بأن كل بناء لغرفة فندقية جديدة يخلق (03) فرص عمل مباشرة نظراً للارتباط الأمامي و الخلفي و تكامل القطاع السياحي مع بقية القطاعات الأخرى.¹

أولاً: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التشغيل

السياحة قطاع كثيف التشابك بحيث يرتبط بالعديد من القطاعات الأخرى وهذا ما يجعله من القطاعات الأكثر تأمناً لفرص العمل سواء المباشرة و المتمثلة في المناصب المتوفرة في القطاع نفسه أو الغير المباشرة و المتوفرة في القطاعات الأخرى ذات الصلة بالنشاط السياحي، كما أن حجم العمل في السياحة يرتبط بدرجة كبيرة بمدى تطوير القطاع و ترقيته. إذ يمثل هذا الموضوع نقطة إهتمام الكثير من المجتمعات و خاصة النامية منها، فالجزائر من

¹ - ناجي توني، دور القطاع السياحي في إقتصاديات الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص05

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

بين هذه الدول بحيث نجد أن نسبة التشغيل في القطاع السياحي الجزائري تتطور بصفة ضعيفة مقارنة بما تمتلكه الجزائر من مقومات، إذ يمكن إبراز عدد المستخدمين في القطاع السياحي الجزائري وفق الجدول الموالي:

**الجدول رقم (4-16): تطور مساهمة السياحة و السفر الجزائري في التشغيل خلال الفترة
(1997-2016)**

(الوحدة: ألف عامل)

| السنوات | المساهمة المباشرة | النسبة المئوية من مجموع العمالة % | المساهمة الكلية | النسبة المئوية من مجموع العمالة % |
|---------|-------------------|-----------------------------------|-----------------|-----------------------------------|
| 1997 | 138,30 | 2,38 | 296,66 | 5,10 |
| 1998 | 151,18 | 2,52 | 317,68 | 5,29 |
| 1999 | 157,18 | 2,58 | 312,71 | 5,14 |
| 2000 | 154,74 | 2,48 | 229,38 | 4,68 |
| 2001 | 166,31 | 2,52 | 338,31 | 5,12 |
| 2002 | 180,50 | 2,61 | 379,32 | 5,50 |
| 2003 | 180,39 | 2,69 | 402,76 | 6,02 |
| 2004 | 227,51 | 2,91 | 518,10 | 6,64 |
| 2005 | 258,85 | 3,16 | 527,95 | 6,45 |
| 2006 | 239,02 | 2,69 | 576,25 | 6,49 |
| 2007 | 225,41 | 2,62 | 546,19 | 6,35 |
| 2008 | 227,66 | 2,48 | 515,04 | 5,62 |
| 2009 | 269,18 | 2,84 | 593,12 | 6,26 |
| 2010 | 254,09 | 2,61 | 539,54 | 5,54 |
| 2011 | 266,57 | 2,77 | 535,43 | 5,58 |
| 2012 | 292,23 | 2,87 | 583,01 | 5,73 |
| 2013 | 321,38 | 2,97 | 634,45 | 5,87 |
| 2014 | 305,91 | 2,82 | 604,42 | 5,57 |

Source : <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>. consulter le :18/07/2016(14 :10h)

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

انطلاقاً من المعطيات الموجودة في الجدول رقم (16) يتبين بأن العمالة في القطاع السياحي في الجزائر تزايدت بشكل مستمر خلال الفترة 1997 إلى 2016 بحوالي 203.000 منصب عمل، فقد تمكن القطاع السياحي الجزائري من خلق 656 ألف وظيفة سنة 2016 بنسبة 6,64% من إجمالي اليد العاملة الوطنية منها 343,13 ألف وظيفة مباشرة بلغت نسبتها من إجمالي اليد العاملة 3,03%، و يمكن أن يعود هذا إلى زيادة المشاريع السياحية ضمن السياسات و الاستراتيجيات المتبناة من طرف الدولة قصد النهوض بالقطاع السياحي على المدى المتوسط و البعيد بتشجيع الاستثمارات، لكن تبقى هذه الحصة ضئيلة مقارنة بما تمتلكه الجزائر من مقومات و إمكانيات غير مستغلة، و يعود هذا الضعف إلى عدة عوامل نذكر منها :

- العجز في هياكل الإيواء السياحي و غياب المنافسة؛
- اللجوء إلى التشغيل غير المصرح به لا سيما على مستوى القطاع الخاص؛
- نقص التأهيل في أوساط العاملين في ميدان التشغيل في القطاع السياحي.

ثانياً: مساهمة القطاع السياحي المغربي في التشغيل

السياحة من القطاعات التي تعتمد على الرأس المال البشري بدرجة كبيرة فهو قطاع خدماتي بالدرجة الأولى، إذ يُعدُّ تأمينه عن طريق التأهيل و التدريب بمثابة أحد الركائز التي يقوم عليها القطاع السياحي، واقتناعاً من المغرب بأهمية السياحة في تأمين فرص عمل مباشرة و غير مباشرة لفئة كبرى من اليد العاملة، حرصت على تقديم خطط عمل في إطار إستراتيجية تنمية السياحة "رؤية 2020"، و التي جاء فيها تهمين العنصر البشري من خلال برمجة تدابير تتمثل في تعزيز التكوين و رفع الكفاءة، و لمعرفة مدى مساهمة السياحة في توفير فرص العمل نتطرق إلى الجدول الموالي:

الجدول رقم (4-17): تطور مساهمة السياحة و السفر المغربي في التشغيل خلال الفترة (1997-2016)

(الوحدة: ألف عامل)

| السنوات | المساهمة المباشرة | النسبة المئوية% | المساهمة الكلية | النسبة المئوية% |
|---------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1997 | 357,20 | 4,22 | 787,3 | 9,30 |
| 1998 | 370,02 | 4,23 | 813,58 | 9,32 |
| 1999 | 439,47 | 5,05 | 905,71 | 10,41 |

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

| | | | | |
|-------|---------|------|--------|------|
| 10,78 | 945,87 | 5,56 | 487,57 | 2000 |
| 13,32 | 1161,65 | 6,75 | 588,45 | 2001 |
| 13,28 | 1179,36 | 6,81 | 604,91 | 2002 |
| 13,27 | 1225,1 | 6,79 | 627,23 | 2003 |
| 14,35 | 1384,8 | 6,97 | 672,29 | 2004 |
| 16,42 | 1593,58 | 7,82 | 759,44 | 2005 |
| 18,73 | 1852,78 | 8,94 | 855,30 | 2006 |
| 20,14 | 2018,25 | 9,27 | 929,10 | 2007 |
| 18,84 | 1914,63 | 8,47 | 861,56 | 2008 |
| 17,28 | 1775,43 | 7,76 | 797,37 | 2009 |
| 17,49 | 1808,81 | 7,93 | 820,61 | 2010 |
| 17,32 | 1831,3 | 8,07 | 853,32 | 2011 |
| 17,08 | 1834,87 | 7,69 | 826,53 | 2012 |
| 15,90 | 1736,44 | 7,14 | 779,74 | 2013 |
| 15,89 | 1700,21 | 7,08 | 757,69 | 2014 |

Source : <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators> consulter

le :17/07/2016(20 :52h)

يبين الجدول أعلاه تطور مساهمة السياحة في توفير مناصب الشغل خلال الفترة الممتدة من 1997-2016 للمملكة المغربية، فقد عرفت مناصب الشغل التي وفرها القطاع سواء المباشرة أو الكلية نموا مستمرا و متزايدا ما بين 1997 إلى غاية 2007 حيث انتقل عدد مناصب الشغل المباشرة من 357,20 ألف عامل ليصل إلى 929,10 ألف عامل بنسبة تقارب 10% من إجمالي العمالة، إلا أن القطاع عرف تراجعاً في سنة 2008 بحوالي 132 ألف يد عاملة، وقد تكون من بين العوامل التي أدت إلى التراجع هي الأوضاع المتمثلة في الأزمة الاقتصادية التي سادت مختلف الدول، ليعرف فيما بعد فترات متذبذبة النمو بين التطور و التراجع خلال الفترة 2010-2016 .

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

ثالثا: مساهمة القطاع السياحي التونسي في التشغيل

تسعى الكثير من الدول إلى ترقية القطاع السياحي و جعله رائدا نظرا لأهميته، و هذا من خلال إنتهاجها لمجموعة من البرامج و التي قد تتضمن إنشاء المشاريع السياحية المختلفة القادرة على فتح آفاق كبيرة أمام عدد كبير من التونسيين للحصول على مناصب عمل في مختلف القطاعات المتشعبة مع القطاع السياحي و في القطاع نفسه، و هذا المؤشر من أهم المؤشرات الدالة على مدى مساهمة القطاع السياحي في التنمية .

و لتوضيح دور السياحة و السفر في توفير مناصب الشغل نتطرق إلى الجدول التالي:

الجدول رقم (4-18): تطور مساهمة السياحة و السفر التونسي في التشغيل خلال الفترة (1997-2016)

(الوحدة: ألف عامل)

| السنوات | المساهمة المباشرة | النسبة المئوية % | المساهمة الكلية | النسبة المئوية% |
|---------|-------------------|------------------|-----------------|-----------------|
| 1997 | 174,56 | 6,95 | 398 | 15,86 |
| 1998 | 177,86 | 7,12 | 391,72 | 15,68 |
| 1999 | 182,97 | 7,36 | 397,55 | 16,01 |
| 2000 | 204,66 | 8,01 | 444,92 | 17,43 |
| 2001 | 214,61 | 8,14 | 467,13 | 17,73 |
| 2002 | 193,98 | 7,19 | 426,75 | 15,83 |
| 2003 | 187,17 | 6,71 | 419,20 | 15,03 |
| 2004 | 210,86 | 7,35 | 461,55 | 16,10 |
| 2005 | 238,96 | 8,16 | 513,06 | 17,53 |
| 2006 | 249,55 | 8,30 | 540,88 | 17,99 |
| 2007 | 255,17 | 8,27 | 544,28 | 17,64 |
| 2008 | 257,15 | 8,14 | 542,19 | 17,17 |
| 2009 | 251,27 | 7,85 | 531,89 | 16,63 |
| 2010 | 251,53 | 7,67 | 522,02 | 15,92 |
| 2011 | 190,43 | 6,06 | 408,30 | 13,00 |

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

| | | | | |
|-------|--------|------|--------|------|
| 14,14 | 457,37 | 6,82 | 220,62 | 2012 |
| 13,43 | 447,20 | 6,51 | 216,86 | 2013 |
| 14,05 | 477,10 | 6,87 | 233,53 | 2014 |

Source : <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators> consulter le :19/07/2016(22 :40)

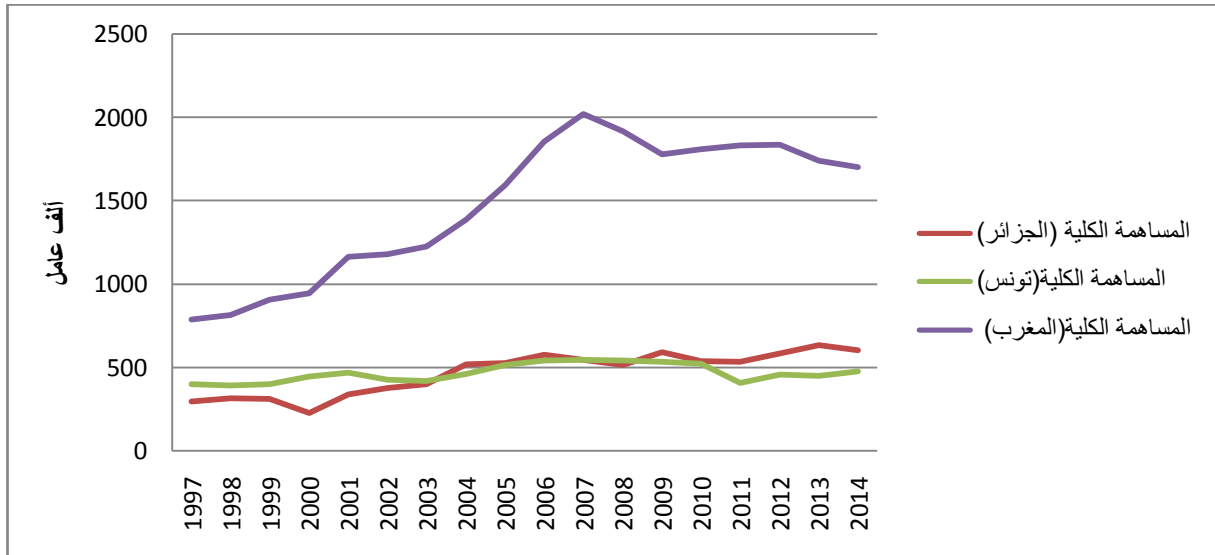
توضح لنا المعطيات الموجودة في الجدول رقم(18) أن فرص العمل المتاحة في القطاع السياحي خلال الفترة الممتدة من 1997-2016 عرفت نمواً متصاعداً في السنوات الأولى من فترة الدراسة بحيث ارتفع عدد مناصب الشغل الكلية التي وفرها القطاع السياحي من 338 ألف منصب عمل سنة 1997 ليصل إلى 531,89 ألف منصب عمل سنة 2009 ما يعادل نسبة 16,63% من إجمالي اليد العاملة الكلية، فتوفير مناصب الشغل في القطاع السياحي يعتمد على مدى أهمية تنويع و تطوير العرض السياحي، إلى جانب حركة السياحة في كل بلد.

رابعا: مقارنة مساهمة القطاع السياحي في التشغيل لكل من (الجزائر، تونس والمغرب)

يُعد توفير مناصب الشغل من الأمور المهمة في الحياة الاجتماعية، و السياحة من القطاعات التي تملك قدرات على توفيرها في شتى المجالات، غير أن هذه القدرة تختلف من بلد إلى آخر نتيجة إلى المكانة التي يحظى بها القطاع لكل بلد، فمساهمة السياحة في التشغيل مؤشر هام يبين الدور الاقتصادي و الاجتماعي للقطاع، ولمعرفة مدى المساهمة للقطاع في بعض الدول نعرض الشكل الموالي:

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الشكل رقم (4-11): مقارنة المساهمة الكلية للقطاع السياحي في التشغيل لكل
من (الجزائر، تونس والمغرب) خلال الفترة الممتدة (1997-2016)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الجداول رقم (16-17-18).

انطلاقاً من الشكل المبين أعلاه نلاحظ أن الفرق واضح في دور السياحة و مدى تأمينها لمناصب الشغل بحيث اختلف من بلد لآخر، إذ نجد القطاع السياحي المغربي حقق مساهمة كبيرة قدرت نسبتها بـ 20,14% من إجمالي العمالة للبلد، كما عرفت تطوراً مستمراً في توفير مناصب الشغل خلال الفترة الممتدة من 1997-2016، و هذا ما يؤكد سعي المملكة المغربية إلى جعل القطاع مهما و ذا فعالية من خلال إنتهاج سياسات و استراتيجيات تنمية تضم كل من تشجيع الاستثمارات الأجنبية و المحلية، إلى جانب تطوير مناهج التكوين و التأهيل لليد العاملة، فالمملكة المغربية تُعْتَبَر القطاع السياحي ثاني مساهم في خلق فرص العمل في البلد. بينما في الوقت ذاته كانت الجزائر قد حققت نسبة ضئيلة و غير مستقرة طيلة الفترة المدروسة إذ قدرت نسبة المساهمة سنة 2004 بـ 6,64%، بالرغم من الاستراتيجيات التنموية التي وضعت قصد ترقية القطاع السياحي و جعله ينافس دول الجوار.

أما بالنسبة لتونس فقد شهدت مساهمة طيبة بحيث بلغت أكبر نسبة مساهمة 17,99% سنة 2006، فالسياحة في تونس تمثل القطاع الأول المعول عليه في البلد، فهي البلد السبّاقة في هذا المجال منذ الاستقلال إذ حظي القطاع السياحي بأهمية بالغة من طرف الدولة مما جعل المنتج السياحي ذا مقاييس علمية قادرة على المنافسة.

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في تحسين المستوى المعيشي للأفراد:

تتمثل مساهمة القطاع السياحي في تحسين المستوى المعيشي للأفراد في مدى توفيرها لمناصب الشغل للفرد إلى جانب الرفع من الدخل نتيجة لتدفق الإيرادات السياحية المحصل عليها من طرف الدخل، و لتتوصل إلى مدى مساهمة السياحة و السفر في تحسين المستوى المعيشي للفرد ندرسها في بعض الدول:

أولاً: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للسكان

ترتبط مساهمة السياحة في تحسين المستوى المعيشي للفرد ارتباطاً وثيقاً بنسبة الإيرادات السياحية المحققة من طرف الدول السياحية و التي تساهم بدورها في تكوين الدخل القومي، إلى جانب مدى إمكانية القطاع من توفير فرص العمل المباشرة و الغير المباشرة التي تضمن العيش الأفضل للفرد، فالجزائر تعرف نقص في مساهمة قطاعها السياحي في تحسين المستوى المعيشي لسكانها و هذا يتضح من خلال ما تم عرضه في المؤشرات السابقة التي تم دراستها، و للتوضيح أكثر نورد هذه المساهمة في الجدول التالي:

الجدول رقم(4-19): تطور مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للسكان
خلال الفترة الممتدة (1997-2016) (الوحدة: دولار أمريكي)

| السنوات | نصيب الفرد من الإيرادات | السنوات | نصيب الفرد من الإيرادات |
|---------|----------------------------|---------|----------------------------|
| 1997 | 0,93 | 2006 | 11,64 |
| 1998 | 2,43 | 2007 | 9,74 |
| 1999 | 2,60 | 2008 | 13,58 |
| 2000 | 3,27 | 2009 | 10,19 |
| 2001 | 3,16 | 2010 | 8,99 |
| 2002 | 3,46 | 2011 | 8,17 |

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

| | | | |
|------|-------------|-------|------|
| 7,87 | 2012 | 3,45 | 2003 |
| 8,53 | 2013 | 5,42 | 2004 |
| 8,91 | 2014 | 14,33 | 2005 |

Source : <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators> consulter le :19/07/2016(21 :20)

بالتمعن إلى الأرقام الموجودة في الجدول أعلاه يتبين أن نصيب الفرد الواحد من الإيرادات السياحية الدولية المحققة خلال الفترة الممتدة من 1997-2014 عرف نمواً إيجابياً في بدايات الفترة بحيث ارتفع من 0,93 دولار أمريكي سنة 1997 ليصل كأقصى قيمة سنة 2005 و التي لم تتعدى 14,33 دولار أمريكي، ليعرف هذا النمو تذبذبا في الفترات الأخرى ، غير أن هذه المساهمة تعد ناقصة، أي غير كافية تعود سلباً على تدني المستوى المعيشي للسكان ، و قد يرجع هذا النقص إلى قلة تدفقات السياح الوافدين و المؤسسات، فالسياحة الجزائرية غير قادرة على المساهمة في تحسين المستوى المعيشي للأفراد، نتيجة إلى الأوضاع التي يعيشها القطاع السياحي من غياب الاهتمام به و النقص في التسيير الذي أدى إلى نقص الطلب السياحي في الجزائر .

ثانياً: مساهمة القطاع السياحي التونسي في تحسين المستوى المعيشي للسكان

عُرِفَ القطاع السياحي التونسي بقدرته على التميز و اكتساب المكانة المرموقة في اقتصاد البلد، و هذا بالرجوع إلى الآثار الناجمة عنه على مختلف المؤشرات الاقتصادية و الاجتماعية، إذ نجد أن له الإمكانية على توفير الإيرادات السياحية التي تساهم في تكوين الدخل القومي، و على خلق مناصب الشغل و بالتالي الحد من البطالة و تحسين المستوى المعيشي للأفراد، و في الجدول الموالي سنعرض مدى مساهمة القطاع السياحي التونسي في تحسين المستوى المعيشي للأفراد خلال الفترة الممتدة من 1997-2014 :

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

الجدول رقم(4-20): تطور مساهمة القطاع السياحي التونسي في تحسين المستوى المعيشي للسكان خلال الفترة الممتدة (1997-2016) (الوحدة: دولار أمريكي)

| السنوات | نسب الفرد من الإيرادات | السنوات | نسب الفرد من الإيرادات |
|---------|------------------------|---------|------------------------|
| 1997 | 201,62 | 2006 | 296,11 |
| 1998 | 212,14 | 2007 | 329,87 |
| 1999 | 223,98 | 2008 | 378,45 |
| 2000 | 206,96 | 2009 | 337,56 |
| 2001 | 213,56 | 2010 | 329,66 |
| 2002 | 187,81 | 2011 | 236,93 |
| 2003 | 196,65 | 2012 | 271,95 |
| 2004 | 244,85 | 2013 | 262,98 |
| 2005 | 279,19 | 2014 | 276,63 |

Source : <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators> consulter le :19/07/2016(21 :45h)

انطلاقاً من الجدول رقم (20) يظهر أن الفرد التونسي حظي بنصيب كبير ذا أهمية من الإيرادات السياحية التي حققتها تونس خلال هذه الفترة الممتدة من 1997 إلى غاية 2014 بالرغم من وجود انخفاض في بعض الفترات، فقد بلغ سنة 2008 أكبر قيمة قدرت بـ378,45 دولار أمريكي و هي تساوي أضعافاً مقارنة بما حقته الجزائر، وهذا ما سيساهم في تحسين المستوى المعيشي للأفراد، إذن فالسياحة التونسية لها آثار إيجابية على هذا المتغير، ما يدل على مدى تميزها .

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

ثالثا: مساهمة القطاع السياحي المغربي في تحسين المستوى المعيشي للسكان

نتيجة إلى الإيرادات السياحية الدولية التي حققتها المملكة المغربية خلال الفترة الممتدة بين 1997 إلى غاية 2014 سيكون هناك مساهمة إيجابية للقطاع في تحسين المستوى المعيشي للفرد ، و يتبين هذا من خلال معرفة مدى نصيب الفرد من الإيرادات السياحية ، و هذا ما سنورده في الجدول التالي:

الجدول رقم(4-21): تطور مساهمة القطاع السياحي المغربي في تحسين المستوى المعيشي للسكان خلال الفترة الممتدة (1997-2016) (الوحدة: دولار أمريكي)

| السنوات | نصيب الفرد من الإيرادات | السنوات | نصيب الفرد من الإيرادات |
|---------|-------------------------|---------|-------------------------|
| 1997 | 59,03 | 2006 | 224,81 |
| 1998 | 68,35 | 2007 | 267,86 |
| 1999 | 76,03 | 2008 | 283,40 |
| 2000 | 78,75 | 2009 | 251,61 |
| 2001 | 101,39 | 2010 | 254,64 |
| 2002 | 106,88 | 2011 | 275,75 |
| 2003 | 127,52 | 2012 | 257,42 |
| 2004 | 150,86 | 2013 | 245,15 |
| 2005 | 178,57 | 2014 | 235,21 |

Source : <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators> consulter le :19/07/2016(20 :05h)

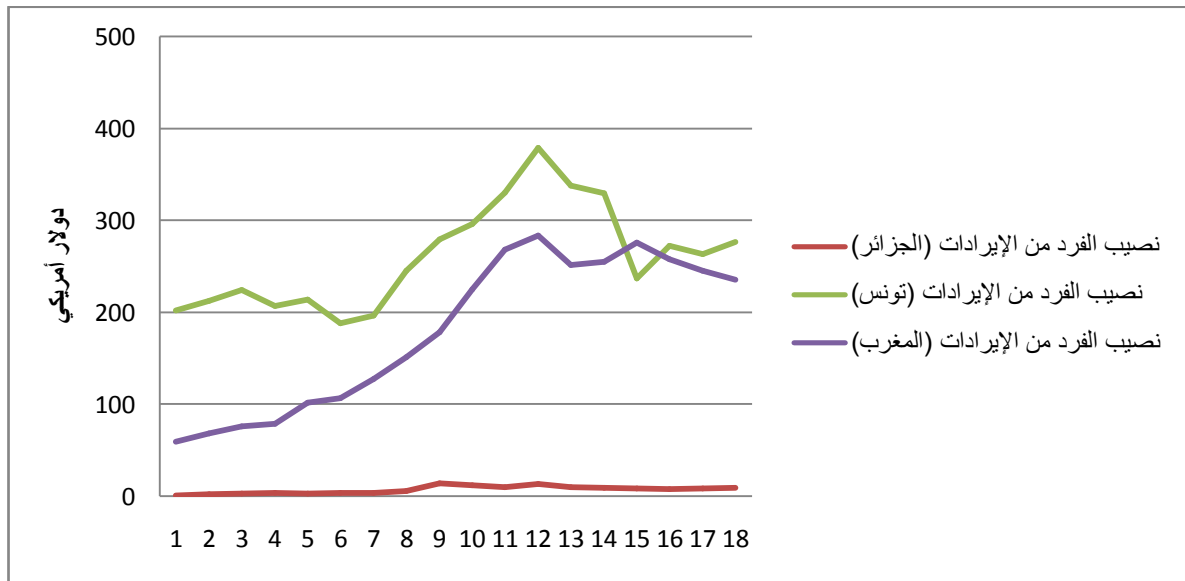
من خلال الجدول المبين في الأعلى نلاحظ أن نصيب الفرد من الإيرادات السياحية المحققة من طرف المملكة المغربية خلال الفترة الممتدة من 1997-2014 عرف تطورا إيجابيا بحيث انتقلت من 59,03 دولار أمريكي لتصل إلى 283,40 دولار أمريكي سنة 2008 و يعود هذا إلى الإيرادات السياحية التي حققتها المغرب فهي بلد تراهن على جعل القطاع السياحي رافعة من روافع التنمية نظرا لما له من إنجازات و آثار ، و بهذه النتيجة المحققة حتما سيكون هناك تأثير إيجابي في الرفع من المستوى المعيشي للسكان .

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

رابعا: مقارنة مساهمة القطاع السياحي في تحسين المستوى المعيشي للسكان في كل (الجزائر، تونس، المغرب)

يؤدي القطاع السياحي دورا هاما في تحسين المستوى المعيشي للأفراد كونه يجلب الثروة للبلد من خلال الإيرادات السياحية التي يحققها غير أن نسبة المساهمة تختلف من بلد إلى آخر نتيجة إلى مجموعة من العوامل قد نذكر منها عدد السكان و التدفقات النقدية المحققة، وهذا ما سنراه في الشكل الموالي:

شكل رقم: (4-12) مقارنة تطور مساهمة القطاع السياحي في تحسين المستوى المعيشي للسكان في الدول الثلاث



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على الجداول رقم (19-20-21).

يبين لنا الشكل أعلاه أن نصيب الفرد من الإيرادات السياحية التونسية عرف وتيرة تطور خلال الفترة الممتدة من 1997-2014 تخللها بعض التراجعات و رغم هذا تصدرت تونس كل من الجزائر و المغرب، بحيث نجد أن نصيب الفرد الواحد في تونس من الإيرادات السياحية تراوح ما بين 187,81 دولار أمريكي و 378,45 دولار أمريكي، كما بلغ المتوسط لهذه الفترة 260,38 دولار أمريكي، و هذا لخير دليل على مدى مساهمة السياحة

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

التونسية في تحسين المستوى المعيشي للأفراد نتيجة إلى ارتفاع الإيرادات السياحية التونسية و ما قبله من إنخفاض في عدد السكان، إلا أن القطاع التونسي عرف تدهورا أواخر سنة 2011 نتيجة إلى الأوضاع التي سادته من جراء التحركات الاجتماعية، و هذا لم يدم طويلا بحيث استطاعت تونس أن تسترجع نفسها و تعود إلى العمل على ترقية القطاع و النهوض به من خلال برمجة خطط و استراتيجيات .

أما بالنسبة إلى المغرب نلاحظ أن نصيب الفرد الواحد من الإيرادات السياحية ارتفع من 59,03 دولار أمريكي سنة 1997 ليلعب 275,75 دولار أمريكي، و هي مساهمة جيدة تؤثر على المستوى المعيشي للأفراد، فرغم ارتفاع عدد السكان في المغرب مقارنة بتونس إلا أن متوسط نصيب الفرد المغربي خلال الفترة المدروسة يبقى قريب من نصيب الفرد التونسي، ما يدل على ارتفاع الإيرادات السياحية المغربية نتيجة لتوافد السياح نحوها نتيجة إلى توفير الطلب السياحي و تنويعه، إلى جانب الاهتمام الذي يحظى به القطاع السياحي من طرف الحكومة و الذي يعمل على تحسين العرض السياحي قصد استقطاب السياح .

في الوقت الذي لعبت فيه السياحة دورها لمدى مساهمتها في تحسين المستوى المعيشي للفرد في كل من المغرب و تونس، نجد الجزائر لا تزال بعيدة جدا، إذ تراوحت نسبة نصيب الفرد من الإيرادات السياحية بين 0,93 دولار أمريكي سنة 1997 و 14,33 دولار أمريكي سنة 2008، فالأرقام تشير إلى ضعف مساهمة السياحة في تحسين المستوى المعيشي للأفراد.

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

المبحث الرابع: رؤية إستراتيجية مقترحة للإمكانية التعاون بين الدول المختارة

يتبين من خلال الإستراتيجيات السابقة أنه من الممكن للدول الثلاث أن تتعاون فيما بينها من أجل ترقية وتسويق المنتج السياحي في إطار تحقيق تنمية مستدامة تعمل على تحقيق الأهداف الاقتصادية المرجوة وعليه يمكن للدول الثلاث وضع إستراتيجية للتعاون وعليه سوف نتطرق في هذا المبحث إلى الدوافع والأهداف والقواعد الأساسية للتعاون والإجراءات التنفيذية للعمل وأخيرا الحلول المقترحة للتعاون.

المطلب الأول: الدوافع والأهداف والقواعد الأساسية للتعاون

أولا- الدوافع الرئيسية للتعاون

1 - هناك العديد من المحاولات فيما يتعلق بالسياحة الدولية والبنية بين الدول العربية سواء على مستوى الاتفاقات الثنائية أو داخل المنظمات الدولية ومنذ عام 2000 وحتى عام 2006 هناك تعاون قائم بين الدول الإسلامية للارتقاء بالقطاع السياحي ويتمثل ذلك في اجتماعات وقرارات المؤتمرات الخمسة التي عقدت لوزراء السياحة وتمثل مجالات التعاون في إقامة المعارض الإسلامية المتخصصة في السياحة، وعقد منتديات القطاع الخاص حول السياحة، وإنشاء بوابة سياحية على شبكات المعلومات العالمية (الإنترنت) وتطوير منتجات سياحية بيئية مشتركة، وتحفيز استثمارات القطاع الخاص المشتركة، وإنشاء مركز للتنمية السياحية وتسهيل تنقل السياح عبر وسائل النقل المختلفة، وتطوير التراث الإسلامي،¹ ومع هذا فجميع ما طرح من أشكال التعاون لم يتم معالجته بما يعكس التعاون الأمثل أو يحقق الأهداف المرجوة.

2 - إن إستراتيجيات التنمية السياحية للدول الثلاث تتفق في الأهداف المسطرة، كما يوجد هناك تنوع في

أنواع السياحة، هذا بخلاف ما لديها من عوامل مشتركة مع تشابه الظروف الاقتصادية كلها عوامل تساعد على التعاون.

¹ الهيئة العليا للسياحة، المملكة العربية السعودية، دور السياحة في تنمية التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية: رؤية مقترحة لتنمية التعاون في المجال السياحي، ورقة الهيئة العليا للسياحة، المنتدى الأول للسياحة في البلدان الإسلامية، المملكة العربية السعودية، جدة 18-20/10/2014، ص 2-3

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

3 - إن هناك اتجاه متزايد في السياحة الدولية نحو زيادة الاهتمام بالسائح الفرد واحتياجاته ومتطلباته بالإضافة إلى رغبة السائح لزيارة أكثر من مقصد في رحلة واحدة بما يسمح بإرضاء تفضيلات متنوعة للسائح قد لا يوفرها زيارة مقصد واحد بالإضافة إلى تقليل الوقت والتكلفة.¹

ثانيا- أهداف الإستراتيجية: وتتمثل فيما يلي²

- 1** -تحذف الخطة في النهوض بالنشاط السياحي وتطويره في تلك البلدان من خلال دعم و تطوير العمل المشترك على المستويين الثنائي ومتعدد الأطراف، وإرساء منشآت ونشاطات جديدة في تلك البلدان بما يمكنها من استيفاء معايير المنافسة الدولية من حيث جودة الخدمات وتنوع النشاطات السياحية.
- 2** -تشجيع الاستثمارات السياحية وزيادة مشاركة القطاع الخاص فقي السياحة من خلال إقامة المشاريع المشتركة في مجال الارتقاء بالقدرات المادية وجودة الخدمات.
- 3** -تنمية السياحة البيئية وذلك من خلال زيادة معدلات التدفق السياحي للمنطقة.
- 4** -المساهمة في تحقيق تنمية اقتصادية وثقافية وتوسيع السوق السياحي

ثالثا- القواعد الأساسية للتعاون: وتتمثل هذه القواعد فيما يلي³

- 1** -استحداث رؤية إستراتيجية لتقديم منتج سياحي متكامل بين مجموعة صغيرة من الدول العربية بصورة مبدئية حتى يسهل التنسيق فيما بينها خاصة في بداية خطوات التعاون، ويتم ذلك في إطار زمني معين وليكن خمس سنوات وبصورة متزامنة في كافة المجالات التعاون الممكنة التحقيق واقعيًا من أجل الحصول على المردود الاقتصادي المتوقع بما يعزز مزيدًا من التعاون في مجالات أكثر وبين عدد أكبر من الدول.
- 2** -أن تتميز إمكانيات التعاون المقرر تحديدها بين الدول بالأصالة والتميز أمام المنافسين مع المحافظة على الهوية العربية الإسلامية بقيمتها وتقاليدها وأعرافها مما يمنحها التفرد أمام باقي الأسواق وإبراز المصلحة الاقتصادية والثقافية في مجالات التعاون لكافة الأطراف.

¹ نهي ابراهيم خليل، السياحة في الدول الإسلامية في ظل الظروف المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 351

² السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنطقة المؤتمر الإسلامي: الآفاق والتحديات، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية، 2006، ص 121

³ نهي ابراهيم خليل، السياحة في الدول الإسلامية في ظل الظروف المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 352-354

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

- 3** تُن تسير هذه الرؤية نحو تنمية اقتصاد سياحي مستدام وصيانة التراث الثقافي حيث أن من الضروري التعامل مع السياحة الدولية من خلال رؤية جديدة هدفها الاحتفاظ بالثقافات، ترويج السلام والتفاهم.
- 4** للتعاون في المجالات ذات المردود الاقتصادي الواضح والتي لا تظهر بالمصالح الفردية للدول كحرية انتقال الأشخاص الطبيعيين سواء كانوا من العمالة أو السائحين من أجل تشجيع السياحة البينية والدولية من إجراءات الدخول والخروج أو الخدمات السياحية المختلفة، وتشجيع إقامة مشاريع سياحية مشتركة سواء على مستوى المشروعات نفسها أو البنية الأساسية التي تخدمها على أن يتم ذلك بالاعتماد بقدر المستطاع على الجهات الوطنية دون الأجنبية في التمويل والتشغيل والإدارة.
- 5** للتركيز على أسواق سياحية معينة وإجراء بحوث تسويقية لهذه الشرائح لمعرفة ميولهم واحتياجاتهم.

المطلب الثاني: المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون

تمتلك الدول الثلاث على أسس يمكن على أساسها بناء إستراتيجية للتعاون و هذا لا يخلو من وجود بعض المعوقات المتوقعة في سبيل التعاون وعليه من الضروري عرض هذه المعوقات.

أولاً - معوقات سياسية:

ويمكن إبرازها فيما يلي:¹

- 1** ارتباط العلاقات الاقتصادية بين الدول العربية بالعلاقات السياسية بينها مما يجعل إقامة أي تعاون بينها مرتبط بحالة الرضا السياسي المتبادل دون الأخذ في الاعتبار المصلحة الجماعية، وعليه فإن أي خلاف سياسي أو خلاف في معالجة قضايا المنطقة يؤثر على العلاقات الاقتصادية بين الدول العربية خاصة في مجال التعاون السياحي الذي لا يبني إلا في وجود الأمن والسلام كذلك حيث تؤثر الحالة الأمنية على إمكانية تحقيق التعاون المشترك.

¹ ثروت عبد السلام غطاس، التكامل الاقتصادي بين النظرية وإمكانية التطبيق على مجموعة الدول العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية

التجارة، جامعة الاسكندرية، 2005، ص ص 94-96

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

- 2** تشغيل حكومة تونس بمشاكلها الداخلية ومحاوله إعادة الاستقرار وبناء الدولة داخليا بعد الثورة الشعبية التي عرفتها البلاد وكذا المشاكل الموجودة بين الجزائر والمغرب بخصوص الصحراء الغربية كلها انشغالات حالت دون تحقيق تعاون مشترك وسببا رئيسيا في إضعاف متابعة اتفاقات التعاون المبرمة بالفعل.
- 3** ضعف الحكومات للإنفاذ اتفاقات التعاون الاقتصادي بصورة عامة مما يؤدي إلى عدم التزام السلطات بتنفيذ الاتفاقيات وإزالة العوائق التي تعيق أو تؤخر تنفيذها، مما قد يعني ظهور بعض التقلبات الطارئة تواجه تطبيق الاتفاقيات.
- 4** ضعف المشاركة الشعبية في التصديق على أية اتفاقيات تعاون عن طريق البرلمان نتيجة تردي مستويات التعليم وتفشي الأمية بشكل كبير ونقص الوعي والثقافة في مجتمعات الدول العربية مما يحرم الشعوب العربية في حقها في المشاركة في صناعة مستقبلها الاقتصادي والسياسي والاجتماعي.

ثانيا- المعوقات الاقتصادية:

- 1** تعاني الدول النامية بصفة عامة من عدم العدالة في توزيع المكاسب في إطار التعاون بالإضافة إلى نقص الدراسات في تحديد أعباء ومكاسب التعاون الاقتصادي وكيفية توزيعها مما يؤدي إلى عدم وضوح أهمية التعاون في تحقيق التنمية.¹
- 2** تعاني الدول النامية بصفة عامة من نقص البيانات وتضاربها أحيانا، مما يجعل المعلومات حول الواقع الاقتصادي للدول الراغبة في إنفاذ اتفاقيات التعاون غير واضحة هذا بالإضافة إلى ضعف برامج التنفيذ اللازمة للاتفاقيات.
- 3** اختصار الدول الثلاث إلى البنية الأساسية الكافية والجيدة للربط بينها خاصة شبكات السكك الحديدية والنقل البري والبحري، حيث تعاني المغرب من ضعف جودة البنية الأساسية للنقل الجوي كما تعاني الدول الثلاث من ضعف جودة الطرقات وكذلك البنية الأساسية للموانئ البحرية كما تعاني تونس من كثافة المطارات وخطوط

¹ عمري عمار، التكامل العربي معوقاته وسبل تحقيقه، مرجع سبق ذكره، ص ص 183-184

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

الطيران العاملة وذلك وفقا لجدول تنافسية السياحة والسفر والسياحة والسفر 2011 بما يضعف الارتباط بين الدول ضعف إلى ذلك إلى ما تعانيه الدول الثلاث من ضعف عام في البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات.¹

4 ضعف دور القطاع الخاص بصفة عامة على مستوى منطقة شمال إفريقيا بالإضافة إلى ضعف المعرفة العامة في المشروعات السياحية داخل الدول العربية مما يؤدي إلى استيراد هذه المعرفة من الدول الأخرى.²

ثالثا- معوقات قانونية وتشريعية:

تتمثل المعوقات القانونية بالأساس في غياب التنسيق بين الأجهزة المختلفة داخل وبين الدول المختارة باعتبارها دولا نامية مما يسهم في إعاقة اتخاذ إجراءات التعاون الاقتصادي، بالإضافة إلى صعوبة تنسيق القوانين والتشريعات بين الدول، كما تعاني هذه الدول من نقاط ضعف خاصة فيما يتعلق بتكلفة بدأ النشاط، وضمان حقوق ملكية المشروعات وكذلك في ما يتعلق بأثر قواعد العمل على انتشار الملكية الأجنبية، وكذلك فيما يتعلق بشفافية السياسات الحكومية مما يؤدي إلى فقدان الثقة في مناخ الاستثمار في دول التعاون المختارة من قبل الدول الأخرى، ويعوق التعاون المشترك في مجال الاستثمارات السياحية من جهة أخرى خاصة مع تحقيق تونس مزايا تنافسية ذات مراكز متقدمة في هذه العناصر.³

رابعا- معوقات ثقافية:

حادثة فكرة وجود نمط للسياحة الإسلامية التي تتطلب بالضرورة التزامها بالشرعية الإسلامية في جميع الممارسات المتعلقة بهذا النمط خاصة في ظل ما هو معروف من إعداد غربي ضد كل ما هو إسلامي .

ويزداد الأمر صعوبة خاصة مع سيطرة الشركات الدولية على النشاط السياحي في الدول الثلاث بما يجعلها تتحكم في أنماط السياحة والأسواق المستهدفة لا يدفعها في ذلك سوى تحقيق أرباح مضمونة في إطار الأسلوب الغربي لتنمية السياحة والذي لا يأخذ في الحسبان أية جوانب ثقافية واجتماعية إلا في حدود ضيقة، مما يعني ضرورة إبراز

¹ خليف خليج، اقتصاديات الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 295

² سماح أحمد فاضل، مرجع سبق ذكره، ص ص 153-154

³ نفس المرجع السابق، ص 155

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

مصلحة اقتصادية محددة المعالم لهذه الشركات من أجل تقبل وجود هذه الأنماط الجديدة بالتنسيق مع الأنماط القائمة.

كذلك فإن هناك انقسام بين العاملين في المجال السياحي حول قبولهم أو رفضهم التعامل وفق نمط السياحة الغربية الذي لا يبالى بالسلوكيات الإباحية، فبعضهم يرى مثلاً أن مسألة بيع الخمر تدر دخلاً، أما المجموعة الأخرى فيرون أنهم مضطرون للعمل في ظل هذه الأجواء.

بالإضافة إلى العقلية العربية وما يسيطر عليها عموماً من عشوائية واندفاع عاطفي مما يجعل مشروعات العمل العربي المشترك عرضة للتأرجح نتيجة لأي حوادث عرضية مما يفقدها ثباتها واستمرارها ويؤدي إلى تراجعها وفقدانها لأهميتها على أقل تقدير. وتفضيل عنصر الأمان وتجنب المخاطر لدى أصحاب رؤوس الأموال مما قد يتسبب في الابتعاد عن التجديد والابتكار وتفضيل الاستثمار في الأنماط السياحية التقليدية التي تدر عوائد سريعة ومضمونة نسبياً.¹

بالإضافة إلى عوائق أخرى متعلقة بالحصول على تأشيرات الدخول ومعوقات جواز السفر بالإضافة إلى عوائق الحجر الصحي

¹ نعى ابراهيم خليل، السياحة في الدول الإسلامية في ظل الظروف المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 340-341

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

المطلب الثالث: إجراءات تنفيذية للعمل

وتتمثل فيما يلي:¹

- 1 -** تهيئة البيئة القانونية و المؤسسية و الإدارية المناسبة في البلدان الأعضاء لدعم توسيع النشاط السياحي بينها خاصة فيما يتعلق بالاستثمارات على وجه خاص بالقيام بتسهيلات الاستثمار فيما يتعلق بالقوانين الحاكمة للاستثمارات الأجنبية
- 2 -** إجراء اتصالات مباشرة بين الأطراف ذات العلاقة بالسياحة من اجل تنسيق مواقف دول التعاون مع الدول الأخرى ، و بالتالي عند إبرام اتفاقيات سياحية تكون هذه الدول كطرف ذو ثقل اقتصادي بما يضمن لها فرض شروطها وفق مصالحها المشتركة
- 3 -** زيادة الوعي العام لدى دول التعاون بالموارد و المنشآت السياحية الهامة الموجودة ، و التأكيد على تنسيق التشريعات المتعلقة بالتقييم البيئي للمشروعات السياحية بما يحقق جودة البيئة الطبيعية في إطار مفهوم الاستدامة لكل ما لهذه الكلمة من دلالة
- 4 -** العمل على جعل القوانين المتعلقة بالاستثمار واضحة لكل المستثمرين دون استثناء ، في إطار التأكيد على الشفافية السياسات الحكومية لدول التعاون و التقليل في تكاليف بدا نشاط الأعمال الاستثمارية
- 5 -** تطوير رأس المال البشري اللازم في مجال السياحة و ذلك بالاستثمار في رأس المال الفكري للتأكد من استيفاء المعايير الدولية
- 6 -** في ظل الظروف السياسية و الأمنية الراهنة ، فإنه من الضروري تعزيز الأمن لدى دول التعاون من أجل بناء الثقة لدى أذهان السائحين بوجود الأمان و ذلك بالتعاون من أجل مكافحة الإرهاب و الجريمة بكل أنواعها و الاستفادة من تجارب الدول الأخرى في هذا المجال

¹ أنظر في ذلك:

- السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنطقة المؤتمر الإسلامي، الآفاق والتحديات، مرجع سبق ذكره، ص 121-122
- نهي ابراهيم خليل، السياحة في الدول الإسلامية في ظل الظروف المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 357-358.
- محمد محمود الإمام، مرجع سبق ذكره، ص 4480

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

- 7 - فضل السياسة عن الاقتصاد و ذلك بإبعاد كل الخلافات السياسية و عدم إقحامها في الاقتصاد بحيث يكون الاحتكام للمصالح الاقتصادية المشتركة فقط
- 8 -تسطير هدف عام وواضح يخدم جميع الأطراف و هو تحقيق الرفاهية الاقتصادية ، و العمل على تحقيقه وفق برامج محددة من أجل تحفيز الدول على مزيد من التعاون
- 9 -تشجيع مشاركة القطاع الخاص و تسهيل قيامه بالمشاريع السياحية و غيرها من الاستثمارات و ذلك لحل مشكل التمويل لما يتميز به القطاع الخاص من كفاءة في تقديم الخدمات بأسعار تنافسية مقارنة بالقطاع العمومي .

المطلب الرابع:الحلول المقترحة لتنمية التعاون

بالرغم من توفر الدول الثلاث على موارد و معلومات سياحية ضخمة و متنوعة ، إلا أن مستوى السياحة لا يزال ضعيفا ، و عليه ستعرض فيما يلي أهم الحلول المقترحة التي يمكن إتباعها من أجل تنمية التعاون في البلدان الثلاث و تشمل ما يلي ¹ :

- يجب أن تخضع حركات الطيران بين الدول لسياسات إستراتيجية لتكثيف حركة النقل الجوي بين الدول من خلال تخفيض أسعار الوقود و رسوم المرور و الهبوط و التوقف.... الخ ، و هو ما سينعكس على سعر بطاقة السفر و السياحة بين الدول
- سياسة الشفافية و الإفصاح تساعد على عدم استغلال السياح و ذلك من خلال التصريح بالأسعار مسبقا و إظهارها سواء للأجنبي أو المحلي ، حتى يشعر السائح بالأمان و لا يتم استغلاله من طرف سائقي الأجرة و المطاعم و المحلات و صرافي العملة
- لا بد على العاملين في مجال السياحة و المحتكين بالسياح ، سواء كانوا من عاملين في الفنادق أو مرشدين سياحين أو في رجال الشرطة أن يكون على قدر في الوعي و المسؤولية و الكفاءة في تقديم الخدمة السياحية للسياح

¹ فيصل شباد ، تنمية السياحة العربية البيئية : العقبات و الحلول نقل عن الموقع الإلكتروني

[http://www.exssr.com/ecssr/ecssr...pro-en/.../rua 06-048pdf\(20/06/2016\)](http://www.exssr.com/ecssr/ecssr...pro-en/.../rua 06-048pdf(20/06/2016))

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة

في دول المغرب العربي

- تفعيل دور وسائل الإعلام و الاهتمام بالتسويق السياحي من أجل التعريف بالمنتوج السياحي وتقديم معلومات عن الخدمات المقدمة والمزايا و التسهيلات من أجل تشجيع السياحة وتنشيطها
- تنمية الوعي السياحي المجتمعي بأهمية السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، بما يحقق تغير المفاهيم و السلوكات و الممارسات الخاطئة اتجاه السياحة
- ضرورة تنمية الموارد البشرية في القطاع السياحي و الفندقية ، بالحرص على تنظيم دورات تدريبية للعاملين في هذه المجالات ، و تأسيس معاهد و كليات للفندقة و الإدارة السياحية و الحرص على جودة التعليم فيها ، حتى يتم تخريج الإطارات و عمال مؤهلين للقيام بدورهم ، و في إطار تطوير العنصر البشري و إكسابه المهارات تحتاج الدول العربية إلى تنمية بشرية لبعض المهارات الإدارية و العمال على النقل التجاري و الممارسات الإدارية إلى دول التعاون
- ضرورة العمل على إنهاء مشكلة التأشيرات السياحية بين الدول بدلا من أن تكون عائقا لتنشيط السياحة
- إن تنمية السياحة يتطلب توفير مناخ استثماري يسهل حركة رؤوس الأموال ، و قوانين و تشريعات تنظيم التكامل السياحي المرغوب فيه ، و البنية التحتية المساعدة
- يتوجب على السلطات وضع السياسات الخاصة بالسياحة في أنظمة و قوانين و تشريعات و ذلك لتنظيم القطاع السياحي و تنميته و العمل على جذب الاستثمارات و تشجيعها من خلال تقديم الحوافز و التسهيلات للمستثمرين المحليين و الأجانب ، أما القطاع الخاص بدوره كبير يتمثل في المشاركة في المشاريع التنموية من إنشاء فنادق و مطاعم و المرافق .

الفصل الرابع: آفاق ترقية القطاع السياحي ودور في تحقيق التنمية المستدامة في دول المغرب العربي

خلاصة:

نستنتج من الدراسة السابقة، أن القطاع السياحي حظي باهتمام كبير، من خلال إعطاء مساحة أكبر للسياحة في سياسة التنمية الشاملة، في كل من تونس و المغرب و هذا من خلال النتائج الايجابية المحققة، فقد تم التركيز في السياسات التنموية للنهوض بالقطاع السياحي على تشجيع و تحفيز الاستثمار المشترك في المشاريع السياحية و المشاريع المرتبطة بها.

و قد أثبتت النتائج أن القطاع السياحي في كل من تونس و المغرب أدى إلى مساهمة قوية في عملية النمو، من خلال المساهمة في توفير الإيرادات السياحية التي تؤدي بدورها إلى تكوين الناتج المحلي الإجمالي، و تخفيف العجز في موازين المدفوعات و الحد من الفقر و التخفيف من مشكل البطالة من خلال خلق فرص العمل التي تؤدي بدورها إلى تحسين المستوى المعيشي للإفراد.

أما في الجزائر، و بالرغم من تبنيها سياسات تنموية هامة تعمل على تعزيز القطاع السياحي و النهوض به، إلا أن مساهمة القطاع لم تحقق الأهداف المرجوة، و يتجلى ذلك من ضعف الإيرادات المحصل عليها و التي تؤدي إلى ضعف المساهمة في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، و ذلك تسجيل العجز الدائم في الميزان السياحي طيلة فترة الدراسة، مما أثر سلبا على ميزان المدفوعات، بالإضافة إلى محدودية القطاع في خلق مناصب عمل مقارنة بكل من تونس و المغرب.

و عليه فيجب على الجزائر، أن تكثف الجهود للنهوض بالقطاع السياحي و ترقيته و ذلك بالاجتهاد و العمل من خلال الاستغلال الأمثل للإمكانات الطبيعية و المادية التي تزخر بها، و الاستفادة من تجارب الدول الرائدة في هذا المجال لا سيما تلك التي تتقاسم معها نفس المقومات و الإمكانات المادية و الطبيعية و البشرية و التي تعتبر من الوجهات السياحية العالمية.

خاتمة عامة

الخاتمة:

تبين من هذه الدراسة أن السياحة صناعة مرتبطة بالرغبة الإنسانية في المعرفة وتخطي الحدود، حيث تمكنت السياحة من تخطي كل الأزمات وهذا ما أثبتته التجارب من كونها صناعة لا تندثر بل تنمو وتزدهر عاما بعد عام رغم كل الأحداث المؤلمة التي قد تمر بها.

واتضح بأن السياحة تعد من القطاعات الرائدة للأحداث التنموية في كثير الدول، لما لها من تأثير كبير في ميزان المدفوعات، وكذلك لما توفره من مناصب شغل جديدة، ومساهمتها في زيادة الناتج الإجمالي المحلي، وقد ساهم في ذلك التطور الكبير في وسائل النقل والمواصلات والاتصالات خلال العقود الأخيرة.

هذا وتعكس السياحة مدى التقدم الحضاري والعلمي لشعوب الأرض كونها نشاط إنساني لها أبعادها الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، والسياحة هي صناعة خدمات ولكنها تحمل في مظلتها الكثير من القطاعات المختلفة مثل النقل، الفنادق، البنوك والإعلام.... الخ.

وقد أظهرت الدراسة مدى مساهمة المقومات السياحية في الدول محل الدراسة في ترقية القطاع السياحي، وهذا لما تملكه من مقومات طبيعية وحضارية وتاريخية وثقافية هامة، تجعل منها دولا رائدة في المجال السياحي، وتضاهي العديد من الدول العالم السياحية التي استحوذت جزء هام من السياحة الدولية إذا ما تم استغلالها (المقومات) بشكل جيد.

كما بينت الدراسة أيضا، بأن كل من تونس والمغرب تعرف انتعاشا سياحيا هاما، وهو ما تؤكدته النتائج المحققة حيث تعتبران من التجارب السياحية الناجحة، وفي الجانب الآخر من المعادلة فإن القطاع السياحي الجزائري لا يزال دون المستوى المطلوب إذا ما قورنت بدول الجوار، رغم ما تملكه الجزائر من إمكانيات هامة تؤهلها لمنافسة الدول السياحية في العالم.

هذا ويعتبر القطاع السياحي من أكثر القطاعات جذبا للاستثمارات المباشرة، مما يسمح للاستثمار السياحي بدفع عجلة التنمية، كما يمكن أن يكون مدخلا مناسباً لخلق التنمية المستدامة من خلال ترقية هذا القطاع

أولا- اختبار الفرضيات:

حسب ما توفر لدينا من بيانات ومعلومات تخص السياحة في البلدان الثلاث (الجزائر، تونس، المغرب) فقد توصلنا في هذه الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إدراجها على النحو التالي:

-الفرضية الأولى: تعد السياحة نشاط سياحي هام و صناعة تصديرية قائمة بذاتها لها مكوناتها،و الإنفاق السياحي يعد الركيزة الأساسية التي تبنى عليها،فرضية خاطئة نوعا ما،حيث أنه و بالفعل تعتبر السياحة أحد الأنشطة التي تتمتع بأهمية كبيرة في عالم اليوم، كونها صناعة قائمة بذاتها و تقوم عليها اقتصاديات العديد من الدول،و هي كغيرها من العلوم تبنى على أسس التي تتكامل فيما بينها لقيام النشاط السياحي و جعله ذي فعالية،فلا يعتبر الإنفاق السياحي الركيزة الأساسية فحسب بل يوجد إضافة إلى ذلك مجموعة من الأسس أهمها السوق السياحي،التسويق السياحي،الاستثمار السياحي و الإيرادات السياحية.

-الفرضية الثانية: تعتبر السياحة من أهم الظواهر المميزة لعصرنا الحالي،حيث تعتبر قطاع هام يساهم في جلب و تنمية الاستثمارات،فرضية صحيحة حيث أن معظم الدول تهتم بالسياحة من خلال إعطاء مساحة أكبر للسياحة في سياسات التنمية الشاملة،و الذي يؤدي بدوره إلى مساهمة قوية في عملية التنمية لما تمثله من مصدر هام من مصادر العملات الأجنبية ولاصالحها بالعديد من القطاعات الإنتاجية الأخرى التي تتأثر بالسياحة.

-الفرضية الثالثة: تتمتع الجزائر بإمكانات سياحية كبيرة و متنوعة قادرة على جعلها بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي بما فيها دول الجوار،فرضية صحيحة نوعا ما حيث أن الجزائر من بين الدول التي تمتلك ثروات و مقومات طبيعية و حضارية مختلفة ما يؤهلها لان تكون قلة سياحية هامة و لكن و بالرغم من هذه الإمكانيات إلا أن السلطات لم تولي اهتمام واسع بهذا القطاع إلا مؤخرا الأمر الذي أثر سلبا على تطور السياحة في البلد مقارنة بدول الجوار.

- الفرضية الرابعة: إدراج قطاع السياحة في إطار نموذج نموي يقوم على الاستثمار في مقومات الجذب السياحي في دول المغرب العربي يساهم بشكل مباشر في خلق تنمية سياحية مستدامة،فرضية صحيحة،بحيث تسعى الكثير من الدول للاهتمام بالقطاع السياحي لما له من أهمية كبيرة في عالم اليوم،حيث كانت له الأولوية ضمن استراتيجيات التنمية،لذا اتجهت كل من الجزائر،تونس و المغرب في تنفيذ استراتيجيات عميقة و شاملة للنهوض بالقطاع السياحي،و لكل إستراتيجية خصوصيتها تختلف باختلاف الأولويات التي يحظى بها هذا القطاع في الدول الثلاث من أجل النهوض بالسياحة و ترفيتها.

ثانيا- نتائج الدراسة:

1 قطاع السياحة لا يحتاج بشكل كبير إلى العلوم والتقنيات على غرار القطاعات الأخرى، فإن هذا سيسهل على الدول النامية وبالضبط الجزائر في إمكانية تطوير هذا القطاع ومنافسة الدول المتقدمة، وعلى الرغم من أن الجزائر تمتلك الكثير من المؤهلات والمقومات التي تسمح لها بالنهوض بالصناعة السياحية، وهذا ما يظهر من خلال مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية حيث احتلت المرتبة 90 في مؤشر التنافسية السياحية لسنة 2015 بينما احتلت تونس والمغرب المراتب 99 و 45 على التوالي في نفس المؤشر، إلا أن هذا القطاع يبقى ضعيفا بالنظر إلى مجهودات المبدولة.

2 أظهرت الدراسة بأن قطاع السياحة يشهد اهتماما متزايدا في السنوات الأخيرة خاصة بعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي سينبثق عنه أقطاب امتياز سياحية، التي تأمل الدولة من خلالها في الاستفادة من الفرص المتاحة لها في تنمية القطاع السياحي ومواكبة دول الجوار، خاصة إذا ما سجلنا تراجع الجزائر مقارنة بتونس والمغرب اللتان تعتبران دولتان سياحيتان وتستقطبان عددا كبيرا من السياح، فنجد وضعية كل من الجزائر وتونس والمغرب ضمن مؤشرات التنافسية السياحية لسنة 2015 ضمن ترتيب 141 دولة شملها تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي نجد الجزائر تحتل المرتبة 123 ب 2.93 نقطة فيما يخص المؤشر الاجمالي، وهو ما يعكس واقع القطاع السياحي والعراقيل التي تواجهها فيما تحتل تونس الرتبة 79 بمجموع نقاط 3.54 نقطة أما المغرب فاحتل المرتبة 62 ب 3.81 نقطة.

3 اهتمام الدولة بالقطاع السياحي يتطلب الاهتمام بجوانب أخرى تتمثل بشكل أساسي في البنية التحتية التي تعتبر من أهم مكونات العرض السياحي للبلدان على غرار قطاع النقل خاصة شبكة الطرقات، حيث احتلت الجزائر في تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2015 المرتبة 138 من مجموع 141 دولة في مؤشر البنية التحتية بينما حققت كل من المغرب وتونس المراتب 65 و 61 على التوالي.

4 يجاني قطاع السياحة في الجزائر من عدة نقائص وضعف في برامج التنمية السياحية، واعتباره غير ذي أهمية مقارنة بالقطاعات الأخرى في الاقتصاد، حيث كانت تعتمد وبشكل كبير على قطاع المحروقات الذي أصبح قطاعا غير آمن على استقرار الجزائر، حيث كانت مساهمة قطاع السياحة في التنمية في الجزائر ضعيفة جدا مقارنة بكل من تونس والمغرب ويتضح ذلك من خلال الإحصائيات المقدمة من طرف المجلس العالمي للسياحة و السفر والمتمثلة في :

- كانت مساهمة قطاع السياحة في خلق فرص عمل ضعيفة، حيث قدرت نسبة المساهمة بـ 6.89% في 2015 وهذا بالرغم من الجهود المبذولة في ترقية القطاع وجعله ضمن القطاعات الرائدة في البلد ومنافس لدول الجوار، حيث كانت نسبة المساهمة في كل من تونس والمغرب تقدر بـ 15.21% و 17.74% على التوالي، وهو ما يترجم أهمية القطاع في اقتصاد البلدين.

- أما فيما يتعلق بنسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي فكانت متذبذبة بالنسبة للدول الثلاث، فقد بلغت نسبة المساهمة في الجزائر 3.49% في سنة 2014 وهي بعيدة وضعيفة مقارنة بكل من تونس والمغرب حيث بلغت النسبة في المغرب 8.06% وتليها تونس بـ 7.34% وبذلك نرى أن القطاع السياحي يلعب دورا أساسيا من خلال مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي للبلدين.

5 - تسجيل الميزان السياحي للجزائر عجزا طيلة فترة الدراسة مما جعله يؤثر سلبا على ميزان المدفوعات، وهذا كون الإيرادات السياحية المحققة أقل من النفقات السياحية، وقد يعود سبب هذا العجز إلى ارتفاع السياحة العكسية وهذا نتيجة لضعف المنتج السياحي الجزائري وعدم قدرته على المنافسة عكس كل من تونس والمغرب الذي سجل رصيد ميزانها السياحي ارتفاعا طيلة فترة الدراسة، وهذا ما جعل المساهمة ايجابية في ميزان المدفوعات وهذا ما يجعلنا نقول من خلال النتائج المحققة أن الميزان السياحي الجزائري لا يزال بعيدا عن كل من تونس والمغرب.

6 - نظرا للأهمية التي كان يحظى بها قطاع السياحة في كل من تونس والمغرب وهو ما جسده الاستراتيجيات التنموية المتبعة منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، ففي الوقت الذي عملت فيه الدولتين على جعل القطاع من أهم القطاعات المساهمة في تنمية الاقتصاد، كانت الجزائر تعتمد على قطاع المحروقات بالدرجة الأولى، ولم يحظى قطاع السياحة بالاهتمام من طرف الحكومة إلا منذ مطلع الألفية الثالثة من خلال سياسات تنموية وهو ما يعكس ضعف القطاع في قدرته التنافسية لدول الجوار.

7 - بالرغم مما تمثله الاستثمارات السياحية من مصدر هام من مصادر العملات الأجنبية حيث تسعى العديد من الدول وخاصة النامية منها الحصول على هذه الاستثمارات، لما لها من فوائد بسبب اتصال السياحة بالعديد من القطاعات الإنتاجية الأخرى كالبناء والزراعة والصناعة والقطاعات الخدمية الأخرى، فزيادة الاستثمارات السياحية سيؤدي إلى زيادة العمالة في القطاع السياحي بصورة مباشرة وفي القطاعات التي تؤثر وتتأثر بالسياحة بصورة غير مباشرة، وبالرغم من كل هذه الايجابيات وانفتاح الجزائر على الاستثمارات الأجنبية من

خلال القوانين المحفزة، إلا أن نسبة المشاريع المتعلقة بالنشاط السياحي تبقى ضعيفة مقارنة بالمشاريع في القطاعات الأخرى، كما بقيت الشراكة الأجنبية محدودة وذلك لعدة أسباب نذكر منها:

- عدم وضوح القوانين في مجال الاستثمار السياحي.
- مشكلة العقار السياحي وعدم توضيح مناطق التوسع السياحي للعديد من المناطق.
- انعدام مصادر وآليات تمويل المشاريع في المجال السياحي، وتهرب البنوك من تمويلها، لأن العائد يتحقق بعد مدة طويلة مقارنة بالاستثمارات الأخرى.
- مشاكل إدارية وتقنية وسياسية وأمنية خاصة في البلدان غير المستقرة.

8 - ضعف مستوى التأهيل والتدريب خاصة لدى المستخدمين العاملين في القطاع السياحي وهي من أهم أسباب ضعف الخدمات السياحية .

9 - عدم وجود استراتيجيات واضحة لترقية القطاع السياحي حيث أن البداية الفعلية التي جسدها الحكومة الوطنية في النهوض بالقطاع السياحي كانت من بداية سنوات الألفية، وهذا بوضع إستراتيجية جديدة تمثلت في المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة للآفاق 2025 مسطر ببرنامج زمني محدد، غير أن هذا البرنامج يعرف تأخرا كبيرا في تحقيق أهدافه كما لم يتم تقييم أو توضيح درجة التقدم التي وصل إليها عكس تونس والمغرب اللتان تبنتا ومنذ الاستقلال استراتيجيات طموحة وفعالة في النهوض بالقطاع السياحي وجعله من أولويات العمل لإدراكها بأهمية السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية

10 - لا يزال المجتمع الجزائري منغلقا سياحيا بعيدا عن ثقافة خدمة الغير، حيث أوضح مؤشر الانفتاح على السياحة والسفر الصادرة عن المنتدى الاقتصادي الإسلامي ضمن مؤشر التنافسية العالمية لقطاع السياحة والسفر لسنة 2015 أن الجزائر وجدت في المرتبة 137 بعيدة كل البعد عن المغرب التي احتلت المرتبة 94 وهذا دليل على أن الشعوب الجزائرية بعيدة عن الثقافة السياحية.

11 - غياب واضح لسياسة الترويج والتسويق السياحي داخليا وخارجيا، إضافة إلى العجز في وسائل الإعلام والاتصال نتج عنه مشكل خاص بترويج الصورة السياحية للجزائر.

12 - إهمال دور القطاع الخاص في الجزائر بالرغم من أهميته باعتباره القطاع الأكثر حيوية وديناميكية والذي يعاني من العديد من المشاكل وخاصة عدم التنسيق بين القطاع العام والخاص.

ثالثا- التوصيات:

- انطلاقا من النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذا البحث يمكن الخروج بجملة من التوصيات والاقتراحات العملية للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر وترقيته.
- 1 -**تحسين جودة الخدمات المقدمة والمتعلقة بالسياحة مثل الفنادق والطرق ووسائل النقل والمواصلات من أجل تقديم خدمات سياحية على المستوى العالمي، وينبغي في هذا المجال سن القوانين واللوائح الرامية إلى مراقبة جودة الخدمات المقدمة للسياح.
 - 2 -**توفير المناخ الملائم للاستثمار في الجزائر بشكل واضح، وخاصة المناخ الاستثماري السياحي والذي يعتمد بشكل أساسي على الاستقرار السياسي والأمني، وكذا التحفيزات والتسهيلات والإعفاءات الجمركية التي تقدمها الدولة من أجل جذب الاستثمارات السياحية.
 - 3 -**ضرورة إنشاء المزيد من مراكز التكوين المتخصصة في العمالة في القطاع السياحي وهذا بفتح تخصصات تتماشى ومتطلبات القطاع السياحي مما يساهم في تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة.
 - 4 -**نشر ثقافة سياحية لدى أفراد المجتمع وضرورة التأكيد بأهمية السياحة، وكذا الاهتمام بالاستثمار في رأس المال البشري والحرص على تكوينه وتدريبه وكذا تشجيع السياحة الداخلية.
 - 5 -**العمل على تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر خاصة في هذا القطاع وذلك بتخطي الصعوبات وتفعيل الإجراءات المتخذة لدعم وترقية القطاع السياحي.
 - 6 -**الاهتمام بحماية البيئة الطبيعية وتنميتها من خلال التنسيق بين وزارتي السياحة والبيئة من أجل الحفاظ على الموروث الحضاري والثقافي.
 - 7 -**ضرورة إبرام اتفاقيات وشراكات مع المؤسسات عبر العالم من اجل الترويج للسياحة الجزائرية، لكي تصبح وجهة الجزائر تنافسية على المستوى الدولي.
 - 8 -**دعم التسويق والتعريف أكثر بالجزائر كوجهة سياحية عبر مختلف وسائل الإعلام كالجرائد والتلفاز والانترنت وذلك باختيار عناصر ذات كفاءة وقوى بشرية متخصصة ومدربة.
 - 9 -**الاستغلال الأمثل للموارد التكنولوجية كمواقع التواصل الاجتماعي ما يساهم في إظهار المنتج السياحي وتحسين جودته.

- 10** - العمل على الاستفادة من تجارب الدول التي استطاعت أن تنمي قطاعها السياحي وتصبح من أهم الوجهات السياحية العالمية ومن أهمها تجربة كل من تونس والمغرب لما تمتلكانه من مقومات طبيعية وحضارية وثقافية مشتركة.
- 11** - إنشاء بنوك متخصصة لتمويل الاستثمار السياحي لانه يعاني نقص التمويل.
- 12** - الاعتراف أكثر بالقطاع الخاص وتدعيم مشاركته في التنمية السياحية من خلال سن قوانين وتشريعات تساعد على جذب الاستثمارات
- 13** - إزالة العراقيل والتخفيف من الإجراءات الادارية التي يتطلبها الاستثمار السياحي.
- 14** - الاهتمام بتنوع المنتج السياحي يساعد على مزيد من الترويج السياحي، خاصة وأن الجزائر تمتلك مقومات عديدة ومتنوعة وهذا من خلال الاهتمام بأنواع السياحة الأخرى.
- 15** - ضرورة احترام البرامج التي جاء بها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية باعتباره بداية فعلية للنهوض بالقطاع السياحي وترقيته وكذا الاستمرار في التطبيق الفعلي والحقيقي للمشاريع السياحية وفق المقاييس العالمية.
- 16** - المحافظة على سمعة الجزائر كوجهة سياحية وذلك بتوفير الأمن باعتباره من القطاعات الحساسة.
- 17** - تشجيع السياحة البينية بين الدول العربية، وذلك بتسهيل إجراءات الحصول على تأشيرات الدخول ورفع الحواجز الحدودية من اجل تنشيط السياحة العربية.
- 18** - مرافقة أصحاب المشاريع وتقديم ضمانات من القطاع العام من اجل دعم القطاع الخاص في مجال السياحة.

رابعا- آفاق البحث: يمكن اقتراح بعض المواضيع لكي تشكل إشكاليات بحث في المستقبل

- 1 - مقومات وتحديات الاستثمار السياحي في دول المغرب العربي
- 2 - دور النفقات العمومية في تطوير وترقية السياحة في دول شمال إفريقيا
- 3 - القطاع الخاص ودوره في التنمية السياحية
- 4 - ترقية القطاع السياحي كبديل استراتيجي لاستغلال الثروة النفطية من اجل تحقيق تنمية مستدامة في

الجزائر

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

I. باللغة العربية:

- الكتب:

- 01 - القرآن الكريم، سورة التوبة، الآية رقم 2.
- 02 - إبراهيم بظاظو، السياحة البيئية وأسس استدامتها، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 03 - إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعلم السياحية، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009
- 04 - أسامة صبحي الفاعوري، الجغرافيا السياحية بين النظرية والتطبيق، بدون طبعة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- 05 - أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي، طبعة اولى، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 2008.
- 06 - أحمد فوزي ملوخية، اقتصاديات السياحة، مكتبة بستان المعرفة للطباعة والنشر، الاسكندرية، 2005.
- 07 - أميرة حسب الله محمد ، محددات الاستثمار الاجنبي المباشر وغير المباشر ، البيئة الاقتصادية العربية-دراسة مقارنة (تركيا، كوريا الجنوبية، مصر)، الدار الجامعية، مصر، 2005.
- 08 - الحرازي محمد علي عوض، الدور الاقتصادي للمناطق الحرة في جذب الاستثمارات (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، مصر 2007.
- 09 - الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1989.
- 10 - حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، بدون طبعة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009
- 11 - حميد الطائي، أصول صناعة السياحة، الطبعة 1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
- 12 - حيدر الهاشمي، تدوير الأصول العربية المستثمرة خارج المنطقة العربية، المعهد العربي للتخطيط الاقتصادي، الكويت، 1990.
- 13 - خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، دار وائل، عمان، ط2، 2003.
- 14 - خالد مقابلة وعلاء السراقي، التسويق السياحي الحديث، سلسلة السياحة والفنادق، دار وائل، عمان، 2000.

- 15 - خربوطلي صلاح الدين، الاقتصاد السياحي، المعهد المتوسط السياحي والفندقي، دمشق، بدون سنة نشر.
- 16 - خليف فليح، اقتصاديات الوطن العربي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- 17 - جبل برتان، الاستثمار الدولي، ترجمة علي مقلد وعلي زيعور، منشورات عويدات، لبنان 1981
- 18 - دريد محمود السامرائي، الاستثمار الأجنبي والضمانات القانونية، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2006.
- 19 - دلال عبد الهادي، اقتصاديات صناعة السياحة، الفتح للطباعة والنشر، الاسكندرية، 2006
- 20 - رضا عبد السلام، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في عصر العولمة، دراسة مقارنة لتجارب كل من شرق وجنوب شرق آسيا مع التطبيق على مصر، المكتبة العصرية، مصر، 2007.
- 21 - زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، طبعة أولى، دار الياقوت للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008
- 22 - سراب الياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة، عمان، 2002.
- 23 - سماح أحمد فاضل، المشروعات العربية المشتركة ودورها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي، مكتبة الوفاء القانونية، الاسكندرية، 2010.
- 24 - سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، دار الرضا، عمان، ط1، 2001
- 25 - صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر، دار حازم للطباعة والنشر، دمشق، ط1، 2002.
- 26 - صلاح الدين عبد الوهاب، نظرية السياحة الدولية، دار الهناء للطباعة والنشر، مصر، 1992
- 27 - طارق عبد العالي حماد، الاندماج وخصخصة البنوك، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2001
- 28 - عبد الرزاق الرحاحلة، زاهد محمد ديري، ادارة الأعمال الدولية، الطبعة الأولى، مكتب المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 29 - عبد الرزاق حمد حسين الجبهوي، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في التنمية الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- 30 - عبد السلام أبو قحف، مقدمة في ادارة الأعمال الدولية، ط1، مكتبة الاشعاع للنشر، القاهرة 1998.
- 31 - عبد السلام أبو قحف، اقتصاديات الادارة والاستثمار، منشورات الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 1993.
- 32 - عبد السلام أبو قحف، التسويق الدولي، بدون رقم الطبعة، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007.

- 33 - عبد السلام أبو قحف، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية المباشرة، بدون رقم الطبعة، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2001.
- 34 - عبد الكريم كاكي، الاستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية، الطبعة الأولى، مكتبة حسن العصرية، لبنان، 2013.
- 35 - عبد المجيد قدي، المدخل إلى السياسات الاقتصادية الكلية (دراسة تحليلية تقييمية)، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
- 36 - عصام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، دار الراية، عمان، ط1، 2010.
- 37 - علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، مدخل صناعة السياحة والضيافة، طبعة أولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 38 - عمر هاشم محمد صدقة، ضمانات الاستثمارات الأجنبية في القانون الدولي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008.
- 39 - عمرو محي الدين، التخلف والتنمية، دار النهضة العربية، بيروت، 1973.
- 40 - غادة صالح، اقتصاديات السياحة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، ط1، 2008.
- 41 - غميض سالم، الجوانب القانونية للمشروعات المشتركة، منشورات كلية المحاسبة بخيان، 2000.
- 42 - فؤادة عبد المنعم البكري، التسويق السياحي وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
- 43 - فليح حسن خلف، التمويل الدولي، بدون رقم الطبعة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- 44 - كواش خالد، السياحة، مفهوما، أركانها وأنواعها، طبعة أولى، دار التنوير، الجزائر، 2007.
- 45 - لمياء حنفي، مقدمة عن شركات السياحة ووكالات السفر، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الاسكندرية، ط1، 2011.
- 46 - ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، عمان، 1996.
- 47 - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، بدون طبعة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، بدون سنة نشر.
- 48 - مثنى طه الحوري، اقتصاديات السفر و السياحة، طبعة اولى، دار الوراق، عمان، 2013.
- 49 - محمد ابراهيم العراقي، فاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية، دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الاسكندرية، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، الاسكندرية، مصر.

- 50 - محمد البناء، اقتصاديات السياحة والفندقة، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2009
- 51 - محمد الهادي لعروق، أطلس العالم الجزائر، عين مليلة، دار الهدى، بدون سنة نشر.
- 52 - محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعارف، الاسكندرية، 1992.
- 53 - محمد صبحي، القرارات المالية الإستراتيجية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- 54 - محمد صبحي عبد الحكيم، حمدي أحمد الديب، جغرافيا السياحة، طبعة 2، المكتبة الانجلو
مصرية، القاهرة، 2001.
- 55 - محمد عبد العزيز عبد الله عبد، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الاسلامية في ضوء الاقتصاد
الاسلامي، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- 56 - محمد عبيدات، التسويق السياحي (مدخل سلوكي) طبعة ثالثة، دار وائل للنشر
والتوزيع، عمان، 2008.
- 57 - محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002.
- 58 - محمود كامل، السياحة الحديثة، الهيئة المصرية للكتاب، مصر، 1975.
- 59 - مصطفى يوسف كافي وآخرون، مبادئ في السياحة، طبعة أولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر
والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 60 - منال شوقي عبد المعطي أحمد، دراسة في مدخل علم السياحة، طبعة أولى، دار الوفاء للطباعة
والنشر، الإسكندرية، مصر، 2010.
- 61 - ناجي التوني، دور وآفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الوطن العربي، معهد
التخطيط، الكويت، 2002.
- 62 - نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة مجموعة الدراسات السياحية، مؤسسة الثقافة
الجامعية، الاسكندرية، بدون سنة نشر.
- 63 - نعيم الظاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، طبعة ثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،
2007.
- 64 - نزية عبد المقصود مبروك، الآثار الاقتصادية الاستثمارات الأجنبية، الطبعة الأولى دار الفكر
الجامعي، الاسكندرية، 2007.
- 65 - نوزاد عبد الرحمان الهيبي، منجد عبد اللطيف الخشالي، مقدمة في المالية الدولية، الطبعة الأولى،
دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 66 - نهي براهيم خليل، السياحة في الدول الاسلامية في ظل الظروف المعاصرة، بدون طبعة، مؤسسة
شباب الجامعة، الاسكندرية، مصر، 2013.

- 67 - هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، طبعة أولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 68 - هناء عبد القادر، الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الدولية، بدون سنة نشر، بغداد 2002.
- 69 - وزارة تهيئة الأقليم البيئية والسياحة، الكتاب رقم 02، المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، جانفي 2008
- 70 - يسري أحمد عبد الرحمان، الاقتصاديات الدولية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2001.
- أطروحات و مذكرات:
- 71 بن عبد العزيز فطيمة، فعالية الاستثمار الأجنبي المباشر وآثاره على اقتصاديات الدول النامية (حالة الجزائر)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005
- 72 دواح بلقاسم، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تعزيز الجهود التنموية في الدول النامية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، فرع تسيير، جامعة الجزائر 3، 2010.
- 73 كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2003/2004.
- 74 عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009-2010.
- 75 عشي صليحة، الاداء و الاثر الاقتصادي و الاجتماعي للسياحة في الجزائر، تونس، المغرب، اطروحة دكتوراه علوم، تخصص اقتصادا لتنمية، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2010-2011.
- 76 - عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، أطروحة دكتوراه، علوم اقتصادية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012/2013.
- 77 - موفق علي، أهمية الاستثمارات السياحية ودورها في التنمية الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشور، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2012

- 78 - الحاج مسعود خديجة، دور الاقتصاديات السياحية في تحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2011
- 79 - العايب أحسن، دور الترويج في تسويق الخدمات الفندقية دراسة حالة فندق السيوس الدولي، مذكرة ماجستير تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سكيكدة، الجزائر، 2009/2008
- 80 - بليل فدوي، دور التحفيزات الجبائية في جلب الاستثمار السياحي في الجزائر في الفترة 2000-2010، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، 2012.
- 81 - بن داود هبية، واقع وآفاق تدفق الاستثمار الأجنبي المباشر في دول شمال افريقيا خلال الفترة (1995-2004) مع التركيز على الجزائر، مصر، المغرب، تونس، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2004-2005.
- 82 - بيوض محمد العيد، تقييم أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الاقتصاديات المغاربية، دراسة مقارنة، تونس، الجزائر، المغرب، رسالة ماجستير في اطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2011.
- 83 - ثروت عبد السلام غطاس، التكامل الاقتصادي بين النظرية وإمكانية التطبيق على مجموعة الدول العربية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة الاسكندرية، 2005.
- 84 - حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف الجزائر، 2011/2012.
- 85 - حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص مالية وبنوك، جامعة بليدة، 2006.
- 86 - جلطي غالم، ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات، بين التطلعات المستقبلية وعقبات الواقع، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000.
- 87 - داود خيرة، أثر الاستثمار الأجنبي المباشر على التشغيل في الدول العربية، (دراسة حالة الجزائر)، رسالة ماجستير في علوم التسيير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، الجزائر، 2009-2010.

- 88 - عباس أميرة، دراسة قياسية لتأثير الاستثمار الأجنبي المباشر على مستوى التشغيل في الجزائر (1974-2007)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2010-2011
- 89 - زرقين سورية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في تمويل التنمية الاقتصادية للدول النامية، دراسة حالة الجزائر (1999-2006)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008.
- 90 - زهير بوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2011/2012.
- 91 - زباني عوني بومدين، مكانة السياحة في ظل المعطيات الاقتصادية العالمية الجديدة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2000.
- 92 - مسكين عبدالحفيظ، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر، حلو الديوان الوطني للسياحة، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2010.
- 93 - سحنون فاروق، قياس أثر بعض المؤشرات الكمية للاقتصاد الكلي على الاستثمار الأجنبي المباشر، مذكرة تدخل متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2009-2010.
- 94 - عشي صليحة، الأثار التنموية للسياحة - دراسة مقارنة بين الجزائر تونس والمغرب، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2004/2005.
- 95 - هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها، رسالة ماجستير، تخصص نقود مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005/2006.

-المقالات

• الملتقيات و التقارير:

- 96 - بن الشيخ بوبكر الصديق، المنتج السياحي في الجزائر: بين جاذبية المقومات السياحية وضعف الخدمات المكتملة، المؤتمر العلمي الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة، دراسة تجارب بعض الدول، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة بليدة، 2012/04/25-24.

- 97 - بن زعبيط وهيبية، أهمية التسويق في تنشيط القطاع السياحي، المؤتمر الدولي حول الاقتصاد السياحي والتنمية المستدامة، جامعة بسكرة، الجزائر، 1019 مارس 2010.
- 98 - بن طلحة صليحة وحمداني موسى، الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق تنمية المستدامة، الملتقى الدولي الثاني حول الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق تنمية مستدامة، المركز الجامعي بتيبازة، 26-27/11/2014.
- 99 - بوفاس الشريف، بن خديجة منصف، ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات، الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة الشريف مساعدي، سوق أهراس، 22-23/04/2014.
- 100 - هوشاك نجية، حدو رابع، أثر الإطار التشريعي للاستثمار السياحي في الجزائر على الاستثمار السياحي الخاص، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في التنمية السياحية، جامعة البويرة، الجزائر، 27-28/09/2015.
- 101 - بودلال علي، الصناعة السياحية المستدامة في الجزائر كأحد شروط تأهيل الاقتصاد الجزائري للاندماج في الاقتصاد العالمي، الملتقى الدولي حول الاستثمار السياحي ودوره في التنمية المستدامة، المركز الجامعي بتيبازة، 26-27/11/2014.
- 102 - خالد قاشي وحجال السعيد، دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في التنمية السياحية، جامعة العقيد آكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 27-28/سبتمبر 2015.
- 103 - رحالية بلال، بوفاس الشريف، مقومات وتحديات الاستثمار السياحي في مدينة سوق اهراس الواقع والتحديات، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، جامعة البويرة، الجزائر، 27-28/09/2015.
- 104 - زايد مراد، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني، حالة الجزائر، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة الجزائر، 10109، مارس 2010.
- 105 - صالح فلاح، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الاقتصادي الجزائري في الاقتصاد العالمي، الملتقى الدولي حول "تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد الحاج لخضر، باتنة، 26-27/04/2003.
- 106 - طالب دليلة وهراني عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة، نحو تنمية سياحة مستدامة، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي البويرة، 11-12 ماي.

- 107 - عليان فتحي، نوري شيراز، جهود ترقية المنتج السياحي ضمن المخطط السياحي للتهيئة (SDAT2030)، الملتقى الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، جامعة آكلي محمد أولحاج، البويرة، الجزائر، 27-28/09/2015.
- 108 - عماد غزاري ونسيمة بن يحيى، دور السياحة في تحقيق النمو الاقتصادي المستدام، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، جامعة آكلي محمد أولحاج، البويرة، الجزائر، 27-28/09/2015.
- 109 - عماري عمار، التكامل العربي معوقاته وسبل تحقيقه، أعمال المؤتمر العلمي السابع للجمعية العربية للبحوث الاقتصادية، القاهرة، 28-30 ماي 2005
- 110 - فاسي فاطمة الزهراء، شرفاوي عائشة، إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر آفاق 2025، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، جامعة آكلي محمد أولحاج، البويرة، الجزائر، 27-28/09/2015.
- 111 - محمد يدو و سمية بخاري، الاستثمارات السياحية كمحرك للتنمية السياحية المستدامة، الملتقى الدولي الثاني حول الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي بتيبازة، 26-27/11/2014.
- 112 - محمود صالح المنصوري، ورقة بحثية بعنوان: الاستثمار الأجنبي المباشر، ماذا يجب على الدول المتقدمة أن تفعل؟ وماذا يجب على الدول النامية أن تفعل؟، كلية الاقتصاد، جامعة قار يونس، ليبيا، 2006.
- 113 - مختار عيواج، الطاهر مساعدي، نحو صناعة سياحية متطورة مستدامة، مسؤولية وتنافسية وفق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، جامعة آكلي محمد أولحاج، البويرة، الجزائر، 27-28/09/2015
- 114 - وعيل ميلود وسيتي ذهبية، فرص ومعوقات الاستثمار السياحي في الجزائر، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، جامعة البويرة، الجزائر، 27-28/09/2015
- 115 - مهديد فاطمة الزهراء، بايزيد علي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية المستدامة، الملتقى الوطني الرابع حول القطاع الخاص ودوره في تنمية قطاع السياحة، جامعة آكلي محمد أولحاج، البويرة، الجزائر، 27-28/09/2015.
- 116 - الهيئة العليا للسياحة، المملكة العربية السعودية، دور السياحة في تنمية التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية: رؤية مقترحة لتنمية التعاون في المجال السياحي، ورقة الهيئة العليا للسياحة، المنتدى الأول للسياحة في البلدان الإسلامية، المملكة العربية السعودية، جدة، 18-20/10/1428هـ

- 117 - السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنطقة المؤتمر الإسلامي: الآفاق والتحديات، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية، 2006.
- 118 - يعقوب علي جانقي، علم الدين عبد الله بانقا، تقييم تجربة السودان في استقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر وانعكاسها على الوضع الاقتصادي مؤتمر الاستثمار والتمويل، تحت عنوان (الاستثمار الأجنبي المباشر FDI)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، شرم الشيخ، 18-21 كانون الأول، 2005-2006 - الأمم المتحدة، المجلس الاقتصادي والاجتماعي، تنمية السياحة المستدامة، 2001
- الجرائد و المجالات:
- 119 - الجريدة الرسمية، العدد رقم 47، الصادر بتاريخ 22 أوت 2001، الأمر رقم 03-01 من القانون رقم 01-10
- 120 - أحمد زكريا صيام، آليات جذب الاستثمارات الخارجية إلى الدول العربية في ظل العولمة (الأردن كنموذج)، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف، العدد الثالث، ديسمبر 2005
- 121 - بلالطة مبارك، كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر
- 122 - حسان خضر، الاستثمار الأجنبي المباشر، مجلة جسر التنمية، العدد 11، سبتمبر 2004
- 123 - رحال علي، عامر عيساني، التنمية السياحية المستدامة: دراسة مقارنة الجزائر، تونس، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة الجزائر، العدد 01، 2012
- 124 - روبرت ماير وآخرون، المشروعات المشتركة في البلدان النامية، مجلة التمويل والتنمية، مارس 1997
- 125 - زيدان محمد، الاستثمار الأجنبي المباشر في البلدان التي تمر بمرحلة انتقال، نظرة تحليلية للمكاسب والمخاطر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف، العدد الأول، 2004
- 126 - سالم حميد سالم، طارق سليمان، الأصالة التفاعلية بين السياحة والبيئة المستدامة، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، مجلد 1، العدد 2، 2009

- 127 - سيد فتحي أحمد الخوالي، تخطيط وتنمية السياحة المستدامة في الدول العربية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، م14، العدد01، 2000
- 128 - شبوطي حكيم، الدور الاقتصادي للسياحة مع الاشارة لحالة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد05، جامعة المدية، الجزائر، جويلية 2011
- 129 - كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاد شمال افريقيا، العدد الأول، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر
- 130 - صبري عبد السميع، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، مجلة جغرافيا المغرب، المنظمة العربية للتنمية الادارية 02، مصر، 2006
- 131 - هوارى معراج، محمد سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، العدد01، جامعة ورقلة، 2004
- 132 - يحي سعيدي، سليم العمراوي، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد36، بدون بلد نشر، 2013
- 133 - يوسف سعادوي، تسيير مخاطر الاستثمار الاجنبي المباشر مع اشارة لحالات بعض الدول العربية، ابحاث اقتصادية وادارية، العدد الثالث، جوان 2008

-المواقع:

- 134- Definition de l'inverstissement direct étranger, site de banque de France :www.banque-France.fr
- 135 - كورتل فريد، عبد الكريم بن عراب، أشكال ومحددات الاستثمار الأجنبي المباشر مع الاشارة لواقعه بالدول العربية وبعض البلدان النامية عن الموقع:
<http://WWW.Philadelphia.edu.Jo/arabic/adfin/research1/400doc>
- 136 - خليف مصطفى غرايبة، السياحة البيئية، دار ناشري للنشر الإلكتروني، 2012، ص ص 109-110 على الموقع www.nashiri.net

- 137 - مناخ وحوافز الاستثمار في الدول العربية،ص 04 على الموقع
www.patdq.com/16.html
- 138 - <http://www.wikipedia.org>
- 139 - موقع الجزائر الجغرافي وأهميته في العالم نقلا عن
 الموقع: <httpm://achourzian,yoo.com/t355-topic>
- 140 - الديوان الوطني للسياحة الجزائري،ص 03، نقلا عن الموقع: <http://ont.dz/wp-content/uploads/hoggar>
- 141 - الديوان الوطني للسياحة الجزائري،الخطائر الوطنية نقلا عن
 الموقع: <http://ont.dz/decouvrir-lalgerie/parcs-nationaux/>
- 142 - وزارة السياحة والصناعات التقليدية <http://www.ons.dz.them-sta.htm>
- 143- [http://www.ons.dz/them-sta.htm\(28/03/2015\)-](http://www.ons.dz/them-sta.htm(28/03/2015)-) Ministre
 de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme
- 144 - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار،قطاع النقل نقلا عن الموقع
 الإلكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/or/secteur.de.transport>
- 145 - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار،قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال نقلا عن الموقع
 الإلكتروني: <http://www.andi.dz/index.php/or/>
- 146 - وزارة السياحة التونسية نقلا عن
 الموقع: [http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin /medias/doc](http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/medias/doc/tourisme-chiffres9.pdf)
 tourisme-chiffres9.pdf
- 147 - الجمهورية التونسية،وزارة الثقافة والمحافظة على التراث،وكالة احياء التراث والتنمية الثقافية عن
 الموقع: <http://www.patrimoin de tunisie.com .tn>
- 148- agence financier touristique, secteur touristique en tunisie,indicateur touristique1990-2008,
<http://www.aft.nat.tn/fr/tourisme-indicateur-tunisie.ph>
- 149- Institut national de la statistique-tunisie,rapport annuel sur les indicateur d'infrastructure 2014 :
<http://ins.nat.tn/index fr.php>
- 150 - الخطوط التونسية نقلا عن الموقع: <http://www.tunisair.com.tn>

- 151 - وكيبيديا الموسوعة الحرة، نقلا عن الموقع: <http://ar.wikipedia.org>
- 152 - جبال المغرب، ثلوج للرياضات الشتوية، نقلا عن الموقع: www.safari.com/forums/safari
- 153 - أصعب 10 سباقات في العالم، نقلا عن الموقع: actionna.net/articles/4096
- 154- <http://www.fndf.ma/statistique>
- 155- <http://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffre>
- 156 - المملكة المغربية، وزارة السياحة، السياحة في الأرقام، نقلا عن الموقع: <http://tourisme.gov.ma/ar>
- 157 - الوكالة العقارية السياحية، السياحة في تونس، آفاق القطاع السياحي في تونس والتحديات المراد رفعها، نقلا عن الموقع: <http://www.aft-nat-tn/ar/tourisme-prespecteves-defs-tunisie.php>
- 158- Royaume du maroc, ministre du tourisme, vision2020 en berg, <http://tourisme.gov.ma/fr/vision-2020/vision-2020-en-bref>.
- 159 - الديوان الوطني للإحصاءات نقلا عن الموقع: <http://ons.dz>
- 160 - فيصل شياد ، تنمية السياحة العربية البيئية : العقبات و الحلول نقل عن الموقع الإلكتروني <http://www.exssr.com/ecssr/ecssr...pro-en/.../rua 06-048>

II- باللغة الاجنبية:

- 161- Alain Mesphier , pierre bloc, duraffour, tourisme dans le monde, 6eme édition , bréal, paris, 2005
- 162- Belcaceem hadar, role socio-economique du tourisme en algerie, edition EWAP/EWAL/OPU , alger, 1988
- 163- Bernard Hugonnier, Investissement Directs Coopération International et firmes multi nationales, Sans édition, Economica, France, 1994
- 164- Fredirico neto, sustainable tourisme, environmenital protection and naturel ressource managment paradise on earth? international colloquim on regional governance and

sustainable development in tourism, driven economic, miscico, 20/22 february, 2002

165- Gerrard tocquer, michel zins, marketing touristique, France édition, aska , 1994

166- Henrie, aime pastel, la question du tourisme, édition des ormeaux, 1986

167- Jean stafford, développement et tourisme au maroc ,montréal, harmattan inc, 1996

168- Raymond Bertrand, économie financière international, Edition PUF paris, 1971

169- Sounh manivong, souascgy sipaseuth, environmental impacts of trade liberalisation in the tourism sector, commissioned for the rapid trade and environnement assessment project ,decembre, 2007

170- -Jean cherles, briquet laugier, le tourisme durable dans les pays méditerranéens, état des lieux et nouveaux cadre d'analyse, communication pour le 5eme colloque international « energies changement climatiques et développement durable hammat tunisie- 15/17 juin 2009

171- OCDE, définition de référence détaillées des investissements internationaux, paris, 1983

172- TTI.country reports tunisia, 2008
Office national du tourisme tunisien, tendance actuel des politiques de tourisme durable en tunisie, direction de etudes, bruxelles, 21 juin 2012
FMI 2009, indicateurs économiques et financier de l'algerie « ambassade de France en algerie-mission économique ,01/02/2009

173- UNEP and UNWTO, making tourisme more sustainable, a guide for policy makers, 2005

