

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية



أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم

تخصص: علوم إقتصادية

قياس محددات تدفق الصادرات السياحية باستخدام نموذج الجاذبية

- دراسة حالة الجزائر وتونس -

من إعداد:

بودية فاطمة

المناقشة بتاريخ 2018/03/07 من طرف اللجنة المكونة من:

رئيساً	جامعة الشلف	أستاذ	أ.د. راتول محمد
مقررأ	جامعة الشلف	أستاذ	أ.د. البشير عبد الكريم.
مقررأ مساعداً	جامعة الشلف	أستاذ	أ.د. بن نافلة قدور
ممتحنأ	جامعة الشلف	أستاذ	أ.د. مزريق عاشور
ممتحنأ	جامعة مستغانم	أستاذ	أ.د. عشوي نصر الدين
ممتحنأ	جامعة خميس مليانة	أستاذ	أ.د. بن عناية جلول
ممتحنأ	جامعة الجزائر -3-	أستاذ	أ.د. هدير عبد القادر

السنة الجامعية 2017-2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أقوال مأثورة

قال العماد الأصفهاني:

«إني رأيت لا يكتب أحد كتابه في يومه إلا قال في تحفه لو غير هذا لكان أحسن، ولو زيد هذا لكان يستحسن، ولو قدم هذا لكان أفضل، ولو ترك هذا لكان أجمل. وهذا من أعظم العبر وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر».

وقال أحدهم:

«إن التأليف على سبعة أقسام: شيء لم يسبقك إليه آخر فتخترعه، أو ناقص فتتممه، أو شيء مخلق فتشرحه، أو شيء طويل فتختصره دون أن تخل بشيء من معانيه، أو شيء متفرق فتجمعه، أو شيء مختلط فتترتبه، أو شيء فيه أخطاء مصنفة فتصلحها».

لعل هذا العمل يكون أقرب ولو قليلاً من أحد هذه الأقسام.

شكر وتقدير

الحمد لله ربّ العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيّدنا ونبيّنا
محّمّد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين وبعد:
بداية، أحمّد الله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه وأشكره على نعمه الظاهرة
والباطنة، بعد أن أكرمني سبحانه وتعالى وأعانني على إنجاز هذا العمل.
ثم أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور البشير عبد
الكريم والأستاذ الدكتور بن نافلة قدور على توجيههما ومتابعتما المستمرة
لاستكمال هذا العمل.

كما أتوجه بالشكر إلى السادة أعضاء لجنة المناقشة على ما بذلوه من جهد
ووقت في قراءة هذا العمل وتقويمه.

والشكر موصول أيضاً إلى وزارة السياحة والصناعات التقليدية بالجزائر
والديوان الوطني التونسي للسياحة والمعهد الوطني التونسي للأصناف
لتزويدي بالمعلومات اللازمة لاستكمال هذا العمل.

إلى كل هؤلاء وكل من ساعدني وقدم لي النصع والإرشاد لإتمام هذا
العمل، ولم تسعفن ذاكرتي لذكر أسماءهم، أتقدم بالشكر الجزيل.

بودية فاطمة

Boudia Fatma

إهداء

بعد الثناء على الله سبحانه وتعالى صاحب الفضل والمنه، أهدي هذا العمل:
* إلى الوالدين الكريمين وأخص بالذكر أمي أمّ الله في عمرها ورحمها
في الدنيا والآخرة، إذ كان لها كل الفضل بعد فضل الله في هذا النجاح.
* إلى شقيقتي اللواتي أكن لهما كل الحب والتقدير من أكبرهن إلى
أصغرهن، دون أن أنسى زوجة أخي.
* إلى شقيقتي ميسوم ومحمد رحمهم الله واسكنه فسيح جنانه.
* إلى جميع أساتذتي الأفاضل.
* إلى جميع الزملاء من اساتذة واداريين بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير بجامعة الشلف.
* إلى كل القلوب الصافية التي واكبت جهدي المتواضع لهم جميعاً حبي
وتقديري.

بودية فاطمة

Boudia Fatma

قياس محددات تدفق الصادرات السياحية باستخدام نموذج الجاذبية

- دراسة حالة الجزائر وتونس -

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أهم العوامل المؤثرة في تدفق الصادرات السياحية إلى الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية خلال الفترة الواقعة بين (2000-2015). ولتحقيق ذلك تم إستعمال بيانات عن 31 دولة من أربعة مناطق أساسية يتوافد منها السياح، تتمثل في منطقة أوروبا تضم 12 دولة، المنطقة العربية التي تضم دول الشرق الأوسط والدول المغاربية بحجم 14 دولة، منطقة أمريكا، آسيا وأقيانوسيا تضم 5 دول. وتضمن نموذج الجاذبية المقترح مجموعتين من المتغيرات المستقلة. تشمل الأولى عوامل المتعلقة بالطلب على الخدمات السياحية في دولة المصدر، بينما تتضمن الثانية العوامل المتعلقة بالقدرة على العرض بدولة المقصد تلبية لهذا الطلب.

أظهرت نتائج تقدير نموذج الجاذبية في حالة الجزائر بالنسبة لدول الدراسة مجتمعة، أن الدخل الفردي وحجم السكان في الدول المصدرة للسياح، إلى جانب عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر، كان لها أثر إيجابي في زيادة الأفواج السياحية. والأمر ينطبق كذلك على المتغيرات الوهمية الممثلة في التاريخ الإستعماري والحدود المشتركة، في حين أنّ للمسافة أثر معنوي سلبي على التدفقات السياحية إلى الجزائر، وهذه النتائج تتفق مع النظرية الاقتصادية و الدراسات التطبيقية السابقة، وقد أظهرت النتائج كذلك عدم معنوية تأثير كل من البنية التحتية للسياحة، السعر النسبي للسياحة وسعر الصرف الحقيقي للدينار الجزائري مقابل عملات دول الدراسة، اللغة، الأزمات الداخلية والخارجية، ويعود ذلك إلى أنّ معظم الوافدين إلى الجزائر كان لغرض الأعمال، وهذا النوع هو أقل حساسية إتحاف متغيرات الجاذبية. أما بالنسبة للنتائج التحريية للأسواق على إنفراد لا يختلف الأمر كثيراً عن هذه النتائج.

أشارت نتائج تقدير نموذج الجاذبية في حالة تونس بالنسبة لدول الدراسة مجتمعة، أن كل المتغيرات كان لها أثر يتوافق من الإشارات المتوقعة، حيث أن الدخل الفردي وحجم السكان في الدول المصدرة للسياح، إلى جانب عدد مستخدمي الأنترنت في تونس، البنية التحتية للسياحة، ظهر لها أثر إيجابي في زيادة الأفواج السياحية إلى تونس، والأمر ينطبق كذلك على المتغيرات الوهمية الممثلة في اللغة، التاريخ الإستعماري والحدود المشتركة، في حين أنّ للمسافة والأسعار النسبية للسياحة وسعر الصرف الحقيقي للدينار التونسي مقابل عملات دول الدراسة، الأزمات الداخلية والخارجية، كان لها أثر معنوي سلبي على التدفقات السياحية إلى تونس، ويعود تفسير ذلك إلى أنّ معظم الوافدين إلى تونس كان لغرض الترفيه والإستحمام، وهذا النوع هو أكثر حساسية إتحاف متغيرات الجاذبية. أما بالنسبة للنتائج التحريية للأسواق على إنفراد لا يختلف الأمر كثيراً عن هذه النتائج.

الكلمات المفتاحية: السياحة الوافدة، الطلب السياحي، العرض السياحي، نموذج الجاذبية.

***Measuring the determinants of tourism exports flow using gravity model
– Case study of Algeria and Tunisia –***

Abstract:

This study was aimed at measuring the most important factors influencing the flow of tourism exports to Algeria and Tunisia using the gravity model during the period between (2000-2015). To achieve this, data were used for 31 countries of the four main regions from which tourists come, the region of Europe comprising 12 countries, The Arab region, which includes the Middle East countries and the Maghreb countries with a size of 14 countries, is the region of America, Asia and Oceania with 5 countries. The proposed gravity model includes two sets of independent variables. The first includes factors relating to the demand for tourism services in the State of origin, while the second includes factors relating to supply capacity in the country of destination in response to this request.

The results of the Gravity Model Estimation in the case of Algeria for the study countries combined showed that the per capita income, the size of the population in the countries exporting the tourists and the number of Internet users in Algeria had a positive effect on the increase in tourist groups. This also applies to the Dummy variables represented in colonial history And the common borders, while the distance has a negative impact on tourism flows to Algeria, and these results are consistent with the economic theory and previous applied studies. The results also showed no impact of the tourism infrastructure, the relative price of tourism and the real exchange rate of the Algerian dinar versus the currency of the study countries, language, internal and external crises, due to the fact that most of the arrivals to Algeria was for the purpose of business, this type is less sensitive to the direction of gravity variables. As for the empirical results of the individual markets, it is not very different from these results.

The results of the gravity model estimation in the case of Tunisia for the study countries combined indicated that all the variables had a corresponding effect from the expected signals, as the per capita income and population size in tourist-exporting countries, as well as the number of Internet users in Tunisia, tourism infrastructure has shown a positive impact In the increase of tourist regiments to Tunisia, as is the case for Dummy variables represented in the language, colonial history and common borders, while the distance and relative prices of tourism and the real exchange rate of the Tunisian dinar versus the currency of the study countries, internal crises and external, it has had a negative moral effect on tourist flows to Tunisia, which is explained by the fact that most of the arrivals in Tunisia were for the purpose of recreation, which is more sensitive to the trend of gravity variables. As for the empirical results of the individual markets, it is not very different from these results.

key words : *Inbound tourism, tourist demand, tourist offer, gravity model.*

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
I	فهرس المحتويات
IX	فهرس الجداول
XIII	فهرس الأشكال
XVI	فهرس الملاحق
XVIII	قائمة المختصرات
أ- ي	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري لظاهرة السياحة	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: السياحة لمححة تاريخية ومفاهيم أساسية
03	أولاً: التطور التاريخي للسياحة
03	1-1- العصور القديمة
04	2-1- العصور الوسطى
05	3-1- العصور الحديثة
06	ثانياً: مفهوم السياحة والسائح
06	1-2- مفهوم السياحة
10	2-2- مفهوم السائح
13	ثالثاً: السياحة الأنواع، الدوافع والمؤشرات
13	1-3- أنواع السياحة
15	2-3- دوافع السياحة
16	3-3- مؤشرات النمو السياحي
25	المبحث الثاني: العرض والطلب السياحي
25	أولاً: الطلب السياحي
25	1-1- التعريف والأنواع
25	1-1-1- تعريف الطلب السياحي
27	1-1-2- أنواع الطلب السياحي

28	2-1- خصائص الطلب السياحي
29	3-1- العوامل المحددة للطلب السياحي
35	ثانيا: النماذج الإحصائية المستخدمة لتفسير الاختلاف في توزيع حجم الطلب السياحي
35	1-2- النموذج الكلاسيكي
37	2-2- نماذج الانحدار الخطي
39	3-2- نماذج الجاذبية
40	ثالثا: العرض السياحي
40	1-3- التعريف والخصائص
40	1-1-3- تعريف العرض السياحي
41	2-1-3- خصائص العرض السياحي
42	2-3- مكونات العرض السياحي
43	3-3- العوامل المحددة للعرض السياحي
46	المبحث الثالث: الدور الاقتصادي للسياحة
46	أولا: دور السياحة في الدخل الوطني
46	1-1- أثر السياحة في الدخل الوطني
47	2-1- طرق احتساب الدخل السياحي
51	ثانيا: دور السياحة في ميزان المدفوعات
51	1-2- أثر السياحة في ميزان المدفوعات
53	2-2- الميزان السياحي
54	ثالثا: دور السياحة في التشغيل
54	1-3- أثر السياحة في تكوين فرص العمل
56	2-3- أنواع العمالة في القطاع السياحي
57	رابعا: أدوار اقتصادية أخرى
59	خلاصة
الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية	
61	تمهيد

62	المبحث الأول: المنظمات السياحية الدولية والعربية وأهميتها في صناعة السياحة
62	أولاً: ماهية المنظمات السياحية الدولية
62	1-1- تعريفها وشروط إنشائها
63	2-1- دواعي ظهورها وفوائدها
64	ثانياً: المنظمات السياحية على الصعيد الدولي
64	1-2- المنظمات السياحية الحكومية
67	2-2- المنظمات السياحية غير حكومية
71	ثالثاً: المنظمات السياحية على الصعيد العربي
79	المبحث الثاني: إتجاهات السياحة الدولية ومساهمتها في الاقتصاد العالمي
79	أولاً: التدفقات البشرية والنقدية للسياحة الدولية
79	1-1- التدفقات البشرية للسياحة الدولية
79	1-1-1- تطور حركة السياحة الدولية
82	1-1-2- التوزيع الجغرافي لحركة السياحة الدولية
85	1-1-3- الوجهات العشرة الأولى في حركة السياحة الدولية
86	1-1-4- الاتجاهات المستقبلية لنمو حركة السياحة الدولية حتى عام 2030
90	2-1- التدفقات النقدية للسياحة الدولية
90	1-2-1- تطور عائدات السياحة الدولية
90	2-2-1- التوزيع الجغرافي لعائدات السياحة الدولية
93	3-2-1- الوجهات العشرة الأولى في عائدات السياحة الدولية
94	ثانياً: تنافسية قطاع السياحة على المستوى العالمي
94	1-2- مفهوم ومنهجية التنافسية السياحية
95	1-1-2- مفهوم التنافسية السياحية
96	2-1-2- منهجية تصنيف تنافسية الدول
98	2-2- واقع التنافسية السياحية للدول المشاركة في منتدى دافوس سنة 2015
104	ثالثاً: مساهمة السياحة في الاقتصاد العالمي
104	1-3- مساهمة السياحة في الصادرات العالمية

105	2-3- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي
107	3-3- مساهمة السياحة في التشغيل العالمي
109	المبحث الثالث: إتجاهات السياحة العربية ومساهمتها في الاقتصاد العربي
109	أولاً: مقومات وتحديات السياحة العربية
109	1-1- مقومات السياحة العربية
113	2-1- تحديات السياحة العربية
115	ثانياً: التدفقات البشرية والنقدية للسياحة العربية
115	2-1- السياحة العربية الدولية
117	2-2- السياحة العربية البينية
119	2-3- عائدات السياحة في الدول العربية
120	ثالثاً: تنافسية قطاع السياحة على مستوى الدول العربية
129	رابعاً: مساهمة السياحة في الاقتصاد العربي
129	4-1- مساهمة السياحة في الصادرات العربية
130	4-2- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العربي
131	4-3- مساهمة السياحة في التشغيل العربي
133	خلاصة
الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس	
135	تمهيد
136	المبحث الأول: مؤشرات العرض السياحي في الجزائر وتونس
136	أولاً: مؤشرات العرض السياحي في الجزائر
136	1-1- المقومات الطبيعية
139	2-1- المقومات التاريخية والثقافية
143	3-1- المقومات المادية
143	1-3-1- قطاع الفنادق
147	2-3-1- قطاع المواصلات
150	3-3-1- قطاع الإتصالات

152	4-1- الاستثمار السياحي
154	ثانيا: مؤشرات العرض السياحي في تونس
154	1-2- المقومات الطبيعية
158	2-2- المقومات التاريخية والثقافية
163	3-2- المقومات المادية
163	1-3-2- قطاع الفنادق
166	2-3-2- قطاع المواصلات
170	3-3-2- قطاع الإتصالات
172	4-2- الاستثمار السياحي
174	المبحث الثاني: مؤشرات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس
174	أولا: مؤشرات الطلب السياحي الدولي في الجزائر
174	1-1- حركة السياحة الدولية الوافدة
174	1-1-1- التطور الإجمالي للسياح الوافدين إلى الجزائر
179	2-1-1- الأسواق المصدرة للسياح إلى الجزائر
185	2-1- الليالي السياحية لغير المقيمين
185	1-2-1- التطور الإجمالي لليالي السياحية لغير المقيمين في الجزائر
188	2-2-1- تطور الليالي السياحية حسب جنسية السياح في الجزائر
190	3-1- عائدات السياحة الدولية
192	ثانيا: مؤشرات الطلب السياحي الدولي في تونس
192	1-2- حركة السياحة الدولية الوافدة
192	1-1-2- التطور الإجمالي للسياح الوافدين إلى تونس
197	2-1-2- الأسواق المصدرة للسياح إلى تونس
205	2-2- الليالي السياحية لغير المقيمين
205	1-2-2- التطور الإجمالي لليالي السياحية لغير المقيمين في تونس
207	2-2-2- تطور الليالي السياحية حسب جنسية السياح في تونس
210	3-2- عائدات السياحة الدولية

212	المبحث الثالث: الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر وتونس
212	أولاً: الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر
212	1-1- الميزان السياحي ومساهمته في ميزان المدفوعات التجاري
216	2-1- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي
218	3-1- مساهمة السياحة في التشغيل
220	ثانياً: الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة في تونس
220	1-2- الميزان السياحي ومساهمته في ميزان المدفوعات التجاري
223	2-2- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي
224	3-2- مساهمة السياحة في التشغيل
227	خلاصة
الفصل الرابع: قياس محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية	
229	تمهيد
230	المبحث الأول: مفهوم وتطبيقات نموذج الجاذبية
230	أولاً: مفهوم نموذج الجاذبية وتطبيقاته في مجال التجارة الدولية
230	1-1- مفهوم نموذج الجاذبية في التجارة الدولية
233	2-1- التأصيل النظري لنموذج الجاذبية في التجارة الدولية
238	3-1- إستخدامات وعيوب نموذج الجاذبية
238	1-3-1- إستخدامات نموذج الجاذبية
239	2-3-1- عيوب نموذج الجاذبية
241	ثانياً: مفهوم نموذج الجاذبية وتطبيقاته في مجال السياحة
241	1-2- مفهوم نموذج الجاذبية للطلب السياحي
242	2-2- متغيرات نموذج الجاذبية للطلب السياحي
249	3-2- نموذج الجاذبية للطلب السياحي المقترح
256	ثالثاً: أسلوب تقدير نموذج الجاذبية
256	1-3- أساليب البائل لتحليل البيانات
259	2-3- المفاضلة بين أساليب بائل لتحليل البيانات

261	المبحث الثاني: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الدولي في الجزائر
261	أولا: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب السياحي في الجزائر
261	1-1- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لإجمالي عينة الدراسة
262	2-1- إختبارات تحديد النموذج الملائم
264	3-1- تحليل نتائج نموذج الآثار العشوائية
268	ثانيا: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأوروبي في الجزائر
268	1-2- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول الأوروبية
269	2-2- إختبارات تحديد النموذج الملائم
270	3-2- تحليل نتائج النموذج التجميعي
272	ثالثا: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي العربي في الجزائر
272	1-3- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول العربية
273	2-3- إختبارات تحديد النموذج الملائم
275	3-3- تحليل نتائج نموذج التأثيرات العشوائية
277	رابعا: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأمريكي، الآسيوي والأقيانوسي في الجزائر
277	1-4- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية
279	2-4- إختبارات تحديد النموذج الملائم
279	3-4- تحليل نتائج النموذج التجميعي
282	المبحث الثالث: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الدولي في تونس
282	أولا: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب السياحي في تونس
282	1-1- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لإجمالي عينة الدراسة
283	2-1- إختبارات تحديد النموذج الملائم
285	3-1- تحليل نتائج نموذج الآثار الثابتة
289	ثانيا: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأوروبي في تونس
289	1-2- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول الأوروبية
291	2-2- إختبارات تحديد النموذج الملائم
292	3-2- تحليل نتائج نموذج الآثار العشوائية

296	ثالثا: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي العربي في تونس
296	1-3- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول العربية
297	2-3- إختبارات تحديد النموذج الملائم
299	3-3- تحليل نتائج نموذج الآثار العشوائية
302	رابعا: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأمريكي، الآسيوي والأقيانوسي في تونس
302	1-4- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية
304	2-4- إختبارات تحديد النموذج الملائم
304	3-4- تحليل نتائج النموذج التجميعي
308	خلاصة
310	خاتمة
322	قائمة الملاحق
384	قائمة المراجع

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
18	حصه السوق العالمي من الطلب السياحي للسنوات 1995-2010-2020	(1-1)
19	معدل نمو أعداد السياح عالمياً حسب منطقة الجذب السياحي 1989/2000	(2-1)
20	عدد الليالي السياحية من المقيمين وغير المقيمين لدول الإتحاد الأوروبي سنة 2014	(3-1)
21	الأهمية النسبية لعناصر الإنفاق في بعض الدول المختارة	(4-1)
23	الدول العشرة الأولى في الإنفاق السياحي على المستوى العالمي سنة 2015	(5-1)
24	الدول العشرة الأولى في الإيرادات السياحية على المستوى العالمي سنة 2015	(6-1)
32	الإجازات السنوية والعطلات مدفوعة الأجر في بعض الدول الصناعية	(7-1)
33	الفئات العمرية للمسافرين في الو.م.أ	(8-1)
34	ضحايا تفجيرات بالي حسب الجنسية	(9-1)
53	حساب الاستغلال السياحي	(10-1)
85	الدول العشرة الأولى في حركة السياحة الدولية الوافدة سنتي 1990-2015	(1-2)
93	الدول العشرة الأولى في عائدات السياحة الدولية سنتي 1990-2015	(2-2)
105	مساهمة السياحة في الصادرات سنة 2015	(3-2)
105	مساهمة السياحة في الصادرات لعدد من دول العالم سنة 2015	(4-2)
106	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي سنة 2015	(5-2)
107	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لعدد من دول العالم سنة 2015	(6-2)
108	مساهمة السياحة في التشغيل سنة 2015	(7-2)
108	مساهمة السياحة في التشغيل لعدد من دول العالم سنة 2015	(8-2)
110	ترتيب مساحة الوطن العربي بالنسبة لمساحة عدد من دول العالم	(9-2)
111	عدد المواقع الأثرية في الدول العربية حسب تصنيف اليونسكو	(10-2)
112	عدد الزائرين للمتاحف والأماكن الأثرية في بعض الدول العربية لسنوات متفرقة	(11-2)
113	توزيع الطاقة الفندقية حسب فئات التصنيف الفندقي لبعض الدول العربية سنة 2015	(12-2)
116	نسبة السياح إلى عدد السكان في الدول العربية سنة 2015	(13-2)
117	السياحة العربية البيئية (عدد السياح العرب، % من الاجمالي) سنتي 2005-2014	(14-2)
121	ترتيب الدول العربية وفقاً لمؤشر تنافسية السياحة والسفر سنتي 2013-2015	(15-2)
130	مساهمة السياحة في الصادرات للدول العربية سنة 2015	(16-2)

131	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للدول العربية سنة 2015	(17-2)
132	مساهمة السياحة في التشغيل للدول العربية سنة 2015	(18-2)
139	ترتيب الجزائر في مؤشر الموارد الطبيعية سنة 2015	(1-3)
143	ترتيب الجزائر في مؤشر الموارد الثقافية وأعمال السياحة سنة 2015	(2-3)
146	توزيع طاقات الإيواء تبعاً لنوع المنتج السياحي في الجزائر للفترة (2000-2015)	(3-3)
150	ترتيب الجزائر في مؤشري البنية التحتية للنقل الجوي والنقل البري والبحري سنة 2015	(4-3)
152	ترتيب الجزائر في جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سنة 2015	(5-3)
153	تطور الإستثمار السياحي في الجزائر (مليون دولار) للفترة (2000-2015)	(6-3)
158	ترتيب تونس في مؤشر الموارد الطبيعية سنة 2015	(7-3)
163	ترتيب تونس في مؤشر الموارد الثقافية وأعمال السياحة سنة 2015	(8-3)
166	توزيع طاقات الإيواء تبعاً لنوع المنتج السياحي (سرير) في تونس ل (2000-2015)	(9-3)
170	ترتيب تونس في مؤشري البنية التحتية للنقل الجوي والنقل البري والبحري سنة 2015	(10-3)
172	ترتيب تونس في جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سنة 2015	(11-3)
173	تطور الإستثمار السياحي في تونس (مليون دولار) للفترة (2000-2015)	(12-3)
173	تطور القروض الممنوحة لقطاع السياحة التونسي (م. د. تونسي) ل (2000-2015)	(13-3)
175	التطور الإجمالي للسياح الوافدين إلى الجزائر للفترة (2000-2015)	(14-3)
177	توزيع السياح الأجانب حسب الغرض من الزيارة إلى الجزائر وفقاً للجنسية سنة 2015	(15-3)
178	توزيع السياح الوافدين حسب درجة تصنيف الفنادق في الجزائر سنة 2015	(16-3)
186	التطور الإجمالي لليالي السياحية لغير المقيمين في الجزائر للفترة (2003-2015)	(17-3)
187	توزيع الليالي السياحية لغير المقيمين حسب درجة تصنيف الفنادق في الجزائر سنة 2015	(18-3)
191	التطور الإجمالي لعائدات السياحة الدولية في الجزائر للفترة (2000-2015)	(19-3)
193	التطور الإجمالي للسياح الوافدين إلى تونس للفترة (2000-2015)	(20-3)
196	توزيع السياح الوافدين المقيمين في الفنادق حسب الوجهة السياحية في تونس سنة 2015	(21-3)
205	التطور الإجمالي لليالي السياحية لغير المقيمين في تونس للفترة (2000-2015)	(22-3)
207	توزيع الليالي السياحية لغير المقيمين حسب درجة تصنيف الفنادق في تونس سنة 2015	(23-3)
210	التطور الإجمالي لعائدات السياحة الدولية في تونس للفترة (2000-2015)	(24-3)
213	تطور ميزان السياحة في الجزائر (مليون دولار) للفترة (2000-2015)	(25-3)

214	نسبة تخفيض رصيد الميزان السياحي للفائض التجاري في الجزائر (مليون دولار) للفترة (2015-2000)	(26-3)
215	الأهمية النسبية للعائدات السياحية إلى إجمالي صادرات الجزائر للفترة (2015-2000)	(27-3)
216	تطور مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر (مليون دولار) للفترة (2015-2000)	(28-3)
218	تطور مساهمة السياحة في التشغيل في الجزائر للفترة (2015-2000)	(29-3)
220	تطور ميزان السياحة في تونس (مليون دولار) للفترة (2015-2000)	(30-3)
222	نسبة تغطية رصيد الميزان السياحي للعجز التجاري في تونس (مليون دولار) للفترة (2015-2000)	(31-3)
223	الأهمية النسبية للعائدات السياحية إلى إجمالي صادرات تونس للفترة (2015-2000)	(32-3)
223	تطور مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في تونس (مليون دولار) للفترة (2015-2000)	(33-3)
225	تطور مساهمة السياحة في التشغيل في تونس للفترة (2015-2000)	(34-3)
248	أهم المتغيرات المدرجة في نماذج الجاذبية للطلب السياحي	(1-4)
255	الإشارات المتوقعة لمعلمات النموذج	(2-4)
255	دول عينة الدراسة	(3-4)
261	الخصائص الإحصائية لمتغيرات إجمالي عينة الدراسة في الجزائر ل (2015-2000)	(4-4)
264	نتائج إختبار هوسمان	(5-4)
265	مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالآثار العشوائية لإجمالي عينة الدراسة في الجزائر للفترة (2015-2000)	(6-4)
268	الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول الأوروبية في الجزائر للفترة (2015-2000)	(7-4)
270	مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالنموذج التجميعي لعينة الدول الأوروبية في الجزائر للفترة (2015-2000)	(8-4)
272	الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول العربية في الجزائر للفترة (2015-2000)	(9-4)
275	نتائج إختبار هوسمان	(10-4)
275	مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالآثار العشوائية لعينة الدول العربية في الجزائر للفترة (2015-2000)	(11-4)
278	الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية في الجزائر للفترة (2015-2000)	(12-4)

280	مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالنموذج التجميعي لعينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية في الجزائر للفترة (2000-2015)	(13-4)
282	الخصائص الإحصائية لمتغيرات إجمالي عينة الدراسة في تونس للفترة (2000-2015)	(14-4)
285	نتائج إختبار هوسمان	(15-4)
285	مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالآثار الثابتة لإجمالي عينة الدراسة في تونس للفترة (2000-2015)	(16-4)
286	نتائج تقدير المتغيرات التي تتغير على مستوى الوحدات المقطعية فقط	(17-4)
290	الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول الأوروبية في تونس للفترة (2000-2015)	(18-4)
292	نتائج إختبار هوسمان	(19-4)
293	مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالآثار العشوائية لعينة الدول الأوروبية في تونس للفترة (2000-2015)	(20-4)
296	الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول العربية في تونس للفترة (2000-2015)	(21-4)
299	نتائج إختبار هوسمان	(22-4)
299	مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالآثار العشوائية لعينة الدول العربية في تونس للفترة (2000-2015)	(23-4)
302	الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية في تونس للفترة (2000-2015)	(24-4)
304	مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالنموذج التجميعي لعينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية في تونس للفترة (2000-2015)	(25-4)

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
09	العلاقة بين الفراغ والترفيه والسياحة	(1-1)
12	تصنيف المسافرين	(2-1)
14	معايير تقييم أنماط السياحة وأنواعها المختلفة	(3-1)
16	دوافع السياحة	(4-1)
26	رسم توضيحي للطلب السياحي	(5-1)
28	العلاقة بين أنواع الطلب السياحي	(6-1)
30	تأثير عامل الدخل في الطلب السياحي	(7-1)
31	تأثير عامل السعر في الطلب السياحي	(8-1)
36	أثر المسافة المقطوعة على مرونة الطلب السياحي	(9-1)
39	علاقة طول فترة التوقع بصحة النتائج	(10-1)
41	الخدمات المؤثرة في إشباع حاجات ورغبات السياح	(11-1)
44	تأثير عامل السعر في العرض السياحي	(12-1)
48	التدفق الدوري للدخل السياحي	(13-1)
57	آليات خلق السياحة لفرص العمل المباشرة وغير مباشرة	(14-1)
80	تطور عدد السياح الوافدين للفترة (1990-2015)	(1-2)
82	حركة السياحة والسفر حسب الغرض من الزيارة ونوع وسيلة النقل سنة 2015	(2-2)
83	توزيع حركة السياحة الدولية الوافدة حسب الأقاليم الجغرافية للفترة (1990 - 2015)	(3-2)
85	متوسط معدل نمو حركة السياحة الدولية الوافدة للفترة (1990 - 2015)	(4-2)
87	تطور عدد السياح الوافدين لآفاق 2030	(5-2)
87	حركة السياحة والسفر حسب الغرض من الزيارة ونوع وسيلة النقل لآفاق 2030	(6-2)
88	تطور حركة السياحة الدولية الوافدة حسب الأقاليم الجغرافية لآفاق 2030	(7-2)
88	تطور عائدات السياحة الدولية للفترة (1990 - 2015)	(8-2)
90	توزيع عائدات السياحة الدولية حسب الأقاليم الجغرافية للفترة (1990 - 2015)	(9-2)
92	عائدات السياحة الدولية من كل سائح وافد سنة 2015	(10-2)
93	متوسط معدل نمو عائدات السياحة الدولية للفترة (1990 - 2015)	(11-2)
97	هيكل مؤشر تنافسية السياحة والسفر حسب تقرير 2015	(12-2)

98	مؤشر تنافسية السياحة والسفر 2015، الأداء الإقليمي مقارنة بالدول الأحسن وأسوء أداء	(13-2)
115	الأهمية النسبية لحركة السياحة الدولية الوافدة إلى الدول العربية للفترة (2000-2015)	(14-2)
119	الأهمية النسبية لعائدات السياحة في الدول العربية للفترة (2000-2015)	(15-2)
120	عائدات السياحة العربية من كل سائح وافد سنة 2015	(16-2)
126	نتائج مؤشر البيئة التمكينية للدول العربية سنة 2015	(17-2)
127	نتائج مؤشر سياسات السياحة والسفر والظروف المناسبة للدول العربية سنة 2015	(18-2)
128	نتائج مؤشر البنية التحتية للدول العربية سنة 2015	(19-2)
129	نتائج مؤشر الموارد الثقافية والطبيعية للدول العربية سنة 2015	(20-2)
144	توزيع الفنادق حسب التصنيف في الجزائر للفترة (2000-2015)	(1-3)
145	توزيع الأسرة حسب التصنيف في الجزائر للفترة (2000-2015)	(2-3)
164	توزيع الفنادق حسب التصنيف في تونس للفترة (2000-2015)	(3-3)
165	توزيع الأسرة حسب التصنيف في تونس للفترة (2000-2015)	(4-3)
169	توزيع السياح الأجانب حسب وسيلة النقل في تونس للفترة (2000-2015)	(5-3)
177	توزيع السياح الأجانب حسب الغرض من الزيارة إلى الجزائر سنة 2015	(6-3)
179	التوزيع الشهري لسياح الوافدين إلى الجزائر سنتي 2000-2015	(7-3)
179	التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في الجزائر من منطقة أوروبا للفترة (2000-2015)	(8-3)
181	التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في الجزائر من المنطقة المغاربية للفترة (2000-2015)	(9-3)
182	التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في الجزائر من المنطقة شرق أوسطية للفترة (2000-2015)	(10-3)
183	التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في الجزائر من منطقة أمريكا للفترة (2000-2015)	(11-3)
184	التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في الجزائر من منطقة آسيا وأوقيانوسيا للفترة (2000-2015)	(12-3)
188	توزيع الليالي السياحية للأجانب في الجزائر حسب الجنسية للفترة (2003-2015)	(13-3)
189	توزيع الليالي السياحية للأجانب على مستوى الدول العشرة الأولى في الجزائر 2015	(14-3)
190	معدل الإقامة للأجانب في الجزائر حسب الجنسية سنة 2015	(15-3)

197	التوزيع الشهري لسياح الوافدين إلى تونس لسنتي 2000-2015	(16-3)
197	التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في تونس من منطقة أوروبا للفترة (2000-2015)	(17-3)
200	التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في تونس من المنطقة المغاربية للفترة (2000-2015)	(18-3)
201	التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في تونس من منطقة الشرق الأوسط للفترة (2000-2015)	(19-3)
203	التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في تونس من منطقة أمريكا للفترة (2000-2015)	(20-3)
204	التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في تونس من منطقة آسيا وأوقيانوسيا للفترة (2000-2015)	(21-3)
207	توزيع الليالي السياحية للأجانب في تونس حسب الجنسية للفترة (2000-2015)	(22-3)
209	توزيع الليالي السياحية للأجانب على مستوى الدول العشرة الأولى في تونس 2015	(23-3)
209	معدل الإقامة للأجانب في تونس حسب الجنسية سنة 2015	(24-3)
212	توزيع عائدات السياحة على مستوى الدول العشرة الأولى في تونس سنة 2015	(25-3)
213	تطور متوسط الإنفاق المدفوع ومتوسط العائد المحصل في الجزائر لـ (2000-2015)	(26-3)
217	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر آفاق 2026	(27-3)
219	مساهمة السياحة في التشغيل في الجزائر آفاق 2026	(28-3)
221	تطور متوسط الإنفاق المدفوع ومتوسط العائد المحصل في تونس لـ (2000-2015)	(29-3)
224	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في تونس آفاق 2026	(30-3)
226	مساهمة السياحة في التشغيل في تونس آفاق 2026	(31-3)
259	مراحل إختبار <i>Hsioa</i> للتجانس	(1-4)

فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
322	تطور حركة السياحة الدولية الوافدة وتوزيعها الجغرافي للفترة (1990-2015)	01
323	تطور عائدات السياحة الدولية وتوزيعها الجغرافي للفترة (1990-2015)	02
324	ترتيب دول العالم وفقاً لمؤشر تنافسية السياحة والسفر سنة 2015	03
325	المراكز العشرة الأولى في مؤشرات التنافسية السياحية سنة 2015	04
327	تطور عدد السياح الوافدين إلى الدول العربية (بالآلاف) للفترة (2000-2015)	05
328	تطور عائدات السياحة في الدول العربية (بالمليون دولار) للفترة (2000-2015)	06
329	مؤشرات التنافسية السياحية للدول العربية سنة 2015	07
331	مؤشرات تنافسية السياحة والسفر للجزائر سنة 2015	08
333	مؤشرات تنافسية السياحة والسفر لتونس سنة 2015	09
335	دخول المتاحف والأماكن الأثرية في تونس سنة 2015	10
336	توزيع الفنادق والأسرة حسب التصنيف في الجزائر للفترة (2000-2015)	11
337	توزيع الفنادق والأسرة حسب التصنيف في تونس للفترة (2000-2015)	12
338	توزيع السياح الأجانب حسب وسيلة النقل في تونس للفترة (2000-2015)	13
339	توزيع السياح الأجانب حسب الغرض من الزيارة إلى الجزائر وفقاً للبلد المصدر 2015	14
340	التوزيع الشهري لسياح الوافدين إلى الجزائر وتونس سنتي 2000-2015	15
341	أسواق تصدير السياح الأجانب إلى الجزائر من منطقة أوروبا للفترة (2000-2015)	16
343	أسواق تصدير السياح الأجانب إلى الجزائر من المنطقة المغاربية للفترة (2000-2015)	17
344	أسواق تصدير السياح الأجانب إلى الجزائر من منطقة شرق الأوسط (2000-2015)	18
346	أسواق تصدير السياح الأجانب إلى الجزائر من منطقة أمريكا للفترة (2000-2015)	19
347	أسواق تصدير السياح الأجانب إلى الجزائر من منطقة آسيا/أوقيانوسيا وأفريقيا عدا العربية للفترة (2000-2015)	20
348	توزيع الليالي السياحية للأجانب في الجزائر حسب الجنسية للفترة (2003-2015)	21
349	معدل الإقامة في الفنادق، معدل الإقامة في البلاد، نسبة الحركية للأجانب في الجزائر 2003-2015	22
350	أسواق تصدير السياح الأجانب إلى تونس من منطقة أوروبا للفترة (2000-2015)	23
352	أسواق تصدير السياح الأجانب إلى تونس من المنطقة المغاربية للفترة (2000-2015)	24

353	أسواق تصدير السياح الأجانبا إلى تونس من المنطقة الشرق أوسطية (2000-2015)	25
355	أسواق تصدير السياح الأجانبا إلى تونس من منطقة أمريكا للفترة (2000-2015)	26
356	أسواق تصدير السياح الأجانبا إلى تونس من منطقة آسيا/أوقيانوسيا وأفريقيا عدا العربية للفترة (2000-2015)	27
357	توزيع الليالي السياحية للأجانبا في تونس حسب الجنسية للفترة (2000-2015)	28
358	معدل الإقامة في الفنادق، معدل الإقامة في البلاد، نسبة الحركية للأجانبا في تونس لـ 2000-2015	29
359	نسبة الأشغال الفندقية في تونس سنوات 2000، 2014، 2015	30
360	توزيع عائدات السياحة حسب الأسواق المصدرة للسياح إلى تونس سنتي 2000-2015	31
362	تطور مؤشرات السياحة العكسية في الجزائر وتونس للفترة (2000-2015)	32
363	قائمة الأزمات الداخلية في تونس للفترة (2000-2015)	33
365	قائمة الأزمات الداخلية في الجزائر للفترة (2000-2015)	34
367	قائمة الأزمات الخارجية للفترة (2000-2015)	35
368	بيانات متغيرات نموذج الجاذبية بالنسبة للجزائر وتونس للفترة (2000-2015)	36
374	مخرجات نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب السياحي في الجزائر للفترة (2000-2015)	37
375	مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأوروبي في الجزائر للفترة (2000-2015)	38
376	مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي العربي في الجزائر للفترة (2000-2015)	39
377	مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأمريكي، الآسيوي والأفريقي في الجزائر للفترة (2000-2015)	40
378	مخرجات نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب السياحي في تونس للفترة (2000-2015)	41
379	مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأوروبي في تونس للفترة (2000-2015)	42
380	مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي العربي في تونس للفترة (2000-2015)	43
381	مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأمريكي، الآسيوي والأفريقي في تونس للفترة (2000-2015)	44
382	مجموع مربعات البواقي لنموذج الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس لكل دولة	45

قائمة المختصرات

الرمز	التسمية باللغة الانجليزية	التسمية باللغة العربية
I.A.T.A	<i>International Air Transport Association</i>	الاتحاد الدولي للنقل الجوي
I.C.A.O	<i>International Civil Aviation Organization</i>	المنظمة الدولية للطيران المدني
U.F.T.A. A	<i>Universal Federation of Travel Agents Association.</i>	الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة والسفر
W.T.O	<i>World Tourism Organization</i>	المنظمة العالمية للسياحة
IUOTO	<i>International union of official travel organization</i>	الاتحاد الدولي لمنظمي السفر
I.H.R.A	<i>International Hotels and Restaurants Association</i>	الاتحاد الدولي للفنادق والمطاعم
I.U.H	<i>International Union Hotels</i>	الاتحاد الدولي للفندقيين
W.T.T.C	<i>World Travel and Tourism Council</i>	الاتحاد العالمي للسياحة والسفر
W.A.T.A	<i>World Association of Travel Agencies</i>	الجمعية الدولية لوكالات السفر
ASTA	<i>American Society of Travel Agents</i>	الجمعية الأمريكية لوكلاء السياحة والسفر
A.I.E.S.T	<i>International Association of Scientific Experts in Tourism</i>	الاتحاد الدولي للخبراء الاختصاصيين العلميين في السياحة
C.H.R.I. E	<i>Council on Hotels, Restaurant and Institutional Education</i>	المجلس الدولي للتعليم الفندقي والسياحي
F.I.J.E.T	<i>International Federation of Tourism Journalists and Writers</i>	الاتحاد الدولي للصحفيين والكتاب السياحيين
A.A.C.O	<i>Arab Air Carriers Organization</i>	الاتحاد العربي للنقل الجوي
A.C.C.A	<i>Arab Commission of Civil Aviation</i>	الهيئة العربية للطيران المدني
A.M.C.T	<i>Arab Ministerial Council for Tourism</i>	المجلس الوزاري العربي للسياحة
A.T.O	<i>Arab Tourism Organization</i>	منظمة السياحة العربية
A.U.H.T	<i>Arabian Union of Hotels and Tourism</i>	الاتحاد العربي للفنادق والسياحة

<i>A.T.G.U</i>	<i>Arab Tourist Guides Union</i>	الاتحاد العربي للمرشدين السياحيين
<i>S.N.T.F</i>	<i>Société Nationale des Transports Ferroviaires</i>	الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية
<i>C.N.A.N</i>	<i>compagnie nationale algérienne de navigation</i>	الشركة الوطنية الجزائرية للملاحة
<i>E.N.T.M.V</i>	<i>Entreprise National de Transport Maritime de Voyageurs</i>	الشركة الوطنية للنقل البحري للمسافرين
<i>S.N.C.F.T</i>	<i>Société nationale des chemins de fer tunisiens</i>	الشركة الوطنية للسكك الحديدية التونسية
<i>C.T.N</i>	<i>Compagnie tunisienne de navigation</i>	الشركة التونسية للملاحة
<i>ASEAN</i>	<i>Association of Southeast Asian Nations</i>	رابطة دول جنوب شرق آسيا

المقدمة

لم تعد السياحة في الوقت الراهن مجرد نشاط ترفيهي للإنسان، ينحصر في الأكل والشرب والتنزه فقط، بل أصبحت صناعة تصديرية قائمة بذاتها تخطى بإهتمام دولي متزايد، وهذا نتيجة التطورات والتغيرات العلمية والتكنولوجية والصناعية والزراعية التي شهدتها العالم وأثرت بشكل كبير في مسار هذه الظاهرة، وحولتها من مجرد نشاط يهتم بتلبية رغبات الأفراد إلى صناعة رائدة في العديد من الدول، للدور الهام الذي تلعبه في عملية التنمية الإقتصادية بإعتبارها أحد الموارد الهامة للحصول على النقد الأجنبي، إلى جانب مساهمتها في تطوير كثير من الصناعات التي لها علاقة بالسياحة وإستغلال طاقات الدولة من موارد طبيعية وتاريخية وحضارية.

يعتبر قطاع السياحة في العصر الحديث من أهم القطاعات في التجارة الدولية، فضلاً عن كونه من أسرع الصناعات نمواً في العالم، وذلك للدور الحيوي الذي يمارسه هذا القطاع بالنسبة للنشاط الإقتصادي الذي يمكن حصره في دعمه الإيجابي لميزان المدفوعات، زيادة الدخل الوطني، توفير فرص عمل في أنشطة إقتصادية مختلفة سواء كانت لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بصناعة السياحة، دون أن نهمّل تأثيرها الكبير في تطوير البنية التحتية للدولة مثل الطرق وشبكات المواصلات والخدمات السياحية، بالإضافة إلى حماية المعالم الأثرية والأماكن التاريخية والطراز المعماري المميز. لهذه الأسباب وغيرها إهتمت أغلب دول العالم بهذه الصناعة الآخذة في التوسع الناجم عن إزدياد أوقات الفراغ والعطلات المدفوعة، تحسين مستوى المعيشة وإرتفاع نسب التعليم والدخل، وكذلك التطور المستمر في وسائل النقل والمواصلات في أغلب دول العالم.

عرفت السياحة الدولية تطورات غير مسبوقة منذ نهاية الحرب العالمية الثانية، جعلتها واحدة من القطاعات التصديرية (الأربعة الكبار) في العالم (إلى جوار صناعة البترول، وصناعة الفضاء، صناعة السيارات)، إذ طبقاً لتقديرات منظمة السياحة العالمية، فقد زاد عدد السياح من 69.3 مليون سائح سنة 1960 إلى 1186 مليون سائح سنة 2015، أي أنهم تضاعفوا أكثر من 17 مرات خلال خمسة عقود، مما ساهم في زيادة إنفاقات السياحة الدولية من 6.9 مليار دولار سنة 1960 إلى 1260 مليار دولار سنة 2015. بينما أكد المجلس العالمي للسياحة والسفر بأن قطاع السياحة والسفر يمثل 9.8% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي و6.1% من الصادرات العالمية ونحو 4.3% من الاستثمارات العالمية سنة 2015. ومازال هذا القطاع يلعب دوراً بارزاً ومحركاً رئيسياً لخلق فرص العمل من خلال توفير 283 مليون فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة، بما يعادل وظيفة واحدة في قطاع السياحة من بين 11 وظيفة على المستوى العالمي.

في ضوء الإهتمام العالمي بالسياحة، زاد إهتمام الدول النامية بالقطاع السياحي كخيار إستراتيجي لتحقيق التنمية الإقتصادية والإجتماعية لشعوبها، خاصة في ظل المزايا والمؤهلات السياحية التي تحتضنها. ولأن صادرات الدول النامية تتركز في تصدير المنتجات الأولية، فقد أشارت الدراسات الإقتصادية التطبيقية إلى ضرورة تنوع صادراتها، ومنها الصادرات السياحية كونها منتجاً تصديرياً يساهم في تحقيق التنوع التصديري، وعاملاً يخفف من النتائج السلبية التي تنشأ عن تقلب العرض والطلب. ولقد أكدت الكثير من الدراسات الإقتصادية على أن



تعدّد وانتشار الأنشطة المتعلقة بالسياحة، تساهم في تحقيق النمو الاقتصادي، وعماملاً مهماً في تنفيذ خطط التنمية الاقتصادية في العديد من الدول النامية، إذا ما تم التخطيط والتسويق والترويج والدعاية الإعلامية لمنتجاتها السياحية بشكل جيد.

تعتبر الجزائر وتونس من بين الدول النامية التي تسعى إلى تنمية القطاع السياحي للدور الكبير الذي يلعبه في الاقتصاد. فالأولى تهدف إلى ذلك، لتتوسع مصادر دخلها وتوفير موارد بديلة للقطاع المحروقات على المدى الطويل، خاصة في ظل إهتبار أسعار النفط التي تشهدنا خلال السنوات الأخيرة، والتي ترتب عنها تأزم وضعها الاقتصادي، مما دفعها إلى البحث عن مصادر أخرى بديلة لتمويل عملية التنمية الاقتصادية، وأعتبرت السياحة الرهان الأكثر ملائمة للقدرات التي تزخر بها. أما الثانية فإن شح الموارد الطبيعية فيها، أجبرها على التوجه إلى القطاع السياحي وإعطائه أهمية كبيرة بإعتبره أحد ركائز الاقتصاد الوطني التونسي، وقد كانت أول مبادرة لذلك بعد الإستقلال من خلال إنشاء شركة النزول والسياحة التونسية، وبعدها فتح المجال للقطاع الخاص، بتقديم الدولة تحفيزات وتشجيعات لجلب الإستثمار، وهذا ما أدى إلى تفوق القطاع السياحي التونسي، وإحتلاله مكانة هامة في الاقتصاد.

أولى الباحثون في مجال الاقتصاد السياحي في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء خلال العقود القليلة الماضية، إهتماماً كبيراً بمحددات تدفق الصادرات السياحية (العوامل المؤثرة في الطلب الدولي على الخدمات السياحية)، ويأتي هذا الإهتمام من الدور الذي يلعبه هذا القطاع في إقتصاديات الدول. ومن أجل قياس ذلك، إستخدم نموذج الجاذبية (*Gravity Model*) الذي تم توظيفه في العديد من الدراسات الاقتصادية المتعلقة بصادرات السلع والمنتجات والأفراد ورؤوس الأموال وغيرها، التي تنتقل عبر الأقاليم والحدود الوطنية وفي مختلف الظروف. وقد واجه هذا النموذج عند إستخدامه لإلتخاذ القرارات والسياسات الاقتصادية المختلفة العديد من العراقيل والصعوبات، بسبب محدودية خصائص هذا النموذج، وعدم وجود البراهين والأسس النظرية لإثباته في العقود الماضية. وقد بقي هذا الوضع إلى أن جاءت في وقت لاحق الدراسات التي عملت على تطوير وإيجاد الإطار النظري لهذا النموذج، وركزت على إشتقاقه رياضياً ليصبح أكثر إستعمالاً ولتصبح نتائجه أكثر واقعية.

- الإشكالية الرئيسية للبحث:

إن تشجيع القطاع السياحي وتفعيل دوره الاقتصادي في الجزائر وتونس، يتطلب التعرف على محددات الطلب السياحي الدولي (محددات تدفق الصادرات السياحية) لكل منهما. وسوف نستعين في هذه الدراسة بأحد أشهر النماذج الرياضية في مجال التجارة الدولية وهو نموذج الجاذبية، الذي يقوم على إفتراض أن حجم الطلب السياحي بين دولتين يتوقف على نوعين من القوى، قوى تشجع على قيام وزيادة الحركة السياحية مثل قوى العرض في الدولة المصدرة للسياحة وقوى الطلب للدولة المستوردة للسياحة. أما النوع الآخر من القوى فهي قوى الطرد التي تحول أو تعيق الحركة السياحية كنفقات النقل، إختلاف اللغة، وجود توترات أمنية في البلد المضيف.

وعليه فإن معالجة موضوع البحث الذي يدور حول قياس محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس، يتطلب الإجابة عن الإشكالية التي تتمحور حول السؤال الرئيسي التالي:

ما هي العوامل المؤثرة على حجم الطلب السياحي الدولي الوافد إلى الجزائر وتونس؟ وما طبيعة العلاقة بينهم؟

- الأسئلة الفرعية للبحث:

للإجابة على السؤال الرئيسي يتم طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو أثر الدخل الفردي في الدول المصدرة للسياح على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر وتونس؟
 - ما هو أثر حجم السكان في دول المصدرة للسياح على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر وتونس؟
 - ما هو أثر السعر النسبي للسياحة وسعر الصرف الحقيقي على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر وتونس؟

- ما هو أثر مؤشرات العرض السياحي الممثلة في البنية التحتية للسياحة والبنية التحتية للإتصالات على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر وتونس؟

- ما طبيعة العلاقة بين العوامل الطبيعية الممثلة في المسافة الجغرافية والحدود المشتركة والطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس؟

- ما طبيعة العلاقة بين العوامل الثقافية والتاريخية الممثلة في اللغة والماضي الإستعماري والطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس؟

- ما هو أثر الأزمات الداخلية والخارجية على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر وتونس؟

- فرضيات البحث:

للإجابة على هذه الأسئلة تم وضع مجموعة من الفرضيات التي يجب نفيها أو إثباتها وهي:

- يوجد أثر إيجابي للدخل الفردي في الدول المصدرة للسياح على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر وتونس.

- يوجد أثر إيجابي لحجم السكان في الدول المصدرة للسياح على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر وتونس.

- يوجد أثر سلبي للسعر النسبي للسياحة وسعر الصرف الحقيقي على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر وتونس.

- يوجد أثر إيجابي لمؤشرات العرض السياحي الممثلة في البنية التحتية للسياحة والبنية التحتية للإتصالات على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر وتونس.

- يوجد علاقة عكسية وطردية للمسافة الجغرافية والحدود المشتركة والطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس.
- يوجد علاقة طردية بين العوامل الثقافية والتاريخية الممثلة في اللغة والماضي الإستعماري والطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس.
- تؤثر الأزمات الداخلية والخارجية على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر وتونس تأثيراً سلبياً.
- أهمية البحث:

تأتي أهمية البحث من الإهتمام الكبير الذي توليه حكومة البلدين خاصة تونس لتطوير صناعة السياحة فيهما، وذلك لتنويع قاعدة الإقتصاد الوطني، زيادة الناتج المحلي الإجمالي وزيادة الإيرادات السياحية لتصبح مصدراً من مصادر العملات الأجنبية. ولهذا فإن البحث يهتم بتحديد وزن العوامل التي تؤثر في تدفق الصادرات السياحية أو ما يعرف بالطلب السياحي الدولي، والتي يمكن أن تساعد أصحاب القرار في تبني السياسات القادرة على تعميق القدرة التنافسية لهذا القطاع في الجزائر وتونس على مستوى الدول النامية.

كما يعتبر هذا البحث من بين الأبحاث العربية القليلة جداً التي تناولت تحديد وفحص المتغيرات المؤثرة في الطلب الدولي على الخدمات السياحية، والأولى في الجزائر من حيث اعتمادها على نموذج الجاذبية. ونشير هنا أن هذا النموذج يعتمد على بيانات زمنية ومقطعية معاً، وهذا يتطلب توظيف عدد كبير من البيانات الإحصائية، والتي عادة ما يصعب الحصول عليها، هذا إلى جانب أنه يدرج إضافة إلى المتغيرات الإقتصادية، عوامل طبيعية وثقافية وتاريخية وأمنية والتي لا يمكن إغفال دورها في تفسير الطلب السياحي الدولي وهذا بخلاف النماذج الإحصائية الأخرى التي عادة ما تكتفي بالمتغيرات الإقتصادية فقط.

- أهداف البحث:

- إعطاء دراية كافية لأهم المفاهيم ذات الصلة بالسياحة من خلال عرض التطور التاريخي للظاهرة السياحية مع الإلمام بمختلف التعاريف والمفاهيم المرتبطة بالسياحة والسائح، وكذا العرض والطلب السياحي بالإضافة إلى الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع
- التعرف على مختلف المنظمات الدولية والعربية الفاعلة في مجال السياحة، وإظهار أهميتها ودورها التنسيقي في مجال التخطيط والبحوث والتسويق العالمي للسياحة.
- إستعراض إتجاهات السياحة الدولية والعربية ودورها الإقتصادي، بالإضافة إلى تنافسية هذا القطاع على المستوى العالمي بناءً على مؤشر التنافسية السياحية الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي سنة 2015.
- إبراز الإمكانيات السياحية الطبيعية والثقافية والتاريخية والمادية التي تزخر بها كل من الجزائر وتونس، والتي تعتبر الركائز الأساسية للنهوض بهذا القطاع وتطويره.

- دراسة واقع القطاع السياحي الجزائري والتونسي وإستقصاء دوره في دفع عجلة النمو الإقتصادي من خلال معرفة أثره على المتغيرات الإقتصادية الأخرى المتمثلة في ميزان المدفوعات، الناتج المحلي الإجمالي، العمالة.
 - إستعراض الجانب النظري لنموذج الجاذبية سواء في مجال التجارة الدولية أو في مجال السياحة، مع تحديد العلاقة الرياضية وأهم المتغيرات التي يتضمنها هذا النموذج، والتي تستخدم في تفسير تدفقات السلعية أو البشرية أو النقدية بين الأقاليم الجغرافية.
 - تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس بالنسبة لإجمالي عينة الدراسة، مع تحديد مساهمة كل عامل في زيادة تدفق الأفواج السياحية بإتجاههما.
 - تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس بالنسبة للسوق الأوروبية، السوق العربية، السوق الأمريكية والآسيوية، من أجل معرفة خصائص كل مجموعة على حدى.
- حدود البحث:**

يمكن حصر حدود البحث في الحدود الزمانية والمكانية كما يلي:

• الحدود الزمنية:

- من أجل قياس محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية، تم توظيف البيانات والإحصاءات المتوفرة عن عدد من الدول العربية والأجنبية التي تستضيفها الدول محل الدراسة عن الفترة الواقعة ما بين سنة 2000 و2015. ونشير هنا أنه تم إختيار هذه الفترة للأسباب التالية:
 - بالنسبة للجزائر هي الفترة التي بدأت تشهد في بدايتها بوادر الإستقرار الأمني الذي يعتبر عامل أساسي في زيادة تدفق السياح إلى البلد، مما يسمح لنا بمعرفة أثر ذلك على حركة السياحة الدولية وما يترتب عنها من عائدات سياحية في الجزائر.
 - بالنسبة لتونس التي لعب فيها الإستقرار الأمني عامل جذب هام للسياح إليها خلال العقود الماضية، إختلف الوضع في فترة الدراسة، إذ تخللتها أحداث أمنية كان البعض منها موجهة بشكل مباشر لضرب قطاع السياحة التونسي، ومنه تم إعتقاد هذه الفترة لتتبع أثر هذه الأحداث على التدفقات السياحية البشرية والنقدية في تونس.
- الحدود المكانية:**

- يبلغ عدد الدول التي تم الإعتماد عليها في تطبيق نموذج الجاذبية على السياحة الدولية في الجزائر وتونس 31 دولة. وقد جاء الإختيار لمجموعة من الإعتبارات منها:
- إختيار عينة من الدول ممثلة عن كل سوق مصدر للسياح إليهما، والمقدرة بـ 12 دولة من السوق الأوروبية، 14 دولة من السوق العربية و3 دول من السوق الأمريكية ودولتين من السوق الآسيوية والأقيانوسية.
- إختيار دول متشابهة في اللغة مع الجزائر وتونس ودول أخرى مختلفة في ذلك.
- هناك تفاوت في المسافات وبالتالي تفاوت في تكاليف النقل بين الدول التي تم إختيارها والجزائر وتونس.



- هناك دول لها ماضي إستعماري مع الجزائر وتونس.
 - هناك تفاوت بين الدول المختارة في الدخل الفردي.
 - هناك تفاوت في عدد الدول المختارة من حيث عدد السكان.
 - إختيار هذه الدول على أساس أن البعض منها يكون سفره إلى الجزائر وتونس بواسطة النقل الجوي فقط والأخرى بواسطة النقل الجوي أو البري وهي الدول التي تملك حدود مشتركة مع كل منهما.
- منهج البحث:**

للإجابة على الإشكالية المطروحة وإختبار صحة الفرضيات المذكورة وتحقيق أهداف البحث، سيتم الإعتماد على منهجين، أولهما المنهج الإستنباطي بأسلوبه الوصفي وذلك للتطرق إلى مختلف المفاهيم المتعلقة بظاهرة السياحة ونموذج الجاذبية المستخدم في عملية القياس، والأسلوب التحليلي الكمي الذي سيتم من خلاله تحليل سلوك وإتجاهات السياحة الدولية والعربية ومدى مساهمتها في إقتصاديات هذه الدول، والأمر ينطبق كذلك على حالة الجزائر وتونس. ثانيهما المنهج الإستقرائي بإستعمال أسلوب القياس الكمي لتطبيق نموذج الجاذبية من أجل تقدير دالة الطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس من عينة الدول المصدرة للسياح إليهما وذلك خلال الفترة (2000-2015).

- الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات والأوراق البحثية الأجنبية التي تناولت تحديد العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات السياحية بين الدول بإستخدام نموذج الجاذبية، معتمدة على طرق مختلفة في إيجاد الإطار النظري وإشتقاق هذا النموذج رياضياً وتطويره ليصبح أكثر شمولاً، وبالتالي الحصول على نتائج أكثر واقعية ودقة لمحددات السياحة الدولية. ونذكر هنا عينة من الدراسات السابقة التي يتعلق البعض منها بإستخدام هذا النموذج في نمذجة الطلب السياحي الدولي، والبعض الآخر يتعلق بموضوع السياحة في الجزائر وتونس، وتتمثل في:

- دراسة لـ "صليحة عشي" تحت عنوان "الأداء والأثر الإقتصادي والإجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب". وهي عبارة عن أطروحة دكتوراه قدمت في جامعة باتنة سنة 2010-2011. وقد حاولت فيها الباحثة إبراز واقع قطاع السياحة في الجزائر ومقارنته بنظيره في تونس والمغرب، وذلك من خلال الوقوف على الآثار التي أفرزها أداء قطاع السياحة على الجوانب الإقتصادية كدعمه لميزان المدفوعات وزيادة الناتج المحلي الإجمالي والجوانب الإجتماعية كتحسين المستوى المعيشي للمواطنين من خلال توفير مناصب شغل، وذلك لإستجلاء ما أمكن من الحقائق حول إمكانات الدول الثلاث في هذا المجال، من خلال إظهار المقومات السياحية التي تتوفر عليها هذه الدول، وكيفية توظيفها في القطاع السياحي، ومقارنة نتائج السياسات التنموية بشأن هذا القطاع في الجزائر وتونس والمغرب، وإبراز الفروقات بينها على مستوى أهم المؤشرات السياحية التي تم الإعتماد عليها في البحث. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك عدة معوقات تواجه مسار هذا القطاع في الدول

الثلاث وإن اختلفت في درجاتها من بلد إلى آخر، هذا إلى جانب ضعف الآثار التنموية لقطاع السياحة في الجزائر مقارنة بتونس والمغرب.

• دراسة لـ "بوديسة محمد" تحت عنوان "تأثير جودة الخدمات الفندقية في السياحة دراسة مقارنة الجزائر وتونس". وهي عبارة عن أطروحة دكتوراه قدمت في جامعة الجزائر سنة 2014-2015. وقد حاول الباحث هنا مقارنة تطور المؤشرات الفندقية لكل من الجزائر وتونس وأثرها على الطلب السياحي الدولي فيهما سواء من حيث عدد السياح والليالي السياحي وعائدات السياحة، هذا إلى جانب تبيان أهمية هذا القطاع في إقتصادهما، وقراءة مدى التقدم وأهم الفروقات الملحوظة في جودة الخدمات الفندقية المقدمة للسياح لكل منهما. وتوصلت الدراسة أنه من أجل وصول البلدين خاصة الجزائر إلى تقديم خدمات فندقية في مستوى الطلب السياحي المتضاعف وحياسة أكبر حصة من السوق السياحية الدولية و تحقيق صناعة سياحية لها القدرة على المنافسة، لابد من ضرورة الإهتمام بتطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الفندقية، وضرورة تشجيع الشركاء الأجانب بالإستثمار في القطاع الفندقي من أجل الإستفادة من خبراتهم في مجال جودة الخدمة الفندقية.

• دراسة لـ "ناريمان بن عبد الرحمان" تحت عنوان "أثر سعر الصرف على الطلب السياحي الأجنبي دراسة حالة إقليم الأهقار بالجزائر خلال الفترة (1999-2012)". وهي عبارة عن مقالة منشورة في مجلة الباحث سنة 2016. وقد تناولت الباحثة هنا عرض محدد من أهم المحددات الإقتصادية المؤثرة على الطلب السياحي الأجنبي لسبع دول أوروبية فرنسا، إيطاليا، إسبانيا، بلجيكا، النمسا، سويسرا، ألمانيا، لمنطقة الهقار بتمنراست، وإستعملت لذلك بيانات إحصائية سنوية للفترة 1999-2012، عالجتها بتقنية البيانات المقطعية عبر الزمن (معطيات بانيل). وأضححت النتائج أن سعر الصرف الفعلي الحقيقي ذو دلالة إحصائية وبأثر سلبي، مع إنخفاض القوة التفسيرية للمتغير المستقل والتي دلت على وجود محددات أخرى تؤثر على الطلب السياحي بالمنطقة كالنتائج المحلي للفرد في الدول المرسله، السعر النسبي، الإستقرار الأمني وغيرها من المتغيرات المؤثرة على الطلب السياحي.

• دراسة لـ "Chokri Ouerfelli" تحت عنوان " *La Demande Touristique Européenne en Tunisie*". وهي عبارة عن ورقة بحثية مقدمة من طرف مخبر التحليل والتقنيات الإقتصادية " *Laboratoire d'Analyse et des Techniques Economiques*" في جامعة "Bourgogne" بفرنسا. وكان هدف من هذا العمل إبراز بعض المؤشرات الإقتصادية التي يمكن أن تفسر الطلب على صناعة السياحة التونسية وهي السعر، الدخل والعرض السياحي الذي يعبر عن القدرة على الإيواء، بالإضافة إلى الموسمية التي تعزى جزئياً إلى عامل المناخ. وأستخدم في ذلك مجموعة من التقنيات الكمية منها النموذج الهيكلي الأساسي لهارفي (1990) ووظيفة الإنتقال ومنهجية بوكس جينكز. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن هذه النماذج عند المقارنة أتضح أنها أسهمت إسهاماً وافراً في صقل النتائج التجريبية، ولا سيما فيما يتعلق بتقدير مرونة الطلب وتحسين دقة التنبؤات الناتجة عن ذلك.

• دراسة لـ "**Matias**" تحت عنوان "**Gravity and the Tourism Trade : the Case for Portugal**". وهي عبارة عن مقالة منشورة في مجلة السياحة المستدامة "**Sustainable Tourism**" سنة 2004. وقد إستخدم فيها الباحث نموذج الجاذبية البسيط لتحليل أهمية تجارة السياحة في البرتغال من 12 دولة الأكثر تصديراً للسياح إليها خلال الفترة من (1998-2007)، والذي يضم كل من الناتج المحلي الإجمالي للدول المصدر للسياح والمسافة الفاصلة بين هذه الدول والبرتغال. وقد أظهرت نتائج تقدير النموذج أن الناتج المحلي الإجمالي كعامل جذب له أهمية كبيرة في زيادة تدفق الأفواج السياحية بإتجاه البرتغال، والأمر ينطبق على عامل المسافة الذي دلت نتائجه هو الآخر على أنه محدد رئيسي للتدفقات السياحية السنوية بإتجاه البرتغال، الأمر الذي يفسر إعتلال إسبانيا قائمة الدول الأكثر تصديراً للسياح إليها (بسبب القرب الجغرافي بينهما). إضافة إلى ذلك فإن هذه الدراسة ساهمت أيضاً في صياغة وتأسيس إطار نظري مستقبلي ينبثق من موضوع إقتصاديات السياحة، مع الأخذ بعين الإعتبار وجود خصائص محدودة جداً للسلع السياحية.

• دراسة لـ "**Simon Kiarie**" تحت عنوان "**Estimating Inbound Tourism Demand for Kenya: The Gravity Approach**". وهي عبارة عن ورقة بحثية قدمت في معهد كينيا للسياسة العامة البحث والتحليل "**the kenya institute for public policy reasearch and analysis**" سنة 2009. وقد حاول من خلالها الباحث تحديد العوامل الرئيسية المؤثرة على الطلب السياحي الوافد إلى كينيا من تسع أسواق رئيسية بإستخدام نموذج الجاذبية خلال الفترة (1987-2006). وقد ضم نموذج الدراسة عدد من المتغيرات المفسرة تتمثل في الدخل الفردي في كينيا، الدخل الفردي في الدول المصدرة للسياح إليها، الأسعار النسبية بين كينيا وهذه الدول، المسافة بينهما، رسوم التأشيرة على السياح الوافدين إلى كينيا من هذه الدولة والظروف الأمنية التي شهدتها كينيا في بعض سنوات فترة الدراسة، بينما المتغير التابع تم قياسه بعدد الليالي التي قضاها السياح في الفنادق. وأظهرت نتائج التقدير أن كل متغيرات النموذج كانت ذات دلالة إحصائية عند مستويات مختلفة وتتوافق مع الإشارات المتوقعة، حيث أن الدخل الفردي لكل من كينيا والدول المصدرة كان لها أثر إيجابي، وبالتالي فهما عاملان يجذبان للأفواج السياحية مما يترتب عن ذلك الزيادة في عدد الليالي السياحية (المتغير التابع)، بينما العوامل الأخرى أعتبرت عوامل مثبطة تخفض من حجم السياحة الدولية الوافدة إليها. ومن هذه النتائج توصلت الدراسة إلى ضرورة تحسين نوعية المنتجات السياحية المقدمة للسياح، تطوير البنية الأساسية للسياحة لضمان تمتع السياح بإقامتهم في كينيا، المحافظة على إستقرار مستوى العام للأسعار، تشجيع إعتدال السياحة الإلكترونية لتمكين مقدمي خدمات السفر في كينيا من تجاوز الوسطاء الأجانب وبالتالي تقليل تكاليف المعاملات، تخفيض تكلفة السفر والوقت من خلال توفير رحلات مباشرة بينها وبين المناطق البعيدة.

• دراسة لـ "**Roperto Jr Deluna and Narae Jeon**" تحت عنوان "**Determinants of International Tourism Demand for the Philippines: An Augmented Gravity Model Approach**" سنة 2014. وهي عبارة عن ورقة بحثية مقدمة ضمن مشروع أوراق بحثية في الإقتصاد

"RePEc" من طرف كلية الإقتصاد التطبيقي بجامعة جنوب شرق الفلبين. وهدفا الباحثان من خلالها إلى تحديد العوامل المؤثرة على طلب الخدمات السياحية الفلبينية من 24 دولة للفترة الواقعة ما بين سنتي 2001 و2012، بإستخدام نموذج الجاذبية الذي يشمل العوامل المتمثلة في الدخل وحجم السوق المعبر عنه بعدد السكان في دول مصدر السائح والمسافة الفاصلة بينهما، والأسعار النسبية بين الفلبين والدولة المصدرة للسائح إليها والأسعار النسبية في الوجهات السياحية المنافسة مثل ماليزيا واندونيسيا وتايلند، وجود رحلات طيران مباشرة، الإشتراك في اللغة والتاريخ الإستعماري والعضوية في رابطة ASEAN، وجود صراعات وحروب. وبينت النتائج التجريبية أن تدفق السياح يتأثر بشكل إيجابي وكبير بدخل البلد الأصلي وينخفض بحجم السكان والمسافة الفاصلة بينهما، بينما لا يؤثر إنخفاض أسعار السياحة نسبياً من حيث تكلفه المعيشة وأسعار السلع والخدمات في الفلبين على جذب السياح الوافدين، والأمر ينطبق على الأسعار النسبية للسياحة في ماليزيا واندونيسيا وتايلند بصفتها الوجهات السياحية المتنافسة، في حين أن الصراعات والإستعمار المشترك بين الفلبين وبلد المنشأ ليسا من العوامل المحددة الهامة للطلب السياحي الدولي، وهذا بخلاف وجود الرحلات الجوية المباشرة التي إتضح أنها من أهم العوامل التي يمكن أن تسهم في زيادة الطلب السياحي في الفلبين.

• دراسة لـ "Andreas and Haiyan" تحت عنوان "International Tourism forecasts: Time Serie Analysis of Word Regional Data". وهي عبارة عن مقالة منشورة في مجلة الإقتصاد السياحي "Tourism Economic" سنة 2006. هدف من خلالها الباحث إلى التنبؤ بالسياحة الدولية المستقبلية، كأداة تحليلية مهمة في التخطيط السياحي والسياسات السياحية، وركزت الدراسة على تحليل عدد السياح الدوليين والمقبوضات السياحية، وإستخدمت لذلك طرق إختبار السلاسل الزمنية الحديثة خلال الفترة من (1960-2000)، للتنبؤ بعدد الوافدين من السياح الدوليين وأثر ذلك على الإيرادات السياحية من سنة 2001 إلى غاية 2010، وذلك لستة مناطق سياحية عالمية بإستخدام بيانات تتعلق بكل منطقة. ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة خلال تحليل البيانات الأولية لمناطق الدراسة، أنه بالرغم من المعرفة التقليدية لأهمية السياحة، والتطور والنمو في التاريخ السياحي إلا أن ذلك لم يكن دائماً مؤثراً تأثيراً جيداً على الإيرادات السياحية، هذا إلى جانب إختلاف تأثير التذبذبات الحادة في الإيرادات السياحية والتطور السياحي السالب النمو، في ما بين مناطق الدراسة. وتوصلت أيضاً إلى أن النمو المستقبلي في حجم السياحة الدولية قد يكون له أحياناً أثر سلبي على الإيرادات السياحية.

- صعوبات البحث:

سبق وأن أشرنا أن الأبحاث العربية التي تناولت تحديد وفحص المتغيرات المؤثرة في الطلب الدولي على الخدمات السياحية بإستخدام نموذج الجاذبية قليلة جداً، مما دفعنا إلى الإعتماد على المصادر الأجنبية وهذا تطلب عمليات ترجمة وما تحتاجه من وقت طويل وجهد كبير، هذا إلى جانب ربط الفصول ببعضها البعض بشكل

متسلسل الذي أحتاج هو الآخر إلى دقة عالية وبحث عميق، دون أن ننسى الجهد الذي تطلبه الإمام بالكم الهائل بالبيانات الإحصائية المتعلقة بالبحث سواء للإستخدامها في التحليل أو الجانب القياسي.

- تقسيمات البحث:

قصد الإمام بكل جوانب الموضوع، تم تقسيم هذا البحث إلى الفصول التالية:

• **الفصل الأول:** يحمل عنوان "الإطار النظري لظاهرة السياحة" نهدف من خلاله إلى الإمام بمختلف التعاريف والمفاهيم المرتبطة بالسياحة والسائح، وكذا العرض والطلب السياحي بالإضافة إلى الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع من خلال ثلاث مباحث تتمثل في السياحة لمحّة تاريخية ومفاهيم أساسية، العرض والطلب السياحي، الدور الإقتصادي للسياحة.

• **الفصل الثاني:** يحمل عنوان "الاتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الإقتصادية" نهدف من خلاله إلى إستعراض تطور حركة السياحة الدولية والعربية الوافدة، بالإضافة إلى دورها في اقتصاديات هذه الدول من خلال ثلاث مباحث تتمثل في المنظمات السياحية الدولية والعربية وأهميتها في صناعة السياحة، إتجاهات السياحة الدولية ومساهمتها في الاقتصاد العالمي، إتجاهات السياحة العربية ومساهمتها في الاقتصاد العربي.

• **الفصل الثالث:** يحمل عنوان "واقع وأهمية السياحة في الجزائر وتونس" نهدف من خلاله إلى تحليل الواقع السياحي ومدى فاعلية السياحة في الاقتصاد الجزائري والتونسي خلال الفترة الواقعة ما بين سنة 2000 و2015، من خلال ثلاث مباحث تتمثل في مؤشرات العرض السياحي في الجزائر وتونس، مؤشرات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس، الأداء الإقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر وتونس.

• **الفصل الرابع:** يحمل عنوان "محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس بإستخدام نموذج الجاذبية" نهدف من خلاله إلى تقديم الجانب النظري لنموذج الجاذبية في مجال التجارة الدولية وفي مجال السياحة، ثم نقدم النتائج الإحصائية والقياسية لتطبيقه على دالة الطلب لعينة من الدول على الخدمات السياحية في كل من الجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2015). وذلك من خلال ثلاث مباحث تتمثل في مفهوم وتطبيقات نموذج الجاذبية، تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الدولي في الجزائر، تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الدولي في تونس.

الفصل الأول

الإطار النظري لظاهرة السياحة

*The theoretical framework of the
phenomenon of tourism*

تمهيد:

لم تعد السياحة في هذا العصر مجرد انتقال الأفراد من بلد لآخر، وإنما تنوعت أنشطتها واختلفت اتجاهاتها ونظمها وقوانينها وأصبحت ظاهرة إنسانية ونشاطاً اجتماعياً يخضع للعديد من المؤثرات والمتغيرات. وتمثل السياحة حركة ديناميكية، تتيح من خلالها إمكانية الاستمتاع بفضاءات سياحية متنوعة ومفيدة لتحقيق أكبر قدر ممكن من الراحة والترفيه والتعرف على ثقافات ومعارف جديدة. وقد كان للتطور الإقتصادي والإجتماعي الذي شهده العالم خلال السنوات الماضية، أثر كبير على زيادة الحركة السياحية الدولية وتطوير القطاع السياحي ونموه في العديد من دول العالم، التي أصبحت تولى أهمية كبيرة لهذا القطاع لما له من تأثير على مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

وتعتبر صناعة السياحة من الأنشطة الاقتصادية التي ترتفع درجة تأثيرها على التنمية الاقتصادية وعلى الدخل الوطني وعلى تحقيق التوازن الاقتصادي الداخلي والخارجي. إذ تستوعب السياحة أعداد كبيرة من الأيدي العاملة في معظم الدول السياحية، وتساهم في تحقيق قيمة مضافة مرتفعة إلى الدخل الوطني سواءً في صورة أحور أو أرباح أو غيرها. وذلك بالإضافة إلى التأثير الإيجابي للسياحة على ميزان المدفوعات والاستثمار الوطني، وعلى مستوى الأسعار المحلية، وهو ما يؤكد على أهمية تشغيل قطاع السياحة بطريقة إقتصادية، تحقق عوائد صافية إيجابية من خلال التشغيل الأمثل لكافة عناصر الإنتاج سواءً على مستوى المشروع السياحي (المستوى الجزئي) أو على المستوى القومي (الكلي).

وعليه، من خلال هذا الفصل سوف نتطرق إلى التطور التاريخي للظاهرة السياحية مع الإمام بمختلف التعاريف والمفاهيم المرتبطة بالسياحة والسائح، وكذا العرض والطلب السياحي بالإضافة إلى الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع وذلك من خلال ما يلي:

المبحث الأول: السياحة لمحة تاريخية ومفاهيم أساسية.

المبحث الثاني: العرض والطلب السياحي.

المبحث الثالث: الدور الاقتصادي للسياحة.

المبحث الأول: السياحة لمحة تاريخية ومفاهيم أساسية

إن السياحة اليوم تعتبر نشاطاً بل قطاعاً مهماً في إقتصاد أي دولة، وخاصة تلك الدول التي تملك المقومات والوسائل للنهوض بهذا القطاع وتطويره، ومما لاشك فيه أن السياحة قطاع حساس وشديد التأثير بالمتغيرات الخارجية مما يتوجب متابعة خاصة لكل الجوانب المتعلقة بها والإهتمام بكل تطوراتها، وهذا ما يتطلب دراية كافية لأهم المفاهيم ذات الصلة بالسياحة. وبناءً على ذلك نقدم هذا المبحث الذي نتناول فيه التطور التاريخي للسياحة، مفاهيم سياحية تشمل كل من التعريف الأنواع، الدوافع ومؤشرات النمو السياحي.

أولاً: التطور التاريخي للسياحة

السياحة كسلوك بشري وحركة سفر ظاهرة قديمة قدم البشرية نفسها، وبذلك يمكن القول أن نشأة السياحة تعود إلى بداية الحياة الإنسانية على الكرة الأرضية، حيث كان البشر بحاجة إلى الترحال لأغراض عديدة كبحث عن الطعام أو المسكن أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي. ويمكن حصر التطور الزمني للسياحة في المراحل التالية:

1-1- العصور القديمة:

إن لفظ السياحة بمفهومه الحالي هو لفظ حديث لم يكن معروف في العصور القديمة، ولكن اذا تجاوزنا ذلك وأطلقنا لفظ السياحة على السياحة في العصور القديمة سنجد أن الإنسان قديماً كان عدم الاستقرار في مكان ثابت من مميزات حياته ، وذلك لحاجته في البحث عن مصادر الرزق¹. فغريزة التنقل و الترحال من مكان لآخر كانت موجودة منذ نشأته الأولى سعياً لحياة أفضل، حيث لم تكن هناك منظمات أو جهات رسمية توفر له احتياجاته الضرورية، فكان عليه أن يسعى إلى توفيرها بنفسه بدون وجود قوانين أو أعراف تحد وتحكم تصرفاته والتزاماته أو وجود وسائل نقل سريعة ومنظمة توفر له التنقل المريح والمأمون². و بدأت هذه المرحلة مع نشأة حضارة بلاد الرافدين والفرعنة في الألف الخامسة قبل الميلاد وتنتهي بسقوط الدولة الرومانية في نهاية القرن الرابع، ومن خصائص هذه المرحلة نذكر³:

- ظهور الحكومات والدول مثل الدولة في بلاد الرافدين والحضارة الفرعونية في مصر والحضارة الرومانية.

- ظهور الجيوش هياً للأمان للناس وبالتالي حرية الحركة.

- ظهور العلوم وتطور وسائل النقل والمواصلات وخاصة السفن الشراعية.

- ظهور النقود والمعاملات والتبادل التجاري وبالتالي ظهور الملكية الفردية.

¹ نائل موسى محمود سرحان، مبادئ السياحة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 02.

² ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1996، ص 14.

³ نعيم الظاهر وسراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص 12.

وكل هذا أدى إلى ظهور ظاهرة السياحة التي أصبحت ظاهرة محكومة بقوانين وتشريعات الدولة كان على السائح إحترامها. ويمكن تحديد دوافع السفر في هذه المرحلة كما يلي¹:

- **دافع ديني:** ظهر دافع لدى الناس للقيام برحلات لزيارة العتبات المقدسة وخاصة في أثناء المناسبات الدينية، وأهم الرحلات الدينية التي ظهرت في هذه المرحلة هي رحلة الصينيين من أتباع بوذا اذ كانوا يقطعون آلاف الأميال في مناطق صحراوية وصولاً إلى معبد بوذا في الهند، وهناك أيضاً سفر القبائل العربية إلى مدينة مكة المكرمة قبل ظهور الإسلام لأداء الطقوس الدينية.

- **دافع العلاج:** عرف الرومانيون المزايا العلاجية لبعض العيون المعدنية التي كانوا يقصدونها لأغراض العلاج، حيث كانوا يقومون برحلات من أجل الاستشفاء في المدن التي توجد فيها المياه المعدنية إلى جانب التسلية والمتعة وهو ما نطلق عليه اليوم بالسياحة العلاجية.

- **دافع رياضي:** اليونانيون أول من عرفوا السفر بدافع الرياضة، حيث أنهم خلال الفترة 779 ق.م إلى 393 م جاؤا من جميع أنحاء البلاد إلى مدينة (أولومبيا) في شبه جزيرة بيلوبونيز اليونانية للاشتراك في الألعاب الأولمبية.

- **دافع حب الإستطلاع:** إن طبيعة الإنسان الفضولية والمحبة للمعرفة كانت من أهم الدوافع التي تؤدي به إلى السفر والقيام برحلات من أجل التعرف على الشعوب وعاداتهم المتنوعة، وكذا من أجل معرفة طرق معيشتهم وتفصيل حياتهم، كما بينته روايات السياح الأوائل مثل المؤرخ الإغريقي هيرودوت².

وهناك العديد من الدوافع الأخرى التي كانت وراء السفر في هذه المرحلة منها الدافع التجاري، دافع الهجرة، دوافع عسكرية... الخ.

1-2- العصور الوسطى:

سادت هذه المرحلة في الفترة الممتدة بين حوالي القرن 5 ونهاية القرن 15 الميلاديين³، وخلال هذه العصور كان اتجاه السياحة إلى التجارة، الحج، الدراسة والرحلات الاستكشافية أكثر منه إلى اتجاهات ودوافع أخرى⁴.

والعرب كانوا الأوائل في تطوير مبادئ السياحة ووضع الأسس الأولى لمعظم فروعها، حيث أصبحت الدول العربية الإسلامية مركز الإشعاع الفكري والتطور العلمي في الفترة ما بين القرنين 8 م و 14 م، وكانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراء، وكانت أرزاق العالم تجري إليها، وكانت تشكلان مركزين ثقافيين يستقطبان طالبي العلم بهدف الدراسة والتعليم⁵.

¹ المرجع السابق، ص ص 13 - 15.

² ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 15.

³ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006، ص 27.

⁴ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 16.

⁵ نعيم الظاهر وسراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 16.

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 الجغرافية للبلدان التي زاروها¹، وقد ظلت بلاد العرب خلال تلك الفترة من أكثر بلاد العالم تقدماً وكان أبرز هؤلاء الرحالة ابن بطوطة الذي وضع كتابه الشهير "تحفة الأنظار في غرائب الأمصار وعجائب الأسفار" الذي وصف فيه رحلاته إلى آسيا وإفريقيا، وكذلك الرحالة أبو عبيدة البكري الذي وضع كتاب عن غرب إفريقيا بعنوان "المسالك والممالك"، وابن جبير الذي كانت رحلته من الأندلس حتى المشرق العربي. أما بالنسبة للأوروبيين فيمكن أن نذكر رحلة الإمبراطور الفرنسي شارلمان إلى بغداد في عصر الخليفة هارون الرشيد عام 797هـ. وقد اتسمت هذه الحقبة بكثرة الرحلات البحرية، ثم أصبح السفر لأغراض سياحية وثقافية وفنية أكثر شيوعاً في أوروبا².

وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي العلم الذين كانوا يقومون برحلات لغرض الدراسة والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى، وكانت تلك الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت تقتصر على طبقة الارستقراطيين لما يتطلبه السفر من وقت وأموال فائضة عن الحاجة³.

1-3- العصور الحديثة:

تمتد هذه المرحلة بين القرن 16 ونهاية القرن 19 الميلاديين، التي حدثت فيها تغيرات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار⁴، ومن أهم هذه الاكتشافات اكتشاف كولمبس لأريكا في عام 1492م واكتشاف فاسكودي رأس الرجاء الصالح في عام 1498م⁵. كما فتح عصر النهضة أبواب الكسب الكثيرة أمام الناس واتسعت مداركهم بظهور علماء وفنانين في جميع المجالات، حيث كانوا يذهبون إلى عواصم العالم والمدن الشهيرة لمشاهدة آثارها ومراكزها الثقافية، وفي أواخر القرن 18 م و بداية القرن 19 م أحدثت الثورة الصناعية تطوراً واضحاً في وسائل المواصلات مما أدى إلى سهولة السفر والتنقل وبالتالي زيادة عدد المسافرين⁶.

ويمكن أن نعتبر أن الحربين العالميتين الأولى والثانية كان لهما الأثر الكبير في تقدم السياحة، ويعود ذلك إلى تطوير الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية بعد الحرب العالمية الثانية، بالإضافة إلى السيارات والقطارات التي

¹ المرجع السابق، ص 17.

² محمد العطا عمر، صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية، الندوة العلمية أثر الأعمال الإرهابية على السياحة، دمشق، 2010، ص 5.

³ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 17 - 18.

⁴ مروان أبو رحمة وآخرون، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص 20.

⁵ محمد العطا عمر، مرجع سبق ذكره، ص 5.

⁶ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 18.

كانت فقط تستخدم في الحرب، وكان يرى دوكلاس بيرس *Douglas Pearce* أن تطور السياحة في تلك الفترة يرجع إلى¹:

- التطورات التكنولوجية التي أدت إلى تحسين طرق ووسائل الإنتاج مما أدى إلى توفير الجهد الإنساني وتحسين ظروف العمل وزيادة أوقات الفراغ والإجازات الممنوحة بأجر.
- تطور وسائل النقل والمواصلات والاتصالات وبالتالي تقارب المسافات.
- سهولة تبادل الخبرات وانتشار المعرفة وبالتالي تقارب الشعوب.
- تطور الأفكار الثقافية والاجتماعية والعلمية، وانتشارها خاصة بعد التطور الهائل في أجهزة الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية.
- ارتفاع معدلات الدخول والثروات والنظرة للسياحة كضرورة حتمية، بالإضافة إلى اهتمام المجتمع الدولي بالسياحة وأهميتها اقتصادياً واجتماعياً وسياسياً.

ويعتبر القرن العشرين " قرن السياحة " حيث شهدت السياحة قفزات هائلة سواءً من حيث تدفق كم ونوعية السياح أو معدلات الإنفاق السياحي الدولي، بالإضافة إلى تطور المنشآت السياحية والفنادق العملاقة وظهور الهيئات والمنظمات السياحية وأهمها المنظمة العالمية للسياحة، وانتشار تعليم السياحة في الكليات والمعاهد والأكاديميات.

إذاً كل هذه التطورات والتغيرات العلمية والتكنولوجية والصناعية والزراعية أثرت بشكل كبير في مسار ظاهرة السياحة وحولتها من مجرد نشاط يهتم بتلبية رغبات الأفراد إلى صناعة قائمة بذاتها.

ثانياً: مفهوم السياحة والسائح

هناك اختلاف كبير حول إمكانية وجود تعريف موحد ينطبق على مصطلح السياحة والسائح. وفي هذا الصدد يشير ثيوبالد *Theobald 1994* إلى أنه من الصعب جداً تعريف السياحة بدقة لاختلاف معناها لدى مختلف الأشخاص. وعليه يمكن تحديد أهمها وذلك وفقاً لأراء الباحثين والمنظمات العالمية والدولية المهتمة بالسياحة، مع الإشارة إلى خصائصها التي تميزها عن غيرها من الأنشطة والصناعات الأخرى على النحو التالي:

1-2- مفهوم السياحة:

السياحة في اللغة تعني التجوال وعبارة " ساح في الأرض " تعني ذهب وسار على وجه الأرض وجاء في كتب أخرى لفظ السياحة يعني " الضرب في الأرض ومنها سيح الماء " أي جريانه².

¹ وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقويمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص 66-67.

² حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2011 - 2012، ص 17.

ولقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في عدة مواضع نذكر منها قوله تعالى " فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ " ¹. ومعناها سيروا في الأرض أيها المشركون سير السائحين أميين مدة أربعة أشهر، وقوله تعالى " التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ " ². ومعنى السائحون هنا الصائمون لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم " سياحة أمتي الصوم "، ويقول المفسرون أن السائحون هم المسافرون للجهاد أو طلب العلم ³.

وفي اللغة اللاتينية لفظ السياحة هو لفظ مستحدث فيها والمعروف بكلمة *Tourisme* وهو لفظ مشتق في اللغة الإنجليزية من كلمة *to tour* أي يدور أو يجول، والمعروف في اللغة الفرنسية بـ *Tourner* وكلاهما مشتق من اللفظ اللاتيني *Tornare* الذي يؤدي نفس المعنى ⁴.

وقد أخذت السياحة عدة تعاريف حسب الجهة التي قامت بهذه المهمة والتي يمكن تقسيمها إلى:

1- تعريف الباحثين والمختصين: ونذكر منه:

الباحث الألماني جوير فولر *E. Guyer Freuller* سنة 1905 " السياحة ظاهرة من ظواهر العصر تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة، وأيضا نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب وأوساط مختلفة من الجماعة الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة " ⁵. نلاحظ من خلال هذا التعريف أن الباحث اهتم بالجانب الاجتماعي للسياحة وأغفل الجانب الاقتصادي والبيئي لها.

العالم النمساوي هيرمان فون شوليرون *Herman Von Sholleron* سنة 1910 الذي قدم كتابا عن وصف السياحة قال فيه " السياحة مجموع العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة، وانتشارهم داخل حدود منطقة معينة أو دول معينة " ⁶.

¹ سورة التوبة الآية 2.

² سورة التوبة الآية 112.

³ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 22.

⁴ مساوي مباركة، الخدمات السياحية والفندقية وتأثيرها على سلوك المستهلك: دراسة حالة مجموعة من الفنادق لولاية مستغانم، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2011 - 2012، ص 46.

⁵ محمد منير حجاب، الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 21.

⁶ زيد منير عبوي، فن ادارة الفنادق والنشاط السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 169.

ركز هذا العالم في تعريفه على الجانب الاقتصادي للسياحة، حيث أقر مبدأ هاماً وهو اعتبار السياحة عامل من العوامل الاقتصادية ويسمى بعامل المبادلات التجارية السياحية، وأهم في تعريفه الجانب الاجتماعي والبيئي لها.

الخبيران السويسريان **هونزيكر وكرابف Krapf, Hunziker** سنة 1942، حيث قدما في كتابهما المعنون بالنظرية العامة للسياحة، تعريفاً للسياحة يشمل كل الروابط والتأثيرات والظواهر الطبيعية والعلاقات المادية وغير المادية التي تكون ناتجة عن إقامة السياح والمتمثل في " أن السياحة مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة لسفر وإقامة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة حيث لا تتحول إلى إقامة دائمة ولا ترتبط بعمل مأجور"¹.

العالمان **ماتيسون ووال Mathieson, Wal** سنة 1982 " السياحة هي الانتقال المؤقت للأشخاص إلى أي جهة خارج موطنهم الأصلي الذي يعملون فيه وكذلك الأنشطة التي يقومون بها خلال تلك الإقامة والخدمات التي تقدم لهم والتي تغطي حاجاتهم كسائحين"².

الدكتور **صلاح عبد الوهاب** " السياحة ظاهرة إجتماعية تشمل إنتقال الأشخاص من محل إقامتهم المعتادة إلى أماكن أخرى داخل دولهم وهذه تسمى السياحة الداخلية أو خارج حدود دولهم وهذا ما يسمى بالسياحة الدولية، كما يصفها أيضا على أنها ظاهرة إنسانية تتصل بالعالم الخارجي. ويرى أيضا أن السياحة مظهر التغير في حياة السائح لأنه يترك مؤقتا محل إقامته المعتادة ليس بهدف العمل أو الهجرة وإنما يفعل ذلك هروبا من البيئة العملية أو الطبيعية أو الاجتماعية وإعادة بناء توازنه العقلي والعاطفي"³.

ولقد قدم **هال و بيج Hall, Page** سنة 1999 نموذجاً للعلاقة بين وقت الفراغ والترفيه والسياحة كما في الشكل الموضح بيانياً (1-1)، حيث يرى هال و بيج أن وقت الفراغ يعبر بصفة عامة عن الوقت المتبقي بعد كل من العمل والانتقال من وإلى العمل والنوم والواجبات الشخصية والمنزلية، هذا بينما يعرف الترفيه بأنه استخدام مخصوص لوقت الفراغ، وهو نشاط يزاول خلال وقت الفراغ ويتضمن السفر والسياحة"⁴.

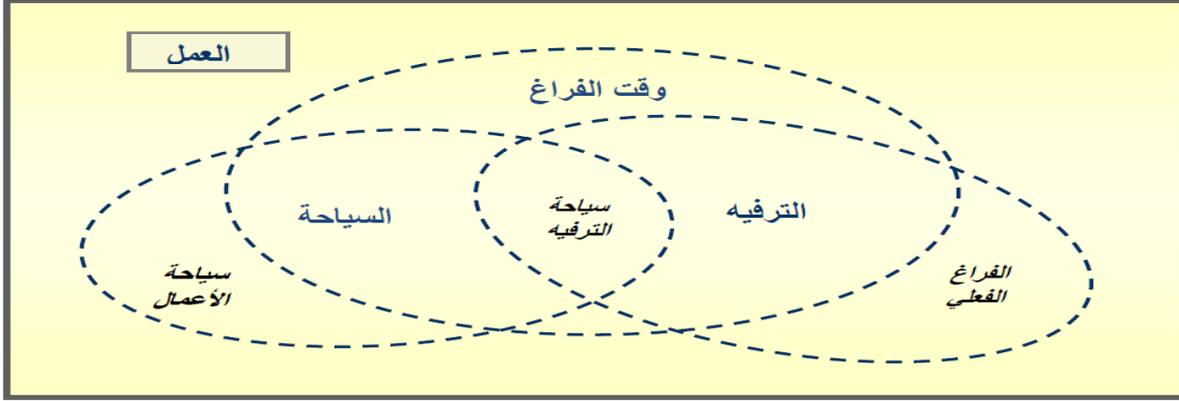
¹ Tessa Ahmed, *Economie Touristique et Aménagement du Territoire*, OPU, Alger, 1993, P 21.

² محمد العطا عمر، مرجع سبق ذكره، ص 10.

³ المرجع السابق، ص ص 8-9.

⁴ Abla Abdul Hameed Bokhari, *The Economic Impacts of Religious Tourism In The Kingdom of Saudi Arabia*, Doctoral Thesis, University of Bradford, Bradford Centre for International Development, 2008, P 15.

الشكل (1-1): العلاقة بين الفراغ والترفيه والسياحة



Source : Abla Abdul Hameed Bokhari, Op .Cit, P 15.

ب- تعريف المؤتمرات والهيئات الدولية: ونذكر منها ما يلي:

مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي المنعقد في روما 1963 " السياحة ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على إنتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة، ولا تزيد عن 12 شهرا بهدف السياحة الترفيهية، العلاجية أو التاريخية، وتنقسم إلى نوعين سياحة داخلية وسياحة خارجية"¹.

مؤتمر أوتارا بكندا سنة 1991 " السياحة هي الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لفترة معينة من الزمن، بحيث لا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه"².

نلاحظ من خلال هذين التعريفين أن السياحة هي عملية انتقال الشخص من مكان إلى آخر لفترة قصيرة من الزمن، لا يكون الغرض منها ممارسة نشاط يكتسب منه دخل.

الأكاديمية الدولية للسياحة " السياحة اصطلاح يطلق على الرحلات الترفيهية وبالتالي هي مجموعة الأنشطة الإنسانية الموجهة لتحقيق هذا النوع من الرحلات، وهي صناعة تساعد على سد حاجات السائح"³. إن الأكاديمية الدولية للسياحة إعتبرت السياحة صناعة على الرغم من ربطها بالرحلات الترفيهية.

المنظمة العالمية للسياحة "السياحة مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم المعتاد بغرض الترفيه أو لأغراض أخرى لا تدر عائداً في المنطقة التي يزورونها"⁴.

¹ محي محمد سعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، 2002، ص 61.

² المرجع السابق، ص 62.

³ سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، دار الرضا للنشر، سوريا، 2001، ص 57.

⁴ Jean Pierre et Michel Balfet, **Management du Tourisme**, 2 ème Edition, Pearson Education France, paris, 2007, P 4.

- من خلال ما أوردناه من تعاريف حول السياحة نلاحظ التباين دون الوصول إلى تعريف شامل للسياحة إلا أن الملاحظات العامة التي يمكن إبدائها حول النشاط السياحي لا تخرج عن الآتي¹:
- إن السياحة مجموعة من العلاقات المادية وغير المادية.
 - تنشأ السياحة نتيجة تنقل الأفراد وإقامتهم في أماكن غير أماكن إقامتهم الدائمة.
 - إن الحركة إلى المكان المقصود تكون مؤقتة خلال مدة أقصاها لا يزيد عن سنة وأدناها لا يقل عن 24 ساعة.
 - إن زيارة الأماكن المقصودة لا تكون لأغراض التجارة أو العمل.

2-2- مفهوم السائح:

السائح في اللغة إسم فاعل وجمعه سياح وهو الذي ينتقل من مكان لآخر، وقد عرّفه البعض بأنه الطائف في البلاد للتنزه وغيرها، وجاءت على لسان ابن تيمية رحمه الله وهو في حبسه أثناء المحنة التي مر بها قوله " وإخراجي من بلدي سياحة"².

أما في اللغة اللاتينية ظهرت كلمة السائح *Tourist* أولا في بريطانيا خلال بداية القرن التاسع عشر، وهي كلمة مشتقة من لفظ *Tour* التي تم إطلاقها على بعض الشباب الإنجليز من أبناء الطبقة الأرستقراطية، الذين كان عليهم أن يقوموا برحلة عبر مناطق بالقارة الأوروبية بجنوب فرنسا وشمال إيطاليا، وسويسرا وبعض الدول المجاورة (الدورة الكبرى *Grand Tour*) لإستكمال تكوينهم الثقافي³.

ولتعريف السائح أهمية كبيرة خاصة من الجانب الإحصائي، إذ لا يمكن جمع الإحصائيات وتحديد أرقام دقيقة عن عدد السياح، أصنافهم، فترة إقامتهم وقدرتهم على الإنفاق دون أن يكون للإحصائي خلفية كاملة عن مفهوم السائح ومميزاته. ولقد تعددت التعاريف والتصورات حول السائح نعرض أهمها كما يلي:

الباحث الإنجليزي أوجيليف *Ogilive* سنة 1933 الذي يعد من أوائل الباحثين في وصف مصطلح السائح، وقد فسره بأنه " كل الأشخاص الذين تتوفر فيهم شرطان أولهما أن ينتقلوا من موطنهم الأصلي لمدة تقل عن سنة، والثاني أنهم بسبب إقامتهم خارج موطنهم ينفقون في المناطق التي يقيمون فيها إقامة مؤقتة أموالا لم يكسبوها في هذه المناطق"⁴.

وفي إطار توحيد المفاهيم والمصطلحات السياحية قام الاتحاد الدولي للمنظمات الرسمية للسياحة *IUOTO* بالمساهمة في تنظيم العديد من اللقاءات والمؤتمرات تناولت تعريف السائح والزائر ومختلف الجوانب

¹ هويدي عبد الجليل، العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 09، جامعة الوادي، الجزائر، ديسمبر 2014، ص 213.

² ناصر عبد الله عبد المحسن العبيد، حماية السائح بين الشريعة والنظام، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في العدالة الجنائية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2003، ص 26.

³ *Decailot. M et Terrail. J. p, Besoins et Modes de Production, Edition Sociales, Paris, 1997, P 95.*

⁴ زيان زهرة، إستخدام الأساليب الكمية لتقييم العرض والطلب السياحيين في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2009-2010، ص 09.

الأخرى للأنشطة السياحية. وقد اتخذت الخطوة الأولى من قبل مجلس عصبة الأمم سنة 1937 حين قدم توصية بشأن تعريف السائح الدولي واعتباره كشخص يزور بلداً معيناً لمدة لا تقل عن 24 ساعة، واستثنى من ذلك المسافرين من أجل مزاوله مهنة ما، والمقيمين على الحدود بالدول المجاورة والطلبة، ثم قامت اللجنة الإحصائية التابعة للأمم المتحدة سنة 1953 بتثبيت مفهوم السائح الدولي خلال المؤتمر الذي عقدته هذه المنظمة حول التسهيلات الجمركية لفائدة السياح¹.

أما المنظمة العالمية للسياحة فتبنت نفس التعريف الذي أوصى به مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي المنعقد في روما 1963، وعرف السائح على أنه " من يزور بلداً غير بلده الذي يقيم فيه بصورة دائمة ومعتادة، لأي سبب من الأسباب عدا قبول وظيفة بأجر في البلد الذي يزوره، أي تغيير مكان الإقامة المعتادة لفترة مؤقتة"².

إن هذا التعريف قد شمل فئتين من الزائرين هما³:

- السائحون: هم الزائرون المؤقتون الذين يقيمون على الأقل لمدة 24 ساعة في الدول محل الزيارة.
- المتنزهون: الزائرون المؤقتون الذين يقيمون لمدة تقل عن 24 ساعة في الدول محل الزيارة، بما في ذلك المسافرون في الرحلات البحرية.

وبالنسبة للجزائر فقد تبنت تقريبا نفس التعاريف التي إعتمدها المنظمة العالمية للسياحة منها ما يلي⁴:

- الدخول: كل مسافر عبر الحدود ودخل التراب الوطني، خارج مساحة العبور يعتبر داخلا.
- المسافر: هو كل شخص يدخل التراب الوطني، مهما كانت دوافع هذا الدخول ومهما كان مكان إقامته وجنسيته، باستثناء الجوالين في رحلة بحرية، والجوال هو كل زائر يدخل الحدود الوطنية ويغادرها في نفس السفينة التي جاء فيها والتي يسكن على متنها طوال إقامته في البلاد.
- الزائر: هو كل من دخل البلد (الجزائر) من غير أن يقيم فيها عادة ولا يمارس فيها أية مهنة مقابل أجر، ويشمل هذا التعريف فئتين من الزوار السياح والجوالون.
- السائح: هو الزائر لفترة محدودة يقضي على الأقل 24 ساعة في البلاد، وذلك لأغراض المتعة (عطلة، أسباب صحية، رياضة، دواعي دينية...) أو لإنجاز أشغال (زيارة الأقارب، حضور اجتماعات، القيام بمهام...).

¹ صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2010 - 2011، ص 35.

² مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة مجد الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، 2003، ص 37.

³ يسرى دعبس، العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الطبعة الأولى، البيطاش سنتر للنشر، مصر، 2002، ص ص 19-20.

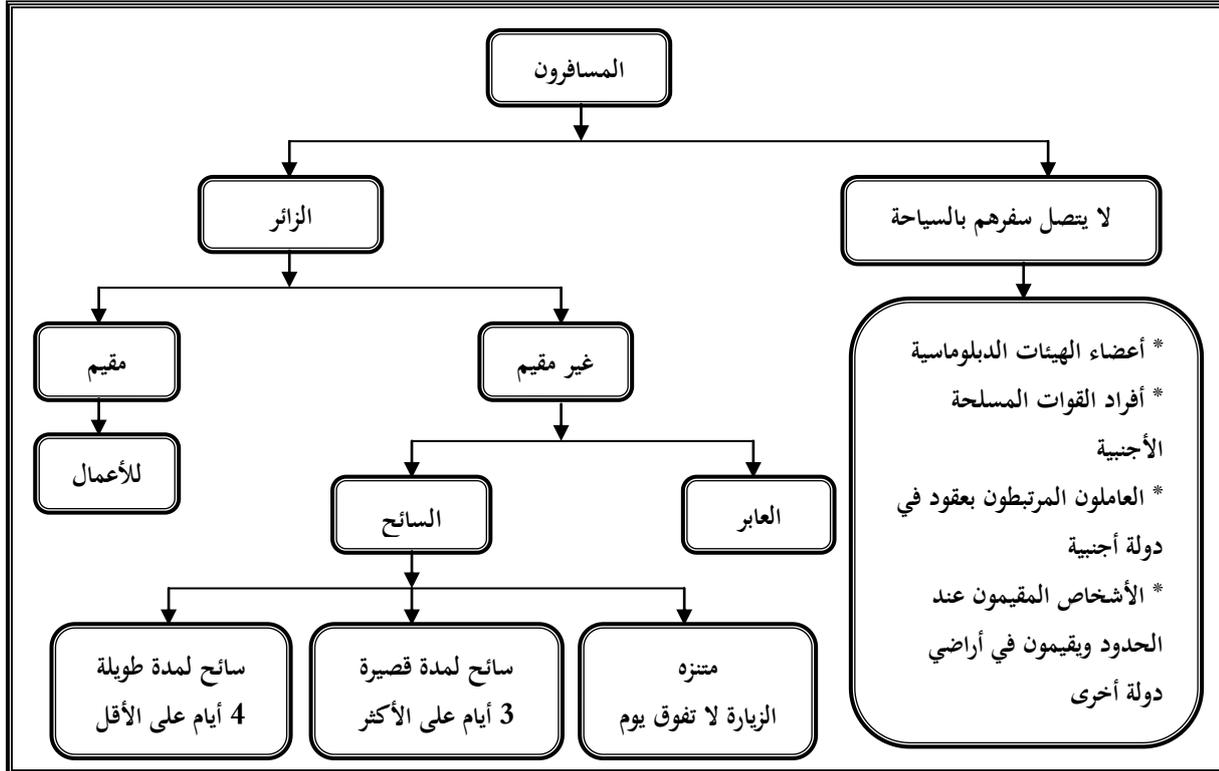
⁴ الديوان الوطني للإحصائيات، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18، نشرة 2000، ص 275.

- **الجوال:** هو زائر لمدة محدودة، إقامته في الجزائر لا تتعدى 24 ساعة، وهذا المعنى ينطبق على كل المسافرين الذين هم في جولة ما، عدا المسافرين الذين لا يمكن دخولهم التراب الوطني من الناحية القانونية وسكان الحدود العاملين في الجزائر.

- **المقيمون:** هم المسافرون ما عدا غير المقيمين والجوالين في رحلة بحرية.

- **غير المقيمين:** هم السياح والجوالون والمسافرون العابرون بالجزائر، باستثناء الجوالين في رحلة بحرية.

الشكل (1-2): تصنيف المسافرين



Source : Michel Balfet, *Marketing des Services Touristiques et Hoteliers*, Ellipses, Edition Marketing S.A, Paris, 2001,P10.

وفي الأخير يمكن القول أن السائح هو كل شخص يسافر خارج محل إقامته المعتادة ولأي سبب من غير الكسب المادي أو الدراسة أو الهجرة سواء كان داخل بلده (السائح المحلي *) أو خارج بلده (سائح دولي **) ولفترة تزيد عن 24 ساعة وان تقل عن ذلك فهو يعتبر شخص قاصد للنزهة.

* سائح محلي: فترة إقامته لا تزيد عن 6 أشهر في المرة الواحدة.

** سائح دولي: فترة إقامته تتجاوز 24 ساعة ولا تتعدى سنة واحدة.

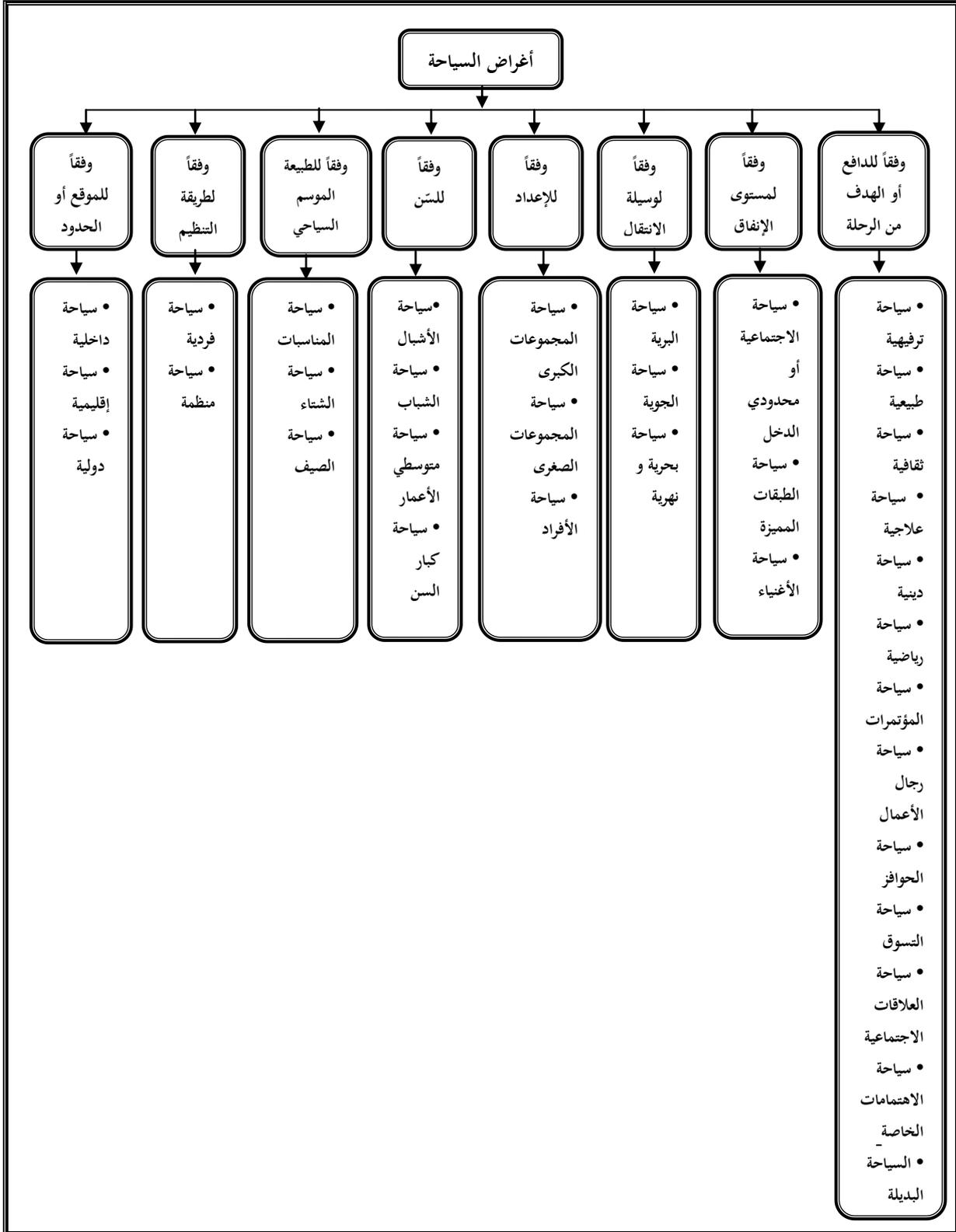
ثالثاً: السياحة الأنواع، الدوافع والمؤشرات

يمكن تصنيف السياحة إلى أشكال متعددة تختلف بحسب المعايير المستخدمة في هذا المجال، وفيما يلي يتم عرض عدداً من الأنماط السياحية التي تتماشى مع ميول ورغبات السياح المراد إشباعها، بالإضافة إلى التطرق إلى مختلف الدوافع التي تدفع السائح إلى القيام بالرحلات السياحية، وفي الأخير نذكر أهم مؤشرات النمو السياحي التي من خلالها يمكن معرفة مدى أهمية قطاع السياحة في الدولة.

3-1- أنواع السياحة:

تعدد أنواع السياحة تبعاً للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة التي تكمن خلفها وتحركها، فهناك السياحة الثقافية والترفيهية والعلاجية والدينية والرياضية بالإضافة إلى أنماط أخرى جديدة ساعد على نشأتها وإنتشارها التقدم والتطور العلمي والسياسي والإقتصادي والاجتماعي، وما صاحبهم من تطلعات ومتطلبات ذات نوعيات خاصة لم تكن معروفة من قبل، مثل سياحة المؤتمرات وسياحة المعارض وسياحة الحوافز وغيرهم. وقد صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة لها وفقاً لعدة معايير نختصرها في الشكل التالي:

الشكل (3-1): معايير تقييم أنماط السياحة وأنواعها المختلفة



المصدر: يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 2003، ص 245.

نلاحظ من خلال هذا الشكل أن أنواع السياحة ليست منفصلة كلياً عن بعضها البعض بل تتداخل وتتكامل فيما بينها، حيث يمكن أن يصنف كل نوع من أنواعها تحت أكثر من قسم، فمثلاً السياحة الترفيهية يمكن أن تكون سياحة فردية وداخلية وفي نفس الوقت سياحة محدودة الدخل. و ذلك لأن اتخاذ قرار القيام برحلة سياحية يكون نتيجة عدة عوامل نفسية واجتماعية واقتصادية متداخلة مع بعضها البعض.

3-2- دوافع السياحة:

يقصد بالدافع للسفر أو السياحة الرغبة التي تدفع الإنسان للقيام بالرحلة السياحية وكذلك تفضيله لأماكن معينة دون أخرى، وتنقسم الدوافع إلى عدة أنواع نذكر منها¹:

- **دوافع دينية:** تكون لغرض السفر بهدف زيارة الأماكن المقدسة مثل زيارة المسلمين للأماكن المقدسة في مكة والمدينة عند أداءهم لفريضة الحج والعمرة، وزيارة القدس وأضرحة الصحابة، كما يقوم المسيحيون بزيارة الفاتيكان والهندوس بزيارة المعابد الدينية المقدسة لهم.

- **دوافع صحية:** وهي السفر لأغراض العلاج والنقاوة والاسترخاء أو الابتعاد عن الجو البارد والثلوج والتوجه إلى أماكن دافئة نسبياً أو العكس أو السفر لأغراض الراحة النفسية أو التمتع بالأجواء النقية في المناطق الهادئة.

- **دوافع عرقية:** تشمل هذه الدوافع زيارة البلد (مسقط الرأس) وذلك من خلال تحديد الروابط الأسرية وزيارة الأهل والأصدقاء، وهذا الدافع دائماً ما يكون مربوط بالأشخاص الذين أمضوا وقتاً طويلاً بعيداً عن وطنهم أو منطقتهم.

- **دوافع اقتصادية:** وهي تتمثل في التقاطعات التي تحدث في قوى العرض والطلب العالميين وفي كيفية الحصول على الفوائد والأرباح التي يبحث عنها المستثمرون ورجال الأعمال خصوصاً في بعض البلدان النامية التي تتميز بانخفاض أسعار المواد الأولية والخدمات والعمالة وهو مؤشر لتدفق السياح للتمتع بالخدمات التي تقدم بأسعار مناسبة وأيضاً وجود فرق العملة.

- **دوافع ثقافية:** وتتعلق بالرغبات المختلفة للتعرف على الحضارات القديمة ومشاهدة المعالم الأثرية ومعايشة الشعوب المختلفة بثقافتها ذات الخصوصيات والتي تنفرد بفتونها وتراثها الشعبي والأدبي وطرزها المعماري وصناعاتها التقليدية².

- **دوافع رياضية:** تكون لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين مثل مشاهدة كأس العالم، أو المشاركة في دورة رياضية أو لممارسة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد والسباحة وصعود سفوح الجبال، وممارسة هواية الصيد³.

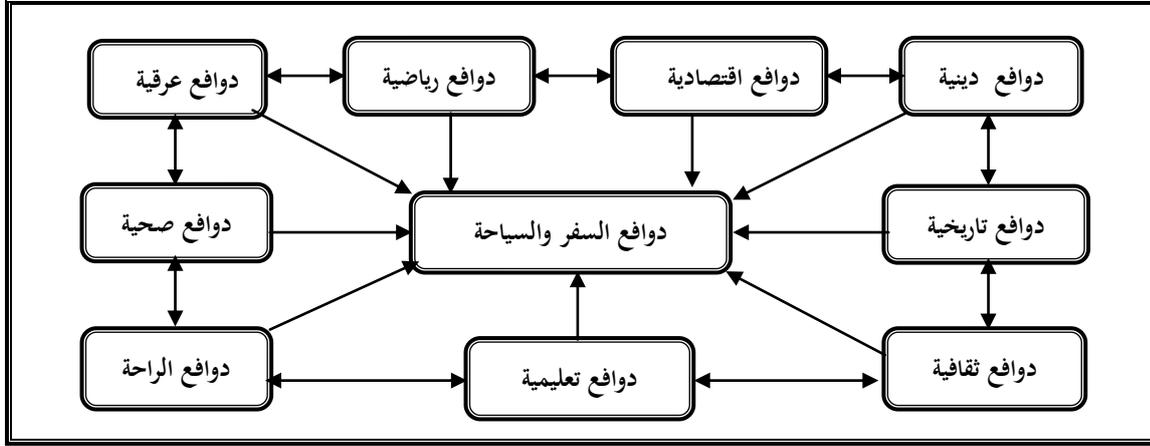
¹ محمد العطا عمر، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 13.

³ أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 35.

وهناك العديد من الدوافع الأخرى كسياحة لغرض المخاطرة أو المغامرة (سياحة الشباب) أو التفاخر والتأمل، أو لغرض البحث العلمي... الخ. ويمكن توضيح دوافع السياحة من خلال الشكل التالي:

الشكل (1-4): دوافع السياحة



المصدر: أحمد محمود مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص 36.

والجدير بالذكر أنه قد تتجمع العديد من الدوافع مع بعضها البعض لدى سائح معين، فقد تتوفر على سبيل المثال دوافع العلاقات الشخصية والأسرية مع الرغبة في الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ والخروج من الحياة الروتينية التي يمارسها في البلد القادم منه.

3-3- مؤشرات النمو السياحي:

تتعدد المؤشرات التي يمكن أن يبنى عليها الحكم في ازدهار أو كساد قطاع السياحة في بلد ما. وفيما يلي نستعرض أهم هذه المؤشرات:

- إجمالي عدد السياح: مؤشر عدد السائحين من أهم المؤشرات في تقدير حجم النشاط السياحي في أي دولة، حيث يمكن على أساس هذا المؤشر تحديد مدى إسهام السياحة في الاقتصاد الوطني، وقد يزيد أو ينخفض عدد السياح في أي دولة حسب الأحداث والأزمات التي تتعرض لها تلك الدولة¹. ولجمع البيانات عن حركة السياحة الدولية في مختلف أنحاء العالم تستخدم طريقتين رئيسيتين هما²:

• طريقة التسجيل الفندقي: تركز هذه الطريقة على الليالي السياحية التي يقضيها السائح في الفنادق والشقق المفروشة والمخيمات والقرى السياحية وغير ذلك. ولقد اهتمت بعض الدول بطريقة التسجيل الفندقي كسبيل لعمل الإحصاءات عن حركة السياحة الدولية الوافدة إليها، وذلك من خلال وضع القواعد الكفيلة بضبطها وضمان فعاليتها، حيث ألزمت أصحابها بإجراء إحصاءات شهرية وأسبوعية وأحياناً يومية لعدد النزلاء وجنسياتهم

¹ محمد الصبري، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2008 - 2009، ص 26.

² منال شوقي عبد المعطى، دراسة في مدخل علم السياحة، الطبعة الأولى، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2010، ص ص 212 - 216.

وعدد الأسرة والغرف المشغولة في كل فندق أو محل إقامة، وهذا يعطي للمسؤولين عن القطاع السياحي فكرة واضحة عن حركة السياحة إلى الدولة سنة بعد الأخرى، بالإضافة إلى اتجاهات الحركة السياحية بالنسبة إلى الفنادق من الدرجة الممتازة والدرجة الأولى وأماكن الإقامة الأخرى، مما يسمح بمعرفة نوع ومستوى أماكن الإقامة المطلوب إنشاؤها لتلبية حاجة السائحين.

وما يعاب على هذه الطريقة أن السائح الواحد إذا انتقل في داخل هذه الدولة بين فنادق متعددة تبعاً لانتقاله بين مناطق سياحية مختلفة فإنه يسجل بعدد مرات نزوله في هذه الفنادق وفي هذا تضخم لعدد السائحين الذين يزورون الدولة السياحية في فترة معينة.

• **طريقة الرقابة على الحدود والمنافذ الشرعية للدولة:** تعتبر هذه الطريقة الأكثر إستعمالاً في إحصاء حركة السياحة الخارجية، ولكنها تتوقف على مدى صرامة سلطات الهجرة والجوازات في رقابتها على الحدود ومنافذ الدخول إلى الدولة حتى تكون الإحصاءات صحيحة ودقيقة يمكن الإعتماد عليها في إستخراج عدد السائحين من بين عدد المسافرين عموماً إلى الدولة كالمهاجرين مثلاً. ولذلك فإنه يجب استخدام الحذر عند دراسة الإحصاءات السياحية لأية دولة وضرورة الدقة في معرفة مدلول اصطلاح السائح حتى لا يكون المقصود به كل قاصد إلى الدولة.

ويتم بهذه الطريقة حصر عدد السائحين الوافدين وعدد الليالي السياحية التي قضها السائح داخل الدولة من خلال بطاقتي الوصول والمغادرة التي يملأ بياناتها السائح عند الدخول والخروج. وعيوب هذه الطريقة أنها لا تبين عدد الليالي الفندقية مفصلة عن مجموع الليالي، كما أنها لا تبين الأماكن التي يقبل عليها السائحون أكثر من غيرها داخل الدولة الواحدة.

ولهذا يستحسن الأخذ بالطريقتين معاً للحصول على بيانات شاملة ودقيقة يمكن الاعتماد عليها في وضع خطط تنمية سياحية تسمح بتلبية حاجات السائحين مستقبلاً.

ومن الملاحظ أن حركة السياحة الدولية تتزايد بشكل مستمر سواء في عدد السائحين أو في عدد الليالي السياحية، فنظرة عامة على الحركة السياحية العالمية تظهر لنا بوضوح حجم أعداد السائحين الذين يمثلون الطلب السياحي لأماكن القصد السياحي العالمي، وكما هو موضح في الجدول (1-1) والذي يبين حصة السوق العالمي من الطلب السياحي للأعوام 1995-2010-2020.

الجدول (1-1): حصة السوق العالمي من الطلب السياحي للسنوات 1995-2010-2020

معدل النمو (%)	الحصة السوقية (%)		عدد السياح (مليون)			
	2020	1995	2020	2010	1995	
4.1	% 100	% 100	1561	1006	565	العالم
5.5	5.0	3.6	77	47	20	أفريقيا
3.8	18.1	19.3	282	190	110	الأمريكتان
6.5	25.4	14.4	397	195	81	شرق آسيا وباسفيك
3.1	45.9	59.8	717	527	336	أوروبا
6.7	4.4	2.2	69	36	14	الشرق الأوسط
6.2	1.2	0.7	19	11	4	آسيا الجنوبية

Source : World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2005, P 11.

- **جنسيات السياح:** تشير جنسيات السياح الأجانب إلى درجة النمو والتطور السياحي في البلد المضيف، فكلما ازداد تنوع الجنسيات دلّ ذلك على درجة عالية من النمو والتطور في الحركة السياحية، ولا شك أن لكل سائح ميوله الخاصة في طريقة السكن ووسيلة الانتقال ونوع النشاط السياحي المفضل لديه. فمثلاً السائح العربي يهتم عادة بالسكن الخاص (فيلات أو شقق)، كما يهتم بالترفيه والذهاب إلى المسارح والسينما، في حين أن السائح الغربي يهتم بالإقامة في الفنادق والقرى السياحية، ويقبل عدد كبير منهم على السياحة الثقافية الأثرية. وكلما كان هناك إهتمام بالسياحة الثقافية والترفيهية وباقي أنواع السياحة وكذلك المنتجعات العلاجية والمطارات الداخلية لاستقبال الطيران العارض* مع منح التسهيلات لشركات الطيران الأجنبية يؤدي ذلك إلى ازدهار الحركة السياحية وإرضاء كافة الجنسيات الوافدة¹. والجدول (2-1) يظهر لنا أكثر المناطق جذباً للسياح على المستوى العالمي سنة 2000 وذلك على النحو التالي:

¹ محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص ص 27-28.

* النقل الجوي المنتظم هو النشاط الذي تقوم به شركات الطيران العالمية، من خلال رحلات منتظمة التابع ومعلن عنها مسبقاً وفق جدول معترف به دولياً وتلتزم به كل دولة تبعاً للقواعد التي تحددها. أما النقل الجوي غير منتظم أو ما يعرف بالطيران العارض، هو رحلة أو مجموعة من الرحلات التي لا تتوفر فيها كل عناصر النقل الجوي المنتظم وليس له جداول تشغيل منتظمة ثابتة، ويمكن تشغيله في أي وقت يقرره منظمو الرحلات بعد الحصول على التصريح المسبق من الدول التي سيتم التشغيل إليها، ولا يسمح للناقل العرض ببيع تذاكر فردية أو التعامل مع الركاب مباشرة.

الجدول (1-2): معدل نمو أعداد السياح عالمياً حسب منطقة الجذب السياحي 2000/1989

معدل النمو %2000/89	عدد السياح لعام 2000 (بالمليون)	نوع منطقة الجذب السياحي	معدل النمو %2000/89	عدد السياح لعام 2000 (بالمليون)	نوع منطقة الجذب السياحي
13	9.9	البيوت التاريخية	24	15.1	المتاحف و الكلازير
20	9.7	المنزهات الوطنية	16	13.2	الشواخص الأثرية
18	8.4	المحميات الطبيعية	36	13.1	المنتزهات الإقليمية
31	8.4	المعارض السياحية	44	12.4	مراكز التسوق العالمية
32	3.3	مدن الألعاب الحديثة	6	11.1	حدائق الحيوانات
			19	10.1	الحدائق العامة

المصدر: موفق عدنان الحميري و نبيل زعل الحوامدة، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 141.

- عدد الليالي السياحية: هي تلك الليالي التي يقضيها السائح خارج محل إقامته الدائمة (المحيط الاعتيادي) لغير أغراض العمل بأجر مدفوع للدولة المضييفة¹، وهي تترجم إلى استخدام لخدمات الإقامة وبالتالي تصدير لمنتج موجود لا يمكن تخزينه في حالة غياب الاستهلاك². ويتوقف عدد الليالي السياحية التي يقضيها السائح في البلد السياحي على عدة عوامل أهمها أسعار السفر، الخدمات السياحية (أي تكلفة أنشطة السياحة)، والمسافة الفاصلة بين مواطن السياح ومواقع الأماكن السياحية، فضلاً عن مستوى الدخل المادية للسياح، حيث كلما تزايدت تكاليف الرحلة السياحية إلى البلد السياحي كلما أدى ذلك إلى ضعف الإقبال على السفر إليها وبالتالي تناقص أعداد الليالي السياحية فيها³. ويتم حسابها بمعرفة الفرق بين تاريخ الوصول وتاريخ المغادرة، و هذا المؤشر يرتبط بمتوسط إقامة السائح الذي هو عبارة عن حاصل قسمة الليالي السياحية على عدد الزائرين الوافدين⁴.

ويعتبر معيار متوسط مدة الإقامة وبالتالي عدد الليالي السياحية من المعايير الفعالة في قياس مستوى النشاط السياحي في بلد معين، كما يعتبر من المعايير الأكثر دقة عند المقارنة بين فترة وأخرى وبين دولة وأخرى فقد يكون لدينا مليون زائر يقضون في المتوسط ليلة واحدة يحققون في النهاية مليون ليلة سياحية، وقد يكون لدينا في المقابل مليون زائر سنويا يحققون في المتوسط عشرة ليالي وبالتالي نصل إلى عشرة مليون ليلة سياحية، الفارق واسع والنتيجة الاقتصادية هائلة⁵. ومما لا شك فيه فإن زيادة مدة الإقامة تعني زيادة معدل الإنفاق وبالتالي زيادة

¹ مصطفى النجار، سياحة وسفر، جريدة الأهرام، 5 ديسمبر 2013، الموقع: www.Ahram.org.eg/newsprint/246105.aspx

² منال شوقي عبد المعطى أحمد، محاضرات في التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2013، ص 76.

³ منال شوقي عبد المعطى أحمد، دراسة في مدخل علم السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 150-151.

⁴ مصطفى النجار، مرجع سبق ذكره.

⁵ منال شوقي عبد المعطى أحمد، محاضرات في التنمية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 76.

الفصل الأول: الإطار النظري لظاهرة السياحة

الدخل السياحي والعكس في ذلك، وفي هذا الشأن تبرز مسألة أسعار السلع والخدمات، وحجم الأماكن السياحية ونوعها، والعلاقة بين البلد المضيف والدولة المجاورة له¹.

ويمكن حساب متوسط مدة الإقامة السياحية في أي إقليم من أقاليم العرض السياحي اعتماداً على عدة معايير يأتي في مقدمتها ما يلي²:

- **السنوات:** وفي هذه الحالة تكون الدراسة تطويرية أي تمتد لعدة سنوات حيث تسعى إلى حساب مستوى التغير الذي يعتري مدة الإقامة السياحية خلال فترة زمنية محددة، وبناء على الاتجاه الذي تبرزه الدراسة يمكن السعي إلى زيادة متوسط مدة الإقامة السياحية إذا أبرزت الدراسة اتجاهه نحو التناقص خلال الفترة المدروسة وذلك عن طريق زيادة المغريات وعوامل الجذب التي تطيل مدة إقامة السائح في الإقليم.
- **الشهور:** وتكون الدراسة الإحصائية في هذه الحالة على مستوى شهور السنة لرصد أي الشهور أكثر جذبا للسياح، ويكون رصد الموسمية طول مدة الإقامة السياحية أساساً لتفسير مبرراتها والعمل على إطالتها وذلك في حالة عدم سيادة نمط السياحة الفصلية في الأقاليم قيد الدراسة.
- **أقاليم العرض السياحي:** وفي هذه الحالة تكون دراسة متوسط مدة الإقامة السياحية على مستوى الأقاليم، وهي دراسة تسهم في إبراز أبعاد الاختلافات المكانية وملاحظتها والتي تنعكس على مستوى عوامل الجذب السياحي في الأقاليم المختلفة.
- **جنسيات السياح:** وتركز الدراسة في هذه الحالة على رصد متوسط مدة الإقامة السياحية تبعاً لجنسيات السياح، وهي دراسة تسهم في وضع تصور لكيفية زيادة عوامل الجذب السياحي في إقليم العرض لتناسب وخصائص السياح الأجانب أو الوطنيين الأكثر تردداً على الإقليم.

الجدول (3-1): عدد الليالي السياحية من المقيمين وغير المقيمين لدول الاتحاد الأوروبي سنة 2014

الدول	عدد مؤسسات الإيواء	عدد الأسرة (ألف)	عدد الليالي (مليون)	الدول	عدد مؤسسات الإيواء	عدد الأسرة (ألف)	عدد الليالي (مليون)
الاتحاد الأوروبي	570 268	30 913.0	2 684.0	اسبانيا	404.0	3 483.0	47 689
ايطاليا	158 412	4 849.4	378.2	اليونان	95.1	1 238.6	34 522
انجلترا	303.6	4 001.0	87 079	فرنسا	402.3	5 109.9	28 895
كرواتيا	66.1	893.8	67 724	النمسا	110.4	993.6	20 329
ألمانيا	366.5	3 318.6	50 925	باقي الدول	557.8	7 025.1	74 693

Source: Eurostat, site: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics.

¹ محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 27.

² محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة لنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006، ص ص 88-89.

- الإنفاق السياحي: هو إجمالي النفقات الاستهلاكية التي ينفقها الزائر نظير رحلته وإقامته في مكان الزيارة، وتستبعد منها المشتريات لأغراض تجارية والاستثمارات والعطايا والتبرعات¹، ويختلف الإنفاق باختلاف مستوى السائح وجنسيته وعاداته وسلوكه الإنفاقي، كما يختلف باختلاف الباعث على السياحة (ثقافية، علاجية، ترويحية، دينية... الخ) وباختلاف هيكل صناعة السياحة في البلد المضيف ومستوى الأسعار فيها².

ولا يمكن تحديد نسبة ثابتة لكل عنصر من عناصر الإنفاق (المبيت، المأكل، التنقلات والرحلات الداخلية، التسلية والترفيه، شراء الهدايا والملابس والتحف)، ولكن يمكن القول بصفة عامة أنه باستبعاد نفقات السفر الدولي التي لا تدخل ضمن بنود الإنفاق السياحي، عادة ما تستحوذ نفقات الإقامة والطعام على معدل يتراوح بين 60% و75% من الإنفاق السياحي، أما الباقي فإنه ينفق على وسائل النقل والترويج والتسلية والمشتريات وغيرها من العناصر³. وقد أعدت دراسات عديدة على توزيع الإنفاق السياحي عن عدد كبير من البلدان السياحية إتضح منها أن الأهمية النسبية لعناصر الإنفاق تبدو كالتالي:

الجدول (4-1): الأهمية النسبية لعناصر الإنفاق في بعض الدول المختارة

عناصر الإنفاق	بلجيكا	اليونان	انجلترا	يوغسلافيا	كندا	قبرص	السويد	فرنسا
إقامة كاملة	41	50	45	44	38	48	35	58
مشتريات	19	15	25	11	28	30	25	20
مواصلات	17	20	15	20	22	10	10	10
ترفيهه وغيره	23	15	15	21	12	10	20	12

المصدر: مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 94.

والملاحظ من الجدول أن السائح الذي يزور فرنسا ينفق أكثر من نصف المبلغ على الإقامة وأقله على المواصلات. بينما في السويد ينفق ثلث المبلغ على المبيت ولكنه يشتري ربع إنفاقه حاجاته، أما في قبرص ولأن الأسعار أرخص ينفق السائح (30%) من ماله على المشتريات وفي بلجيكا يصل إنفاق السائح على الترفيه والتسلية إلى حدود ربع ماله.

وتختلف النظرة إلى الإنفاق السياحي باختلاف وضعية الدولة المعنية من هذا الإنفاق، أي إذا كانت الدولة مستقبلية للسياح فإن إنفاق هؤلاء يعد بمثابة عائدات سياحية لهذه الدولة، ويدون في جانب المتحصلات

¹ أحمد أديب أحمد، تحليل الأنشطة السياحية في سوريا باستخدام النماذج القياسية: دراسة ميدانية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الإحصاء والبرمجة، جامعة تشرين، سوريا، 2005 - 2006، ص 3.

² نبيل الروبي، إقتصاديات السياحة مجموعة الدراسات السياحية 2، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، (بدون سنة نشر)، ص 64.

³ المرجع السابق، ص 65.

بميزان مدفوعاتها وهنا تعد صفقة دائنة. وفي الحالة العكسية فإن الإنفاق السياح يعد بمثابة مدفوعات تتحملها الدولة المعنية، وهي صفقات مدينة تدون في جانب المدفوعات من هذا الميزان للبلد المعني.

ويقاس الإنفاق السياحي الدولي بعدة طرق ينتهي فيها الأمر دائماً إلى تقديرات تقريبية للإنفاق السياحي، تتمثل هذه الطرق في¹:

• **حصر التحويلات المصرفية للسائحين الأجانب:** تقوم هذه الطريقة على تسجيل عمليات بيع وشراء النقد الأجنبي للسائحين الأجانب خلال السنة من خلال البنوك التجارية أو مؤسسات أخرى يرخص لها بذلك، حيث تقوم هذه البنوك والمؤسسات بإعداد تقارير دورية عن إجمالي تحويلات الصرف الأجنبي وتقديمها للبنك المركزي. ويقوم هذا الأخير بعملية تجميع هذه التقارير والحصر النهائي لتقدير إجمالي التحويلات السياحية الأجنبية في البلد المضيف خلال فترة زمنية معينة. وكثيراً ما يشار في التقارير الرسمية إلى التحويلات السياحية الأجنبية على أنها ممثلة للإنفاق السياحي الأجنبي أو الإيرادات السياحية الأجنبية للبلد المضيف.

• **الاستفهام المباشر من السائحين الأجانب:** وتعتمد هذه الطريقة على الاستفهام المباشر من السائحين الأجانب عن إنفاقهم على البنود المختلفة من إقامة وطعام وتنقلات ورحلات داخلية وتسلية وترفيه... الخ. ويتم ذلك عن طريق اختيار عينة من السائحين الأجانب في البلد المضيف بحيث تكون ممثلة بقدر الإمكان للمجموع الكلي للسائحين الأجانب فيه وتوجيه عدد من الإستفهامات لكل واحد من هذه المجموعة، وبعد ذلك يتم تصنيف وتحليل جميع الإجابات حتى يمكن استخراج نتائج محددة يجرى تعميمها على المجموع الكلي للسائحين الأجانب في البلد المضيف.

• **التقدير بطريقة غير مباشرة:** تعتمد هذه الطريقة على معرفة إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها الأجانب في البلد المضيف أولاً ثم تقدير متوسط الإنفاق اليومي خلال فترة زمنية معينة (عام مثلاً) وبضرب الاثنين معاً يتم التوصل إلى تقدير تقريبي للإنفاق السياحي الدولي خلال هذه الفترة، ويمكن إستبدال عدد الليالي السياحية بعدد السائحين مضروباً في متوسط الإقامة للسائح وبذلك يتم تقدير الإنفاق السياحي الدولي وفقاً للمعادلة:

$$\begin{aligned} \text{الإنفاق السياحي} &= \text{عدد الليالي السياحية} \times \text{متوسط الإنفاق اليومي} \\ \text{الإنفاق السياحي} &= \text{مجموع السائحين} \times \text{متوسط الإقامة} \times \text{متوسط الإنفاق اليومي} \end{aligned}$$

ولاشك 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

¹ غادة صالح حسن، اقتصاديات السياحة، الطبعة الأولى، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2008، ص ص 152-158.

الذي يتولد عنه اتساع نطاق هذه الصناعات أو الخدمات لأن كل استثمار جديد يعني إنفاقاً جديداً والذي ينشأ عنه دخولا جديدة¹.

وعلى المستوى العالمي، تتصدر المراتب الأولى في مجال الإنفاق السياحي كل من الصين والولايات المتحدة الأمريكية، ألمانيا، إنجلترا، فرنسا، روسيا، كندا، كوريا وأخيراً إيطاليا وأستراليا مع تبادل المراكز بينها من سنة لأخرى. والجدول التالي يوضح نصيب هذه الدول من الإنفاق السياحي العالمي سنة 2015.

الجدول (5-1): الدول العشرة الأولى في الإنفاق السياحي على المستوى العالمي سنة 2015

الدول	الصين	الو.م.أ.	ألمانيا	انجلترا	فرنسا
الإنفاق السياحي (مليار دولار)	292.2	112.9	77.5	63.3	38.4
الدول	روسيا الاتحادية	كندا	كوريا	إيطاليا	أستراليا
الإنفاق السياحي (مليار دولار)	34.9	29.4	25.0	24.4	23.5

Source: World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, P 13.

- **الإيرادات السياحية:** تمثل الإيرادات السياحية مصدراً مهماً للعملة الأجنبية لكثير من الدول المتقدمة والنامية التي أولت أهمية لقطاعها السياحي. وتعرف على أنها كل ما تحصل عليه الدولة من الإيرادات المتأتية من السائحين وما تحققه السياحة كمنشآت اقتصادية وكوعاء ضريبي، وما يحققه الأفراد والشركات الوطنية والمؤسسات العمومية والخاصة في حقل السياحة والفنادق والطيران والملاحة نظير ما يؤدونه من الخدمات السياحية المختلفة². وتتأثر هذه الإيرادات بمجموعة من العوامل والمتغيرات منها³:

- قوة المنتج السياحي لدولة.
- مستوى الخدمات السياحية المختلفة في الدولة.
- أسعار السلع والخدمات السياحية في الدولة.
- قدرة السائحين على الإنفاق السياحي.
- الوضع الأمني في الدولة المصدرة للسياحة.
- حجم الإمكانيات الطبيعية والمادية المتوفرة في الدولة السياحية.
- طبيعة النظام السياسي والاقتصادي في الدولة المصدرة للسياحة (المستقطبة للسائحين) وفي الدولة المصدرة للسياح إلى جانب العلاقة بين الدولتين.

¹ صليحة عشي، مرجع سبق ذكره، ص 57.

² المرجع السابق، ص 41.

³ بوفليح نبيل وتقرورت محمد، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا: حالة الجزائر، تونس، المغرب، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق، المركز الجامعي البويرة، الجزائر، يومي 11 - 12 ماي 2010، ص 5.

الفصل الأول: الإطار النظري لظاهرة السياحة

إضافة إلى هذه المتغيرات فإن الإيرادات السياحية تتأثر بالتغيرات في الحركة السياحية وعدد الليالي السياحية، وهذين المتغيرين يتأثران عكسياً بالظروف الأمنية والسياسية والاقتصادية السائدة في البلدان السياحية المضيفة.

وتشمل الإيرادات السياحية علاوة على الإنفاق السياحي بنوداً متعددة أهمها¹:

- رسوم تأشيرات دخول السائحين ومغادرتهم.
 - نفقات نقل السائحين على الناقلات الوطنية (نقل جوي، نقل بحري).
 - رسوم هبوط الطائرات ورسوم عبور السفن السياحية.
 - رسوم خدمة الطائرات والسفن السياحية والموانئ الجوية والبحرية.
- وعلى المستوى العالمي تشير إحصائيات منظمة السياحة العالمية إلى تزايد عائدات السياحة من سنة لأخرى تبعاً لتزايد حركة السياحة الدولية. ففي سنة 1950 سمحت صناعة السياحة العالمية بتسجيل عائدات بلغت يومها 2.1 مليار دولار أمريكي²، لتصل إلى 1260 مليار دولار أمريكي سنة 2015³. وتعود أكبر الحصص من الإيرادات السياحية إلى مجموعة من الدول تتمثل في كل من الولايات المتحدة الأمريكية، الصين، اسبانيا، فرنسا، إنجلترا، تايلند، إيطاليا، ألمانيا، ثم كل من هونغ كونغ وماكاو (الصين). والجدول التالي يوضح نصيب هذه الدول من الإيرادات السياحية العالمية سنة 2015.

الجدول (6-1): الدول العشرة الأولى في الإيرادات السياحية على المستوى العالمي سنة 2015

الدول	الو.م.ا.	الصين	اسبانيا	فرنسا	انجلترا
الإيرادات السياحية (مليار دولار)	204.5	114.1	56.5	45.9	45.5
الدول	تايلند	ايطاليا	ألمانيا	هونغ كونغ	ماكاو
الإيرادات السياحية (مليار دولار)	44.6	39.4	36.9	36.2	31.3

Source: World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Op .Cit, P 6.

¹ نبيل الروبي، مرجع سبق ذكره، ص 68.

² World Tourism Organization, *International Tourism Receipts 1950-2002*, Edition September 2003, P 1.

³ World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Op .Cit, P 5.

المبحث الثاني: العرض و الطلب السياحي

إن السوق السياحي كأى سوق هو ملتقى الطلب السياحي من السائحين بالعرض السياحي الممثل بالبرامج والخدمات السياحية التي تقدمها الشركات والمؤسسات العاملة في مجال السياحة، وبذلك يتكون السوق السياحي من الطلب على الخدمات السياحية والعرض للخدمات السياحية. وفيما يلي سنتناول كلاً من هذين الطرفين بشيء من التفصيل.

أولاً: الطلب السياحي

يمثل الطلب السياحي أحد الموضوعات المهمة التي كانت محل اهتمام مختلف دول العالم باعتباره الهدف الرئيسي الذي تسعى إلى اختراقه والتأثير فيه لجذب أكبر حركة سياحية منه لدول المقصد السياحي.

1-1-1- التعريف والأنواع:

1-1-1-1 تعريف الطلب السياحي:

يعرف الطلب بشكل عام على أنه " كمية السلعة أو الخدمة التي يرغب المشترون في الحصول عليها نظير ثمن معين في سوق معينة ووقت معين "، وهذا يعني بشكل عام أن الطلب يمثل الرغبة والقدرة على الشراء تحت ظروف معينة¹.

أما الطلب السياحي فيعرف بأنه " طلب الأشخاص الذين ينتقلون دورياً وبصفة مؤقتة خارج مكان إقامتهم الاعتيادي لأغراض السفر المختلفة غير الإقامة والعمل المأجور "².

كما عرفته منظمة السياحة العالمية على أنه " إجمالي الإنفاق الاستهلاكي بواسطة الزائر من أجل وخلال رحلته وبقائه في مكان مقصود "³.

وعرف أيضاً على أنه " المجموع الإجمالي لأعداد السائحين الذين يستخدمون العرض أو المنشآت السياحية سواء كانوا مواطنين أم زوار قادمين من البلدان المجاورة أو البعيدة "⁴.

كما عرف بأنه " السوق السياحي المرتقب التي تهدف إلى إثارته وتنشيطه جميع الدول السياحية من مختلف دول العالم لتحقيق أكبر حركة سياحية وافدة منه "⁵.

ويقاس الطلب السياحي داخل أي بلد بأعداد السائحين الوافدين إلى المنطقة السياحية، أو بأعداد الليالي السياحية التي يقضونها في المنطقة، أو بما ينفقه هؤلاء السائحون خلال فترة إقامتهم. أما المنشآت السياحية

¹ إبراهيم إسماعيل الحديد، إدارة التسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 138.

² Lanquar Robert, *L'économie du Tourisme, Série que sais – je ? N° 2065, PUF, Paris, France, 1994, P 20.*

³ Abla Abdul Hameed Bokhari, *Op .Cit, P 22.*

⁴ سعد إبراهيم حمد، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى: جامع النبي يونس عليه السلام، أطروحة دكتوراه في السياحة، جامعة بغداد، العراق، 2008 - 2009، ص 45.

⁵ صبري عبد السمیع، التسويق السياحي والفندقي: أسس علمية وتجارب عربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2007، ص 103.

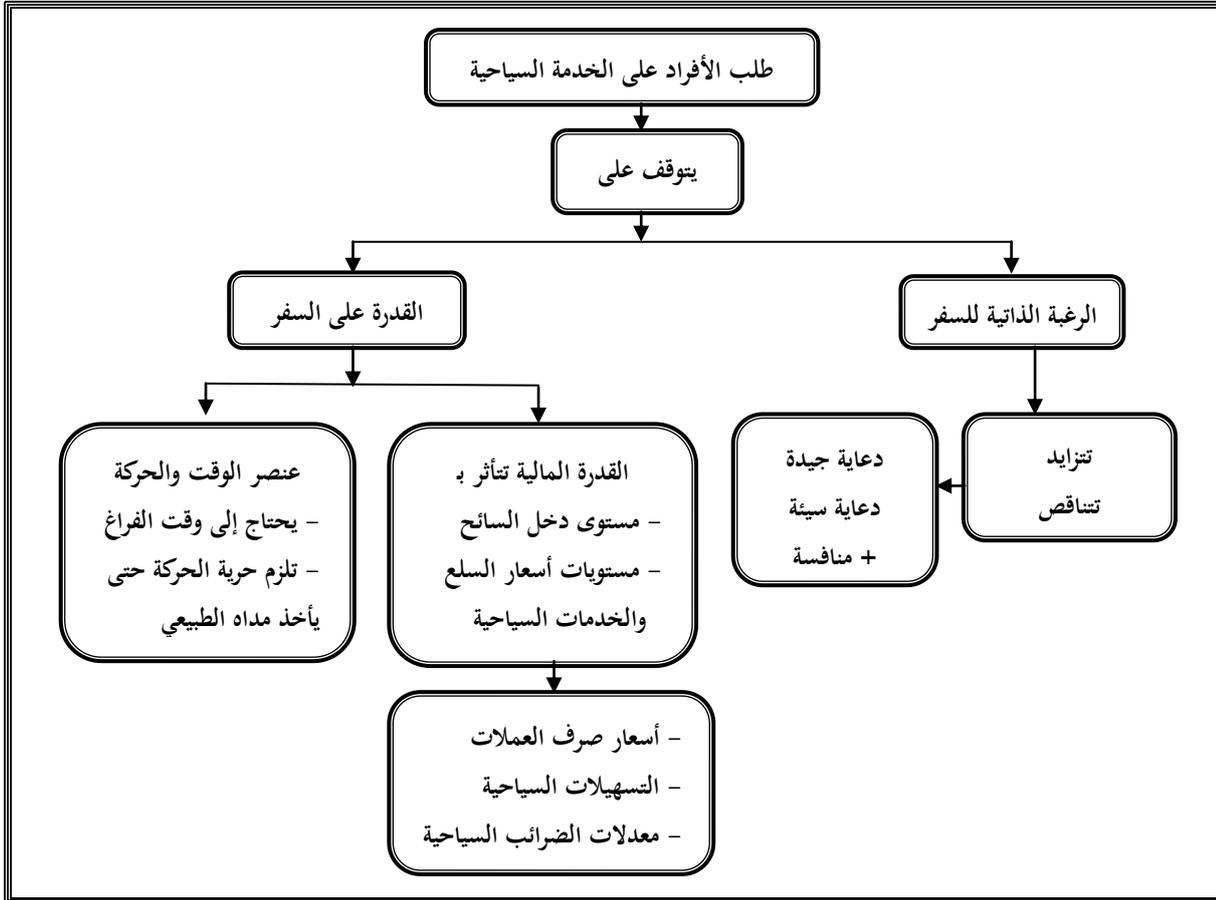
الخاصة بالإيواء تستخدم مقاييس أكثر دقة لقياس الطلب السياحي تتمثل في عدد الأسرة أو عدد الغرف المباعة أو المشغولة.

كما ويعبر عن الطلب السياحي أحياناً من خلال مصطلح الميل للسفر *Travel Propensity* لمجتمع ما وذلك باستخدام المؤشرات التالية¹:

$$\begin{aligned} \text{المعدل الخام للسفر} &= (\text{عدد السفريات (الرحلات)}) / (\text{اجمالي عدد السكان}) \times 100 \\ \text{المعدل الصافي للسفر} &= (\text{عدد المسافرين (المغادرين)}) / (\text{اجمالي عدد السكان}) \times 100 \\ \text{معدل تكرار السفر} &= (\text{المعدل الصافي للسفر}) / (\text{المعدل الخام للسفر}) \times 100 \end{aligned}$$

ويمكن تقديم رسم توضيحي لمختلف العوامل المؤثرة على الطلب السياحي على النحو التالي:

الشكل (5-1): رسم توضيحي للطلب السياحي



المصدر: غادة صالح حسن، مرجع سبق ذكره، ص 76.

¹ بلالطة مبارك وكواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة سطيف، 2005، ص 158.

1-1-2- أنواع الطلب السياحي:

يمكن التمييز بين أنواع الطلب السياحي وفقاً لمعايير مختلفة كما يلي:

- طبقاً للعامل الجغرافي: ينقسم الطلب السياحي إلى¹:

• طلب السياحي محلي أو داخلي: ويتمثل في عدد السائحين المواطنين من حملة جنسية البلد، والذين ينفذون رحلات سياحية داخل حدود البلد المقيمين فيه.

• طلب سياحي عالمي أو خارجي: ويتمثل في عدد السائحين الأجانب من حملة جنسيات أجنبية مختلفة، والذين ينتقلون عبر الحدود الدولية للبلدان المختلفة.

- طبقاً لمدى تحقق الطلب السياحي: ينقسم الطلب السياحي إلى²:

• الطلب السياحي الفعّال (حقيقي): هو الطلب المؤيّد بالمقدرة على الشراء، وهو يشير إلى هؤلاء الذين يسافرون فعلاً خلال الفترة الزمنية الجارية إلى أماكن السياحة ويستعملون خدماتها.

• الطلب السياحي الكامن (محتمل): ويشمل الأشخاص الذين يملكون الدافع للسفر من أجل السياحة ولكنهم غير قادرين على ذلك بسبب قيود مالية أو وقتية.

• الطلب المؤجل: ويشمل الأشخاص الذين يستطيعون السفر ولكن لا يوجد لديهم الدافع لذلك بسبب نقص في المعلومات أو الفرص أو التسهيلات أو كل ذلك.

يمكن تحويل الطلب المحتمل إلى طلب حقيقي عن طريق زيادة المقدرة المالية والوقت المتاح للأشخاص الراغبين في السياحة وهذه مسألة طويلة الأجل، إذ ترتبط بزيادة الدخل الحقيقي وارتفاع مستوى الرفاهية المتمثلة في الحصول على وقت فراغ أطول. أما الطلب المؤجل يمكن أن يتحول إلى طلب حقيقي بالتأثير في دوافع الأشخاص وهذه مسألة قصيرة الأجل.

- طبقاً لشمولية الطلب ومكوناته: ينقسم الطلب السياحي إلى³:

• طلب سياحي عام: وهو الطلب على إجمالي الخدمات والبرامج السياحية بشكل عام بصرف النظر عن أنواعها أو مضامينها أو أوقاتها. تتميز بهذا النوع من الطلب الدول المتقدمة لما لديها من خدمات سياحية متنوعة ومتعددة. مثل الطلب على زيارة فرنسا ككل.

¹ أحمد أديب أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 29.

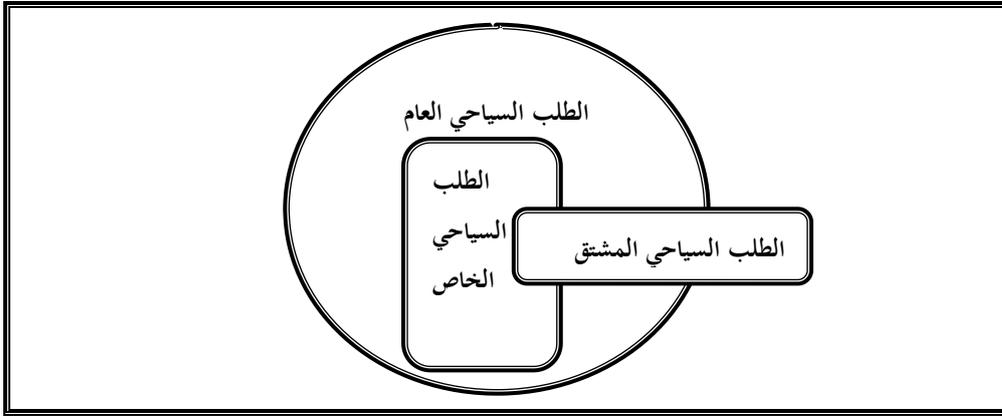
² غادة صالح حسن، مرجع سبق ذكره، ص 74.

³ سالم أحمد صالح الرحيمي، دور المكاتب السياحة والسفر في ترويج الخدمة السياحية في الأردن، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة آل بيت، الأردن، 1997، ص 28.

• **طلب سياحي خاص:** وهو الطلب على برنامج سياحي خاص أو محدد يجده السائح مشبعاً لاحتياجاته ورغباته، وبالتالي يكون خاص بسائح أو مجموعة من السياح وليس بالسياح ككل كما هو في الطلب العام. مثل السفر لأمريكا لزيارة ديزني لاند.

• **طلب سياحي مشتق:** يتعلق هذا النوع بالطلب على الخدمات السياحية المكتملة للبرنامج السياحي مثل الطلب على الفنادق، شركات الطيران، شركات النقل السياحي، المأكولات والأطعمة... الخ. وأغلب الدول تسعى إلى تحويل الطلب السياحي المشتق إلى طلب سياحي خاص ثم إلى طلب سياحي عام عن طريق توفير وتنويع البرامج السياحية، والشكل الموالي يوضح العلاقة بين هذه الأنواع.

الشكل (1-6): العلاقة بين أنواع الطلب السياحي



المصدر: ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 155.

1-2- خصائص الطلب السياحي:

يتميز الطلب السياحي بخصائص تميزه عن أنواع الطلب في الأسواق الأخرى تتمثل في¹:

- **الحساسية:** يقصد بها مدى استجابة الطلب للظروف الاجتماعية والسياسية، فالطلب السياحي عالي الحساسية إتجاه التغيرات الاجتماعية والسياسية والأمنية والتغير في أنماط السفر، فالبلدان غير المستقرة سياسياً وأمنياً لا تستطيع جذب السياح إليها حتى وإن كانت أسعارها منخفضة أو أقل من البلدان المنافسة، ومهما كانت تتمتع بمغريات وتسهيلات سياحية، لأن المناخ الاقتصادي والسياسي المستقر هو أساس من أسس زيادة الطلب السياحي.

- **المنافسة:** تتميز السياحة بعدم سيادة المنافسة الصافية أو احتكار القلة في كثير من الحالات، وخاصة الدول التي تملك آثار قديمة أو مقومات سياحية من صنع الخالق يصعب على الدول السياحية الأخرى منافستها في هذا المجال، بسبب عدم القدرة على إنتاج مثل هذه الخدمات مما يصعب من عملية المنافسة فيما بينها.

¹ بلاطه مبارك و كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص ص 162-163.

- **عدم التكرار:** لا يتصف الطلب السياحي عادة بصفة التكرار، أي أن تحقق درجة عالية من الاشباع والرضا لدى السياح لا يعني قيامهم بتكرار نفس الزيارة الى نفس المنطقة، فعند توفر الوقت والمال في مرحلة قادمة فانه سوف يفضل زيارة منطقة لم يشاهدها من قبل، أو أنه لن يحصل على نفس درجة الاشباع والرضا عند زيارته نفس المنطقة مرة أخرى.

- **الموسمية:** من السمات الرئيسية للطلب السياحي، والتي تجعل منه متميزاً عن الطلب القائم على بقية أصناف السلع والخدمات أنه طلب موسمي، فمستوى الطلب على المنتج السياحي ليس بنفس الوتيرة على مدار أشهر السنة بل هو طلب متذبذب يرتفع بشكل كبير جداً في موسم الصيف ويشكل ما يعرف بموسم الذروة السياحي، ثم ينخفض بشكل كبير جداً في بقية فصول السنة وهذا ما يعرف بموسم الكساد السياحي¹.

- **التوسع:** المتبع لحركة السياحة في عالمنا المعاصر يلاحظ أنها ظاهرة في توسع مستمر نتيجة لظروف سياسية وإقتصادية وإجتماعية وثقافية مختلفة. وإذا إستثنينا تلك الفترات التي تشهد توترات و مشاكل أو كوارث طبيعية في البلدان المستضيفة للسياحة، فإن الطلب السياحي في نمو و زيادة مستمرة سنوياً، وإن اختلفت معدلاته. فقد أصبحت السياحة من حقوق المواطنين بسطاء كانوا أم أثرياء في المجتمعات المتقدمة².

- **المرونة:** يقصد بمرونة الطلب السياحي قابليته للتغير وابداء رد فعل نحو الظروف والمؤثرات السائدة في السوق السياحي الداخلي والخارجي، فالظروف والعوامل الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة لها الأثر البالغ في مستويات السياح الوافدة إليها، حيث يعتبر الطلب السياحي عالي المرونة إتجاه التغير في الأسعار ودخل الأفراد الباحثين عن تجارب سياحية³.

1-3- العوامل المحددة للطلب السياحي:

يتباين الطلب السياحي بتباين الظروف المكانية والزمانية ويرجع سبب ذلك التباين لكون الطلب يتأثر بشكل كبير بمجموعة من العوامل نستعرض أهمها على النحو التالي:

1- عوامل اقتصادية:

- **الدخل⁴:** ويشير إلى الإمكانيات المادية التي تعتبر أساس القدرة على الطلب السياحي، فارتفاع الدخل يؤدي إلى ارتفاع الطلب السياحي مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة على حالها. ويمكن تفسير ذلك من خلال سلم الأولويات للمستهلك فالطلب السياحي يعتبر طلب تفاخري، فكلما كان دخل الفرد منخفضاً يكتفي المستهلك

¹ مفنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة وراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 81.

² إلياس سراب و اخرون، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 16.

³ المرجع السابق، ص 16.

⁴ علي مبارك المصاروة، دور القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني: تحليل السلاسل الزمنية (1975-2003)، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير في الاقتصاد، جامعة مؤتة، الأردن، 2005، ص 6.

الفصل الأول: الإطار النظري لظاهرة السياحة

بشراء السلع الضرورية، وعند ارتفاع دخله يبدأ بالإقبال على شراء السلع الكمالية بما فيها الخدمات السياحية، ويمكن توضيح أثر الدخل في الطلب على الخدمات السياحية من خلال مرونة الطلب الدخلية:

$$\text{مرونة الطلب الدخلية}^* = \frac{\text{التغير النسبي في الطلب السياحي}}{\text{التغير النسبي في الدخل المتاح}}$$

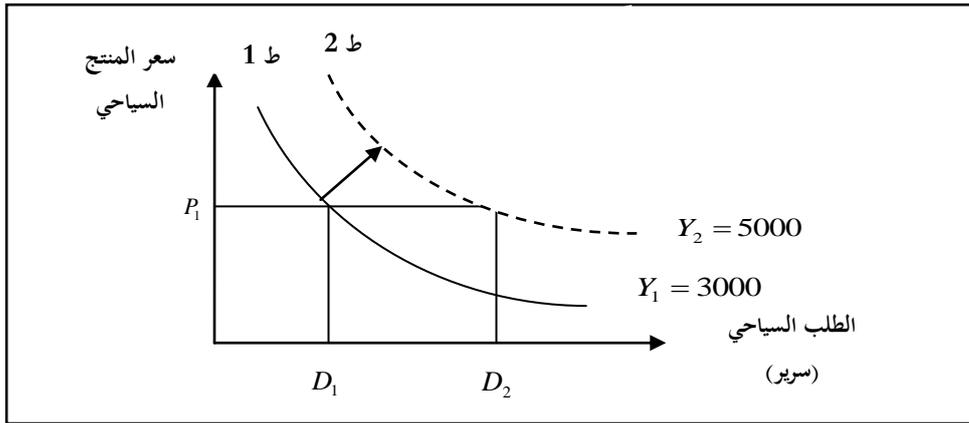
ومن تقديرات مرونة الطلب الدخلية لمعظم الدول، تبين أن نسبة ضئيلة منها حوالي 5% له إشارة سالبة مما يدل على أن هذه البلدان السياحية المضيفة في حدود هذه النسبة تقع في المرتبة الدنيا، وأن حوالي 63% تكون مرونة الطلب الدخلية موجبة وتزيد عن الواحد مما يدل على أن غالبية الرحلات السياحية الدولية تعتبر كمالية¹. وينبغي القول أن مستوى الدخل يتفاوت بين دولة وأخرى وهذا يفسر لنا أسباب تفاوت الطلب السياحي بين الدول، حيث أنه في الدول المتقدمة اقتصادياً تتراوح الدخول المرتفعة بين 12500 دولار حتى أكثر من 32000 دولار، بينما الدخول المتوسطة تتراوح بين 2500 دولار و 7000 دولار، أما في الدول النامية فيتراوح متوسط الدخل بين 600 دولار إلى 2500 دولار، لذلك نجد أن أهم الدول المصدرة للسياحة هي مجموعة الدول المتقدمة اقتصادياً والتي تتصف بأنها ذات دخل مرتفع مثل ألمانيا وبلدان شمال غرب أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية واليابان². ويمكن تحديد العلاقة الرياضية بين الطلب السياحي والدخل من المعادلة:

$$D_t = f(Y) = a + bY$$

حيث: Y يمثل الدخل

ويشار إلى العلاقة بالشكل التالي:

الشكل (7-1): تأثير عامل الدخل في الطلب السياحي



المصدر: مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 29.

¹ غادة صالح حسن، مرجع سبق ذكره، ص 86.

² أمانة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2011، ص ص 210- 211.

* يقصد بها درجة استجابة الكمية المطلوبة من السلع والخدمات للتغير في دخل المستهلك. وتجدر الإشارة هنا أن الخدمات السياحية تختلف في السياحة الداخلية عن السياحة الخارجية ومن دولة إلى أخرى وحسب مستوى الدخل. فالنسبة لمتوسطي الدخل تعتبر خدمات كمالية، بينما مرتفعي الدخل تعتبر خدمات ضرورية.

- الأسعار: وتشمل على:

• أسعار المنتج السياحي: ترتبط أسعار المنتج السياحي (الإيواء، الطعام، النقل... الخ) بعلاقة عكسية مع الطلب السياحي، حيث أن انخفاض أسعار الخدمات والسلع السياحية يؤدي إلى زيادة حجم الطلب السياحي على مواقع الجذب والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، وهذا يعود إلى ميل السائح إلى زيارة مواقع الجذب التي تتسم بانخفاض أسعار خدماتها¹. ويمكن توضيح ذلك من خلال مرونة الطلب السعرية².

مرونة الطلب السعرية* = التغير النسبي في كمية المنتج السياح / التغير النسبي في أسعار المنتج

وهي سالبة في جميع حالات الطلب على السلع والخدمات العادية بسبب العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة والسعر³. وهذا ما ينطبق على الخدمات السياحية إلا أن هناك بعض المناطق الراقية، رغم انخفاض أسعار الخدمات السياحية فيها نجد قلة تدفق السياح إليها كجزر البحر الكاربي. فهذه المناطق مخصصة لطبقة معينة من السياح الذين يمثلون رجال الأعمال بالدرجة الأولى والذين يفضلون السفر إلى الأماكن المميزة وليس الأماكن العامة للتفاخر والتباهي⁴. ويعبر عن العلاقة بين الطلب السياحي وسعر المنتج السياحي رياضياً مع بقاء العوامل

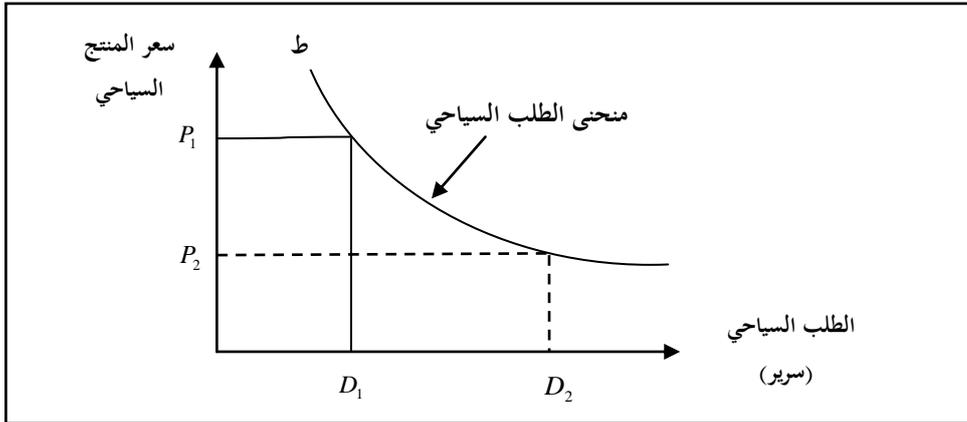
الأخرى ثابتة بالمعادلة التالية:

$$D_t = f(P) = a - bP$$

حيث P يمثل السعر

ويشار إلى العلاقة بالشكل التالي:

الشكل (8-1): تأثير عامل السعر في الطلب السياحي



المصدر: مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 28.

¹ كمال حسن البرزنجي، أثر المزيج الترويجي في الطلب على الخدمات الفندقية: دراسة ميدانية في فندق بغداد، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الخامس والثمانون، الجامعة المستنصرية، العراق، 2010، ص 374.

² علي مبارك المصاروة، مرجع سبق ذكره، ص 6.

* يقصد بها درجة استجابة الكمية المطلوبة من السلع والخدمات للتغير في سعرها.

³ غادة صالح حسن، مرجع سبق ذكره، ص 89.

⁴ إلياس سراب و اخرون، مرجع سبق ذكره، ص 16.

• **سعر الصرف:** يتعلق هذا العامل بالسياحة الخارجية، فانخفاض سعر العملة للبلد الذي فيه الموقع السياحي (المستقبل للسياح) يعمل على زيادة قدرة السائح الشرائية وبالتالي يؤدي هذا إلى زيادة الطلب السياحي كما (زيادة أعداد السياح) ونوعاً (زيادة معدل الإنفاق اليومي للسائح أو زيادة معدل فترة بقاء السائح في البلد)¹. ويعبر عن ذلك رياضياً مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة من خلال المعادلة التالية:

$$D_t = f(E) = a - bE$$

حيث: E يمثل سعر صرف العملة

ب- عوامل غير اقتصادية:

- **وقت الفراغ:** يقترن الطلب السياحي بوقت الفراغ فالعلاقة بينهما علاقة طردية مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة، ويعتمد وقت الفراغ على الإجازات والعطل والمناسبات، وغالباً ما تمنح الإجازات الطويلة في الأوقات التي تتوافق مع موسم الذروة السياحية، وأن التقدم التكنولوجي وإحلال التقنيات الحديثة بدل العنصر البشري أدى إلى زيادة أوقات الفراغ لدى الأفراد وهذا ما يفسر التطور الكبير في أعداد السياح الدوليين². حيث ارتفع عددهم من 25.3 مليون سائح في سنة 1950³ إلى 1186 مليون سائح في عام 2015⁴ أي أنه تضاعف 46 مرة خلال 65 سنة الماضية. ويشير إلى العلاقة الرياضية بين الطلب السياحي ووقت الفراغ مع بقاء العوامل الأخرى

ثابتة بالمعادلة التالية:

$$D_t = f(T) = a + bT$$

حيث: T يمثل وقت الفراغ

وتسعى الكثير من المجتمعات المتقدمة إلى تقليص ساعات الدوام والتقليل منها إلى الحدود الدنيا لفسح المجال أمام العاملين في الترويج والاستمتاع بأوقات فراغ أكبر. والجدول التالي يبين الإجازات والعطلات في بعض الدول الصناعية التي تعتبر من الدول السياحية الكبرى على المستوى العالمي.

الجدول (7-1): الإجازات السنوية والعطلات مدفوعة الأجر في بعض الدول الصناعية

الدولة	الو.م.أ.	روسيا	السويد	ألمانيا	فرنسا	بريطانيا	اليابان
عدد أيام الإجازات مدفوعة الأجر	30 - 18	30	31	28	24	15	-
عدد أيام العطلات	10 - 8	6	10	12	9	6	1
عطلة نهاية الأسبوع	104	104	104	104	104	104	54
المجموع	144 - 130	140	145	144	137	125	55

المصدر: أمانة أبو حجر، مرجع سبق ذكره، ص 204.

¹ كمال حسن البرزنجي، مرجع سبق ذكره، ص 375.

² علي مبارك المصاروة، مرجع سبق ذكره، ص 7.

³ World Tourism Organization, *Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics*, Edition 2006.

⁴ World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Op .Cit, P 4.

- السكان: يرتبط حجم السكان بعلاقة طردية مع الطلب السياحي، حيث كلما ارتفع حجم السكان، ارتفع الطلب السياحي، فلو فرضنا أن هناك دولتين متشابهتين بجميع المواصفات (الدخل، المستوى الحضاري، وقت الفراغ... الخ) فيما عدا حجم السكان، فانه من الضروري أن البلد الذي عدد سكانه أكبر يكون الطلب السياحي فيه أكبر. ويمكن أن لا تنطبق هذه القاعدة على بعض البلدان كثيفة السكان مثل الصين والهند ومصر حيث أنه على الرغم من ارتفاع أعداد سكانها إلا أنها غير مصدرة للسياح وقد يعود ذلك إلى عوامل أكثر أهمية وتأثير مثل الدخل¹. ويعبر عن العلاقة الرياضية بين الطلب السياحي وحجم السكان مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة بالمعادلة:

$$D_t = f(N) = a + bN$$

حيث: N يمثل عدد السكان

ويدخل ضمن مفهوم السكان الكثير من العوامل الديمغرافية المؤثرة في الطلب السياحي منها العمر، الجنس، الحالة الاجتماعية والمهنة. والجدول التالي يبين الفئات العمرية لعينة من المسافرين في الو.م. الأمريكية.

الجدول (8-1): الفئات العمرية للمسافرين في الو.م.أ

الفئة العمرية	أقل من 18 سنة	من 18-44 سنة	من 45-65 سنة	65 سنة فأكثر	المجموع
عدد المسافرين	115860	255139	73832	33457	479288
النسبة (%)	24.2	53.2	15.6	7	100

المصدر: آمنة أبو حجر، مرجع سبق ذكره، ص 186.

- الاستقرار السياسي والأمني*: إن الاستقرار السياسي والأمني في الدول له أثر فعال في عملية تنشيط الحركة السياحية، وبالتالي الزيادة في حجم الطلب السياحي (علاقة طردية) وذلك نتيجة لسلوك السائح الذي يبحث دائماً عن الراحة والاستمتاع والأمن خلال الرحلة السياحية، ويتجنب السفر إلى الأماكن التي تعاني من عدم الاستقرار. وعلى العكس من ذلك فان عدم وجود استقرار سياسي وأمني في البلدان يؤدي إلى أزمات اقتصادية داخل تلك البلدان ينتج عنها انخفاض الدخل والمستوى المعيشي للمواطن وبالمحصلة إلى انخفاض الطلب السياحي². ويشار الى العلاقة الرياضية بين الطلب السياحي والاستقرار السياسي مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة بالمعادلة:

¹ علي مبارك المصاروة، مرجع سبق ذكره، ص 8.

* أثبتت أحداث 11 سبتمبر 2001 مدى أهمية هذا الأمر، فتلك الأحداث التي ضربت رموز القوة الاقتصادية والعسكرية الأمريكية، تسببت في هبوط النشاط السياحي بمعدل بلغ - طبقاً لتحقيق Syndicat National des Agents de Voyages (SNAV) - 1.3% في السياحة الدولية عموماً ونحو 8.8% في سياحة الشرق الأوسط خصوصاً، وكانت الولايات المتحدة وكندا أكثر الدول تضرراً بطبيعة الحال، إذ انخفضت تذاكر الطيران المتجهة إليهما بنحو (28-35%)، كما هبطت أسعار الرحلات السياحية الشاملة (المتضمنة التنقلات والسفر والإقامة الفندقية) بمقدار 92% في الولايات المتحدة وبمقدار 87% في كندا.

² سعد إبراهيم حمد، مرجع سبق ذكره، ص 114.

$$D_t = f(O) = a + bO \quad \text{حيث: } O \text{ تمثل الاستقرار السياسي والأمني}$$

ومن أحد أهم الأمثلة للأخطار التي تهدد الأمن السياحي بشكل مباشر، والتي كان مسرحها أماكن ذات نشاط سياحي وأغلبية ضحاياها من السياح الأجانب، تفجيرات بالي باندونيسيا التي وقعت في 12 أكتوبر سنة 2002 في منطقة كوتا (Kuta) السياحية. وقد أودت بحياة 202 قتيل، من بينهم 164 من جنسيات أجنبية، و38 من الجنسية الإندونيسية، بالإضافة إلى 209 جريح¹. والجدول التالي يوضح لنا ذلك.

الجدول (9-1): ضحايا تفجيرات بالي حسب الجنسية

الجنسية	عدد القتلى	الجنسية	عدد القتلى	الجنسية	عدد القتلى	الجنسية	عدد القتلى
الأسترالية	88	الهولندية	4	الكندية	2	الايطالية	1
الإندونيسية	38	الفرنسية	4	اليابانية	2	البولندية	1
البريطانية	24	الدانماركية	3	جنوب إفريقيا	2	البرتغالية	1
الأمريكية	7	النيوزلندية	3	كوريا الجنوبية	2	التايوانية	1
الألمانية	6	السويسرية	3	الإكوادورية	1	غير معروفة	3
السويدية	5	البرازيلية	2	اليونانية	1	المجموع	202

المصدر: محمد أحمد العمري، مرجع سبق ذكره، ص 20.

- **المسافة:** العلاقة بين الطلب السياحي وعامل المسافة هي علاقة عكسية، حيث كلما زادت المسافة بين نقطة انطلاق السائح وموقع الجذب قلّ الطلب على ذلك الموقع والعكس صحيح مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة²، علماً أن هذا العامل قد انخفضت حدة تأثيره في العصر الحالي بسبب التقدم الكبير في وسائل النقل والمواصلات مما أدى إلى انخفاض تكاليف النقل نسبياً، وارتفاع عامل الأمان والسلامة في عملية نقل السياح³. ويعبر عن العلاقة الرياضية بين الطلب السياحي والمسافة مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة بالمعادلة التالية:

$$D_t = f(D) = a - bD \quad \text{حيث: } D \text{ تمثل المسافة}$$

- **الاستعمار القديم:** لا يمكن إغفال تأثير الإستعمار القديم كعامل بشري مؤثر في السياحة الدولية من حيث محاور إتجاه الأفواج السياحية وأحجامها. إذ أن سيادة النفوذ السياسي لبعض الدول الأوروبية والأمريكية على بعض دول العالم طوال فترات تاريخية متباينة من حيث الزمن، وما تبع ذلك من إستقرار بعض العناصر الوافدة من

¹ محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 20.

² كمال حسن البرزنجي، مرجع سبق ذكره، ص 379.

³ علي مبارك المصاروة، مرجع سبق ذكره، ص 7.

الدول صاحبة السيادة فيها وإدخالها لأنماط اقتصادية ومعيشية حديثة وتزايد حجم الاستثمارات فيها، كلها متغيرات لا بد من وضعها في الاعتبار عند محاولة تفسير أسباب إرتفاع نسبة السياح الوافدين من بعض الدول الأوروبية والأمريكية إلى دول معينة في العالم. ويشار إلى العلاقة الرياضية بين الطلب السياحي والإستعمار القديم مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة من خلال المعادلة التالية:

$$D_t = f(C) = a + bC$$

حيث: C تمثل الإستعمار القديم

ومن الأمثلة التي تثبت هذه العلاقة ارتفاع نسبة السياح الفرنسيين في ساحل العاج، حيث يشكلون نحو نصف السياح الوافدين إليها من مختلف دول العالم سنوياً، وارتفاع نسبة السياح البريطانيين المتجهين إلى كينيا (30% من جملة السياح)، وماليزيا (10%)، والهند (15%)، وسري لانكا (8%)، ونيوزيلندا (7%)، وارتفاع نسبة السياح الأمريكيين المتجهين إلى الفلبين (15%) واليابان (34%) والعديد من جزر البحر الكاريبي والمحيط الهادي¹.

إضافة إلى هذه العوامل هناك عوامل أخرى تؤثر في الطلب السياحي منها المستوى التعليمي والثقافي ومستوى التحضر، قوة الروابط العائلية في المجتمعات، العقيدة الدينية، إجراءات الرحلة السياحية، الوسائل الترويجية والتسويقية المنتهجة في الدول المستقبلية للسياح... الخ.

ثانياً: النماذج الإحصائية المستخدمة لتفسير الاختلاف في توزيع حجم الطلب السياحي

يعرف النموذج أو الموديل الإحصائي، على أنه التمثيل التقريبي للظواهر الحياتية المختلفة معبراً عنها بلغة الأرقام بحيث تكون قريبة من الواقع الحال. ولا يمكن للنموذج الإحصائي من الوصول إلى نتائج قريبة من الواقع ما لم تتوفر المعلومات الكافية عن مسار جزئيات الظاهرة قيد الدراسة أو البحث، والتي غالباً ما تكون من الكثرة بحيث تزيد من عدد متغيرات النموذج *Variables*. وفيما يأتي شرح مختصر لبعض من هذه النماذج الإحصائية المسؤولة عن تفسير ظاهرة الاختلاف في حجم التدفق السياحي في المناطق المصدرة إلى المواقع السياحية.

2-1- النموذج الكلاسيكي *Classical Model*²:

لقد وفرت نماذج التحليل الكلاسيكي الكمي التي استخدمها ألفريد مارشال في تحليلاته الإقتصادية لتحديد كمية الاستهلاك على السلع وشدة الطلب عليها، الوقت والجهد الكبيرين في تطوير وبلورة النموذج والتوقعات المستقبلية للطلب السياحي من جهة وتحديد قيمة أو سعر المنتج السياحي من جهة أخرى. حيث يولي مارشال أهمية كبيرة لعامل ثمن وحدة الإنتاج للبضائع والخدمات المختلفة في تحديد حجم الاستهلاك من تلك المنتجات أو البضائع.

¹ محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص ص 207-208.

² آمنة أبو حجر، مرجع سبق ذكره، ص ص 138-141.

ولقد حاول العديد من المهتمين بدراسة وتحليل الطلب السياحي التركيز والاستفادة من فكرة مارشال هذه، حيث استخدمها ولأول مرة ماريوت كلاوسن عند محاولته إعطاء قيمة للمنتج السياحي معبراً عنها بكلفة النقل التي يتحملها السائح للوصول الى مكان استهلاك ذلك المنتج أو الخدمة، فلقد طبق كلاوسن فكرته هذه عند محاولته تفسير الاختلاف في حجم الطلب السياحي على أحد المتنزهات الأمريكية الواقعة خارج نطاق النسيج الحضري المسمى *Yosemite National Park*، حيث قسم مناطق قدوم السياح إلى مناطق متعددة (*Zones*) بحسب توزيعها وبعدها عن المتنزه، وقد أصبح واضحاً من خلال النتائج التي حصل عليها أن حجم التدفق من هذه المناطق له علاقة ببعدها عن مدخل المتنزه وبمعنى آخر أن حجم الوافدين لكل 1000 نسمة من المناطق القريبة من المتنزه أعلى مقارنة بحجم الوافدين لكل 1000 نسمة من المناطق البعيدة، ولقد حصل كلاوسن على نتائج مقارنة عند تطبيقه نموذج المسافة المقطوعة وحجم التدفق من خلال المعادلة التالية:

$$T_{ij} = P_i / D_{ij}^a$$

T_{ij} : عدد الرحلات السياحية المتوقعة i من المدينة الى الموقع السياحي j .

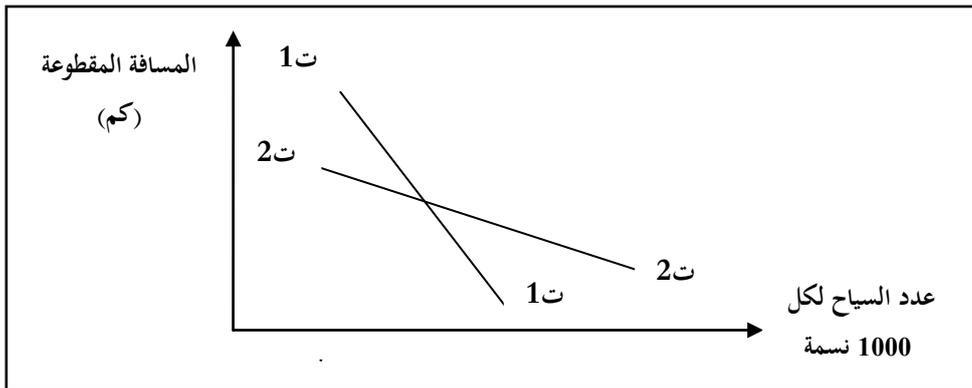
P_i : عدد سكان المدينة i .

D_{ij} : المسافة المقطوعة (كم) بين مركز المدينة i ومركز الموقع السياحي j .

a : دالة أسية تمثل ردود فعل السياح تجاه المسافة المقطوعة.

ولابد من التذكير بأن شدة مرونة الطلب للموقع السياحي تكون كبيرة إذا كانت المسافة المقطوعة بين نقطة الانطلاق وذلك الموقع قليلة والعكس صحيح. وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل (9-1): أثر المسافة المقطوعة على مرونة الطلب السياحي



المصدر: آمنة أبو حجر، مرجع سبق ذكره، ص 141.

إن شدة انحدار المنحنى (ت 1 ت 1) بأجزائه المختلفة ترجع إلى بعد مكان الانطلاق عن مركز الموقع السياحي وبذلك فإن هذا النوع من الطلب غير مرن، حيث إن تأثير المسافة المقطوعة غير واضحة مقارنة مع منحنى الطلب (ت 2 ت 2) حيث يبدو تأثير المسافة واضحاً على غالبية أجزائه. وبمعنى آخر إن رغبة سكان المناطق القريبة لزيارة الموقع السياحي أقوى بكثير مقارنة بسكان المناطق البعيدة.

ولقد أضاف كلاوسن عامل الفروقات الاجتماعية والاقتصادية إلى نموذج ليصبح أكثر عملية في تفسير الاختلاف في حجم التدفق السياحي من مناطق قدوم مختلفة إلى موقع سياحي معين، حيث أصبحت معادلته

$$T_{ij} = P_i K_{ij} / D_{ij} a \quad \text{كالآتي:}$$

K_{ij} : عامل التكييف للاختلافات الاجتماعية والاقتصادية، ويمكن قياسه من خلال المعادلة التالية:

$$K_{ij} = 1 - X_{ij} / 1 - X_{ij} R_{ij}$$

X_{ij} : حجم التدفق السياحي المعلوم من خلال المسوحات الميدانية (الطلب الحقيقي) مقسوماً على حجم التدفق السياحي المتوقع.

R_{ij} : حجم التدفق السياحي بين المدينة i والموقع السياحي j مقسوماً على حجم التدفق السياحي الكلي المنفذ من المدينة i إلى جميع المواقع السياحية المختلفة والمعلوم من خلال المسح الميداني.

ولكن بسبب صعوبة احتساب تأثير العوامل الاجتماعية والاقتصادية فقد ظلت طريقة كلاوسن محدودة الاستخدام لتفسير الاختلاف في أعداد التدفق السياحي من مناطق القدوم المختلفة إلى الموقع السياحي، وقد وجهت إليها العديد من الانتقادات منها¹:

- إن طريقة كلاوسن افترضت بأن قوة الجذب السياحي متماثلة لجميع المواقع السياحية التي لها نفس البعد المكاني عن أقاليم انطلاق السياح.
- افترضت هذه الطريقة أن أذواق ورغبات السياح متماثلة باختيار الموقع السياحي.
- استبعدت هذه الطريقة وجود فرص سياحية منافسة أثناء استخدام السائح طريق معين.
- تفترض هذه الطريقة أن الوقت المستغرق لقطع كيلو متر واحد في أي من الطرق الموصلة إلى الموقع السياحي يستغرق نفس الفترة الزمنية بغض النظر عن درجة انسيابية المرور.

2-2- نماذج الإنحدار الخطي *Linear Regression Models*:

تقوم هذه الطريقة المستعملة في بناء النماذج القياسية التي تسمح بتفسير الاختلاف في توزيع حجم الطلب السياحي بين أقاليم أو مواقع مختلفة، على فكرة أساسية وهي وجود ارتباط قوي بين متغير تابع ومتغيرات مستقلة عديدة. فالطلب السياحي يكون محصلة لعوامل ومتغيرات اقتصادية واجتماعية كثيرة تؤثر على إتخاذ القرار للمشاركة في الرحلة السياحية، مثل ازدياد عدد السكان وتزايد الدخول الفردية العالمية، التقدم العلمي والتكنولوجي وتطور العادات الاجتماعية إلى غير ذلك من المتغيرات المستقلة والتي أشرنا إليها سابقاً، والتي تؤدي إلى نمو الطلب السياحي باعتباره متغيراً تابعاً.

وإن مهمة معادلة الإنحدار الخطي لا تكمن فقط في تبيان العلاقات السببية بين المتغيرات المذكورة أعلاه وحجم التدفق السياحي، بل تتعدى ذلك لتبين المحتوى العددي للعلاقة بين هذه التغيرات وحجم الطلب

¹ موفق عدنان الحميري و نبيل زعل الحوامدة، مرجع سبق ذكره، ص 206.

السياحي، وأخيراً تحديد أهمية كل متغير بشكل منفصل، مثلاً إلى أي مدى تكون المسافة المقطوعة مسؤولة عن حجم التدفق السياحي¹.

ويمكن تحديد مختلف العوامل المؤثرة في الطلب السياحي في شكل نموذج انحدار خطي كالتالي²:

$$y_i = B_0 + B_1x_{i1} + B_2x_{i2} + \dots + B_kx_{ik} + \varepsilon_i$$

إن هذه المعادلة هي واحدة من جملة معادلات يبلغ عددها n بحيث يمكن تمثيلها باستعمال المصفوفات في الشكل التالي:

$$\begin{pmatrix} y_1 \\ y_2 \\ \vdots \\ y_n \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 1 & x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1k} \\ 1 & x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2k} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ 1 & x_{n1} & x_{n2} & \dots & x_{nk} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} B_1 \\ B_2 \\ \vdots \\ B_k \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} \varepsilon_1 \\ \varepsilon_2 \\ \vdots \\ \varepsilon_n \end{pmatrix}$$

وباختصار الصيغة السابقة نحصل على:

$$Y_{(n,1)} = X_{(n,k+1)} \cdot B_{(k+1,1)} + \varepsilon_{(n,1)}$$

Y : شعاع عمودي أبعاده $(n,1)$ يحتوي على مشاهدات المتغير التابع (الطلب السياحي).

X : مصفوفة أبعادها $(n, k+1)$ تحتوي على مشاهدات المتغيرات المستقلة (محددات الطلب السياحي).

B : شعاع عمودي أبعاده $(k+1, k)$ يحتوي على المعالم المطلوب تقديرها.

ε : شعاع أبعاده $(n,1)$ يحتوي على الأخطاء العشوائية.

وإن تقدير معالم النموذج الخطي تستعمل العديد من الطرق لكن أكثرها استخداماً طريقة المربعات

الصغرى العادية (OLS). ويتم ذلك وفقاً لمجموعة من الفروض والمتمثلة في³:

- المتغير العشوائي ε_i يتبع التوزيع الطبيعي بتوقع معدوم وتباين ثابت أي $\varepsilon_i \rightarrow N(\mu, \sigma^2)$.

- القيم المتوقعة للمتغير العشوائي تساوي الصفر أي $E(\varepsilon_i) = 0$.

- ان تباين المتغير العشوائي حول الوسط الحسابي مقدار ثابت عند كل قيمة من قيم X أي $V(\varepsilon_i) = \sigma^2$.

- القيم المختلفة للمتغير العشوائي تكون مستقلة عن بعضها البعض أي $E(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = 0$ حيث $i \neq j$.

- قيم المتغير العشوائي غير مرتبطة بأي من المتغيرات المستقلة أي $Cov(x_i, \varepsilon_i) = 0$.

ولقد وجهت لهذه الطريقة العديد من الانتقادات في مجال قياس الطلب السياحي نذكر منها⁴:

- إنها طريقة تجريبية في طبيعتها، وهذا يعني عدم قدرتها على إعطاء الأسباب المنطقية أو الفلسفية لوجود العلاقة

بين المتغيرات المستقلة بعضها مع بعض، أو وجود الترابط بين هذه المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

¹ المرجع السابق، ص 216.

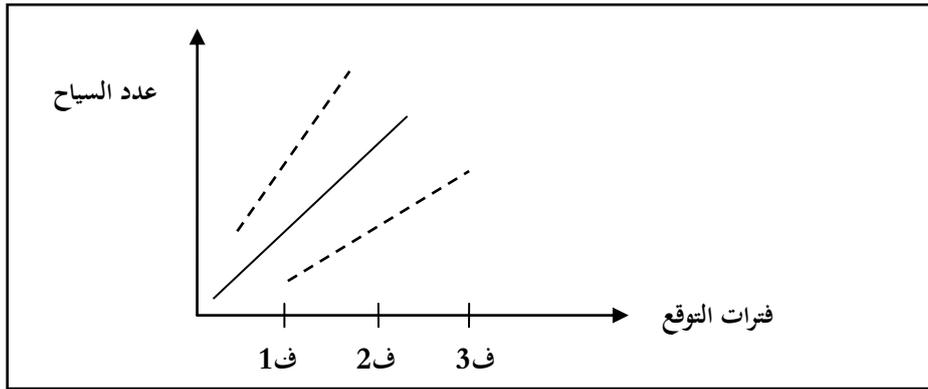
² Regis Bourbonnais, *Econométrie Manuel et Exercices Corrigés*, 5^e Edition, Dunod, Paris, 2004, P P 49-50.

³ Claudio Araujo et d'autres, *Econométrie*, 2^e Edition, Bréal, France, 2008, P P 44-45.

⁴ آمنة أبو حجر، مرجع سبق ذكره، ص 152.

- عند استخدام هذه الطريقة يجب أن نفترض ثبوت قيم معادلات الانحدار المستقلة والمستخرجة من واقع الحال عند استخدامنا للمتغيرات المستقلة، وهذا الأمر شبه مستحيل خاصة في حالة المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية. فليس من المنطق الصحيح أن تظل رغبات وحاجات السياح ثابتة.
- إن المتغيرات المسؤولة عن أسباب الاختلاف في حجم التدفق السياحي، تبقى ثابتة مستقبلاً وهذا ما ينفي العلاقة الجدلية بين نوع العرض السياحي وشدة الطلب عليه. ومن جانب آخر فإن توسع المدن ونشوء مناطق جديدة سوف يؤثر على التوزيع المستقبلي للسكان (الحضر والريف)، وإن تطور شبكة المواصلات أو تقدم صناعة السيارات وزيادة سرعتها يؤدي إلى تهميش عامل الوقت المستغرق للرحلة.
- إن درجة الثقة بالتوقعات المستقبلية تبقى ثابتة مهما ازدادت عدد المتغيرات المستقلة الداخلة في معادلة تحليل خط الانحدار، بالإضافة إلى ذلك فإن فترة التوقع المختارة هي الأخرى لا تؤثر على صحة ذلك التوقع، وهذا غير منطقي وعملي حيث تقل درجة الثقة بالتوقع كلما ازدادت الفترة كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل (10-1): علاقة طول فترة التوقع بصحة النتائج



المصدر: آمنة أبو حجر، مرجع سبق ذكره، ص 153.

3-2- نماذج الجاذبية Gravity Models:

إن فكرة نماذج الجاذبية مشتقة من نظرية نيوتن الفيزيائية التي حاولت تفسير قوة الجذب بين كتلتين بعاملين فقط هما حجم الكتلتين ومربع المسافة بينهما ويمكن التعبير عنها رياضياً بالمعادلة التالية¹:

$$F_{ij} = G \cdot \frac{M_i M_j}{D_{ij}^2}$$

F_{ij} : قوة الجذب بين الجسمين i و j .

G : ثابت الجذب.

M_i, M_j : كتلتي الجسمين i و j .

¹ Á. Matias, *Gravity and the tourism trade: the case for Portugal*, review of Sustainable Tourism, Wessex Institute of Technology, United Kingdom, 2004, P 51.

D_{ij} : المسافة أو البعد بين مركز الجسمين i و j .

ولقد حاول العديد من المهتمين بالبحوث السياحية الإستعانة بهذه الفكرة في تفسيرهم للعوامل المؤثرة في عملية إتخاذ القرار باختيار الموقع السياحي بالإعتماد على العلاقة السابقة وبلورتها على النحو التالي¹:

$$TD_{ij} = K \cdot \frac{M_i M_j}{D_{ij}}$$

TD_{ij} : حجم الطلب السياحي بين المقصد i و المصدر j (غالباً ما يقاس بعدد السياح الوافدين).
 K : ثابت الجذب.

M_i : عامل جذب حركة السياحة في المقصد i .

M_j : عامل توليد حركة السياحة من المصدر j .

D_{ij} : المسافة بين المقصد i والمصدر j .

ويندرج تحت عوامل جذب وتوليد الحركة السياحية العديد من المتغيرات منها الناتج المحلي الاجمالي، نصيب الفرد من الناتج المحلي الاجمالي، متوسط الدخل الفردي، حجم السكان، سعر الصرف، أسعار الخدمات السياحية، مستويات التعليم،... الخ. (سيتم التطرق إلى هذا النموذج بشيء من التفصيل في الفصل الرابع).

ثالثاً: العرض السياحي

يعتبر العرض السياحي الجناح الثاني لصناعة السياحة لذلك نحاول من خلال هذه النقطة عرض تعريفه وخصائصه، أهم مكوناته والعوامل المحددة له.

3-1- التعريف والخصائص:

3-1-1- تعريف العرض السياحي:

يعرف العرض بشكل عام على أنه " كمية السلع والخدمات التي يكون المنتجون راغبين وقادرين على توفيرها بهدف البيع، عند أسعار مختلفة في فترة زمنية محددة ". أما العرض السياحي فيعرف على أنه " مقدار الخدمات السياحية التي تعرضها المشاريع السياحية للبيع مقابل ثمن معين وفي وقت معين"².
كما عرف على أنه " كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين، والخدمات والبضائع وكل شيء يهتمل أن يغري الناس بزيارة بلد معين"³.

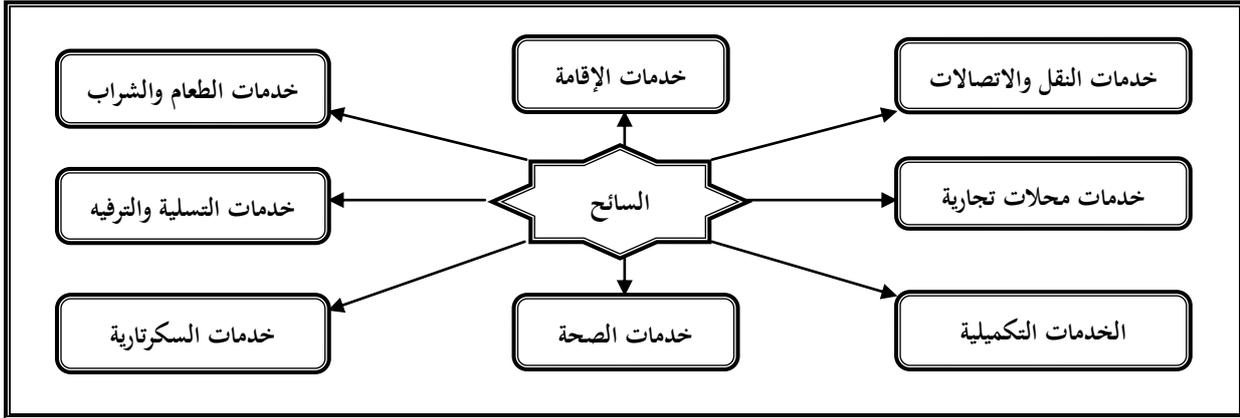
¹ Rajeeshwaran Moorthy, *An Empirical Analysis of Demand Factors For Malaysian Tourism Sector Using Stochastic Methods*, review of Integrative Business and Economics Research, Hong Kong Polytechnic University, vol 3, 2014, P 261.

² أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 157.

³ محمد عباس إبراهيم، السياحة والموروث الحضاري: دراسة في أنثروبولوجيا السياحة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2013، ص 52.

وعرف أيضاً بأنه " كل ما تستطيع أن تقدمه منطقة لقاصديها من السياح الفعليين والمتوقعين متمثلاً بسلسلة متصلة ومتكاملة من المغريات والجوانب الطبيعية والبشرية ومن التسهيلات والخدمات والمنشآت التي من الممكن أن تترك من الأثر في نفوس قاصديها لزيارتها والمكوث فيها لمدة من الزمن دون غيرها"¹.
من خلال هذه التعاريف نستنتج أن العرض السياحي يعتبر عرضاً للخدمات بصفة أساسية، فالسائح يشتري مجموعة خدمات تشكل ما يعرف بالمنتج السياحي والتي يمكن توضيحها من خلال الشكل التالي:

الشكل (11-1): الخدمات المؤثرة في إشباع حاجات ورغبات السياح



المصدر: حميد عبد نبي الطائي، إدارة الضيافة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 22.

ويتم تقييم العرض السياحي بواسطة التجهيزات (قدرات التجهيز) كعدد الغرف أو الأسرة في الفنادق أو عدد الأماكن الممنوحة من طرف وكالات النقل السياحي البرية والبحرية.²

3-1-2- خصائص العرض السياحي: يتميز العرض السياحي (المنتج السياحي) بعدد من الخصائص أهمها:³

- العرض السياحي غير قابل للتخزين: أي لا يمكن تخزين خدماته أو تأجيل استخدامها لوقت آخر. بمعنى أنه إذا ضاعت فرصة إيجار غرفة في فندق في أحد الليالي فإن هذه الغرفة تصبح منعدمة الفائدة في هذه الليلة.
- يخضع العرض السياحي للمنافسة بين الدول: وذلك من أجل تسويق المنتج السياحي على الساحة العالمية للحصول على أكبر حجم من الحركة السياحية الدولية.
- تعدد جهات الإنتاج: حيث يساهم في تقديم العرض السياحي عدد كبير من المنتجين من القطاع السياحي والقطاعات الإنتاجية والخدمية الأخرى التي تغذي القطاع السياحي لكل احتياجاته مثل القطاع الزراعي والصناعي والخدمات.

¹ إسماعيل محمد علي الدباغ وآخرون، العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الثاني والسبعون، الجامعة المستنصرية، العراق، 2008، ص 207.

² Pierre PH, *Le Tourisme un Phénomène économique, Etude de la Documentation Française, Première Edition, 1994, P 49.*

³ غادة صالح، مرجع سبق ذكره، ص ص 71-72.

- العرض السياحي مزيج من العناصر والخدمات والمكونات الطبيعية: بحيث يكون الفصل بين هذه العناصر والمكونات غير ممكن فالعوامل الطبيعية تتشابه مع العوامل التاريخية والدينية والثقافية والحضارية لتشكل معاً العرض السياحي. وقد يجمع السائح خلال الرحلة بين أنماط سياحية متعددة في آن واحد (سياحة دينية وترفيهية ومشتريات).

- العرض السياحي غير مرن في الأجل القصير: أي أن درجة استجابة الكمية المعروضة من المنتج السياحي (خدمة أو سلعة) للتغير في سعر هذا المنتج منخفضة جداً في المدى القصير وذلك نتيجة لعوامل متعددة منها: عامل الوقت، عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين والنقل، موسمية الطلب على المنتج السياحي وغيرها.

- إن صناعة السياحة صناعة كثيفة العمل: أي أنها تعتمد بشكل كبير على عنصر العمل كونها نشاطاً خدمياً يصعب فيه إحلال الآلة محل العنصر البشري.

- يمتاز العرض السياحي بكونه خدمات آنية مباشرة: حيث يتم تصنيعها على مدار اليوم أو حتى الساعة، ويتم تقديمها في أغلب الأوقات أمام مرأى السياح وبذلك لا تتوافر إمكانية حجب المنتج الرديء عن المستهلك¹.
- العرض السياحي غير قابل للنقل: فالمتعاد أن المستهلك ثابت والسلعة هي التي تتحرك ويتم نقلها إلى الأسواق القريبة من إقامة المستهلكين إلا أن الحال في العرض السياحي مختلف، فالعرض ثابت والمستهلك (السائح) هو الذي ينتقل لاقتناء الخدمات².

3-2- مكونات العرض السياحي:

ينقسم العرض السياحي إلى عناصر طبيعية وأخرى مصنوعة تتمثل في³:

- العناصر الطبيعية: وتشمل هذه العناصر كل ما خلقه الله سبحانه وتعالى وأوجده في أي دولة مثل:

- المناخ وما يتصف به من اعتدال وجفاف وشمس ساطعة وهواء نقي.
- تضاريس الأرض من سهول وجبال وبحيرات والشلالات ومناطق البراكين والكهوف باختلاف أنواعها... الخ.
- الغابات والأشجار النادرة بالإضافة إلى المزروعات المختلفة والطيور بمختلف أنواعها والحياة البرية والبحرية.
- المراكز الصحية الطبيعية من عيون مياه معدنية وحمامات الطين وعيون المياه الساخنة ذات الخصائص الاستشفائية.

- العناصر المصنوعة: وتشمل كل ما صنعه الإنسان وأصبح له قيمة تاريخية وحضارية كبيرة يمكن الاعتماد عليها بشكل رئيسي كمصدر جذب سياحي للدولة مثل:

- الآثار التاريخية وتراث الحضارة البائدة مثل المعابد، التماثيل، الحصون، القلاع... الخ.

¹ محمد الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 76.

² إسماعيل محمد علي الدباغ وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 209.

³ أحمد فوزي ملوخية، مرجع سبق ذكره، ص 159-162.

- المعالم الثقافية كالمتاحف بأنواعها ومعارض الفن والمكتبات وصناعة التذكارات والسلع السياحية.
- المناسبات الحضارية والأحداث التقليدية مثل المهرجانات واحتفالات الأعياد... الخ.

– البنية الأساسية: وتشمل:

• البنية الأساسية العامة: تتعلق بالتجهيزات والإنشاءات التي تسمح للسائح بالبقاء في منطقة الإجازة في ظروف مريحة، وأهمها شبكات الطرق والصرف الصحي والمياه ومحطات توليد الطاقة ووسائل الاتصال السريع، ومراكز الإسعاف والصيانة، وأماكن وقوف السيارات والعلامات الإرشادية، وبدون هذه التسهيلات فإن السائح يواجه مشاكل عديدة، وهذه البنية تتطلب إستثمارات ضخمة، إلا أنها تؤتي أكلها بعد ذلك لكونها من عوامل الجذب¹. وتتمثل في شبكات مياه الشرب وشبكات الطرق ونظم الصرف الصحي والاتصالات بجميع أنواعها بالإضافة إلى الحاجيات الأساسية للحياة المدنية كالمستشفيات والبنوك ومراكز التسوق وورش إصلاح السيارات ومحطات البنزين وغير ذلك.

• البنية الأساسية السياحية: وتتمثل في منشآت الإقامة وتتضمن الفنادق والشقق والمخيمات وبيوت الشباب بالإضافة إلى المحلات السياحية مثل المطاعم والكافيتريات. منشآت تنظيم السفر مثل شركات السياحة ومكاتب تأجير السيارات السياحية وشركات الرحلات السياحية بأنواعها. منشآت لتقديم خدمات الاستعلام السياحي مثل مكاتب الإعلام السياحي في مناطق دخول السائحين وفي المدن والمناطق السياحية وسلطات السياحة الإقليمية والمحلية.

– خدمات النقل: وهو قطاع له أهميته القصبوى في النشاط السياحي ويشمل وسائل النقل الجوي والبري والبحري وما يستلزم من مطارات وموانئ وسكك حديدية.

– مقومات الضيافة: وتتمثل في الوضع الاجتماعي للإقليم السياحي ودرجة ثقافة الناس وحسن الضيافة والمعاملة الجيدة للسياح ومدى الوعي السياحي في الدولة المضيفة ومستوى التدريب والمهارة للمتعاملين في هذا المجال.

– التقدم الاقتصادي والتكنولوجي والحضاري: وتعني درجة تقدم الإقليم السياحي وينعكس ذلك من خلال البنايات الشاهقة، ناطحات السحاب، فن العمارة، والمعارض الاقتصادية وكل ما يعكس تقدم البلد ويشكل عامل جذب سياحي.

3-3- العوامل المحددة للعرض السياحي:

تختلف كمية ونوعية العرض السياحي من بلد لآخر، ويرجع ذلك إلى مجموعة من العوامل أهمها²:

– أسعار المنتج السياحي: يعتبر أحد العوامل المادية التي تتحكم في العرض السياحي، فكلما ارتفعت أسعار المنتج السياحي زاد العرض السياحي والعكس صحيح (علاقة طردية). ويعود تفسير ذلك إلى أنّ زيادة الأسعار

¹ أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 113.

² محمد الصبري، مرجع سبق ذكره، ص ص 79-81.

الفصل الأول: الإطار النظري لظاهرة السياحة

يعني زيادة الأرباح والتي تعدّ من أهم العوامل للاستقطاب المستثمرين للدخول في صناعة السياحة خاصة في الأنظمة الرأسمالية. ويعبر عن العلاقة الرياضية بين العرض السياحي وسعر المنتج السياحي مع بقاء العوامل الأخرى

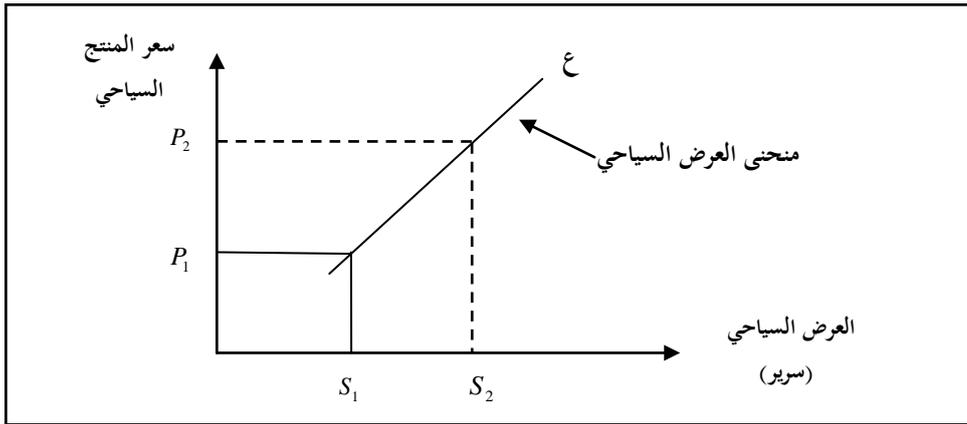
ثابتة بالمعادلة التالية:

$$S_t = f(P) = a + bP$$

حيث P يمثل السعر

ويشار إلى العلاقة بالشكل التالي:

الشكل (12-1): تأثير عامل السعر في العرض السياحي



المصدر: مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 71.

- **تكاليف عوامل الإنتاج:** إن العلاقة بين تكاليف عوامل الإنتاج (المادة الأولية، رأس المال، التنظيم، العمل) والعرض السياحي علاقة عكسية، فكلما انخفضت التكاليف زاد العرض السياحي والعكس صحيح. وتسعى بعض الدول خاصة النامية منها إلى تخفيض تكاليف الإنتاج السياحي عن طريق تقديم الدعم للمنتجين في النشاط السياحي، كتخفيض الرسوم على استيراد عناصر الإنتاج، توفير مستلزمات البنية التحتية بأسعار مدعومة، تقديم منح مالية لدعم المشاريع السياحية... الخ. ويعبر عن العلاقة الرياضية بين العرض السياحي وتكاليف عوامل الإنتاج مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة بالمعادلة التالية:

$$S_t = f(F) = a + bF$$

حيث F يمثل تكاليف عوامل الإنتاج

- **العامل الطبيعي:** إن العلاقة بين العامل الطبيعي والعرض السياحي علاقة طردية، لأن العامل الطبيعي يشكل نسبة كبيرة من مكونات العرض السياحي، فالإقليم الغني بالمعالم السياحية الطبيعية يشكل عامل استقطاب لاستثمار رؤوس الأموال في الأنشطة السياحية، وهذا يعني العديد من المنشآت السياحية وبالتالي نمو العرض السياحي. ويعبر عن العلاقة الرياضية بين العرض السياحي والعامل الطبيعي مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة بالمعادلة

التالية:

$$S_t = f(R) = a + bR$$

حيث R تمثل العامل الطبيعي

- استخدام وسائل التكنولوجيا المتطورة: على الرغم من أن دور التكنولوجيا يكون محدوداً في مجال تقديم الخدمات السياحية، إذ أن السياحة كنشاط يعتمد بالدرجة الأساس على عنصر البشري، ويصعب احلال الماكنة محل العنصر البشري، الا أنه يبقى للتكنولوجيا دوراً كبيراً في عملية تنفيذ العديد من المشاريع السياحية وتسريع وتائر نمو القطاع السياحي. وهكذا تكون العلاقة طردية بين التكنولوجيا والعرض السياحي، حيث كلما تطورت وسائل التكنولوجيا زاد العرض السياحي. ويعبر عن ذلك رياضياً مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة بالمعادلة التالية:

$$S_t = f(K) = a + bK$$

حيث: K يمثل العامل التكنولوجي

- أهداف المؤسسات المشرفة على القطاع السياحي: إن العوامل المادية المتمثلة في الأرباح تعتبر من أهم العوامل المتحكمة في تطور العرض السياحي في الأنظمة الرأسمالية، فتوفر الربح في القطاع السياحي يجذب المستثمرين ويستقطب رأس المال لبناء المزيد من المنشآت السياحية والعكس صحيح. أما في الأنظمة الاشتراكية والتنمية إذا كانت القيادة ترغب في تنمية القطاع السياحي لتحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية أو إعلامية، فإنها هي الأخرى سوف تسعى لزيادة العرض السياحي من خلال بناء المزيد من المنشآت السياحية وتقديم كافة أنواع الدعم للقطاع السياحي بغض النظر عن الأهداف المادية (ربح أو خسارة). وهكذا اذن كلما كانت القيادة العليا للبلد ميالة باتجاه النشاط السياحي زاد العرض السياحي. ويعبر عن ذلك رياضياً مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة بالمعادلة التالية:

$$S_t = f(A) = a + bA$$

حيث: A تمثل أهداف المؤسسات المشرفة على السياحة

إضافة إلى هذه العوامل هناك عوامل أخرى تؤثر في العرض السياحي منها البنية التحتية ومدى تطورها في البلد، مدى توافر مقومات الضيافة في البلد، إمكانات البلد التاريخية والتراثية، شبكة النقل والمواصلات ودرجة تطورها في البلد... الخ.

المبحث الثالث: الدور الاقتصادي للسياحة

إهتم الاقتصاديون منذ زمن بعيد إلى تقسيم الإقتصاد إلى قطاعات منتجة وغير منتجة، حيث كان ينظر في بداية الأمر إلى قطاع الزراعة على أنه القطاع المنتج الوحيد، وبعد ذلك أضيف إليه قطاع التصنيع لما يولده من قيمة مضافة لمدخلات الإنتاج، ثم قطاع التجارة لما تولده المبادلات من قيمة مضافة. أما في العصر الحديث وتحديدًا في الربع الأخير من القرن الماضي، أصبحت قطاعات الخدمات وفي مقدمتها السياحة من القطاعات الإقتصادية الرئيسة في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، لدورها الكبير في تحقيق النمو الإقتصادي وتنويع مصادر الدخل وتوليد الفرص الوظيفية لهذه الدول. ويمكن تلخيص الآثار الاقتصادية للسياحة على النحو التالي:

أولاً: دور السياحة في الدخل الوطني:

يمكن إبراز دور القطاع السياحي في الدخل الوطني من خلال معالجة النقاط التالية:

1-1- أثر السياحة في الدخل الوطني:

تعد السياحة صناعة تصديرية لها علاقتها المباشرة بما يتعلق بدخل البلاد في مجالها الإستثماري، حيث أثبتت الدراسات أن لعائدات السياحة المحققة من تعامل السياح ونشاطهم فيها، أثراً ملحوظاً في زيادة الدخل الوطني لكثير من دول العالم.

ويعرف الدخل الوطني* (*National Income*) من عدة زوايا، فمن زاوية توزيعه يعرف على أنه "مجموع دخول المجتمع في فترة محددة من الزمن غالباً ما تكون سنة، مع ضرورة عدم الأخذ بعين الإعتبار بعض الدخول مثل الدخول التحويلية". ومن زاوية إنتاجه يعرف على أنه "المجموع الإجمالي لقيم السلع والخدمات النهائية المنتجة خلال فترة سنة". ومن زاوية إنفاقه يعرف على أنه "مجموع النفقات الحاصلة في المجتمع سواءً بهدف الإستهلاك أو الإستثمار ضمن فترة محددة غالباً سنة"¹.

وإن النشاط السياحي يحدث آثاراً إيجابية وأخرى سلبية على الإقتصاد الوطني يمكن حصرها في²:

- الآثار الايجابية:

• إن الدخل الوطني في أي دولة له مكون محلي بالعملة المحلية ومكون أجنبي بالعملة الأجنبية، وإن السياحة تعمل على دخول العملات الأجنبية إلى الدولة عن طريق إنفاق السياح الأجانب، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة رصيد الدخل الوطني من العملة الأجنبية والتي يمكن إستخدامها في عملية الإستيراد.

* هناك اختلاف كبير بين مفهومي الدخل الوطني والدخل الحكومي، فالدخل الوطني سبق تعريفه أما الدخل الحكومي فهو مجموع الإيرادات التي تتحقق للحكومة خلال السنة لتغطية ميزانيتها من الأموال للإتفاق على المهام المسؤولة عنها.

¹ عبد الكريم برينشي، دور الضريبة في إعادة توزيع الدخل الوطني: دراسة حالة الجزائر خلال الفترة (1988-2011)، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2013 - 2014، ص 135.

² حمدي عبد العظيم، إقتصاديات السياحة: مدخل نظري وعملي متكامل، مكتبة زهراء الشرق للنشر، مصر، 1996، ص ص 79-81.

- يساهم قطاع السياحة في توفير فرص عمل تحقق زيادة في دخول المواطنين اللذين يستخدمونها في شراء سلع وخدمات، وهذا يحدث زيادة عامة في الدخل الوطني.
- يمكن أن يكون قطاع السياحة نواة لتعريف البلد بآخر ما وصلت إليه التكنولوجيا في العالم من خلال سياحة المؤتمرات، ويترتب عن ذلك زيادة في الإنتاج الذي يؤدي إلى زيادة الدخل الوطني.
- يوفر قطاع السياحة الصادرات غير المنظورة والتي تعتبر جزءاً هاماً من الدخل الوطني.
- يؤدي قطاع السياحة إلى زيادة الإستثمار والإدخار والترويج لتصدير المنتجات المحلية، مما يؤدي إلى زيادة الدخل الوطني.
- تحقق السياحة زيادة في الإستهلاك، ويحدث ذلك من خلال أثر المضاعف الذي يساوي 1/ الميل الحدي لإنفاق السائح، وهو عدد المرات التي يزيد بها الدخل من الإنفاق السياحي.

- الآثار السلبية:

- زيادة الواردات وتبديد حصيلة الصادرات وهذا يزيد العجز في ميزان المدفوعات.
- تضييع العملة الصعبة للخارج من خلال السياحة العكسية، فحصيلة السياحة لا بد أن نطرح منها نفقات السياحة العكسية.
- تأثر الأفراد بسلوك السياح في الإنفاق وإقتناء الملابس مثلاً، وهذا يؤدي إلى التقليل من الدخل الوطني نتيجة إنخفاض المدخرات.

ويمكن إحتساب أثر السياحة في الدخل الوطني وبشكل رياضي، من خلال إجراء مقارنة نسبية بين الدخل السياحي من جهة والدخل الوطني من جهة أخرى، على أساس أن الأول جزءاً من الثاني كما في المعادلة التالية¹:

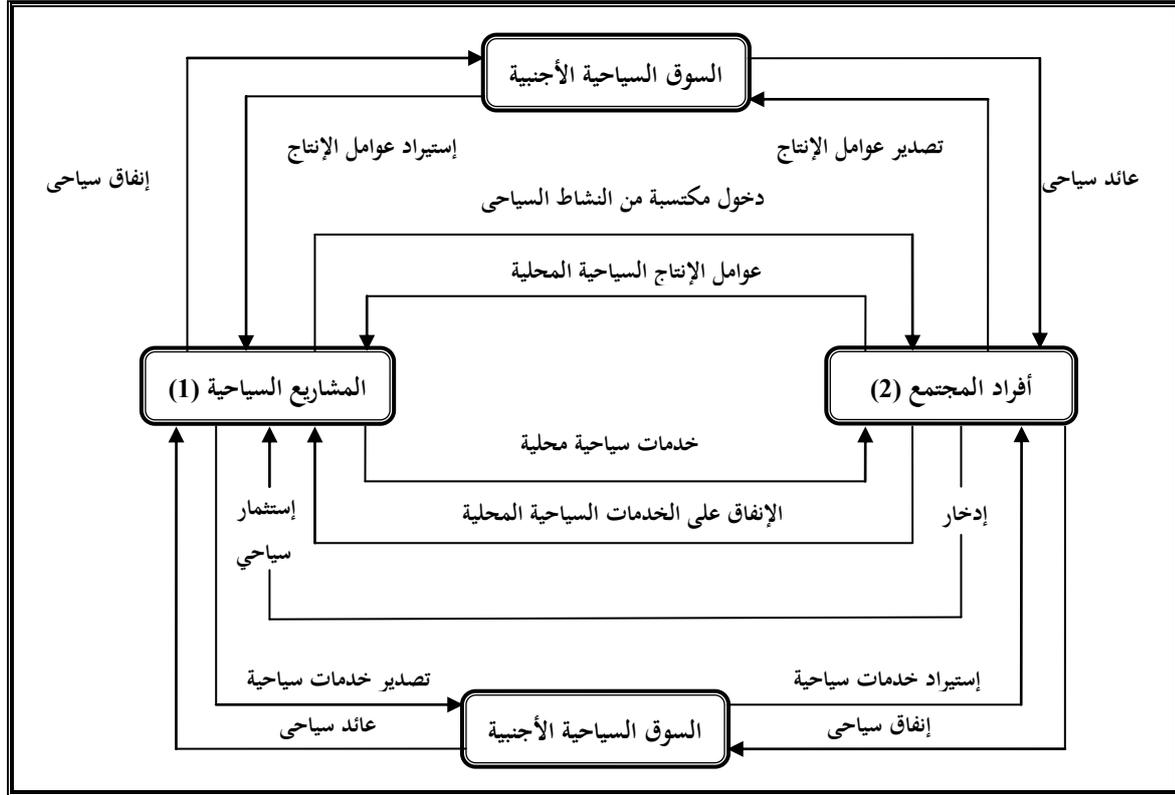
$$\text{أثر السياحة في الدخل الوطني} = (\text{الدخل السياحي} / \text{الدخل الوطني}) 100X$$

1-2- طرق إحتساب الدخل السياحي:

إن الدخل السياحي (*Tourism Income*) هو حصيلة التفاعل المستمر والقائم بين أفراد المجتمع من جهة والمشاريع السياحية من جهة أخرى، مع الأخذ بعين الإعتبار كل العوامل المؤثرة في الدخل السياحي سواءً الإيجابية منها أم السلبية. ولحساب الدخل السياحي هناك طريقتان هما طريقة الدخول السياحية المكتسبة وطريقة الإنفاق السياحي، ومن أجل توضيحهما نستعين بالشكل التالي:

¹ مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 114.

الشكل (1-13): التدفق الدوري للدخل السياحي



المصدر: مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 98.

- طريقة الدخل السياحية المكتسبة: إن الدخل السياحي بموجب هذه الطريقة هو مجموع الدخول (الربوع، الفوائد، الأجور، الأرباح) المتحقق للأفراد العاملين في القطاع السياحي نظير تقديم عوامل الإنتاج السياحي (المواد الأولية، رأس المال، العمل، التنظيم) للمشاريع السياحية خلال سنة¹. وهذا ما يتضح لنا من خلال النصف الأعلى من الشكل السابق، حيث أن الدخل السياحي هو مجموع الدخول التي تدخل داخل المربع رقم (2). وإن ما تدفعه المشاريع السياحية على شراء عوامل الإنتاج السياحية، يعتبر دخول مكتسبة لأفراد المجتمع المجهزين للقطاع السياحي بعوامل الإنتاج هذه. ولكن ليس كل ما ينفق من قبل المشاريع السياحية يعني دخولاً للأفراد العاملين في القطاع السياحي. ومن أجل أن يكون حساب الدخل السياحي دقيق يجب طرح وإضافة بعض العوامل المتمثلة في²:

¹ إسماعيل محمد علي الدباغ ومها عبدالستار السامرائي، طرق إحتساب الدخل السياحي بين هموم الجانب النظري ومعوقات الجانب التطبيقي مع إشارة خاصة للعراق، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد التاسع والثمانون، الجامعة المستنصرية، العراق، 2011، ص 238.

² مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص ص 99 - 100.

- **الضرائب غير مباشرة على الإنتاج السياحي:** مثل الضريبة على المبيعات والضريبة على الأرباح، فإن هذا النوع من الإنفاق لا يذهب للأفراد العاملين في القطاع السياحي، وإنما يذهب إلى خزينة الدولة. لذا يستوجب طرحها من الدخل السياحي.
- **المنح والإعانات الحكومية المدفوعة للمشاريع السياحية:** قد تقدم الحكومات دعم مالي لبعض المشاريع السياحية بغض النظر عن ملكيتها (خاصة، عمومية، مختلطة)، وإن هذه الإعانات تدفع كدخول للأفراد العاملين في القطاع السياحي، لذا يستوجب الأمر إضافتها إلى الدخل السياحي.
- **الإندثار في رأس المال السياحي:** إن جزء من رأس المال السياحي ونتيجة لإسهامه المستمر في عملية الإنتاج السياحي يتعرض للتلف والإندثار، إذ أن قيمة رأس المال السياحي في بداية السنة أكبر من قيمته في نهاية السنة بسبب عامل الإندثار، لذا يتطلب الأمر هنا طرحها من الدخل السياحي.
- **صافي التجارة السياحية الخارجية:** فرما تكون عوامل الإنتاج السياحية المحلية غير كافية لسد حاجة المشاريع السياحية المحلية، فتضطر المشاريع لإستيراد عوامل الإنتاج من الخارج، يقابل ذلك خروج الدخل السياحي إلى خارج نطاق الدورة الاقتصادية الوطنية. وربما تكون عوامل الإنتاج السياحية المحلية فائضة عن حاجة المشاريع السياحية المحلية بحيث تصدر قسم منها إلى الخارج، يقابل ذلك تحقيق دخل سياحي يدخل إلى داخل حدود الدورة الاقتصادية الوطنية. ومن ثم يطرح الإستيراد السياحي من التصدير السياحي لنحصل على صافي التجارة السياحية الخارجية، والتي تضاف أو تطرح من معادلة إحتساب الدخل السياحي وذلك حسب وضعية الرصيد. وبعد كل هذه الإجراءات يمكن إحتساب الدخل السياحي بوجب هذه الطريقة وفق المعادلة التالية:

$$Y = C + I - T + F - D \pm (X - M)$$

Y : الدخل السياحي.

C : الإنفاق على إنتاج السلع والخدمات الإستهلاكية السياحية (إنفاق جاري).

I : الإنفاق على إنتاج السلع الإستثمارية السياحية (إنفاق إستثماري).

T : الضرائب غير المباشرة على السياحة.

F : الإعانات والمنح الحكومي للمشاريع السياحية.

D : الإندثار في رأس المال السياحي.

$(X - M)$: صافي التجارة السياحية الخارجية.

- **طريقة الإنفاق السياحي:** إن الدخل السياحي بموجب هذه الطريقة هو مجموع إنفاق أفراد المجتمع على شراء الخدمات السياحية خلال سنة¹. وهذا ما يتضح لنا من خلال النصف الأسفل من الشكل (1-13) حيث أن الدخل السياحي هو مجموع الإنفاقات التي تدخل داخل المربع رقم (1).

إن ما ينفقه أفراد المجتمع على شراء الخدمات الاستهلاكية السياحية وما يدخره لكي يوجه للإستثمار السياحي، يعتبر دخلاً يتحقق لأصحاب المشاريع السياحية، ولكن ليس كل ما ينفقه أفراد المجتمع على شراء الخدمات الإستهلاكية والإنتاجية السياحية يعتبر دخلاً للمشاريع السياحية الوطنية. وبذلك يجب طرح وإضافة بعض العوامل للحصول على قيمة دقيقة للدخل السياحي تتمثل في²:

• **الضرائب غير المباشرة على السلع والخدمات الاستهلاكية السياحية:** كما هو معروف أن الخدمات تكاد تكون كمالية في الغالب لذلك فهي تخضع للضرائب. وإن هذه الضرائب التي يتحملها الأفراد لا تعتبر دخلاً لأصحاب المشاريع السياحية، وإنما تذهب إلى خزينة الدولة، لذا يستوجب الأمر طرحها من الدخل السياحي.

• **الإعانات والمنح الحكومية:** فرما تقوم الحكومة بدعم بعض أنواع الخدمات السياحية بهدف توفير الراحة والرفاه للمواطنين. إن هذه الإعانات تدفع من قبل الدولة وتعتبر دخلاً لأصحاب المشاريع السياحية، لذا يستوجب الأمر إضافتها للدخل السياحي.

• **الإندثار في رأس المال السياحي:** لا بد من طرحه كما ورد سابقاً.

• **صافي التجارة الخارجية:** هناك بعض المواطنين السياح الذين يغادرون إلى خارج الوطن بهدف السياحة والإستحمام، وبالتالي يتطلب الأمر منهم الإنفاق على شراء الخدمات السياحية الأجنبية، ويكون الإقتصاد الوطني في هذه الحالة في موقف إستيراد للخدمات السياحية من الخارج. وقد تستضيف المشاريع السياحية الوطنية سياح أجانب، تباع لهم خدمات سياحية تعتبر دخلاً للمشاريع السياحية الوطنية، ويكون موقف البلد هنا مصدراً للخدمات السياحية. وبطرح الإستيرادات من الصادرات السياحية نحصل على صافي التجارة السياحية الخارجية، والتي تضاف أو تطرح من معادلة إحتساب الدخل السياحي وذلك حسب وضعية الرصيد.

• **الزيادة في قيمة المخزون المتحقق لدى مشاريع القطاع السياحي:** على الرغم من كون المنتج السياحي يغلب عليه الطابع الخدمي وبالتالي لا يمكن تخزينه، إلا أنه يحدث في بعض الأحيان أن يمتلك القطاع السياحي مشاريع إنتاجية تمول المنشآت السياحية بمستلزمات الإنتاج (كأن تملك سلسلة فنادق مصنع لإنتاج المشروبات)، وعلى هذا الأساس لا بد من إضافة المخزون السلعي المتحقق خلال السنة إلى الدخل السياحي.

وبذلك نتحصل على معادلة إحتساب الدخل السياحي بموجب هذه الطريقة على النحو التالي:

¹ إسماعيل محمد علي الدباغ ومها عبدالستار السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص 238.

² مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 101 - 103.

$$Y = C + S - T + F - D \pm (X - M) + STO$$

Y : الدخل السياحي.

C : الإنفاق على إنتاج السلع والخدمات الإستهلاكية السياحية (إنفاق جاري).

S : الإدخارات الموجهة للإستثمار السياحي.

T : الضرائب غير المباشرة على السياحة.

F : الإعانات والمنح الحكومي للمشاريع السياحية.

D : الإندثار في رأس المال السياحي.

$(X - M)$: صافي التجارة السياحية الخارجية.

STO : الزيادة في قيمة المخزون السلعي التابع للقطاع السياحي.

ثانيا: دور السياحة في ميزان المدفوعات:

يمكن إظهار دور القطاع السياحي في ميزان المدفوعات من خلال معالجة النقاط التالية:

2-1- أثر السياحة في ميزان المدفوعات:

يعرف ميزان المدفوعات (*Balance of Payments*) لأي بلد على أنه "بيان حسابي يسجل قيم جميع السلع والخدمات والهبات والمساعدات الأجنبية وكل القروض الرأسمالية وجميع كميات الذهب الداخلة والخارجة من هذا البلد خلال فترة زمنية معينة عادة تمثل سنة". وينقسم ميزان المدفوعات الدولية إلى ثلاث أقسام رئيسية وهي الحساب الجاري أو المعاملات الجارية، حساب رأس المال أو المعاملات الرأسمالية، حساب الذهب أو الاحتياطات الدولية. وتجدر الإشارة هنا أن ميزان الحساب الجاري (ميزان التجارة المنظورة أي الصادرات والواردات السلعية وميزان التجارة غير منظورة أي صادرات وواردات الخدمات) هو الذي يضم الميزان السياحي الذي تقيد فيه المتحصلات والمصرفيات السياحية¹.

ويترتب على النشاط السياحي* الخارجي آثاراً على ميزان المدفوعات قد تكون سلبية أو إيجابية، ويمكن تقسيمها بشكل عام إلى²:

¹ غادة صالح، مرجع سبق ذكره، 134.

* تجدر الإشارة هنا أن النشاط السياحي لا يقتصر على حركة انتقال السياح بين الدول وما يرافقها من إنفاق بواسطة السياح على شراء السلع والخدمات السياحية، بل يتعدى ذلك إلى نشاط المنتجين أصحاب المشاريع السياحية وما يتطلبه نشاطهم من انتقال للسلع الانتاجية، والاستهلاكية، والقوى العاملة، ورؤوس الأموال عبر الدول.

² مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 125.

- الآثار الايجابية: وتنشأ عن:

- دخول السياح الأجانب إلى داخل حدود الوطن، وإقتنائهم للسلع والخدمات السياحية الوطنية، ويعني هذا تصديراً غير منظوراً (*Invisible Export*) للسلع والخدمات السياحية، ويترتب على ذلك دخول رؤوس الأموال وتدوّن في جانب الدائن، وبالتالي يزيد رصيد الدولة من العملات الأجنبية.
- إستعانة المنتج السياحي الأجنبي بالسلع والخدمات الوطنية، هذا يعني تصديراً لها. وقد تكون سلع منظورة مثل المشروبات، الأغذية، المعدات، وقد تكون غير منظورة مثل الخدمات التي تقدمها القوى العاملة الوطنية التي تعمل في المنشآت السياحية الأجنبية. وبكل الأحوال هناك تصدير سواء كان منظور أو غير منظور يترتب عنه دخول رؤوس الأموال وتدوّن في جانب الدائن، ويزداد رصيد الدولة من العملات الأجنبية.

- الآثار السلبية: وتنشأ عن:

- خروج السياح المواطنين إلى خارج القطر، وإقتنائهم للسلع والخدمات السياحية الأجنبية، وهذا يعني استيراداً غير منظور (*Invisible import*) للسلع والخدمات السياحية ويترتب عن ذلك خروج رؤوس الأموال إلى الخارج وتدوّن في حقل المدين وبالتالي تخفض رصيد الدولة من العملات الأجنبية.
- إستعانة المنتج السياحي الوطني بالسلع والخدمات الأجنبية ويعتبر استيراداً لها. وبكل الأحوال سواء كانت هذه السلع والخدمات منظورة أو غير منظورة، يترتب عنها خروج رؤوس الأموال وتدوّن في الجانب المدين وتخفض رصيد الدولة من العملات الأجنبية.

ويمكن حساب أثر السياحة في ميزان المدفوعات باستخدام طريقتين¹:

- الطريقة الأولى: وتعتمد على إجراء مقارنة نسبية بين نتيجة الميزان السياحي من جهة ونتيجة ميزان المدفوعات بعد طرح الميزان السياحي منه من جهة أخرى كما في المعادلة التالية:

$$100X(BT / BM - BT) = \text{أثر السياحة في ميزان المدفوعات}$$

- الطريقة الثانية: وتعتمد على إجراء مقارنة نسبية مباشرة بين نتيجة الميزان السياحي من جهة ونتيجة ميزان المدفوعات من جهة أخرى كما في المعادلة التالية:

$$100X(BT / BM) = \text{أثر السياحة في ميزان المدفوعات}$$

حيث يمثل BT صافي الميزان السياحي و BM صافي ميزان المدفوعات .

وتعد الطريقة الثانية الأكثر إستخداماً، وهي المعتمدة من قبل المنظمات السياحية العالمية في إصدار نشراتها الدورية.

¹ المرجع السابق، ص 128.

ومن أجل معرفة مدى أهمية السياحة على مستوى التجارة الخارجية ، بهدف الوصول إلى نسبة مساهمة العائدات السياحية والنفقات السياحية في الصادرات والواردات، يتم الاعتماد على العلاقتين التاليتين¹:

$$100X(RT/R) = \text{مساهمة السياحة في الصادرات}$$

$$100X(ET/E) = \text{مساهمة السياحة في الواردات}$$

حيث يمثل RT العائدات السياحية و ET النفقات السياحية، R الصادرات الإجمالية و E الواردات الإجمالية.

2-2- الميزان السياحي:

يعرف الميزان السياحي (*Tourism Balance*) على أنه "سجل حسابي يسجل به جميع المعاملات المحققة من النشاط السياحي بالعملة الحرة سواءً في جانب الإيرادات المكتسبة من السياح الدوليين (الجانب الدائن) والمصروفات التي أنفقها المواطنون في السياحة في الخارج (الجانب المدين) من الميزان"². ولتقييم النشاط السياحي خلال السنة وتبيان أثره النهائي على ميزان المدفوعات يجب وضع محاسبة دقيقة للسياحة تشمل كل العمليات الدولية، و ذلك حسب النموذج المعطى في الجدول التالي:

الجدول (10-1): حساب الاستغلال السياحي

القيمة	النفقات	القيمة	الإيرادات
-	النفقات السياحية (مصاريف السياح المواطنين بالخارج)	-	الإيرادات السياحية (مصاريف السياح الأجانب بالداخل)
-	الاستيرادات المنظورة (مأكولات ومشروبات، معدات التجهيز... الخ)	-	الصادرات المنظورة (السلع و المعدات السياحية، القطع الأثرية و الفنية و منتجات الصناعة التقليدية... الخ)
-	النقل (نصيب الشركات الأجنبية من سفر المواطنين للخارج)	-	النقل (نصيب الدولة من الرحلات المدفوعة من طرف شركات النقل الأجنبية)
-	الاستثمارات السياحية الأجنبية بالداخل	-	الاستثمارات الوطنية بالخارج
-	دفع فوائد الاستثمارات الأجنبية وتعويض رأس الأموال	-	العائدات من الاستثمارات السياحية بالخارج
-	التكوين المهني للمواطنين في الخارج	-	التكوين المهني للعمال الأجانب
-	استرجاع التحويلات السياحية لليد العاملة الأجنبية في الداخل	-	استرجاع التحويلات السياحية لليد العاملة الوطنية في الخارج
-	المصروفات على الدعاية السياحية الوطنية والإعلانات السياحية بالخارج	-	المصروفات على الدعاية السياحية و الإعلانات الأجنبية للسياحة في الداخل
-	الرصد المدين: عجز	-	الرصيد الدائن: فائض

المصدر: بوعقلين بديعة، الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 34.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 112.

² غادة صالح، مرجع سبق ذكره، ص 137.

بالإطلاع على الميزان السياحي، يلاحظ أن الحقل الأول يمثل السلع والخدمات السياحية المصدرة إلى الخارج. ونتيجة لهذه العملية سوف تدخل رؤوس أموال إلى القطر والقيم النقدية لهذه السلع والخدمات تمثل العائدات السياحية (*Tourism Receipts*)، والحقل الثاني يمثل السلع والخدمات السياحية المستوردة من الخارج ونتيجة لهذه العملية سوف تخرج رؤوس الأموال إلى خارج القطر والقيم النقدية لهذه السلع والخدمات السياحية تمثل الانفاق السياحي (*Tourism Expend*)، والفارق بينهما هو نتيجة الميزان السياحي النهائية وهي التي تعبر عن حقيقة مساهمة النشاط السياحي الدولي لأي دولة في ميزان مدفوعاتها، ويمكن التعبير عنها وفقاً للمعادلة التالية:

$$BT = RT - ET$$

وتكون النتيجة إيجابية إذا تفوقت العائدات على النفقات السياحية، وسالبة إذا حدث العكس. كما أنه إذا كان هذا الرصيد موجباً فإنه إما يزيد في فائض ميزان المدفوعات أو ينقص من عجز هذا الميزان حسب الوضعية، أما إذا كان هذا الرصيد سالباً فإنه إما ينقص من فائض ميزان المدفوعات أو يزيد في عجز هذا الميزان حسب الوضعية.

ثالثاً: دور السياحة في التشغيل:

يمكن إظهار دور القطاع السياحي في التشغيل من خلال معالجة النقاط التالية:

3-1- أثر السياحة في تكوين فرص العمل:

لقد أكدت العديد من الدراسات الدولية قدرة السياحة على إمتصاص العمالة، منها دراسة للخبير الإستشاري الدولي (*Archer*) في منطقة الكاربي التي توصل من خلالها أن العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق أكبر منها في أي قطاع آخر. ودراسة للخبير (*Jude*) في المكسيك أن الإستثمار في الفنادق يؤدي إلى توفير عمالة بمعدل أكبر من الإستثمار في أي قطاع آخر في الإقتصاد المكسيكي¹.

وهناك عدة أسباب تعلق قابلية وقدرة السياحة على توليد فرص العمل تفوق بقية الأنشطة الإقتصادية الأخرى وهي²:

- إنتماء السياحة إلى القطاع الثالث، القطاع الخدمي إذا ما اعتبرنا أن القطاع الأول هو القطاع الزراعي والقطاع الثاني هو القطاع الصناعي. وأن لذلك أثر كبير يتجسد بالإمكانية المحدودة على إستخدام المعدات محل عنصر العمل، إذ يبقى النشاط السياحي نشاط خدمي يعتمد بالدرجة الأساس على عنصر العمل.

¹ أحمد محمود مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص 72.

² مثنى طه الحوري وإسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص ص 140-143.

- إن غالبية السياح هم من السكان الحضر والقاطنين في المدن وهم يعانون من التعامل الكثيف مع الماكينة، لذا يسعون للبحث عن أجواء تختلف كلياً عن الأجواء المعتادين عليها بالحياة اليومية، وبالنسبة لهم فإن السياحة تعني الإبتعاد عن الماكينة واللجوء إلى الطبيعة والتعامل مع البشر. وهكذا فإنه مرة ثانية يؤكد عنصر العمل في النشاط السياحي وجوده الفعال ودوره المهم بما يدعم قدرة السياحة على توليد فرص العمل.

- إن المنتج السياحي مزيج معقد ومركب تتعدد وجهات الإنتاج فيه، فالمعروف عن السياحة أنها صناعة تحتوي على العديد من التجهيزات والخدمات المختلفة. وهذا يتطلب العديد من القطاعات الاقتصادية التي تساهم بشكل مباشر أو غير مباشر بتزويد القطاع السياحي بمستلزمات الإنتاج، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى.

وفي هذا المجال هناك إحصائية عالمية تقول أن كل غرفة فندقية تولد ما نسبته (100%) فرصة عمل في الفنادق، وتولد ما نسبته (75%) فرصة عمل في بقية الأنشطة السياحية الأخرى، وتولد ما نسبته (100%) في القطاعات الأخرى*.

وحسب خبراء السياحة فإن قياس عدد المناصب المحدثّة في الصناعة الفندقية تكون حسب العلاقة التالية:

$$\text{عدد المناصب المحدثّة} = \text{عدد الأسرة} \times 0.5$$

وكما أشرنا سابقاً بأن السياحة تولد فرص عمل في أكثر من قطاع، وبذلك فهي تساهم في خلق ثلاثة مجموعات من العمل السياحي تتمثل في¹:

- أعمال التخطيط والتحضير للرحلة السياحية وتشمل وكلاء الأسفار (الوسطاء والمنظمون)، وكلاء الأسفار الجوية، عمال المحطات للنقل البري والسكك الحديدية، عمال المطاعم المخصصة للمسافرين.
- أعمال تنفيذ الرحلة السياحية وتشمل سائقي السيارات لنقل المسافرين، سائقي النقل البحري للمسافرين، سائقي النقل الجوي للمسافرين.
- أعمال عرض الخدمات السياحية وتشمل مهن الفندقية والمطاعم، مهن السياحة والعلاج، المرافقين في الأسفار، الدليل السياحي، المرشدين، المهن المرافقة للصحة والعلاج.

ولمعرفة أهمية السياحة على مستوى التشغيل في أي دولة نعتمد على العلاقة التالية:

$$\text{مساهمة السياحة في العمالة} = (\text{العمالة في القطاع السياحي} / \text{العمالة الإجمالية}) \times 100$$

* على سبيل المثال إن بناء فندق بطاقة إيوائية 200 غرفة سوف يولد 550 فرصة عمل، منها 350 فرصة عمل بالقطاع السياحي و200 فرصة عمل في القطاعات الأخرى.

¹ Djebbari Souad, *L'application du Marketing Touristique en Algérie : Cas de la Région de Tamanrasset*, Thèse de Magister en Science Commerciales, Université de Tlemcen, Algérie, 2008-2009, PP 35-36.

كما يمكن تتبع أثر السياحة على العمالة من خلال مضاعف الإستخدام السياحي الذي يظهر أن فرص العمل المتولدة عن النشاط السياحي سوف تتضاعف في منتهى الأمر لكي تكون أكثر من الإستخدام الأولي وذلك وفقاً للعلاقة التالية¹:

$$\text{مضاعف الإستخدام السياحي}^* = \frac{\text{الإستخدام المتولد عن السياحة} + \text{الإستخدام السياحي الأولي}}{\text{الإستخدام السياحي الأولي}}$$

والمعروف أن الحاجة المتزايدة للعمل في القطاع السياحي الناتجة عن أثر مضاعف الإستخدام السياحي، يكون لها أثر إيجابي حينما يتوفر في سوق العمل المحلية الكادر المطلوب لسد الشواغر . أما إذا عجزت السوق المحلية عن توفير الكادر المطلوب، فهذا يعني الإستعانة بالكادر الأجنبي، وما يترتب عن ذلك من آثار ربما تكون سلبية تأتي في مقدمتها فقدان المزيد من العملات الأجنبية.

3-2- أنواع العمالة في القطاع السياحة:

إن للسياحة قدرة على توليد العمالة في الإقتصاد الوطني من خلال ثلاثة أنواع هي²:

- **العمالة المباشرة:** وتشمل فرص العمل المتاحة في المنشآت السياحية والفندقية، كوكالات السفر وشركات النقل السياحي وبيع التذاكر والتسويق السياحي والفنادق والمطاعم ودور الترويج وغيرها من الأماكن التي يزورها السائح.

وأُسفرت الدراسات التي أعدها الكاتب (Geoffery Wall) في ترانداو وتوباجو عن العمالة المتولدة في القطاع الفندقي، أن الحجرة الفندقية تعمل على توليد عمالة مباشرة قدرها 1.2 عامل.

- **العمالة غير مباشرة:** وتعني فرص العمل التي تتولد في القطاعات الأخرى التي يعتمد عليها القطاع السياحي في توريد الطعام والشراب (الزراعة والصناعة) بما فيها من قطاعات فرعية وثنائية.

وقد إتضح من دراسة (Archer) عن منطقة الكاريبي، أن كل 9 فرص عمل تتولد مباشرة في القطاع السياحي والفندقي تقابلها فرصة عمل واحدة غير مباشرة في القطاعات الأخرى.

- **العمالة المحفوظة:** وتشمل العمالة التي تتولد في الإقتصاد نتيجة الإنفاق السياحي خارج قطاع السياحة مثل حراس السيارات والمنظفون، المصورون، المترجمين، محلات كراء السيارات وغيرها.

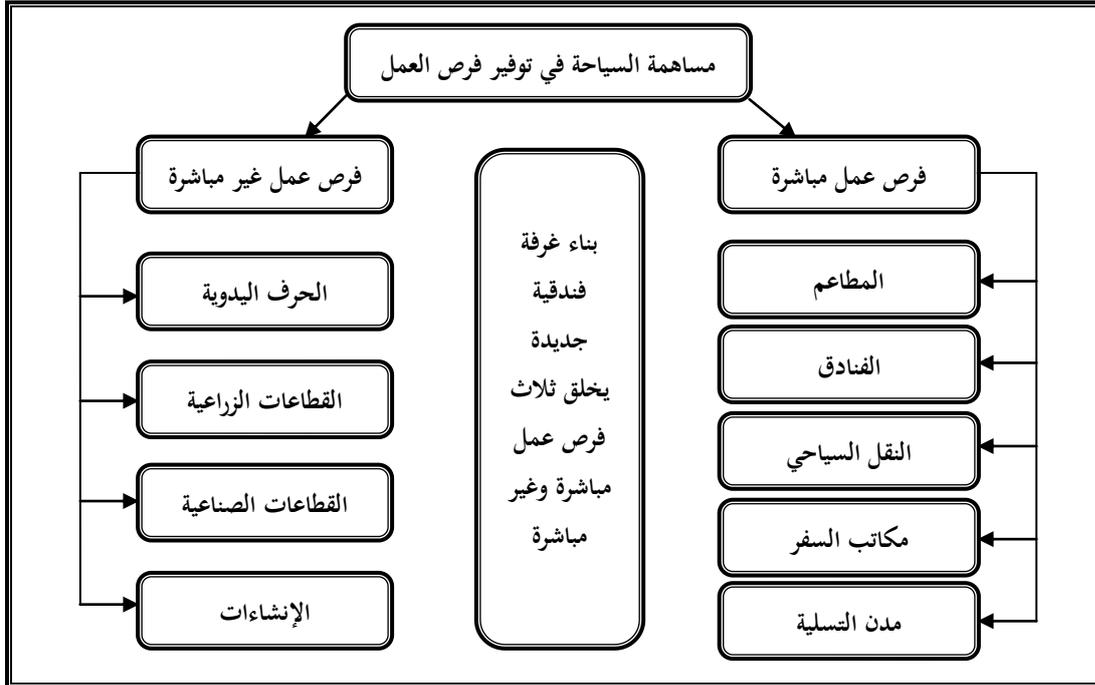
¹ مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 146.

* وعلى فرض أن الإستخدام الأولي السياحي يساوي 1000 وظيفة، وأن الإستخدام المتولد عن السياحة يساوي 3000 وظيفة، إذن فإن مضاعف الإستخدام السياحي سيكون $4 = \frac{1000}{3000+1000}$. وهذا يعني أن كل فرصة عمل تتولد عن السياحة سوف تتضاعف لكي تصل في نهاية الأمر إلى أربع فرص عمل.

² مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 115-116.

وفي دراسة لـ (Vaughan) أجراها عن مدينة إدنبرة البريطانية (Edinburgh) أن كل ألف جنه إسترليني تعمل على توليد 0.142 فرصة عمل مباشرة و0.022 فرصة عمل غير مباشرة و0.027 فرصة عمل محفوزة. وإضافة إلى هذه الأنواع هناك أنواع أخرى في السياحة صنفت حسب عدة معايير منها العمالة الدائمة والعمالة الموسمية، العمالة المتخصصة والعمالة غير المتخصصة...إلخ. ولكن معظم الدراسات تهتم بالتنوعين الأولين والتي يمكن توضيحهما في الشكل التالي:

الشكل (14-1): آليات خلق السياحة لفرص العمل المباشرة وغير مباشرة



المصدر: إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 222.

رابعاً: أدوار اقتصادية أخرى:

بالإضافة إلى الآثار السابقة الذكر، هناك آثار إقتصادية أخرى للنشاط السياحي نذكر منها¹:

- أثر السياحة على توزيع الدخل: تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية المناطق الأقل حظاً في التنمية. إذ تتجه التنمية السياحية غالباً إلى المناطق التي تتوفر لها مزايا طبيعة ومناخية أقرب إلى الطبيعة منها إلى العمران المدني كالشواطئ ومناطق الجبال والبحيرات، والتي كثيراً ما تكون محرومة من العمران الذي غالباً ما يصاحب التقدم الصناعي. وإمتداد السياحة إلى هذه المناطق البعيدة يعيد التوازن إليها نتيجة الإستثمارات التي تصاحب الدخول في المشروعات السياحية، وبالتالي تزيد من دخول المنشآت والأفراد في تلك المناطق، بحيث يستفيد من ذلك العاملون بها مما يساهم في تخفيض حدة الهجرة من المناطق الريفية إلى المناطق الكبرى.

¹ منال شوقي عبد المعطي، محاضرات في التنمية السياحية، مرجع سبق ذكره، ص 120.

- أثر السياحة على جذب الإستثمار: أثبتت التجارب الحديثة في مختلف الدول السياحية، أن المشروعات السياحية من أكثر المشروعات الإنتاجية جذباً لرؤوس أموال المستثمرين الأجانب والمقيمين، وقد حدث ذلك في إيطاليا، إسبانيا، المكسيك، يوغسلافيا، اليونان وإنجلترا. ولعل السبب في ذلك أن السياحة كصناعة مركبة تتضمن مجالات مختلفة للإستثمار مثل الفنادق ومراكز الإستشفاء والمطاعم والملاهي ومراكز الرياضة والترفيه والقرى السياحية والبواخر السياحية وشركات السياحة ووكالات السفر ووسائل النقل السياحي، بالإضافة للمشروعات الكبرى مثل تخطيط مدن سياحية متكاملة تتضمن مجتمعات سياحية متعددة.

- أثر السياحة على سوق بعض السلع: تبين من الدراسات الحديثة التي قامت بها بعض مكاتب الدراسات الأوروبية وأبحاث منظمة السياحة العالمية، أن السياح يحتفظون بجزء كبير من ميزانياتهم الترويجية (حوالي الثالث) للإنفاق على المشتريات من الدولة التي يزورونها. ليس فقط لشراء التذكارات السياحية، بل لشراء بعض المنتجات الوطنية التي يجدها مناسبة. ويعتبر هذا الإنفاق من قبيل التصدير لمنتجات وطنية دون ما حاجة إلى شحن وتسويق خارجي، وبالتالي يعتبر هذا التصدير خالصاً من صعوبات المنافسة في التجارة الدولية.

- أثر السياحة على تنمية المرافق الأساسية: إن تنمية المرافق الأساسية العامة من طرق ووسائل الانتقال ومشروعات الصرف الصحي ومياه الشرب في الدولة، يحتاج لرؤوس أموال ضخمة ليست بذاتها - دون تدخل السياحة - مجالاً لتحقيق عائد إقتصادي سريع، مما يجد من قدرة الدولة خاصة النامية منها على تعميم هذه المرافق في مختلف مناطقها. ولذلك فإن تقدم السياحة بزيادة الحركة السياحية وما يترتب عن ذلك من دخل سريع يزيد من قدرة الدولة على زيادة كفاءة مرافقها الأساسية وإمتداد العمران السياحي إلى مناطق بعيدة.

- أثر السياحة في المستوى العام للأسعار: يعتبر الإنفاق السياحي أحد العوامل المسببة في إرتفاع مستوى الأسعار المحلية، وذلك بسبب طبيعة الطلب السياحي الموسمي، جمود العرض السياحي الذي لا يستطيع أن يجاري الطلب السياحي في أوقات الذروة، سلوك السائح في الإنفاق الذي غالباً ما يختلف عن طبيعته المعتادة، بمعنى أنه ينفق على شراء السلع والخدمات السياحية أكثر من الوضع المعتاد في أماكن عيشه. بالإضافة إلى رغبة المنتجين في النشاط السياحي في زيادة هوامش أرباحهم لأن موسم الذروة السياحي هو فرصتهم الوحيدة لتحقيق الأرباح التي خسروها في مواسم الكساد¹.

- تمويل الموازنة العامة: يوفر قطاع السياحة مصدراً مهماً لتمويل الحكومات، يتمثل في عائدات الضرائب على الأنشطة السياحية، والتي يأتي في مقدمتها الضرائب على المطاعم وأماكن الإقامة، الضرائب على مستخدمي المطارات، ضرائب المبيعات، ورسوم دخول المتاحف والحدائق والمتنزهات العامة، وغيرها من المصادر الأخرى².

¹ علي مبارك المصاروة، مرجع سبق ذكره، ص 43.

² الهيئة العامة للسياحة، الأهمية والأثر الإقتصادي لتنمية قطاع السياحة: حالة المملكة العربية السعودية، الندوة العلمية الأثر الاقتصادي للسياحة مع تطبيقات على المملكة، يومي 19-21 جوان، السعودية، 2001، ص 4.

خلاصة:

يتضح مما سبق، بأن السياحة ظاهرة قديمة قدم الإنسان، شهدت تطورات سريعة ومستمرة وذلك موازاة مع تطور الحياة وأساليبها، إضافة إلى التطور التكنولوجي ووسائل النقل والمواصلات، سهولة تبادل الخبرات وانتشار المعرفة وبالتالي تقارب الشعوب، إلى جانب إرتفاع معدلات الدخل والثروات والنظرة إلى السياحة كضرورة حتمية، أدى إلى إتساع نطاقها وازدياد أهميتها حتى أصبح يطلق عليها صناعة القرن الحادي والعشرون. وتعددت المفاهيم التي تناولت مصطلح السياحة والسائح في الأدبيات الإقتصادية خاصة هذا الأخير بإعتباره أساس قيام النشاط السياحي وإتساع مجالاته، الأمر الذي أسهم في تنوع أنماط السياحة تبعاً لتنوع ميولات ورغبات السياح، وأيضاً بحسب المستويات الإقتصادية والتكنولوجية التي وصلت إليها الدول والمناطق السياحية. ويتميز الطلب السياحي ببعض السمات والخصائص، فمنها ما يتصل بطبيعة الدول المصدرة للسياح والظروف المختلفة التي تمر بها الدول المستقبلية لهم، فكلما إتصفت الدول المصدرة أو المستقبلية بالإستقرار والأمن والبعد عن المشكلات السياسية والإقتصادية والإجتماعية، إتجه الطلب السياحي نحو الزيادة مع توافر العوامل الأخرى المشجعة على السياحة والسفر، خاصة فيما يتعلق بجانب العرض السياحي الذي يعتبر الجناح الثاني لصناعة السياحة.

كما تعد السياحة واحدة من الصناعات الهامة، وذلك لما لها من دور بارز في تحقيق التنمية المستدامة في شقها الإقتصادي، حيث لم تعد السياحة تمثل الجانب الإجتماعي فحسب بإعتبارها تعبر عن رغبة الإنسان في التنقل والترحال، وإنما تحولت إلى واحدة من أهم صناعات القرن الحادي والعشرين وهذا من خلال دورها في تنمية الإقتصاد عن طريق تدعيم إيرادات الدولة من العملات الأجنبية والذي من شأنه المساهمة في تحسين وضعية موازين مدفوعاتها، هذا إضافة إلى الفرص التي توفرها للحصول على مناصب العمل ومن ثم المساهمة في إمتصاص معدلات البطالة بين مختلف فئات المجتمع لما لها من علاقة متشابكة بين بقية القطاعات الإقتصادية الأخرى الإنتاجية والخدمية.

الفصل الثاني

الاتجاهات العالمية للسياحة الدولية

والعربية ومساهمتهما الاقتصادية

*Global trends of international
and Arabic tourism and their
economic contribution*

تمهيد:

شهد الربع الأخير من القرن الماضي تغيرات إقتصادية وإجتماعية رافقت التقدم التكنولوجي في كافة المجالات، مما أدى إلى تطور الحركة السياحية على المستوى العالمي، إذ تشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة إلى تضاعف عدد السياح الوافدين إلى أكثر من 47 مرة خلال 65 سنة الماضية، وذلك نتيجة لإرتفاع مستوى رفاهية الفرد في الدول المتقدمة، وإزدياد أوقات الفراغ مدفوعة الأجر، وتقدم وسائل النقل والمواصلات، وانخفاض تكاليف النقل، مما ساهم في تطوير وتنمية صناعة السياحة وإستغلال الإمكانيات السياحية المتوفرة في البلدان الأقل نمواً كخيار فعال لتحقيق التنمية الاقتصادية، بناءً على فرضية الأدب الاقتصادي القائلة بنمو يقوده التصدير.

Export-led Hypothesis للسلع غير المنظورة "السياحة" (Pleumarom, 1994).

وقد أصبحت السياحة الدولية لدى الكثير من الدول، أحد أهم النشاطات الاقتصادية ومصدراً هاماً من مصادر عوائدها من العملات الأجنبية وفرص العمل. لذلك ما فتئت السياحة تحظى باهتمام كبير في إستراتيجيات التنمية لدى العديد من الدول، خاصة منها الأقل نمواً في المجالات التكنولوجية والصناعية. وفي الوطن العربي تأتي أولويات السياحة من خلال إفتقار أكثر الدول العربية للقاعدة الصناعية أو الزراعية المنافسة في ضوء عصر الاندماجات والتكتلات الدولية، إضافة إلى العولمة التي جاءت في وقت لم تحقق الدول العربية نتائج تذكر في طريق الوحدة الاقتصادية العربية.

ومن هذا المنطلق، سنحاول هنا إستعراض تطور حركة السياحة الدولية والعربية الوافدة، بالإضافة إلى دورها في اقتصاديات هذه الدول وذلك من خلال ما يلي:

المبحث الأول: المنظمات السياحية الدولية والعربية وأهميتها في صناعة السياحة.

المبحث الثاني: إتجاهات السياحة الدولية ومساهمتها في الاقتصاد العالمي.

المبحث الثالث: إتجاهات السياحة العربية ومساهمتها في الاقتصاد العربي.

المبحث الأول: المنظمات السياحية الدولية والعربية وأهميتها في صناعة السياحة

أصبح الإعتراف الدولي بالسياحة وأهمية تنميتها وتنظيمها كمنشآت دولي أمراً مفروضاً منه، و هذا أدى إلى وجود منظمات دولية فاعلة في هذا المجال، لغرض التنسيق فيما بينها في مجال التخطيط والبحوث والتسويق العالمي للسياحة، وإعتماداً على ذلك بات لزاماً على دارسي السياحة والمهتمين بها أن يتعرفوا على تلك المنظمات من حيث مفهومها، أنواعها والدور الذي تسعى لتحقيقه.

أولاً: ماهية المنظمات السياحية الدولية

لتحديد ماهية المنظمات السياحية الدولية، فإن ذلك يستلزم التطرق إلى تعريفها وشروط إنشائها، إلى جانب الأسباب الداعية إلى ظهورها وذلك كما يلي:

1-1- تعريفها وشروط إنشائها:

بدأ ظهور المنظمات السياحية الدولية منذ أواخر القرن التاسع عشر حيث كانت العلاقات بين الدول قاصرة على نواحي محدودة كالتمثيل الدبلوماسي وبعض المجالات الاقتصادية، إلا أن التطور في حجم التبادل ووسائل الاتصال والنقل استدعى ضرورة زيادة التعاون والتنسيق بين الدول المختلفة في محاولة لإرساء قواعد ونظم ثابتة تساعد على سهولة التبادل والاتصال، فتجسد الأمر في العديد من مظاهر التعاون الدولي ومن بينها المنظمات السياحية الدولية.

وتعرّف المنظمة السياحية بأنها " تجمع إرادي لعدد من أشخاص القانون الدولي متجسد في شكل هيئة دائمة¹، يتم إنشاؤها بموجب اتفاقيات وقّعت بين عدد من دول العالم من أجل تنظيم أو ممارسة نشاط سياحي متفق على أبعاده ونصيب كل دولة منه، أي أنها تشكل صورة من صور العلاقات والتعاون الدولي في إطار محدد تتمثل في السياحة"². ويكون للمنظمة الدولية ثلاث أجهزة³:

- الجهاز العام للمنظمة: وتمثل فيه الدول الأعضاء على قدم المساواة.

- الجهاز التنفيذي: وتمثل فيه الدول بشكل محدود، ويتولى مسؤولية اتخاذ القرارات المختلفة.

- الجهاز الإداري: ويختص هذا الجهاز بإعداد الاجتماعات والجلسات ومتابعة تنفيذ القرارات المختلفة.

ويرى أساتذة القانون أن هناك عدة شروط لا بد من توافرها في المنظمة الدولية منها⁴:

- المشروعية: أي أن تكون أهدافها متفقة مع أحكام القوانين الدولية المختلفة والعرف والقيم والتقاليد العالمية السائدة.

¹ عصمت عدلي، الأمن السياحي والأثري في ظل قوانين السياحة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008، ص 133.

² منال شوقي عبد المعطى أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 182.

³ نعيم الظاهر وسراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 48.

⁴ المرجع السابق، ص 49.

- التنظيم: ويتضمن عنصرين أولهما هو الاستمرارية والدوام، والثاني هو الإدارة المستقلة للمنظمة في حدود اختصاصاتها وأهدافها التي ينص عليها ميثاقها عن الدولة المؤسسة لها أو الأعضاء فيها.
- الدولية: والمقصود بها أن تتكون عضوية المنظمة من الدول المختلفة أو من جهات تنتمي لهذه الدول وتمثلها تمثيلاً كاملاً.

1-2- دواعي ظهورها وفوائدها:

- ظهرت الحاجة الملحة إلى وجود المنظمات السياحية الدولية لأسباب عديدة نذكر منها¹:
- تعاضد الحركة السياحية الدولية واشتداد المنافسة وفرص الاحتكاك الدولي، والسياحة لها طابع خاص يزيد من حدة المنافسة وهو أن مكسب أحد الأطراف يكون على حساب الأطراف الأخرى لأن الأسواق السياحية محدودة وثابتة نسبياً.
- مشاكل النقود التي تتميز بها السياحة كصادرات غير منظورة دون غيرها من الصادرات، حيث أن الأموال تنتقل في جيوب السياح من بلد لآخر وليس على الورق بواسطة اعتمادات مصرفية أو تسهيلات ائتمانية أو اتفاقيات.
- مشاكل الجمارك والجوازات والتأشيرات بالنسبة للسياح باعتبارهم أشخاص طبيعيين وليسوا سلعة مادية. وتتخلص الأهداف التي تسعى المنظمات السياحية الدولية لتحقيقها في²:
- جمع الأطراف المعنية بالسياحة والمشاكل المرتبطة بها والاتفاق على وسائل التغلب عليها لغرض المصلحة العامة.
- تهديب المنافسة بين الدول خاصة الدول التي تربطها علاقات الجوار، ولهذا نرى منظمات دولية تجمع بين دول متنافسة في إطار واحد لتلافي فقدان السياح تماماً، نتيجة المنافسة الضارة بينهم، فيقومون من خلال تلك المنظمات بجهود إعلامية مشتركة، ثم يتحدث كل دولة في جذب السياح إليها.
- مراقبة المنشآت السياحية ومنعها من المنافسة غير الشريفة أو التلاعب على حساب الآخرين لتحقيق مكاسب غير مشروعة.
- توحيد الأسس الإحصائية في جميع الدول.
- إيجاد التشريعات السياحية الدولية المشتركة والتي تكمل القوانين المحلية لكل دولة.
- تطوير وتنمية مهنة السياحة وإنجاز الدراسات والأبحاث العلمية في مجال السياحة.

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 188.

² المرجع السابق، ص 189.

ثانيا: المنظمات السياحية على الصعيد الدولي

يوجد نوعان من المنظمات التي تتكفل بترقية السياحة وحل المشاكل المتعلقة بها في العالم وهي:

2-1- المنظمات السياحية الحكومية:

وهي المنظمات التي لا تنشأ إلا بمعاهدة بين الدول، ويمثل حكومة كل دولة وفد رسمي لصوت واحد عند الاقتراع مهما بلغ عدد أفراد الوفد، لها شخصية معنوية قانونية دولية، ولا تخضع للقانون المحلي للدولة التي يقع فيها مقرها الرئيسي أو أحد فروعها، كما يتمتع موظفوها بنوع من الحصانة ومن حقهم دخول مقرها الرسمي في أي دولة كانت وليس لهذه الدولة الحق في منعهم من الدخول¹، من أبرز هذه المنظمات نذكر:

- **الاتحاد الدولي للنقل الجوي (I.A.T.A):** تم إنشاء هذا الاتحاد عام 1929 تحت اسم المنظمة الدولية لحركة الطيران، وبعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وازدياد حركة الطيران العالمية وعدد الشركات العاملة بالخدمات الجوية والطيران التجاري والمدني ونقل المسافرين، كان من الضروري وجود منظمة دولية ترعى مصالح وحقوق كل من شركات الطيران والمسافرين، الأمر الذي تطلب ضرورة إعادة تكوين هذا الاتحاد تحت مسمى الاتحاد الدولي لنقل الجوي سنة 1945 في هافانا عاصمة كوبا².

ويهدف هذا الاتحاد بشكل عام إلى تنمية اقتصاديات خطوط النقل الجوي ووضع آداب المنافسة في مجال الخدمة الجوية، يقع مقره الرئيسي في مدينة مونتريال بكندا له مكاتب فرعية في كل من نيويورك في المنطقة الأولى، باريس، لندن وجنيف في المنطقة الثانية، القاهرة وسنغافورة في المنطقة الثالثة. كما يضم أكثر من 254 شركة طيران عضو ما بين أعضاء عاملين (الشركات ذات الخطوط الجوية الدولية المنتظمة التي لها حق التصويت في المؤتمر السنوي) وأعضاء منتسبين (الشركات ذات الخطوط المحلية التي ليس لها حق التصويت في المؤتمر السنوي)³.

ويقوم الاتحاد الدولي بدور كبير في مجال السياحة الدولية، وذلك من خلال الأهداف التي يسعى إليها والتي يمكن حصرها فيما يلي⁴:

- توحيد أسعار السفر بصورة عامة وتوحيد أسعار شحن الأمتعة والبضائع.
- توحيد الإجراءات والشروط الخاصة بمستندات السفر والنقل (تذاكر السفر، بوالص الشحن).
- تخفيض أسعار السفر لبعض الهيئات من الركاب مثل التخفيضات العائلية للمجاميع السياحية، الطلبة، تذاكر الذهاب والعودة خلال 3 أسابيع، منظمي الرحلات السياحية بالإضافة إلى تخفيضات في مواسم الكساد.
- ترويج السفر العالمي والأمان الجوي بالتعاون مع المنظمة الدولية للطيران المدني (I.C.A.O).
- إيجاد نظام غرفة المقاصة لتسوية استحقاقات شركات الطيران مع بعضها البعض.

¹ المرجع السابق، ص 189.

² عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 135.

³ نعيم الظاهر وسراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 51.

⁴ ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 190.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

- الاهتمام بدعم التنسيق والتعاون المشترك بين شركات النقل الجوي المختلفة وتقديم كافة المساعدات الفنية اللازمة لها.
- دراسة المشكلات التي تواجه شركات النقل الجوي الدولي والعمل على إيجاد حلول لها، بالإضافة إلى تنظيم العلاقات القانونية بين الشركات الأعضاء في الاتحاد.
- **المنظمة الدولية للطيران المدني (I.C.A.O):** تعود فكرة تأسيس المنظمة الدولية لطيران المدني إلى مؤتمر شيكاغو الذي عقد عام 1944 (في أواخر الحرب العالمية الثانية) وضم مندوبين لعدد من شركات الطيران العالمية، وأسفر هذا المؤتمر إلى ضرورة ضمان الأمن والسلامة لعمليات النقل الجوي، وهو ما شكل حافزاً بعد ذلك للإعلان عن تأسيس المنظمة الدولية للطيران المدني في إطار منظمات الأمم المتحدة في أبريل 1944 على أن يكون مقرها مدينة مونتريال في كندا¹، لها مكاتب فرعية في كل من بانكوك، نيروبي، داكار، القاهرة، باريس، المكسيك وليما، ومن شروط العضوية في المنظمة أن تكون الدولة عضواً في الأمم المتحدة وأن يكون لها نشاط ملحوظ في الطيران المدني².
- والدور الذي تلعبه هذه المنظمة في السياحة الدولية، يظهر من خلال جملة الأهداف التي تبناها وتمثل في³:
 - تحديد الملامح التي تقوم عليها الملاحة الجوية في العالم.
 - تنمية السياحة الدولية وذلك من خلال تسهيل الإجراءات الخاصة بالملاحة الجوية.
 - الحد من مشكلات السفر جواً عن طريق جعله أكثر راحة وأماناً.
 - تحسين المطارات والموانئ الجوية وتطويرها وتجهيزها بأحدث الأجهزة.
 - العمل على ضمان حقوق الدول الأعضاء.
 - تقديم المساعدات والخبرة الفنية والمعونات المختلفة للدول الأعضاء.
 - إعداد الدراسات اللازمة لتطوير الملاحة الجوية ووضع برامج تدريب الملاحين والطارئين والمهندسين والعاملين بالمراقبة الجوية.
 - عقد المؤتمرات والاتفاقيات الدولية من أجل تنمية حركة السفر بالطائرات.
- **الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة والسفر (U.F.T.A.A):** تأسس الاتحاد الدولي لوكلاء السفر والسياحة في 22 نوفمبر سنة 1966 بمدينة روما بإيطاليا⁴، وذلك نتيجة اندماج منطمتين دوليتين هما الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة والمنظمة الدولية لوكلاء السفر. اتخذ الاتحاد مدينة بروكسل في بلجيكا مقراً له في بداية الأمر ثم انتقل بعد ذلك إلى مونت كارلو عاصمة إمارة موناكو في الوقت الحالي. ويعتبر هذا الاتحاد الممثل الوحيد في العالم لوكلاء

¹ محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 215.

² نعيم الظاهر وسراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص ص 54-55.

³ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 137.

⁴ Universal Federation of Travel Agents Association, site: <http://www.uftaa.org/index.php/aboutus/about-uftaa>.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

السفر ومن أهم المنظمات العالمية التي تمثل صناعة السفر والسياحة، وهو عبارة عن تجميع لمنظمات الشركات السياحية، يضم في عضويته وكالات وشركات السياحة وشركات الطيران والفنادق وشركات البواخر وشركات النقل البري وكافة المؤسسات الدولية التي يتصل نشاطها بالسياحة والسفر، وينظم الاتحاد مؤتمر عالمي سنوي تناقش فيه كافة المسائل المتعلقة بالسياحة الدولية وشؤونها¹.

ويساهم الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة والسفر بشكل كبير في تنشيط حركة السياحة الدولية وذلك من خلال أهدافه التي تتمثل في²:

- تشجيع حركة السياحة الدولية بين الدول الأعضاء وجميع دول العالم.
- توفير حرية السفر والتنقل وتوفير الحماية والأمن اللازمين للمسافرين.
- رعاية مصالح الدول الأعضاء وتوثيق الصلات بينهم.
- رفع مستوى الأداء المهني والمستوى العلمي والثقافي للعاملين بوكالات السفر والسياحة.
- حل المشكلات والصعوبات التي تواجه عمل وكالات السفر والسياحة في الدول الأعضاء والدول المختلفة.
- تمثيل الشركات السياحية على النطاق العالمي في المؤتمرات السياحية العالمية المختلفة بالإضافة إلى تقوية الشركات السياحية المحلية وتنميتها³.

- **المنظمة العالمية للسياحة (W.T.O):** تعد منظمة السياحة العالمية في يومنا الحالي من أكبر المنظمات الدولية التي تهتم بشؤون السياحة العالمية والسفر، تأسست سنة 1946 في لندن تحت اسم الاتحاد الدولي لمنظمي السفر (IUOTO) عن طريق اجتماعات بين منظمات السياحة الوطنية لبعض الدول، وفي سنة 1974 تم تغيير اسم المنظمة إلى منظمة السياحة العالمية (W.T.O)⁴، مقرها مدريد بإسبانيا تضم حالياً 157 دولة عضو وأكثر من 480 عضو منتسب يمثلون المؤسسات التعليمية والجمعيات السياحية ومؤسسات القطاع الخاص بما فيها شركات النقل والطيران والفنادق⁵.

وتسعى المنظمة العالمية للسياحة من خلال جهودها إلى زيادة التعاون الدولي في مجال السياحة، تعظيم مساهمة السياحة في النمو الاجتماعي والاقتصادي وخلق فرص عمل، تحقيق التنمية والحفاظ على البيئة، زيادة الإثراء الثقافي والتفاهم الدولي، العمل على التقليل من الآثار السلبية للسياحة في الجانب الاجتماعي والبيئي، كما تولي اهتماماً خاصاً لمصالح البلدان النامية وتعمل على الترويج للسياحة فيها⁶.

¹ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 138.

² المرجع السابق، ص 139.

³ نعيم الظاهر وسراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 58.

⁴ منال عبد المنعم مكية، السياحة تشريعات ومبادئ، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 107.

⁵ World Tourism Organization, site: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>.

⁶ World Tourism Organization, site: <http://www.unsceb.org/content/unwto>.

ولكي تحقق المنظمة العالمية السياحية هذه الأهداف تقوم بالتالي¹:

- إجراء الأبحاث والدراسات التي تحدد أبعاد الأنشطة السياحية في العالم من حيث التسويق والطلب ورصد كل ما يطرأ عليها من تغييرات.
- إجراءات عمليات مسح شاملة على مستوى العالم من أجل رصد المؤثرات البيئية على نمو وازدهار السفر والسياحة.
- المساعدة في تنفيذ المشاريع المشتركة الهادفة إلى تطوير أساليب إدارة المشروعات السياحية.
- تطوير الأساليب والأدوات والعلامات ولغات التفاهم والتعامل التي تجعل عمليات السفر والسياحة أكثر سهولة وأسهل من حيث مفهوم السياح لها.
- تبادل المعلومات والدراسات السياحية بين الدول الأعضاء في المنظمة.
- إعداد البرامج الخاصة بتدريب العاملين بصناعة السياحة وأنشطتها المختلفة.
- العمل على إزالة القيود على السفر والسياحة أو التقليل من آثارها، مع المساعدة في عمليات تطوير الأجهزة الحكومية الرسمية العاملة في مجالات إصدار جوازات السفر، سياسات تسجيل الأجانب، إصدار تأشيرات الدخول، الإجراءات الجمركية.

2-2- المنظمات السياحية غير حكومية:

وهي المنظمات التي لا تنشأ بمعاهدة دولية وإنما تنشأ بالتعاقد بين هيئات وشركات ومؤسسات وأحياناً أفراد، ويجوز أن تشترك فيها الحكومات بصفتها الشخصية وليس الرسمية، لا تكون ذات هدف ربحي أو على شكل شركات تجارية، كما أنها لا تتمتع بأي إعفاء أو حصانة إلا من باب المجاملات في حدود ضيقة وتخضع للقانون المحلي للبلد الذي تقع فيه²، ومن أبرز هذه المنظمات نذكر:

- **الاتحاد الدولي للفنادق والمطاعم (I.H.R.A):** هو منظمة فندقية دولية خاصة مقرها الدائم في باريس، أنشئ سنة 1964 بانجلترا محل الاتحاد الدولي للفندقين (I.U.H) المؤسس منذ عام 1869، يضم هذا الاتحاد في عضويته الاتحادات الفندقية الأهلية بالدول المختلفة وأعضاء المنشآت السياحية سواء كانت فنادق أو مطاعم، بشرط أن تكون تلك المنشآت عضواً في الجمعية أو الاتحاد الذي يتمتع بعضوية الاتحاد الدولي للفنادق والمطاعم، بالإضافة إلى الأعضاء الأفراد على أن يكون لهم مكانة رئيسية في صناعة الفنادق أو المطاعم³.

وينظم الاتحاد الدولي للفنادق العديد من اللقاءات الدولية بين المنظمات لتبادل المعلومات والآراء من أجل تحقيق ما يلي:

¹ محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص ص 217-218.

² ماهر عبد العزيز توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 195.

³ نعيم الظاهر وسراب الياس، مرجع سبق ذكره، ص 61.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

- رعاية مصالح أصحاب الفنادق والمطاعم بالإضافة إلى تنظيم العلاقة بين شركات السياحة والفنادق.
- تسهيل الاتصالات وتبادل الأفكار بين المؤسسات الفندقية والمطاعم في مختلف دول العالم.
- رفع مستوى الصناعة الفندقية الدولية والارتقاء بأداء العاملين في المجال الفندقي.
- اتخاذ الإجراءات المناسبة للقضاء على المعوقات والمشكلات التي تعترض مسيرة العمل الفندقي.
- القيام بدراسات وبحوث في مختلف جوانب عمل الفنادق وإصدار دليلاً يشمل بيانات مفصلة عن الفنادق المشتركة بها.
- **الاتحاد العالمي للسياحة والسفر (W.T.T.C):** تأسس المجلس العالمي للسياحة والسفر سنة 1990 مقره لندن، وهو عبارة عن منظمة دولية متخصصة في النشاط السياحي ككل، تضم تحالف أكثر من 68 من كبار صناعات القرار في كل قطاعات صناعة السياحة والسفر على المستوى العالمي في فروع النقل والإطعام والترويج والخدمات السياحية.
- ويهدف الاتحاد إلى تنمية قطاع السياحة والسفر على المستوى العالمي من خلال¹:
- إقناع الحكومات بالأهمية الإستراتيجية والاقتصادية للقطاع السياحي.
- تنشيط الظروف البيئية الخاصة بالتنمية السياحية والقضاء على العوائق التي تؤثر على نمو صناعة السياحة بالتعاون مع الحكومات والوكالات.
- وضع خطط كفيلة تساعد على نهوض مستوى وطاقت المناطق السياحية المختلفة إلى أعلى المستويات.
- تهيئة الكوادر السياحية عن طريق الدورات أو الدراسة في المعاهد والكليات المتخصصة في هذا المجال.
- دعم الاستثمارات ومصادر التمويل التي يحتاج إليها القطاع السياحي.
- **الجمعية الدولية لوكالات السفر (W.A.T.A):** يعود تاريخ تأسيس هذه الجمعية إلى 5 ماي 1949 في جنيف عن طريق اجتماع 8 وكلاء محترفين في مجال السفر من فرنسا، إيطاليا، بلجيكا وسويسرا، لتتجسد فيما بعد على شكل هيئة دولية تسعى إلى تحسين وترشيد وتنظيم السياحة الدولية². وهي منظمة عالمية مخصصة لتعزيز الكفاءة المهنية والربحية لوكلاء السفر الأعضاء في المنظمة وذلك من خلال التواصل والتعاون المشترك فيما بينهم، بالإضافة إلى إلزامية أعضائها باحترام معايير أخلاقيات العمل وتقديم خدمة على مستوى عالي للعملاء (جودة الخدمة)³. وتجتمع الجمعية مرة كل سنتين وتمثل في كل دولة بشركات السياحة ذات المكانة المتميزة في مجالات تنظيم الرحلات⁴.

¹ ناصر عبد الله عبد المحسن العبيد، حماية السائح بين الشريعة والنظام، رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2003، ص 174.

² World Association of Travel Agencies, site: <http://www.wata.net/about-history.asp>.

³ World Association of Travel Agencies, site: <http://www.wata.net/about-objectives-and-commitments.asp>.

⁴ أمامة سمير حلمي، الأجهزة والمنظمات السياحية، بستان المعرفة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2014، ص 222.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

ومن بين الأهداف التي يسعى الاتحاد الدولي لوكالات السياحة والسفر لتحقيقها نذكر¹:

- تشجيع السياحة الدولية والمشاركة في تنميتها.
- العمل على تبادل المعلومات خاصة في المجالات التي تخدم الأنشطة السياحية بهدف رفع مستوى الخدمة السياحية الدولية.
- العمل على توسيع دائرة التعاون الدولي في مجال الخدمة الفندقية عن طريق عقد الاتفاقيات المختلفة بين مقدمي الخدمات السياحية.
- القيام بأعمال التأمينات المختلفة للأعضاء وسداد المستحقات المالية التي قد لا يقومون بسدادها لظروف معينة.
- إصدار الوثائق والنشرات والدوريات المتعلقة بالنشاط السياحي مثل كافة المعلومات عن الدول السياحية وكذا أسماء الفنادق وأماكنها بمختلف الدول والتي ترتبط مع الاتحاد باتفاقيات تعاون في هذه المجالات.
- الجمعية الأمريكية لوكلاء السياحة والسفر (A.S.T.A): تأسست في 20 أبريل 1931² في واشنطن لتجميع شركات السياحة الأمريكية ورعاية مصالحها، واقتصرت في البداية على عضوية الشركات الأمريكية والكندية الجنسية والتي تمارس أعمالها من داخل البلدين، لتشمل فيما بعد شركات السياحة ووكالات السفر والأفراد الذين يمارسون المهنة من جنسيات مختلفة في أي مكان بالعالم دون شرط المقر في أمريكا وكندا، بالإضافة إلى الفنادق وشركات الطيران والنقل السياحي بأنواعه وغيرها التي يرتبط عملها بصناعة السياحة³.
- وتعتبر الجمعية الأمريكية لوكلاء السياحة والسفر من أكبر التجمعات السياحية التي تضم وكالات السياحة والسفر في العالم حيث يصل حجم الأعضاء المكونين لتلك الجمعية حوالي 21 ألف وكالة سفر الأمر الذي أدى إلى تأثيرها الكبير على حركة تدفق وانتقال السائحين بين مختلف دول العالم.
- ومن بين أهداف الجمعية في مجال توسيع حركة السياحة الدولية نذكر⁴:
- تنشيط حركة السفر والسياحة الدولية بين مختلف دول العالم.
- حماية المستهلكين السياحيين من مختلف الممارسات غير المشروعة ووضع الضوابط والمعايير الخاصة بأخلاقيات مهنة العمل السياحي.
- توثيق علاقات التعاون بين جميع أعضاء الجمعية على المستوى الدولي.
- تبادل المعلومات خاصة الفنية منها والتي تساعد على النهوض بمستوى الأنشطة السياحية المختلفة.

¹ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 140-141.

² American Society of Travel Agents, site: <https://www.asta.org/files/MainSite/images/pr/aLivingHistory.pdf>.

³ أمامة سمير حلمي، مرجع سبق ذكره، ص ص 218-219.

⁴ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 142.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

- رفع الكفاءة العلمية والمهنية والثقافية للعاملين بالقطاع السياحي بكافة صوره وأشكاله من أجل النهوض بصناعة السياحة العالمية.
- إنشاء المعارض من أجل تسويق المنتج السياحي العالمي.
- تنظيم الندوات واللقاءات الإقليمية لمناقشة جميع الموضوعات المتعلقة بصناعة السياحة.
- **الاتحاد الدولي للخبراء الاختصاصيين العلميين في السياحة (A.I.E.S.T):** هي أقدم جمعية دولية للخبراء العلميين المختصة في المجال السياحي، تتكون حالياً من 300 عضو في 49 بلداً من مختلف القارات¹. تأسست بناءً على توصيات مؤتمر خبراء السياحة الذي عقده عدد من الخبراء السويسريين في لوجانو *Lugano* جنوب سويسرا سنة 1949 والذي رأى ضرورة إنشاء جمعية دولية غير حكومية تهتم بإجراء الدراسات النظرية المتعلقة بأنشطة صناعة السياحة، وبالفعل تكونت هذه الجمعية في نفس السنة، مقرها مدينة بيرن في سويسرا². تتكون عضوية الاتحاد من الخبراء والشخصيات البارزة في عالم السياحة، ويهدف إلى:
- تنظيم المؤتمرات المختلفة التي تهتم بالعمل السياحي وتناقش المشكلات المتعلقة به وطرق علاجها.
- دعم الأنشطة والمعاهد العلمية السياحية والعمل على زيادتها على المستوى الدولي.
- العمل على تنمية الوعي السياحي والارتقاء بصناعة السياحة الدولية عن طريق تبادل الخبرات العلمية والمهنية المتخصصة في المجال السياحي.
- **المجلس الدولي للتعليم الفندقي والسياحي (C.H.R.I.E):** تأسس المجلس الدولي للتعليم الفندقي والسياحي سنة 1946 بواشنطن كجمعية غير ربحية تضم عدد من المدارس والكليات والجامعات التي تقدم برامج في إدارة الفنادق والمطاعم³. ويضم المجلس 1250 معهد ومركز تدريب وجامعة ومؤسسات سياحية وفندقية وشركات طيران ومنظمات وجمعيات متخصصة من أكثر من 180 دولة وله فروع في مختلف دول العالم. ويهدف بوجه خاص إلى⁴:
- تدعيم المعاهد والمؤسسات العلمية والكليات المتخصصة في مجال السياحة والفندقة.
- نشر الوعي السياحي من خلال مراكز التدريب السياحي والفندقي.
- تشجيع البحوث العلمية والدراسات الأكاديمية وتطوير أساليب التعليم والتدريب في المجالات السياحية والفندقية.
- ويعقد المجلس مؤتمراً سنوياً يصاحبه معرض لأحدث الكتب السياحية والفندقية وأحدث الأجهزة التي تستخدم في الصناعة.

¹ *International Association of Scientific Experts in Tourism, site: <http://www.aiest.org/about-the-aiest/profile>.*

² محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 216.

³ *Council on Hotels, Restaurant and Institutional Education, site: <http://www.hospitalitynet.org/organization/17001051.html>.*

⁴ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 144.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

- الاتحاد الدولي للصحفيين والكتاب السياحيين (F.I.J.E.T): تأسس سنة 1954 في باريس. يضم حالياً أكثر من 1500 كاتب وصحفي وحوالي 30 منظمة صحفية من 40 دولة في أوروبا، آسيا، إفريقيا وأمريكا، ويعمل الاتحاد بمثابة همزة وصل بين السلطات السياحية وعمامة الشعب ويهدف إلى¹:
- إعداد دراسات حول الظروف اللازمة لتنمية السياحة الدولية والمساهمة في إتاحة المعلومات المتعلقة بالنشاط السياحي بكل موضوعية.
- تشجيع الصحفيين الشباب للتخصص في العمل في المجال السياحي، بالإضافة إلى تشجيع تأسيس الجمعيات الوطنية للصحفيين والكتاب السياحيين في جميع الدول.
- إعداد مراكز التوثيق لدعم أنشطة الاتحاد وتعزيز مكانة الصحفيين والكتاب أمام المنظمات المعنية بالسياحة.
- تنظيم المؤتمرات الدولية التي تعنى بالسياحة ونشر المنشورات والمطبوعات المتعلقة بها.
- تيسير وتسهيل المهام الإعلامية المختلفة والتي يكلف بها الصحفيين والكتاب الذين يعملون في المجال السياحي من أجل تغطية كافة الأخبار المتعلقة بالنشاط السياحي العالمي والدولي.

ثالثاً: المنظمات السياحية على الصعيد العربي

- من أجل تنمية وتنشيط السياحة وتوثيق التعاون بين الدول العربية فيما بينها أو مع الدول الأخرى للاستفادة من الثروات السياحية الهائلة بالوطن العربي، ظهرت منظمات سياحية عربية كقيلة بذلك نذكر منها:
- الاتحاد العربي للنقل الجوي (A.A.C.O): هو تحالف إقليمي فيما بين شركات الطيران العربية، أنشأ من قبل جامعة الدول العربية سنة 1965، يقع مقره في العاصمة اللبنانية بيروت، ويضمّ حالياً 30 شركة طيران في 18 بلداً عربياً، توفر هذه الشركات 3514 رحلة يومية إلى 451 مطاراً في 127 دولة، والانضمام للاتحاد العربي ليس إلزامياً على جميع شركات الطيران الناقلة في العالم العربي*، كما يتعاون بشكل مكثف مع الاتحاد الدولي للنقل الجوي (I.A.T.A) والمنظمة الدولية للطيران المدني (I.C.A.O).
 - إن العضوية في الاتحاد متوفرة لشركات الطيران العربية التي تشغل خطوط جوية دولية (منتظمة وغير منتظمة) أو محلية، والتي تقدم رحلات مختلطة أو خدمات الشحن الجوي ضمن أعضاء عاملين وأعضاء منتسبين**.

¹ International Federation of Tourism Journalists and Writers, site:

http://www.fijet.net/detail_news.php?langue=en&id_table=58&titre=Objectives_OF_FIJET&deb=0

* الخطوط الجوية الموريتانية ليست عضو في الاتحاد العربي للنقل الجوي رغم عضويتها في منظمة السياحة العربية.

** يمثل الأعضاء العاملون في الشركات التي تشغل خطوط جوية دولية منتظمة، والأعضاء المنتسبون في الشركات التي تشغل خطوط جوية محلية أو دولية غير منتظمة.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

ومن بين الأهداف التي يسعى الاتحاد العربي للنقل الجوي إلى تحقيقها في مجال السفر نذكر¹:

- تعزيز التعاون بين شركات الطيران العربية ومختلف الجهات المعنية في صناعة الطيران.
- تطوير وتحديث الخدمات المتميزة في مجال الطيران العربي بهدف تنمية الموارد المالية لشركات الطيران العربية الأعضاء بالاتحاد.
- العمل على توفير وسائل الأمان والسلامة المطلقة.
- النهوض بالقدرات البشرية وذلك عن طريق عقد الندوات والمؤتمرات، وتوفير دورات تدريبية رخيصة التكلفة لجميع أعضاء الاتحاد*.

ومن أهم إنجازات الاتحاد في مجال السفر، بناءً على التقرير الإحصائي لسنة 2014 نذكر²:

- وصل حجم سوق النقل الجوي العربي في سنة 2014 إلى 172 مليون مسافر وذلك بنسبة نمو قدرها 9.7% مقارنةً بسنة 2013.
- زاد عدد المسافرين في المطارات العربية بنسبة 9.3% مقارنةً بسنة 2013 ليصل بذلك عدد المسافرين الذين استخدموا المطارات العربية إلى حوالي 299.3 مليون مسافر.
- ارتفعت حركة الشحن في المطارات العربية بنسبة 9.3% في سنة 2014، حيث وصل حجم الشحن إلى 7.31 مليون طن.
- شغلت الشركات الأعضاء في الإتحاد 451 محطة عالمياً في 127 دولة بمعدل 3507 رحلة يومية، عارضةً 710159 مقعداً يومياً على متن 1117 طائرة.
- وسجل الأعضاء نمواً في الإيرادات في سنة 2014 بلغ 4.4% ليصل مجموع الإيرادات التشغيلية إلى 39.2 مليار دولار أميركي (لاثني عشر شركة عضو في الإتحاد).
- كما نقل أعضاء الإتحاد أكثر من 176.3 مليون مسافر في 2014 (زيادة بنسبة 9.7% مقارنةً بـ 2013)، و5.3 مليون طن من الشحن (زيادة بنسبة 9.2% مقارنةً بـ 2013).
- الهيئة العربية للطيران المدني (A.C.C.A)³: هي منظمة عربية متخصصة تابعة لجامعة الدول العربية تهدف إلى توثيق التعاون والتنسيق بين الدول العربية في مجال الطيران المدني وتطويره. أنشأت في 7 فيفري 1996

¹ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 150-151.

* في أبريل سنة 2000 انعقدت الدورة التاريخية للاتحاد العربي للنقل الجوي وذلك بمشاركة حوالي 140 من رؤساء ومديري وكبار العاملين في الشركات العربية (20 شركة) وكان من أهم التوصيات والقرارات التي انتهت إليها تلك الدورة إطلاق حرية النقل الجوي بين الدول العربية في ضوء التعاون المشترك بين الاتحاد العربي للنقل الجوي والهيئة العربية للطيران المدني.

² تقرير صادر عن انعقاد الجمعية العامة الثامنة والأربعين للاتحاد العربي للنقل الجوي، الموقع:

<http://aaco.org/media-center/press-releases/results-of-aaco-48th-agm>.

³ الهيئة العربية للطيران المدني جامعة الدول العربية، الموقع: <http://www.acac.org.ma/presentation.php>

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

عندما دخلت اتفاقية إنشائها حيز التنفيذ، صادقت على هذه الاتفاقية حتى الآن 20 دولة عربية* وهي الدول الأعضاء في المنظمة. وقد عقدت جمعيتها العامة الأولى في 4-5 جوان 1996. يقع مقرها الدائم في مدينة الرباط بالمغرب.

تعتبر الهيئة العربية للطيران المدني مرجعية عربية تتولى التفاوض باسم الدول العربية في المحافل الدولية للحصول على أكبر قدر من الحقوق المتكافئة في مجال النقل الجوي، كما تتعاون الهيئة مع العديد من الجهات المعنية بالنقل الجوي والطيران المدني وعلى رأسهم المنظمة الدولية للطيران المدني، حيث ترتبط معها بعلاقة وطيدة نتيجة تبني ومتابعة الهيئة لتطبيق القواعد القياسية وأساليب العمل الصادرة عن المنظمة الدولية، وقد توجت تلك العلاقة بتوقيع اتفاقية تعاون بينهما سنة 1999.

تقوم الهيئة بأداء جميع المهام الضرورية لتحقيق أهدافها في مجال الطيران المدني والمتمثلة في:

- تطوير الخدمات الخاصة بالطيران المدني على مستوى الدول الأعضاء بالاتحاد.
- العمل على تطوير شبكة الخطوط العربية بما يخدم حركة النقل الجوي المدني العربي ويستجيب لحاجيات الأمة العربية في نقل جوي آمن وسليم ومنتظم.
- تبني مشروعات عربية مشتركة مثل إنشاء مؤسسة الخطوط الجوية العربية العالمية على مستوى الشركات العملاقة.
- توحيد القوانين المنظمة لحركة الطيران المدني في الدول الأعضاء بما يدعم البنية الأساسية للطيران.
- العمل على توحيد الجهود العربية في مجال الطيران المدني حتى يمكن مواكبة التغيرات والمستحدثات في عالم الطيران المدني على المستوى الدولي.
- رصد التغيرات، بما في ذلك التغيرات التقنية في الطيران المدني وتقييم متطلبات الدول الأعضاء للاستجابة للتحديات المهمة.
- تشجيع ومساندة التكامل بين مؤسسات النقل الجوي العربية.
- تسهيل تبادل المعلومات الخاصة بسلامة الطيران والنهوض بالوعي الأمني بين الدول الأعضاء.
- التنسيق بخصوص برامج التدريب والتكوين، وجعل المعاهد التدريبية تستجيب للحاجيات الحالية والمستقبلية للعاملين في مجال الطيران المدني.
- دراسة أي موقف من شأنه عرقلة تقدم النقل والملاحة الجوية في الدول العربية وذلك بناءً على طلب أي دولة عضو والتوصية بما تراه مناسباً.

* يبلغ عدد أعضاء الهيئة العربية للطيران المدني حتى الآن 20 دولة عربية وهي الأردن، الإمارات، البحرين، تونس، الجزائر، السعودية، السودان، سوريا، العراق، فلسطين، سلطنة عمان، قطر، لبنان، ليبيا، مصر، المغرب، موريتانيا، اليمن، الصومال، جيبوتي.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

- المجلس الوزاري العربي للسياحة (A.M.C.T): نظراً لما أصبحت عليه السياحة من أهمية اقتصادية باعتبارها قاطرة التنمية، الأمر الذي دعا المجلس الاقتصادي والاجتماعي التابع للجامعة العربية إلى ضرورة إنشاء مجلس وزاري متخصص في شؤون السياحة، ومن هذا المنطلق بدأت الدعوة إلى إنشاء مجلس وزراء السياحة العرب للنهوض بصناعة السياحة العربية، وبتاريخ 23 جوان 1997 تم عقد الاجتماع التأسيسي لمجلس الوزراء العرب المعنيين بالسياحة وذلك لاعتماد مشروع النظام الأساسي للمجلس وبحث خطة العمل التي سوف يقوم عليها المجلس¹.

ويعقد المجلس الوزاري العربي للسياحة دورة عادية كل عام بمقر جامعة الدول العربية*، بالإضافة إلى دورات استثنائية تقام بناء على طلب دولة عضو في المجلس، كما يجوز له أن يجتمع في أي بلد عضو بناء على دعوة منه وبموافقة المجلس. ويتيح المجلس الفرصة لمشاركة القطاع الخاص في الاجتماعات لما له من نصيب الأسد في المجال السياحي، بالإضافة إلى الاتحادات والهيئات والجمعيات غير الحكومية والتي تساهم نشاطاتها في دعم السياحة في الدول العربية².

ينبثق عن المجلس الوزاري العربي للسياحة المنظمة العربية للسياحة باعتبارها المنظمة المتخصصة في مختلف مجالات السياحة العربية وتقوم بالتنسيق والتعاون مع الأمانة الفنية للمجلس الوزاري العربي للسياحة في متابعة وتنفيذ قرارات المجلس.

يمنح المجلس الوزاري العربي للسياحة عدة جوائز في مجال السياحة من بينها جائزة الجودة السياحية في مجال المطاعم المصنفة سياحياً، جائزة عاصمة السياحة العربية، جائزة الجودة السياحية في مجال الكليات وجهات التدريب السياحي³.

ويهدف المجلس الوزاري العربي للسياحة إلى تنشيط السياحة العربية من خلال العمل على:

- نشر الوعي السياحي وتنمية قطاع السياحة في الدول العربية لتعزيز مساهمته في التنمية المستدامة الشاملة الاقتصادية والاجتماعية والبشرية والثقافية والتربوية والبيئية.
- تنمية المقاصد السياحية الإقليمية بما يساعد العرب على قضاء إجازاتهم داخل الوطن العربي، مما يدعم التنمية السياحية.

¹ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 153.

* هي منظمة حكومية إقليمية عامة النشاط تهدف إلى تحقيق التعاون بين مختلف الدول الأعضاء في كل المجالات، والدفاع عن مصالحها في مواجهة باقي التكتلات العالمية، ولذا فان للجامعة العربية منظمات متخصصة عديدة وما يخص السياحة منها نذكر: المجلس الوزاري للسياحة، مجلس الطيران المدني للدول العربية، المنظمة العربية للسياحة، الاتحاد العربي للفنادق، رابطة مكاتب السفر والسياحة (تأسست سنة 1954 وتوقف نشاطها سنة 1972).

² جامعة الدول العربية، النظام الأساسي للمجلس الوزاري العربي للسياحة، تقرير صادر عن الأمانة الفنية للمجلس الوزاري العربي للسياحة، ص3-ص7.

³ المجلس الوزاري العربي للسياحة، الموقع:

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

- تنمية حركة السياحة العربية البينية من خلال تنسيق الجهود وتعزيز التعاون في المجالات المرتبطة بالعمل السياحي العربي.
- ترويج وتسويق المنتج العربي في الخارج مما يؤدي إلى زيادة الحركة السياحية الدولية الوافدة إليها.
- إرساء مبدأ المساواة بين السائح العربي والمواطن لمنع التمييز في أسعار الفنادق والطيران ورسوم المزارات.
- الحد من الضرائب والرسوم المفروضة على الأنشطة السياحية.
- ضمان مصالح الأعضاء في المحافل الدولية، ومواجهة التطورات العالمية.
- منظمة السياحة العربية (A.T.O)¹: هي إحدى منظمات العمل العربي المشترك التي تعمل في إطار مجلس وزراء السياحة العربي في جامعة الدول العربية، تأسست بتاريخ 16 جويلية 2005 لتكون مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية مقراً دائماً لها بعدد أعضاء 22 دولة عربية، تقوم المنظمة بترجمة قرارات المجلس الوزاري العربي للسياحة إلى سياسات وخطط للنهوض بصناعة السياحة في الدول العربية. كما تعمل جنباً إلى جنب مع الوزارات والهيئات السياحية العربية وفق منهج علمي مدروس، يساهم في تحقيق أهداف وتطلعات القيادات العربية في النمو بقطاع السياحة لكونه أحد أبرز العناصر المؤثرة في الناتج المحلي للدول العربية.
- ولقد أدى الاهتمام العربي المتزايد بموضوع السياحة البينية العربية إلى توقيع المنظمة العربية للسياحة اتفاقية تصبح بموجبها ممثلاً لمنظمة السياحة العالمية* في منطقة الشرق الأوسط، الأمر الذي يسمح لها بخدمة صناعة السياحة على امتداد المنطقة العربية، من خلال تنفيذ مجموعة من برامج العمل المشتركة، وتوسيع مشاركة الدول العربية في المحافل الإقليمية والعالمية المتخصصة وإقامة ندوات ومؤتمرات تخدم التنمية السياحية في المنطقة. بإشراك القطاع العام والخاص.
- كما تسعى المنظمة منذ نشأتها نحو تطوير وتنمية السياحة العربية من خلال توقيع اتفاقيات مشتركة مع عدد من الجهات المستثمرة والمهتمة بالتطوير السياحي بالمنطقة، وذلك من أجل تذليل الصعوبات والعقبات التي يواجهها القطاع الخاص والمستثمرين العرب في هذا المجال، مما يسمح بتأسيس شراكة حقيقية بين القطاعين العام والخاص، بناء قاعدة معلومات متطورة حول الواقع السياحي العربي وآفاقه المستقبلية كوسيلة أساسية للتخطيط السليم للتنمية السياحية العربية، فضلاً عن تأهيل وتدريب كوادر أبناء الوطن العربي في مجال قطاعات السياحة المتنوعة والمختلفة، كما تطمح المنظمة لتجاوز الكثير من العقبات التي تعيق تطوير السياحة البينية بين الدول العربية سواء فيما يتعلق بالتأثيرات السياحية أو تطوير وتوفير وسائل النقل الأجدى اقتصادياً لتشجيع التنقل عربياً بأكثر من وسيلة وبأكثر من خيار.

¹ المنظمة العربية للسياحة، الموقع: <http://www.arab-tourism.org/index.php>

* الدول العربية المنظمة إلى منظمة السياحة العالمية (WTO): الجزائر (1976)، بحرين (2001)، جيبوتي (1997)، مصر (1975)، الأردن (1975)، ليبيا (1977)، المغرب (1975)، عمان (2004)، قطر (2002)، السعودية (2002)، السودان (1975)، سوريا (1975)، تونس (1975)، الإمارات (انضمت سنة 1975 ثم انسحبت سنة 1987 لتعاود الانضمام سنة 2013)، اليمن (1977)، العراق (1975)، لبنان (1975)، الكويت (2003).

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

إن المنظمة العربية للسياحة ممثلة بالقطاع الخاص العربي و بالفعاليات المهنية السياحية، تعمل يدًا بيد مع الحكومات العربية وبالتعاون مع المجلس الوزاري العربي للسياحة، على تطوير السياحة بمفهومها الشامل وذلك من خلال ما يلي:

- تعظيم العوائد الاقتصادية للسياحة: عن طريق:

- زيادة المقبوضات السياحية من خلال زيادة أعداد السياح الوافدين ومعدل إنفاقهم اليومي.
- زيادة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي من خلال تشجيع استخدام عوامل الإنتاج المحلية عند إنشاء المؤسسات السياحية، وخلق بنية استثمارية حاضنة للمشاريع السياحية مما يسهل إقامة هذه المشاريع التي تعزز الميزة التنافسية والنسبية لقطاع السياحة في الدول العربية.

- تفعيل مشاركة المجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية: عن طريق:

- إشراك المجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية كشريك استراتيجي وفاعل من خلال توعيتها بأهمية السياحة، وتحفيزها لتوفير الأيدي العاملة والخدمات المساندة، بالإضافة إلى إبراز نشاطاتها وثقافتها وتراثها.
- توزيع المنافع السياحية جغرافياً مما يحقق خلق منتج سياحي في مختلف الأقاليم.
- تشجيع صناعة الحرف اليدوية وزيادة مساهمة المجتمعات المحلية في هذه الصناعة وذلك من خلال وضع أنظمة بالتعاون مع الحكومات لخلق قطاع حرفي متخصص في الصناعات التقليدية والتراثية.

- اعتماد قطاع السياحة كأداة فاعلة لتحسين دخل المواطن والحد من الفقر والبطالة: عن طريق:

- زيادة أعداد العاملين في قطاع السياحة وإيجاد فرص عمل جديدة ومتنوعة لاستقطاب كافة الفئات من المجتمعات المحلية بهدف تحسين مستويات الدخل ومكافحة الفقر والبطالة.
- إنشاء صندوق تنمية قطاع السياحة بمساهمة القطاع الخاص ليتم الصرف منه ضمن نظام محدد يهدف إلى تمويل المشاريع الصغيرة وبقروض ميسرة وابتكار أساليب تمويلية تهدف إلى المساهمة في زيادة فرص العمل والدخل لذوي الدخل المحدود والمتدني.
- استثمار الموارد المتاحة لتنفيذ المشاريع السياحية في المناطق ذات الموارد المحدودة للمساهمة في الحد من الفقر والبطالة، بالإضافة إلى زيادة فرص التدريب بالتعاون مع المنظمات المختصة والمؤسسات غير الحكومية وتخصيص منح للطلبة من مختلف الدول العربية.

- رفع كفاءة البناء المؤسسي لقطاع السياحة: عن طريق:

- تطوير الهياكل المؤسسية العاملة في القطاع السياحي (العام والخاص) كإنشاء دائرة الدراسات والأبحاث والاستراتيجيات، إنشاء دائرة المعلوماتية والإحصاء السياحي المتخصص (TSA)*، إنشاء مجلس الأعمال (استثمار المواقع السياحية وإدارتها)، إنشاء نظام المعلومات الجغرافي (GIS)** السياحي... الخ.
- تحديث نظام تصنيف ومراقبة الفعاليات السياحية.
- تقديم الدعم الفني للجهات ذات العلاقة بمشاريع البنى التحتية والتطوير الحضري.

- وضع وقيادة سياسات التسويق والترويج السياحي: عن طريق:

- حث القطاعين والهيئات المعنية على توفير التمويل اللازم للتسويق السياحي وحسب المعايير الدولية.
- تكثيف النشاطات التسويقية محلياً، عربياً ودولياً وتقديم الحوافز التشجيعية، بالإضافة إلى تطوير سياسات وبرامج التسويق السياحي بما يفتح آفاق جديدة ويحد من الموسمية السياحية.
- التركيز على سياحة المؤتمرات والمعارض والحوافز.

- الاتحاد العربي للفنادق والسياحة (A.U.H.T): بهدف التنسيق والتعاون بين المنشآت الفندقية ورعاية

مصالحها في البلدان العربية تأسس الاتحاد العربي للفنادق سنة 1971 بمصر مدينة القاهرة¹، ليتم نقل مقره فيما بعد إلى بيروت تحت اسم الاتحاد العربي للفنادق والسياحة سنة 1993²، يضم حالياً 16 دولة عربية وهي: الأردن، السودان، تونس، الجزائر، السعودية، سوريا، عمان، العراق، ليبيا، مصر، المغرب، الإمارات، الكويت، البحرين، اليمن، لبنان³.

ويسعى الاتحاد إلى تطوير الصناعة السياحية العربية وتقدمها ورفع مستواها وتأمين الكوادر الفنية المؤهلة، وحسن توظيف وإستغلال التراث الحضاري والمقومات السياحية الغنية في الوطن العربي، وتأمين المناخ اللازم

* وحدة الحسابات التابعة للسياحة (Tourism Satellite Accounts (TSA): هي آلية إحصائية تتضمن تعريف السياحة من جانب الطلب والعرض والعلاقة بينهما، بالإضافة إلى تقدير الأهمية الاقتصادية للسياحة في دولة ما، وذلك من خلال قياس مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، معرفة مرتبة السياحة مقارنة مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، عدد العاملين في المجال، حجم الاستثمارات بقطاع السياحة، المداخيل الضريبية التي ولدت بصناعات السياحة، تأثير السياحة على ميزان المدفوعات الوطني وخصائص القوى البشرية بالسياحة.

** نظام المعلومات الجغرافي السياحي (Geographic Information System (GIS): يهدف هذا النظام إلى إعداد قاعدة بيانات إلكترونية من المعلومات المتوفرة من الجهات ذات العلاقة لتؤسس النظام الأساسي لقاعدة المعلومات للسائح بحيث تشمل (الخرائط بأنواعها، الرسومات، الطرق، المعلومات، المواقع السياحية والأثرية والتاريخية والبيئية...، الفنادق والمطاعم...، المواقع للخدمات السياحية)، بالإضافة إلى تطوير نظام الاتصال مع الجهات ذات العلاقة لتبادل المعلومات المتعلقة بالمواقع السياحية.

¹ نائل موسى سرحان، مرجع سبق ذكره، ص 82.

² جريدة الحياة، العدد 101، 3 جانفي 1994، الموقع:

http://daharchives.alhayat.com/issue_archive/Wasat%20magazine/1994/1/3/.html

³ موسوعة التكامل الاقتصادي العربي الإفريقي، الموقع: <http://www.enaraf.org/page/213>

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

للاستثمارات السياحية، كما يقوم الاتحاد برعاية المصالح الفندقية والسياحية على اختلاف أسمائها وأصحاب المنشآت الفندقية والسياحية لخدمة هذه الصناعة ورفع مستواها من جميع جوانبها.

ويقوم بوجه خاص بما يلي¹:

- دراسة جميع جوانب صناعة الفنادق والسياحة في الدول العربية بغية الوصول إلى نظام موحد للمنشآت الفندقية والسياحية العربية.

- تنظيم الدعاية والتسويق السياحي في الأسواق السياحية الخارجية والداخلية والمشاركة في الندوات والمؤتمرات والمعارض العربية والدولية.

- تشجيع السياحة الداخلية بين البلدان العربية وتسهيل انتقال المجموعات السياحية فيما بينهم.

- وضع الخريطة السياحية للمنطقة العربية مع تحديد المعالم الحضارية والثقافية والترفيهية.

- حماية المناطق السياحية الحالية والجديدة من الزحف العمراني والصناعي والتوسع العشوائي، فضلاً عن تدعيم الصناعات المرتبطة بقطاع السياحة، مثل صناعة المفروشات وصناعة معدات وتجهيزات الفنادق والمواد الغذائية.

- تنفيذ البرنامج الإعلامي " الوطن العربي " أعرف بلادك ، بالتعاون مع إتحاد إذاعات الدول العربية.

- إنشاء أو الاشتراك في إنشاء المعاهد الفندقية والسياحية ووضع برامج التدريب والتأهيل لرفع كفاءة العاملين في مجال عمل الاتحاد.

- تقديم الاستشارات ومعاونة الأعضاء بالنسبة إلى حل المشكلات الفنية والقانونية والمالية المطروحة من قبلهم في المجال السياحي والسعي إلى توحيد الأنظمة المتعلقة بهذه الموضوعات.

- إصدار مجلة سياحية تتضمن دراسات عن النشاطات السياحية وتطويرها، وإصدار دليل للفنادق والمنشآت السياحية في الوطن العربي.

- **الاتحاد العربي للمرشدين السياحيين (A.T.G.U)**²: تأسس الاتحاد سنة 2004 بمصر مدينة القاهرة تحت

إشراف مجلس الوحدة الاقتصادية وجامعة الدول العربية، يضم حالياً 13 دولة عربية تتمثل في سوريا، مصر، السودان، تونس، المغرب، السعودية، عمان، جزر القمر، لبنان، فلسطين، البحرين، الأردن، العراق.

ويسعى الاتحاد إلى تحقيق جملة من الأهداف في إطار تنشيط السياحة العربية تتمثل فيما يلي:

- دعم السياحة العربية البينية وتبادل الخبرات فيما بينها والعمل على حرية التنقل بين الدول الأعضاء.

- عدم طمس هوية المرشد السياحي العربي وإظهار الوجه الحقيقي والحضاري للأمة العربية والإسلامية.

- وضع آلية لتنمية السياحة العربية ووضعها على الخريطة العالمية.

¹ فيصل شباد، تنمية السياحة العربية البينية: العقبات والحلول، مجلة رؤى إستراتيجية، المجلد الثاني، العدد 06، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبريل 2014، ص ص 65 - 66.

² مجلس الوحدة الاقتصادية العربية، الموقع: <http://caearab.org/unions-services.html>

- تشجيع السياحة الثقافية والتاريخية والترفيهية والأثرية.
- إعداد دورات تدريبية لرفع كفاءة المرشد السياحي في مجال عمله وتزويده بكافة المستجدات والأبحاث في هذا المجال على المستوى الإقليمي والعالمي.
- محاولة إنشاء شركة عربية موحدة عملاقة في السياحة لاختراق أسواق أوروبا وأمريكا.
- إعادة النظر في القوانين والتشريعات المنظمة للسياحة وتوحيدها مع تسهيل حرية الحركة والإنتقال.

المبحث الثاني: إتجاهات السياحة الدولية ومساهمتها في الإقتصاد العالمي

عرفت السياحة الدولية تطوراً مذهلاً منذ بداية النصف الأخير من القرن الماضي وأصبحت تشكل ظاهرة عالمية ذات أبعاد اقتصادية واجتماعية وثقافية، تحظى باهتمام معظم بلدان العالم بسبب التدفقات البشرية والمالية والسلعية التي تحدثها هذه الظاهرة، والتي أصبحت لها انعكاسات مباشرة على حياة الأفراد وعلى اقتصاديات كل البلدان التي أدجت الموارد السياحية كمقومات أساسية في التنمية الاقتصادية. وسنحاول هنا إستعراض إتجاهات السياحة الدولية ودورها الإقتصادي، بالإضافة إلى تنافسية هذا القطاع على المستوى العالمي بناءً على مؤشر التنافسية السياحية الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي سنة 2015.

أولاً: التدفقات البشرية والنقدية للسياحة الدولية

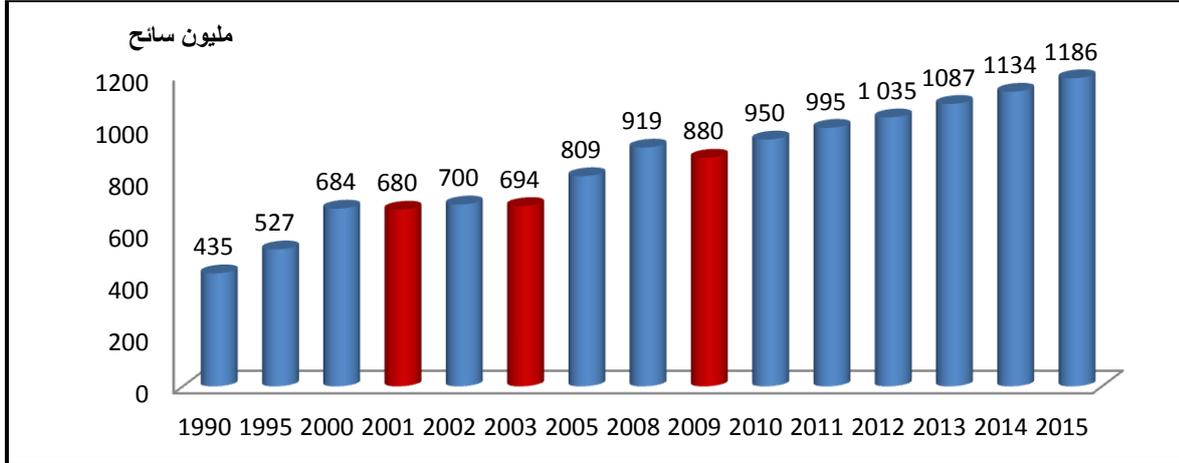
شهدت السياحة الدولية مؤخراً نمواً متواصلاً سواءً من حيث العائدات أو عدد السياح، فحسب بيانات منظمة السياحة العالمية ارتفع عدد السياح الدوليين من 435 مليون سائح بعائدات سياحية بلغت 263.6 مليار دولار سنة 1990 إلى 1186 مليون سائح بعائدات سياحية بلغت 1260 مليار دولار في عام 2015. وعلى ضوء هذه المعطيات نحاول فيما يلي الإحاطة بأهم مؤشرات السياحة على المستوى العالمي.

1-1- التدفقات البشرية للسياحة الدولية:

1-1-1- تطور حركة السياحة الدولية:

عرفت السياحة الدولية تطوراً ملحوظاً في عدد السياح الوافدين منذ نهاية الحرب العالمية الثانية إلى غاية اليوم. وهذا ما يتضح لنا من خلال الشكل الموالي الذي يبين الزيادات المتتالية في حركة السياحة الوافدة على المستوى العالمي خلال الفترة (1990-2015).

الشكل (1-2): تطور عدد السياح الوافدين للفترة (1990-2015)



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على:

- معطيات الملحق 01.

- Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges*, Ankara, 2013, P 34.

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه تنامي في عدد السياح الوافدين من 435 مليون سائح سنة 1990 إلى 1186 مليون سائح سنة 2015 بمعدل نمو بلغ في المتوسط 4% وبتزايد قدرت بـ 751 مليون سائح، أي أنهم تضاعفوا حوالي 3 مرات خلال عقدين ونصف من الزمن. وعلى الرغم من الصدمات العرضية التي واجهت قطاع السياحة خلال هذه الفترة إلا أنها لم تؤدي إلى التراجع طويل المدى في أدائه، فقد أظهرت الإحصاءات أن قطاع السياحة تمكن من التعافي بسرعة من تلك الصدمات ومن العودة إلى تسجيل معدلات نمو مرتفعة. ويمكن تتبع تطور حركة السياحة الدولية ومدى تأثيرها بالأزمات المفاجئة التي تخللت هذه الفترة كما يلي:

- **الفترة (1990-2000):** شهدت فترة التسعينيات أزمة حرب الخليج التي لم تؤثر بصورة سلبية في عدد السياح الوافدين على المستوى العالمي والذي أخذ في التزايد إلى غاية سنة 2000، ليصل عددهم إلى 684 مليون سائح بمعدل نمو بلغ في المتوسط 4.5% خلال الفترة (1990-2000). وقد تجاوز هذا المعدل مثيله على المستوى العالمي لدى منطقة الشرق الأوسط 9.9%، آسيا والباسفيك 6.8%، أفريقيا 6.3%. وفي المقابل، كان ذلك المعدل دون متوسطه العالمي في مناطق الجذب السياحي التقليدية مثل أوروبا 4.1% والأمريكتين 3.2% (بناءً على البيانات الواردة في الملحق 2).

- **الفترة (2000-2010):** عرفت هذه الفترة زيادة في عدد السياح الوافدين بـ 266 مليون سائح بمعدل نمو متوسط قدر بـ 3.3%. وما ميز هذه الفترة أنها شهدت انخفاض في عدد السياح سنة 2001 نتيجة التباطؤ في أداء الاقتصاد العالمي وأحداث 11 سبتمبر من نفس السنة¹، والذي أدى إلى انخفاض طفيف في عدد السياح من

¹ Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges*, Ankara, 2008, P 4.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

684 مليون سائح سنة 2000 إلى 680 مليون سائح سنة 2001 أي ما يعادل تراجعاً بنسبة 0.6%. ونشير هنا إلى أن الانخفاض المذكور في عدد السياح لم ينعكس بصورة متساوية على كافة المناطق. فقد كانت الأمريكتان في مقدمة المناطق الأكثر ضرراً بنسبة انخفاض بلغت 6.1%، وتبعتها الشرق الأوسط بـ 1.3% ثم أوروبا بنسبة 0.5%¹.

في سنة 2003 واجهت السياحة الدولية اجتماع ثلاثة عوامل سلبية وهي الحرب في العراق، مرض سارس في آسيا والباسفيك وضعف أداء الاقتصاد العالمي²، لذلك تراجع عدد السياح الوافدين على المستوى العالمي بنسبة 1.3% أي من 700 مليون سائح سنة 2002 إلى 691 مليون سائح سنة 2003. ويرتبط هذا الانخفاض ارتباطاً وثيقاً بالهبوط غير المتوقع في عدد السياح الوافدين إلى إقليم آسيا والباسفيك بواقع 12 مليون سائح بنسبة 9.0%، كما شهدت الأمريكتان بدورها انخفاضاً بنسبة 3.0% بينما تمكنت أوروبا بالكاد من تحقيق نفس أدائها سنة 2002 بنسبة 0.6%. أما إقليم الشرق الأوسط وأفريقيا فلم يتأثرا كثيراً بتلك العوامل السلبية حيث سجل كل منهما زيادة بنسبة 2.9% و 4.3% على التوالي³.

كما شهدت السياحة الدولية انخفاضاً آخر سنة 2009 وذلك بسبب الأزمة المالية العالمية والارتفاع الحاد في أسعار النفط وانتشار مرض الأنفلونزا⁴. وفي هذا السياق انخفض عدد السياح الوافدين من 919 مليون سائح سنة 2008 إلى 880 مليون سائح سنة 2009 بنسبة 4.2%. وقد سجلت أوروبا والأمريكتان انخفاض بـ 4.9%، الشرق الأوسط 4.3%، آسيا والباسفيك 1.7% باستثناء أفريقيا التي سجلت ارتفاع بـ 3.7%⁵.

- **الفترة (2010-2015):** واجهت السياحة الدولية خلال هذه الفترة عوامل سلبية وصعوبات أخرى مثل الإرهاب، المخاوف الصحية، انخفاض في أسعار النفط، تقلبات أسعار الصرف وزيادة الاهتمام العالمي حول الأمن والسلامة⁶. ومع ذلك شهدت هذه الفترة نمو في عدد السياح الوافدين بوتيرة مستمرة من 950 مليون سائح سنة 2010 إلى 1186 مليون سائح سنة 2015 بزيادة قدرت بـ 191 مليون سائح وبمعدل نمو بلغ في المتوسط 4.4%. وقد سجلت أعلى نسبة نمو في عدد السياح سنة 2015 في الأمريكتان بـ 5.9%، تليها آسيا والباسفيك بـ 5.6%، بينما أوروبا المنطقة الأكثر زيارة في العالم سجلت نسبة 4.7%، الشرق الأوسط 1.7%، في حين انخفض نسبة النمو في أفريقيا بـ 3.3%، ويرجع ذلك أساساً إلى النتائج الضعيفة في شمال أفريقيا (بناءً على البيانات الواردة في الملحق 2).

¹ بناءً على البيانات الواردة في: World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2003, P 2

² Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges*, Ankara, 2010, P 3.

³ بناءً على البيانات الواردة في: World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2005, P 3

⁴ Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges*, 2013, Op .Cit , P 5.

⁵ بناءً على البيانات الواردة في: World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2011, P 4

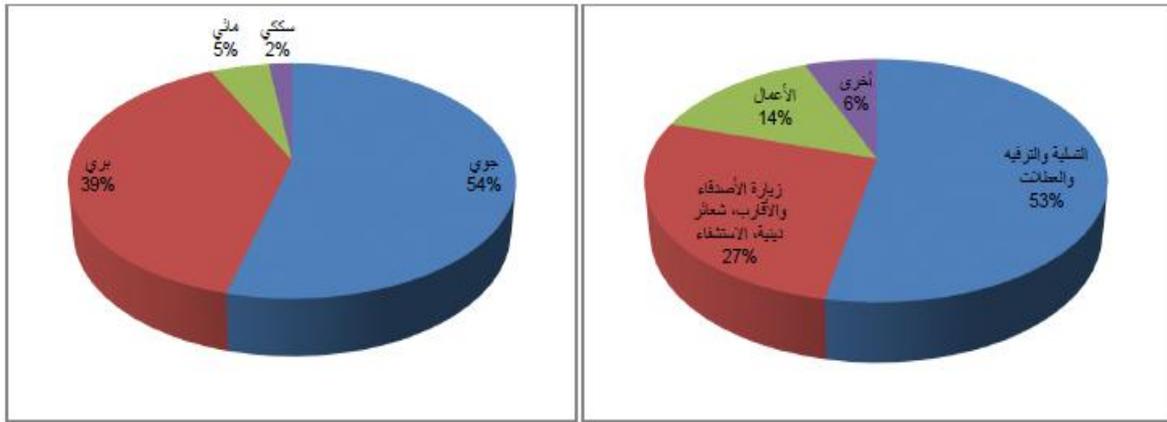
⁶ World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, Op .Cit, P 3.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

وحسب منظمة السياحة العالمية فان ما يزيد عن نصف عدد السياح سنة 2015 أي ما يقارب 632 مليون سائح بنسبة 53% يسافرون لأغراض التسلية والترفيه والاطلاع على الأماكن الأثرية، وأن ما نسبته 27% لزيارة الأصدقاء والأقارب وممارسة الشعائر الدينية والعلاج الصحي، وما نسبته 14% لأغراض تجارية ومهنية، وما نسبته 6% لأسباب غير محددة.

أما بالنسبة لوسائل النقل فتشير المنظمة أن الرحلات عبر النقل الجوي تنمو بوتيرة أسرع من النقل البري، ففي نفس السنة بلغ عدد المسافرين عن طريق الجو 54% من الإجمالي، بينما النسبة الباقية من المسافرين 46% كانت موزعة على النقل البري (الطريق) بنسبة 36%، سلكي 2%، مائي 5%. وهذا ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل (2-2): حركة السياحة والسفر حسب الغرض من الزيارة ونوع وسيلة النقل سنة 2015



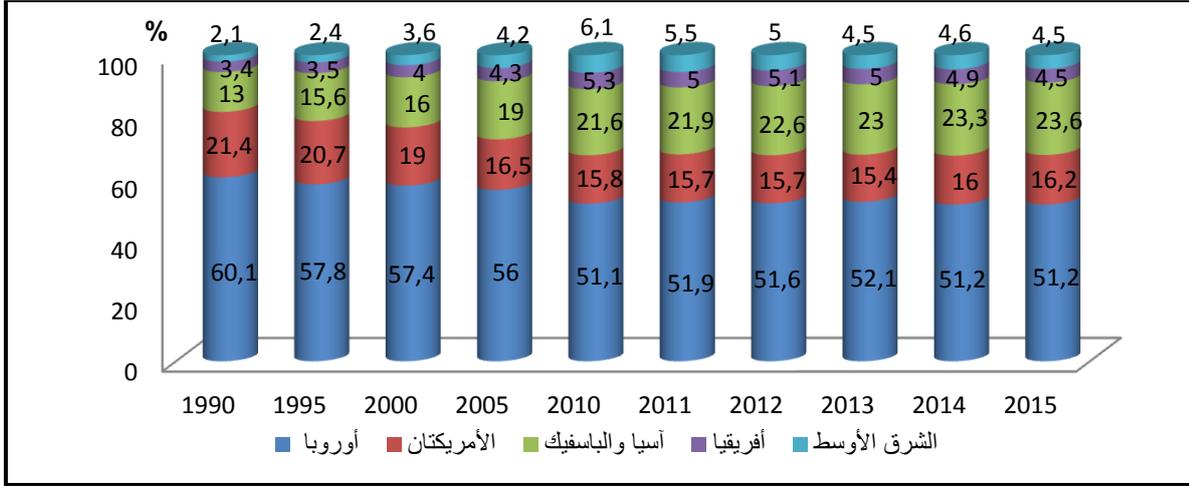
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد:

World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, Op .Cit , P 5

1-1-2- التوزيع الجغرافي لحركة السياحة الدولية:

إن المناطق الجغرافية المتقدمة في العالم هي التي تستحوذ على أعلى نسبة من التدفقات السياحية الدولية وهذا ما نلاحظه من خلال الاطلاع على الشكل الموالي الذي يوضح التوزيع النسبي للسياح الوافدين في العالم خلال الفترة (1990-2015).

الشكل (2-3): توزيع حركة السياحة الدولية الوافدة حسب الأقاليم الجغرافية للفترة (1990-2015)



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الملحق 01.

- إقليم أوروبا: يستأثر بالنسبة الكبرى من السياحة الدولية والتي تجاوزت 50% من السوق العالمية خلال الفترة (1990-2015). ويعزى التركيز السياحي في أوروبا إلى عدة أسباب من بينها المستوى المرتفع للخدمات السياحية المقدمة بمعظم الدول الأوروبية، ناهيك عن استجابتها لمتطلبات السائح الحالي، زيادة حركة السياحة الأوروبية من وإلى دول أوروبا بسبب توفر وسائل السفر وانخفاض أسعارها، نظراً لقرب الدول من بعضها البعض، إضافة إلى إعطاء قطاع السياحة أولوية قصوى في برامجها التنموية خاصة بالنسبة لدول أوروبا الشرقية¹. وفي سنة 2015 بلغت الحصة السوقية في الإقليم 51.2% بحوالي 607 مليون سائح. كانت النسبة الأكبر من نصيب أوروبا جنوب المتوسط بـ 19.0% ثم تليها أوروبا الغربية بـ 15.2% ثم أوروبا الوسطى والشرقية بـ 10.7% وأخيراً أوروبا الشمالية بـ 6.4%.

- إقليم الأمريكتان: تجاوزت حصته من السوق العالمية 16% خلال الفترة (2015-1990). احتل المركز الثاني بعد أوروبا إلى غاية سنة 2001²، بعدها نلاحظ تنحيه عن مركزه لصالح إقليم آسيا والباسفيك. ولعل أحداث 11 سبتمبر سنة 2001 كان لها الأثر في ذلك، إضافة إلى المنافسة المتصاعدة بين بؤر الجذب السياحي تولد عنها بروز منطقة آسيا والباسفيك كوجهة سياحية جذابة. بلغ إجمالي عدد السياح الوافدين إلى هذا الإقليم 192.6 مليون سائح بنسبة 16.2% سنة 2015. سجلت فيه مقاصد أمريكا الشمالية أفضل نسبة بـ 10.8% تتبعها أمريكا الجنوبية بـ 2.6% ثم منطقة الكاريبي بـ 2.0%، وأدنى نسبة كانت من نصيب أمريكا الوسطى بـ 0.9%.

¹ عبد الباسط وفا، التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجية والتحديات العالمية المعاصرة، دار هاني للطباعة والنشر، مصر، 2005، ص 129.

² Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges*, 2013, Op. Cit., P 34.

- إقليم آسيا والباسفيك: إن التغير الأكبر تحقق لهذا الإقليم الذي زاد نصيبه بحوالي ضعفين خلال الفترة (1990-2015). ويعود ذلك إلى ظهور مقاصد سياحية جديدة تحت مظلة الجذب السياحي في آسيا والباسفيك، والتي شهدت نمو مستمر وخطى متسارعة لرفع حصتها من السوق العالمية. وفي سنة 2015 بلغ هذا الإقليم أعلى نسبة مقارنة بالسنوات السابقة بـ 23.6% بما يقارب 279.2 مليون سائح. سجلت فيه منطقة شمال شرق آسيا أفضل أداء بنسبة 12.0%، وذلك بفضل تطبيقها لسياسات تعزز التعاون والتنسيق بين بلدان المنطقة في مجال السياحة. تليها جنوب شرق آسيا بـ 8.8%، في حين أن منطقتي أوقيانوسيا وجنوب آسيا لم تتعدى نسبتها 1.5%.

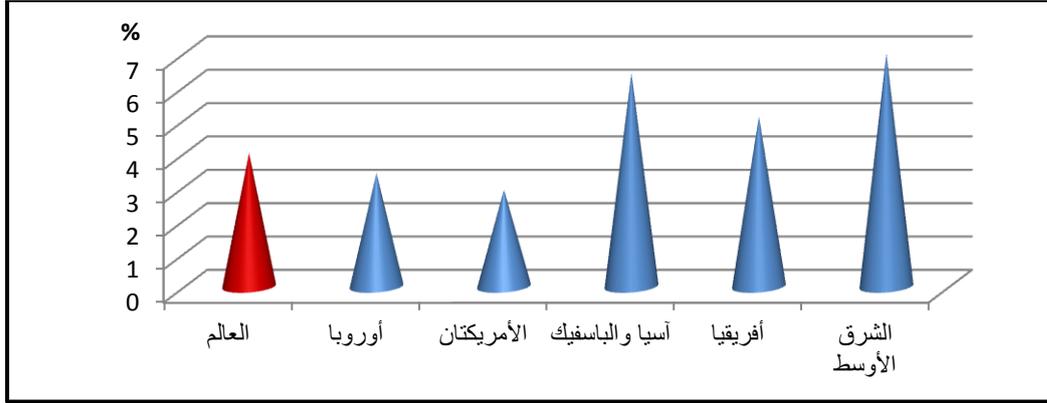
- إقليم أفريقيا: لم تتجاوز حصته من السوق العالمية 5.3% خلال الفترة (1990-2015). وهي نسبة ضئيلة تعود إلى الصعوبات الاقتصادية والأمنية التي تواجهها دول القارة السمراء وانعكاسها على السياحة. وقد تميز هذا الإقليم بانخفاض نصيبه من السياحة الدولية ابتداءً من سنة 2011 بسبب النتائج السلبية التي سجلتها منطقة شمال أفريقيا، نظراً للأوضاع السياسية والأمنية التي شهدتها وأدى إلى تراجع وعزوف السياح عن ممارسة النشاط السياحي فيها. وهذا ما يعكس انخفاض معدل نموه في سنة 2011 بـ 2%. وفي سنة 2015، بلغ عدد السياح الوافدين إلى هذا الإقليم 53.5 مليون سائح بنسبة 4.5%. عاد النصيب الأكبر منها إلى منطقة أفريقيا جنوب الصحراء بـ 3.0% تليها منطقة شمال أفريقيا بـ 1.5%.

- إقليم الشرق الأوسط: رغم التحسن الملحوظ في نصيبه النسبي من السياحة الدولية بأكثر من الضعف أي من 2.1% سنة 1990 إلى 4.5% سنة 2015، إلا أن هذه النسبة تبقى ضعيفة في ظل إمكانياته وموارده السياحية. وقد تعرض هذا الإقليم هو الآخر إلى انتكاسة سنة 2011 أدت إلى تراجع حصته السوقية بـ 0.6% وانخفاض معدل النمو بـ 5.7% مقارنة بسنة 2010. وهذا بسبب ما يسمى بأحداث الربيع العربي التي هزت المنطقة. وبلغ عدد السياح الوافدين لهذا الإقليم 53.3 مليون سائح بنسبة 4.5% سنة 2015. تصدرت فيه السعودية الدولة الأكثر استقطاباً للسياح في المنطقة بـ 17 مليون سائح¹.

وفي هذا الإطار، كان مسار متوسط معدلات النمو في حركة السياحة الدولية مختلفاً نوعاً ما على نصيب الأقاليم من الحصة السوقية خلال الفترة (1990-2015). حيث كان هذا المعدل في المناطق النامية أعلى من المناطق المتقدمة، متراوحاً بين 7.0% في الشرق الأوسط، 6.4% في آسيا والباسفيك، 5.1% في أفريقيا. بينما كان هذا المعدل منخفض عن المتوسط العالمي 4.0% في مناطق الجذب السياحي التقليدية مثل أوروبا بـ 3.4% والأمريكتين بـ 2.9%. ويعزى هذا التطور الواضح في معدلات نمو السياح الوافدين في الأقاليم النامية إلى تبني تلك الدول لاستراتيجيات من شأنها العمل على تنشيط القطاع السياحي، خاصة بعد إدراكها بأهمية هذه الصناعة.

¹ بناءً على البيانات الواردة في: World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, Op. Cit, P 4 - P 12

الشكل (2-4): متوسط معدل نمو حركة السياحة الدولية الوافدة للفترة (1990-2015)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الملحق 01.

1-1-3- الوجهات العشرة الأولى في حركة السياحة الدولية:

هي تلك الدول التي تتمتع بمكانة اقتصادية وبنية تحتية متطورة خاصة في مجال الخدمات السياحية، وقد ساهمت بحوالي 43% من حركة السياحة الدولية الوافدة أي ما يعادل 510.1 مليون سائح سنة 2015. والجدول التالي يبين لنا ترتيب العشر دول الأولى الأكثر زيارة في العالم ما بين سنة 1990 و 2015.

الجدول (2-1): الدول العشرة الأولى في حركة السياحة الدولية الوافدة سنتي 1990-2015

الدول	2015 (مليون)			1990 (مليون)		
	عدد السياح	الترتيب	% من الإجمالي	عدد السياح	الترتيب	% من الإجمالي
فرنسا	52.5	1	12.1	84.5	1	7.1
الو.م.ا	39.4	2	9.1	77.5	2	6.5
اسبانيا	34.1	3	7.8	68.2	3	5.8
الصين	10.5	12	2.4	56.9	4	4.8
إيطاليا	26.7	4	6.1	50.7	5	4.3
تركيا	4.8	24	1.1	39.5	6	3.3
ألمانيا	17.0	9	3.9	35.0	7	3.0
انجلترا	18.0	7	4.1	34.4	8	2.9
المكسيك	17.2	8	4.0	32.1	9	2.7
روسيا الاتحادية	7.3	17	1.7	31.3	10	2.6
المجموع	227.5	-	52.3	510.1	-	43.0

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 1999, P 14.
- World Tourism Organization, *Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics*, Edition 2001.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, Op .Cit , P 6.

من متابعة الجدول أعلاه نلاحظ أن معظم الدول المستقبلية للسياح تتركز في القارة الأوروبية لما لها من قوة جذب سياحي كبير، فهي تتمتع بمقومات طبيعية هائلة فضلاً عن الأهمية التاريخية والثقافية لتلك الدول. بالإضافة إلى قانون الجوار الذي يحكم الدول الأوروبية ويحدد في الغالب معظم اتجاهات الحركة السياحية فيها. وحسب القائمة فان كل من فرنسا والو.م.أ واسبانيا حافظوا على المراكز الثلاث الأولى ما بين سنة 1990 و2015. وقد تصدرت فرنسا الترتيب كأكبر دولة مستقبلية للسياح بـ 84.5 مليون سائح بنسبة مساهمة 7.1% سنة 2015، تليها الو.م.أ بـ 77.5 مليون سائح ثم اسبانيا بـ 68.2 مليون سائح في نفس السنة. وكان التغير الأبرز في الترتيب هو دخول الصين قائمة الدول العشر الأولى في عدد السياح الوافدين من المركز الثاني عشر بـ 10.5 مليون سائح ونسبة مساهمة 2.4% سنة 1990 إلى المركز الرابع بـ 56.9 مليون سائح بنسبة مساهمة 4.8% سنة 2015. وذلك على حساب إيطاليا التي إنزاحت إلى المركز الخامس بـ 50.7 مليون سائح.

تأتي المفاجئة الثانية في دخول تركيا القائمة بقفزة هائلة من المركز الرابع والعشرون بـ 4.8 مليون سائح ونسبة مساهمة 1.1% سنة 1990 إلى المركز السادس بـ 93.5 مليون سائح ونسبة مساهمة 3.3% سنة 2015. وهذا ما ينطبق على روسيا الاتحادية التي عرفت هي الأخرى تقدم ترتيبها إلى المركز العاشر بـ 31.3 مليون سائح ونسبة مساهمة 2.6% بدلاً من المركز السابع عشر.

أما المركز السابع والثامن والتاسع كان من نصيب كل من ألمانيا وإنجلترا والمكسيك، مع تبادل المراكز بينهما سنة 1990. وقد بلغ عدد السياح الوافدين سنة 2015 إلى هذه الدول 35 مليون سائح لألمانيا و34.4 مليون سائح لإنجلترا و32.1 مليون سائح للمكسيك.

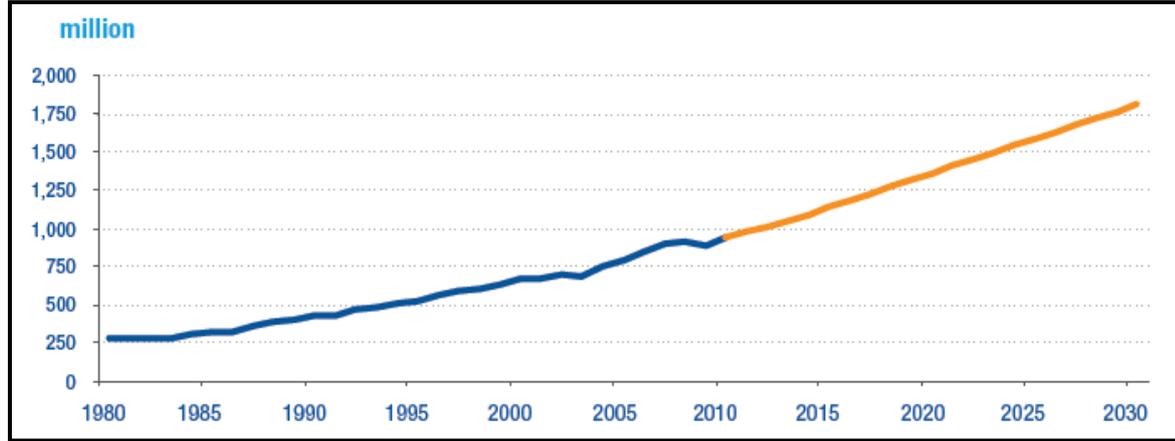
1-1-4- الإتجاهات المستقبلية لنمو حركة السياحة الدولية حتى عام 2030:

حسب تقديرات منظمة السياحة العالمية فإن حركة السياحة الدولية الوافدة ستشهد إرتفاع بشكل مستمر إلى غاية 2030 بمعدلات نمو متزايدة. ليصل بذلك عدد السياح إلى 1809 مليون سائح بمعدل نمو سنوي 3.3% على مدى الفترة من 2010 إلى 2030 مع اعتبار 2010 سنة أساس¹. كما تتوقع المنظمة أن الاقتصاديات الناشئة ستستحوذ على نسبة 57% من حركة السياحة الدولية أي ما يعادل 1037 مليون سائح، أما الاقتصاديات المتقدمة ستصل إلى 43% أي ما يعادل 772 مليون سائح. كما تتوقع أيضاً أن ما نسبته 79% من حركة السياحة الدولية ستكون داخل الأقاليم و21% خارجها². مع الإشارة إلى أن هذه التوقعات في ظل الظروف الدولية العادية، وذلك إن لم تعرف الساحة الدولية أزمات اقتصادية وأمنية وصحية تهدد حركة السياحة خلال هذه الفترة.

¹ World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, Op .Cit, P 14.

² World Tourism Organization, *Tourism Towards 2030 -Global Overview*, Edition 2011, P 34-P 40.

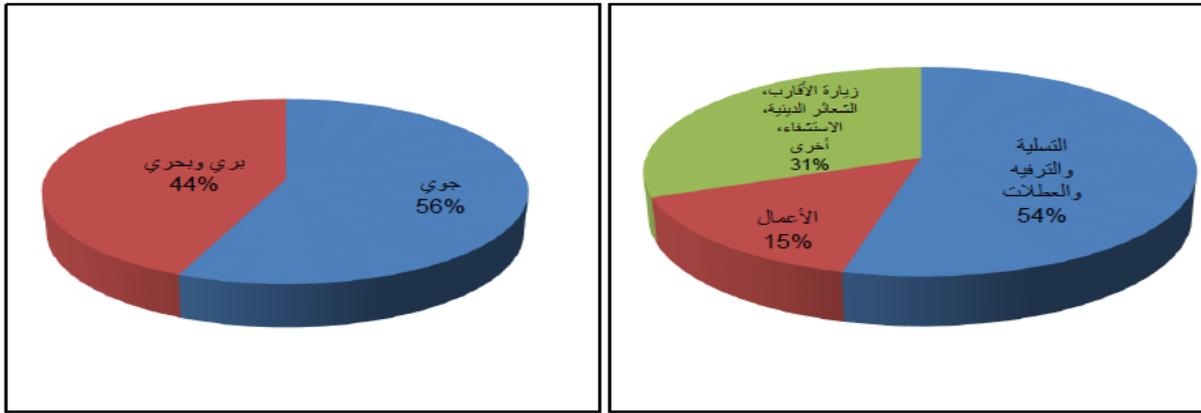
الشكل (2-5): تطور عدد السياح الوافدين لآفاق 2030



Source: World Tourism Organization, *Tourism Towards 2030 -Global Overview*, Op .Cit, P 12.

وحسب منظمة السياحة العالمية فإنه في مطلع 2030 ما يقارب 979 مليون سائح بنسبة 54% يسافرون لأغراض الترفيهية والترفيه والاطلاع على الأماكن الأثرية، وما نسبته 31% لزيارة الأصدقاء والأقارب بالإضافة إلى ممارسة الشعائر الدينية والعلاج الصحي وأغراض أخرى، وما نسبته 15% لأغراض تجارية ومهنية. كما تشير المنظمة أن عدد المسافرين عبر النقل الجوي سيبلغ 939 مليون سائح بنسبة 62%، أما النسبة الباقية 48% أي ما يعادل 870 مليون سائح سيستخدمون وسائل النقل البري والبحري في سفرهم.

الشكل (2-6): حركة السياحة والسفر حسب الغرض من الزيارة ونوع وسيلة النقل لآفاق 2030



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

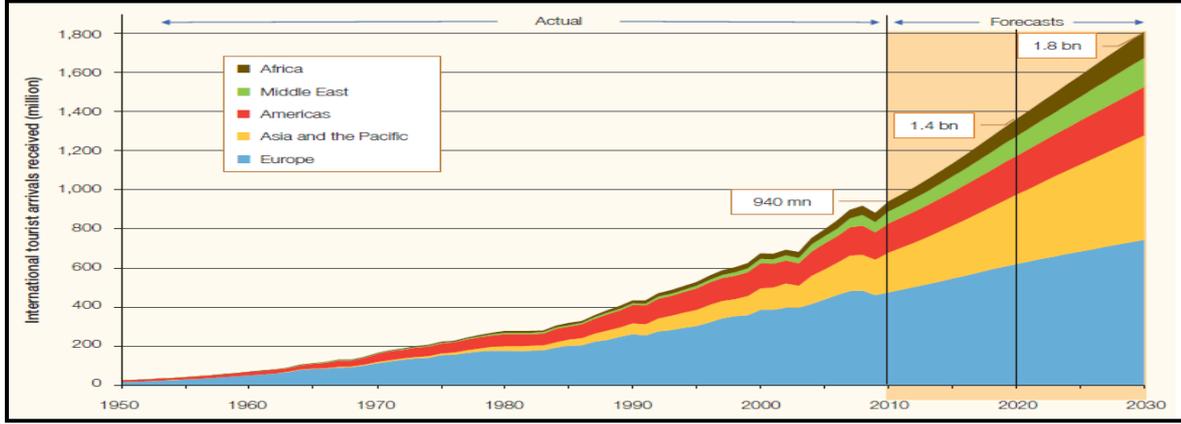
World Tourism Organization, *Tourism Towards 2030 -Global Overview*, Op .Cit, P 45-P 47.

وبالنسبة لتوزيع حركة السياحة الدولية الوافدة آفاق 2030 ستبقى مستقرة في تركز السياحة الدولية. حيث يبقى إقليم أوروبا في الصدارة بـ 744 مليون سائح وبحصة سوقية 41.1%، ثم يأتي إقليم آسيا والباسفيك في الترتيب الثاني بـ 535 مليون سائح، تليه الأمريكتان بـ 248 مليون سائح. أما المركزين الأخيرين فكان من نصيب إقليم الشرق الأوسط وأفريقيا بـ 149 مليون سائح و134 مليون سائح على التوالي.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

كما تتوقع المنظمة أن معدل النمو خلال الفترة (2010-2030) سيكون لصالح الأقاليم النامية المتمثلة في كل من إقليم أفريقيا بـ 5%، إقليم آسيا والباسيفيك بـ 4.9%، إقليم الشرق الأوسط بـ 4.6%. أما الأقاليم المتقدمة أوروبا والأمريكنتان فكان معدل نموها أقل من المتوسط العالمي بـ 1.8% و 2.6% لكل منهما¹.

الشكل (2-7): تطور حركة السياحة الدولية الوافدة حسب الأقاليم الجغرافية لآفاق 2030



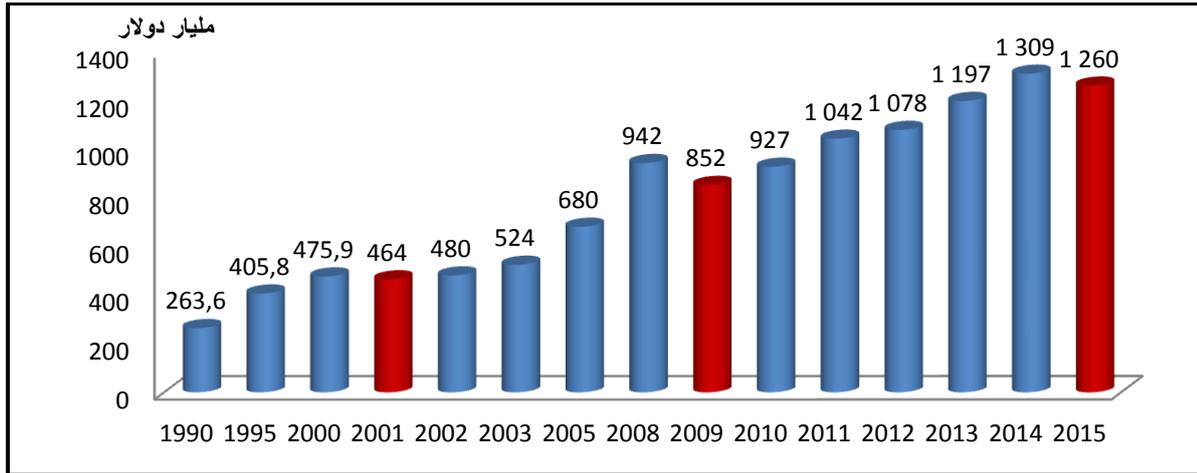
Source: World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, Op .Cit, P 14

2-1- التدفقات النقدية للسياحة الدولية:

1-2-1- تطور عائدات السياحة الدولية:

إن الإرتفاع المتزايد لعدد السياح الدوليين كان له الأثر الإيجابي على زيادة عائدات السياحة الدولية، إذ تشير الإحصاءات أن هذه الأخيرة زادت بوتيرة متسارعة من التسعينات إلى غاية اليوم، والشكل أدناه يوضح ذلك

الشكل (2-8): تطور عائدات السياحة الدولية للفترة (1990-2015)



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على:

- معطيات الملحق 02.

- Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges*, 2013, Op .Cit, P 35.

¹ World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, Op .Cit, P 15

¹ بناءً على البيانات الواردة في:

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

نلاحظ من خلال الشكل ارتفاع العائدات المتأتية من تسويق المنتج السياحي العالمي، حيث انتقلت من 263.6 مليار دولار سنة 1990 إلى 1260 مليار دولار أمريكي سنة 2015 بمعدل نمو سنوي بلغ في المتوسط 6.3%. ويمكن تتبع تطور عائدات السياحة الدولية ومدى تأثرها بحركة السياحة الدولية الوافدة خلال هذه الفترة كما يلي:

– **الفترة (1990-2000):** سجلت عائدات السياحة الدولية متوسط معدل نمو سنوي بلغ حوالي 6% وزيادة قدرت ب 212.6 مليار دولار مابين سنتي 1990 و 2000. وفي هذا الأخير وُلِّدَ النشاط السياحي الدولي عائدات بلغت 475.9 مليار دولار، بما يعادل 1.3 مليار دولار يومياً و 695 دولار لكل سائح. ومن الملاحظ أن أوروبا والأمريكتان إستحوذا على أكبر حصة من عائدات السياحة الدولية لسنة 2000 ما يعادل 57.4% و 19.0% باعتبارهما الوجهتان الرئيسيتان في استقطاب السياح. تأتي بعدها آسيا والباسفيك ب 16%، أفريقيا ب 4.0% وأخيراً الشرق الأوسط ب 3.6% (بناءً على البيانات الواردة في الملحق 3).

– **الفترة (2000-2010):** شهدت هذه الفترة ارتفاع في عائدات السياحة الدولية من 475.9 مليار دولار سنة 2000 إلى 927 مليار دولار سنة 2010 بزيادة قدرت ب 451.1 مليار دولار وبمتوسط معدل نمو بلغ 6.7%. وقد تخلل هذا الارتفاع تراجع في عائدات السياحة الدولية سنة 2001 إلى 464 مليار دولار، وذلك تبعاً للتراجع المفاجئ في عدد السياح الوافدين من نفس السنة. واختلقت درجة انخفاض عائدات السياحة الدولية في هذه السنة من منطقة إلى أخرى، شهدت الأمريكتان أعلى نسبة انخفاض ب 9.9% تبعته الشرق الأوسط ب 1.6% ثم أوروبا ب 1.1%. وفي المقابل سجلت أفريقيا وآسيا والباسفيك زيادة في عائدات سياحتها الدولية ب 14.8% و 5.1% على التوالي¹.

في سنة 2003 ورغم انخفاض في عدد السياح الوافدين بنسبة 1.3%، لوحظ ارتفاع في عائدات السياحة الدولية المحسوبة بالدولار الأمريكي بنسبة 9.2% لتصل إلى 524 مليار دولار مقابل 480 مليار دولار سنة 2002. ويعود ذلك نتيجة الانخفاض الحاد في قيمة الدولار الأمريكي مقابل العديد من العملات الأخرى وخاصة اليورو في تلك السنة. ونتيجة لذلك جاءت العائدات المتحصّل عليها بالدولار مرتفعة في حين قد تكون ثابتة أو أقل عند تقييمها باليورو. وفعلاً نجد أن عائدات السياحة انخفضت من 509 مليار يورو سنة 2002 إلى 463 مليار يورو سنة 2003 بما يعادل 46 مليار يورو².

وفي سنة 2009 نلاحظ التشابه الكبير في اتجاهات حركة السياحة الدولية وعائداتها. فقد انخفضت هذه الأخيرة تبعاً لانخفاض عدد السياح الوافدين إلى 852 مليار دولار بنسبة 9.6%، مقابل 942 مليار دولار سنة 2008 ولعل ذلك الانخفاض يرجع إلى ارتفاع قيمة الدولار الأمريكي في تلك السنة، بالإضافة إلى الأزمة

World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2003, Op .Cit, P 3

¹ بناءً على البيانات الواردة في:

World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2005, Op .Cit, P 4

² بناءً على البيانات الواردة في:

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

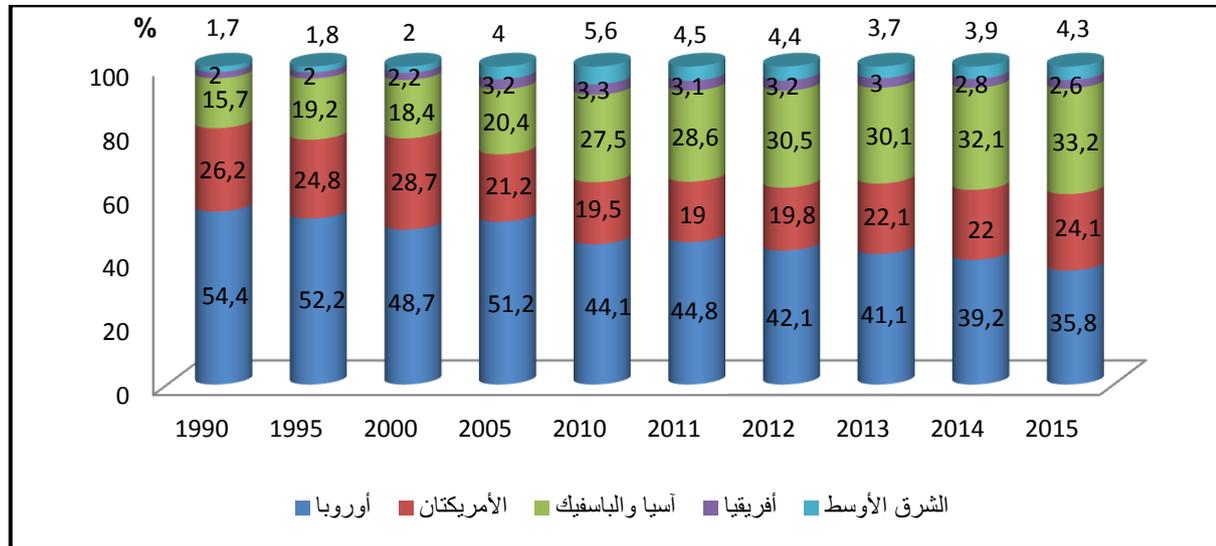
الاقتصادية آنذاك التي ترتب عنها العزوف عن ممارسة النشاط السياحي لتقليل حجم النفقات. وبالنسبة للأقاليم السياحية، سجلت أمريكا أعلى نسبة انخفاض بـ 9.9% تلتها أوروبا بنسبة 6.7% ثم أفريقيا بـ 4.1% وأخيراً آسيا والباسفيك بـ 0.7%. أما الشرق الأوسط فحقق زيادة بنسبة 0.8%¹.

- الفترة (2010-2015): شهدت هذه الفترة زيادة في عائدات السياحة الدولية بـ 333 مليار دولار بمعدل نمو بلغ في المتوسط 6.1%. ولوحظ خلال هذه الفترة عدم تناسب نسبة التغير في عائدات السياحة الدولية مع نسبة التغير السنوي لعدد السياح سنة 2015 حيث انخفضت إلى 1260 مليار دولار مقابل 1309 مليار دولار سنة 2014 بنسبة 3.7%، على الرغم من الزيادة في حركة السياحة بـ 4.6%. ويرجع ذلك جزئياً إلى أنه في الأوقات الاقتصادية الصعبة لا يمتنع السياح كثيراً عن السفر، ولكن يختارون إقامة قصيرة في وجهات أقل تكلفة وقريبة إلى الوطن بوسائل سفر أرخص. وقد سجل كل من إقليم أوروبا وأفريقيا وآسيا والباسفيك انخفاض في عائدات السياحة سنة 2015 بنسبة 12.2%، 8.3%، 0.4% على التوالي، في حين عرف إقليم الأمريكتان والشرق الأوسط ارتفاع يزيد عن 5% (بناءً على البيانات الواردة في الملحق 3).

1-2-2- التوزيع الجغرافي لعائدات السياحة الدولية:

إن حصص الأسواق الإقليمية في عائدات السياحة الدولية سارت عموماً في نفس اتجاه مثيلاتها في عدد السياح الوافدين وهذا ما يتضح لنا من خلال الشكل التالي:

الشكل (2-9): توزيع عائدات السياحة الدولية حسب الأقاليم الجغرافية للفترة (1990-2015)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الملحق 02.

- إقليم أوروبا: استحوذ على أكبر نصيب من عائدات السياحة الدولية تراوحت ما بين 54.4% و 35.8% خلال الفترة (2015-1990) والتي تميزت بتراجع حصته السوقية بشكل مستمر لنصيب الأقاليم الأخرى خاصة

¹ بناءً على البيانات الواردة في: World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2011, Op .Cit, P 5

¹ بناءً على البيانات الواردة في:

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

إقليم آسيا والباسفيك، ويعود ذلك إلى تراجع الحصة السوقية لعدد السياح الوافدين، إضافة إلى المشاكل التي كانت تهدد استقرار الاتحاد الأوروبي وإختيار اقتصاديات الكثير من دوله، مما أثر على تذبذب أسعار الخدمات السياحية المقدمة. وفي سنة 2015 قدرت عائدات السياحة الدولية لهذا الإقليم 450.7 مليار دولار بنسبة 35.5%. سجلت فيه مقاصد أوروبا جنوب المتوسط أعلى نسبة بـ 14%، تأتي بعدها أوروبا الغربية بـ 11.6% ثم أوروبا الشمالية بـ 6.2%، أما النسبة الأخيرة فكانت من نصيب أوروبا الوسطى والشرقية بـ 4%.

- **إقليم الأمريكتان:** عرف هذا الإقليم تأرجحه بين المركز الثاني والثالث نتيجة تذبذب حصته السوقية من عائدات السياحة والتي لم تتجاوز 28.7% خلال الفترة (1990-2015). وقد بلغت هذه الأخيرة 303.7 مليار دولار بنسبة 24.1% سنة 2015. عاد النصيب الأكبر منها إلى الدول المتقدمة صناعياً والتي تنتهج سياسات معتبرة للنهوض بالقطاع السياحي داخل الإقليم، وتمثل في أمريكا الشمالية التي تستحوذ على 78% داخل الإقليم و18.9% على المستوى العالمي.

- **إقليم آسيا والباسفيك:** تميز هذا الإقليم بتزايد حصته من السوق العالمية في عائدات السياحة الدولية نتيجة الزيادة في النصيب النسبي لعدد السياح الوافدين خلال الفترة (1990-2015). مما أزاح بذلك إقليم الأمريكتان عن المركز الثاني ابتداءً من سنة 2006¹. وسجلت سنة 2015 أعلى نسبة له قدرت بـ 33.2% أي ما قيمته 418.3 مليار دولار، كانت موزعة على شمال شرق آسيا بنسبة 18.8% و جنوب شرق آسيا بنسبة 8.6%، أوقيانوسيا بنسبة 3.3% وأخيراً جنوب آسيا بنسبة 2.5%.

- **إقليم أفريقيا:** عرف مستويات منخفضة في نصيبه النسبي من عائدات السياحة الدولية والتي لم تتجاوز 3.3% خلال الفترة (1990-2015). وذلك تماشياً مع عدد السياح الوافدين إلى هذا الإقليم الذي تميز بالانخفاض من حين إلى آخر، ما ترتب عنه احتلاله المركز الأخير في معظم السنوات. وفي سنة 2015 بلغت عائدات السياحة الدولية فيه 33.1 مليار دولار بنسبة 2.6% موزعة بين أفريقيا جنوب الصحراء بنسب 1.9% وشمال أفريقيا بنسبة 0.7%.

- **إقليم الشرق الأوسط:** سجل هذا الإقليم هو الآخر أداء ضعيف في الحصة السوقية لعائدات السياحة الدولية والتي تراوحت ما بين 1.7% و 5.6% خلال الفترة (1990-2015). ورغم الزيادة إلا أن هذا المستوى يبقى بعيد في ظل إمكانيات وموارد هذا الإقليم كما أشرنا سابقاً. وفي سنة 2015 قدرت عائداته 54.4 مليار دولار بنصيب نسبي 4.3%، استحوذت فيه دولة الإمارات على أعلى حصة داخل الإقليم بنسبة 29.5% أي ما قيمته 16.4 مليار دولار، أما على مستوى العالمي فان حصتها لم تتجاوز 1.27%².

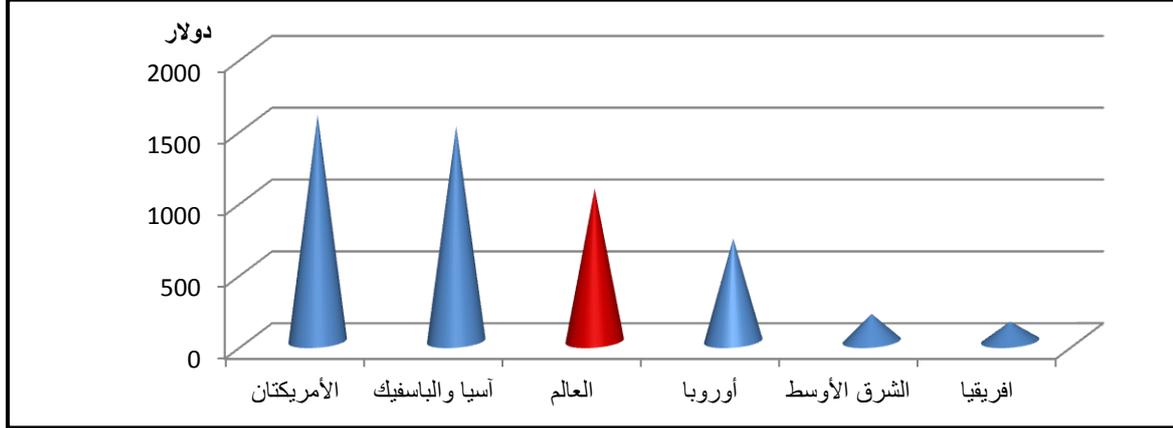
¹ Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, **International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges**, 2013, Op .Cit, P 35.

² بناءً على البيانات الواردة في: World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2016, Op .Cit, P 5- P 12

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

وفي هذا السياق، بلغ المتوسط العالمي لعائدات السياحة من كل سائح 1062 دولار في سنة 2015، حيث سجلت الأمريكتان أعلى معدل بـ 1576 دولار، تبعثها آسيا والباسفيك 1498 دولار. أما أوروبا بـ 714 دولار، الشرق الأوسط 189 دولار وأفريقيا 136 دولار، وقد تحصلت هذه الوجهات السياحية الثلاث على قيمة أدنى من المتوسط العالمي كما يوضحه الشكل التالي:

الشكل (2-10): عائدات السياحة الدولية من كل سائح وافد سنة 2015

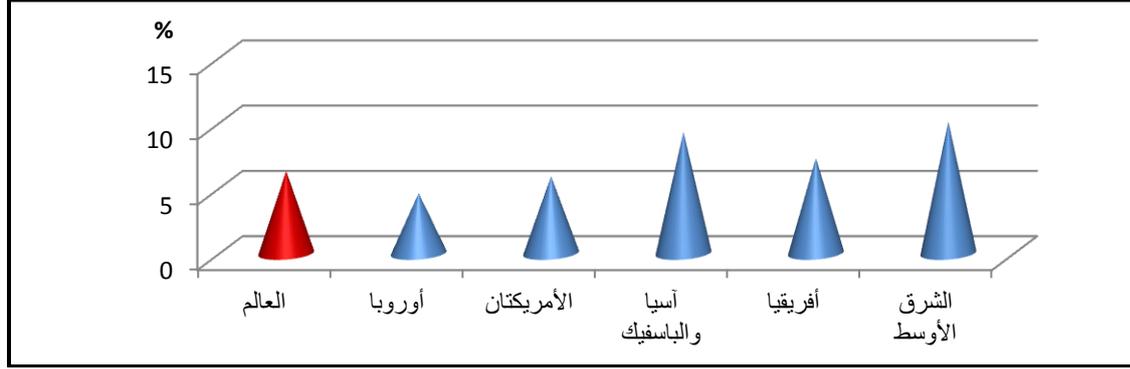


المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد: *WTO, Tourism Highlights, Edition 2016, Op. Cit, PP 4-5*

وعلى مستوى متوسط معدلات النمو في عائدات السياحة خلال الفترة (1990-2015)، استحوذ الشرق الأوسط على المرتبة الأولى بـ 10.1%، يليه آسيا والباسفيك بـ 9.3% ثم أفريقيا بـ 7.3%، فالأمريكتان وأوروبا بنسبة 5.9% و4.6% لكل منهما. وربما يرجع الاختلاف بين توزيع الحصص السوقية لهذه الأقاليم التي تنصدر فيها أوروبا الترتيب وبين متوسط معدلات النمو والتي تتدلل فيه الترتيب، إلى حقيقة أن العائدات من كل سائح تتفاوت من إقليم إلى آخر بتفاوت الخصائص السياحية لكل إقليم بحسب مدة إقامة السائح والغرض من زيارته والمسافة الجغرافية التي يقطعها.

الشكل (2-11): متوسط معدل نمو عائدات السياحة الدولية للفترة (1990-2015)

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الملحق 02.

1-2-3- الوجهات العشرة الأولى في عائدات السياحة الدولية:

إن الوجهات العشرة الأولى في عائدات السياحة الدولية على المستوى العالمي لا تختلف كثيراً عن سابقتها من حيث عدد السياح الوافدين، حيث نجد سبع بلدان مشتركة بين القائمتين مع بعض الاختلاف في الترتيب. والجدول التالي يبين لنا توزيع عائدات السياحة الدولية على هذه الوجهات ما بين سنة 1990 و 2015.

الجدول (2-2): الدول العشرة الأولى في عائدات السياحة الدولية سنتي 1990-2015

الدول	2015 (مليار دولار)			1990 (مليار دولار)		
	عائدات السياحة	الترتيب	% من الإجمالي	عائدات السياحة	الترتيب	% من الإجمالي
الو.م.ا	204.5	1	16.2	43.0	1	16.3
الصين	114.1	2	9.1	2.2	25	0.8
اسبانيا	56.5	3	4.5	18.6	4	7.1
فرنسا	45.9	4	3.6	20.1	2	7.6
انجلترا	45.5	5	3.6	13.8	6	5.2
تايلند	44.6	6	3.5	4.3	13	1.6
ايطاليا	39.4	7	3.1	16.5	3	6.3
ألمانيا	36.9	8	2.9	14.3	5	5.4
هونغ كونغ	36.2	9	2.9	5.0	11	1.9
مكاو	31.3	10	2.5	1.4	34	0.5
المجموع	654.9	-	51.9	139.2	-	52.7

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على:

- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 1999, Op .Cit, P 15.
- World Tourism Organization, *Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics*, Edition 2001.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, Op .Cit, P 6.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

نلاحظ من خلال الجدول أن هذه الدول حصدت مجتمعة ما قيمته 139.2 مليار دولار من عائدات السياحة الدولية بنسبة مساهمة 52.7% سنة 1990، وما قيمته 654.9 مليار دولار بنسبة مساهمة 51.9% سنة 2015. تأتي الو.م.أ في مقدمة تلك الدول باحتفاظها بالمركز الأول بإجمالي إيرادات سياحية بلغت 204.5 مليار دولار بنسبة مساهمة 16.2% سنة 2015، مقابل 43.0 مليار دولار بنسبة مساهمة 16.3% سنة 1990.

انضمت الصين إلى قائمة الدول العشر الأولى في عائدات السياحة الدولية باحتلالها المركز الثاني بـ 114.1 مليار دولار بنسبة مساهمة 9.1% سنة 2015، بعدما كانت في المركز 25 بـ 2.2 مليار دولار بنسبة مساهمة 0.8% سنة 1990. وذلك على حساب فرنسا التي تراجعت إلى المركز الرابع بـ 45.9 مليار دولار سنة 2015، في حين عاد المركز الثالث إلى اسبانيا بـ 56.5 مليار دولار في نفس السنة.

أما بالنسبة لإنجلترا احتلت المركز الخامس بـ 45.5 مليار دولار، تأتي بعدها تايلند التي أدرجت هي الأخرى إلى القائمة باحتلالها المركز السادس بـ 44.6 مليار دولار سنة 2015 بدلاً من المركز الثالث عشر بـ 4.3 مليار دولار سنة 1990. أما المركز السابع والثامن عاد إلى إيطاليا وألمانيا بـ 39.4 مليار دولار و36.9 مليار دولار على التوالي سنة 2015.

كما أن هونغ كونغ وهي جزء من الصين ولكنها تتمتع باستقلال ذاتي، دخلت قائمة العشر الكبار وأصبحت في المركز التاسع بـ 36.2 مليار دولار بنسبة مساهمة 2.9% سنة 2015. وهذا ما ينطبق على ماكاو التي تقدمت بـ 24 مركز عن سنة 1990 لتحتل بذلك المركز العاشر بـ 31.3 مليار دولار بنسبة مساهمة 2.5% سنة 2015.

ثانيا: تنافسية قطاع السياحة على المستوى العالمي

إهتمت الكثير من المؤسسات الدولية بإعداد تقارير عن مستوى تنافسية الدول في مجالات اقتصادية عديدة كان أحدثها مجال السياحة والسفر، حيث أطلق المنتدى الاقتصادي العالمي تقريره الأول عن تنافسية السياحة والسفر عام 2007 ليفتح الباب أمام تقييم إنجازات دول العالم في هذا المجال ووضعها في ترتيب تنازلي حسب معايير محددة. وفيما يلي سيتم توضيح مفهوم ومنهجية قياس مؤشر التنافسية السياحية للدول، وواقع تلك المؤشرات على المستوى العالمي.

2-1- مفهوم ومنهجية التنافسية السياحية:

إن تنافسية القطاع السياحي تعتبر من أهم المؤشرات الاقتصادية التي تسعى معظم دول العالم لتعزيزها ودراستها من أجل تبني سياسات واستراتيجيات في المدى المتوسط والقريب للرفع من مستوياتها.

2-1-1- مفهوم التنافسية السياحية:

تعرف التنافسية* السياحية على أنها " قدرة المؤسسات المنتمية للقطاع السياحي في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق المحلية والدولية بالاعتماد على ما تملكه من موارد وقدرات دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية ". والقطاع التنافسي هو القطاع الذي تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة سواء المحلية أو الأجنبية ، من خلال المحافظة على حصتها من السوق والعمل على تنميتها باستمرار وتحقيق الأرباح. ويكون تنافسياً أيضاً إذا كان متوسط التكاليف للوحدة الواحدة المنتجة تساوي أو أقل من مستواها لدى المنافسين في الدول الأخرى أو إذا حقق عوائد أعلى من المتوسط مع وجود منافسة حرة من قبل الأجانب¹.

وحسب منظمة السياحة العالمية تعرف على أنها " الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية السلع والخدمات بما يرضي أذواق السياح، بالإضافة إلى قدرة الدولة على توليد موارد وإمكانيات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية من خلال دمج الأصول (الموارد الطبيعية) مع عملية التصنيع (كالبنية التحتية) ومن ثم تحويلها إلى نتائج اقتصادية"².

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية عرفتها على أنها "قدرة الوجهة السياحية في تحسين جاذبيتها للمقيمين وغير المقيمين، وتقديم خدمات سياحية جذابة تتميز بالجودة والابتكار من أجل الحصول على حصص سوقية محلية وعالمية، مع ضمان استخدام الموارد المتاحة لدعم السياحة بكفاءة وبطريقة مستدامة"³.

ويعرف الباحثان (Crouch & Ritchie) تنافسية المقصد السياحي على أنها " القدرة على زيادة الإنفاق السياحي لجذب متزايد للزوار وتحقيق لهم تجارب مرضية ولا تنسى من خلال طريقة مريحة، بالإضافة إلى تعزيز رفاهية سكان المقصد من جهة والحفاظ على الثروة الطبيعية من جهة أخرى للأجيال القادمة"⁴.

وعلى مستوى قطاع السياحة الكلي تعرف التنافسية وفقاً لمنهجية المعهد الدولي للتنمية والإدارة بأنها " تعظيم القيمة المضافة ومستوى الإنتاجية في قطاع السياحة والسفر من خلال جذب الاستثمار في اقتصاد السياحة، كفاءة عمليات وصول وعودة السياح، اختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم وتحويل الميزة

* يختلف مفهوم التنافسية باختلاف محل الحديث فيما إذا كان عن (منشأة أو قطاع أو دولة)، فالتنافسية على صعيد الشركة تعني الاستمرار نحو كسب حصة أكبر من السوق المحلي والدولي، وهي تختلف عند الحديث عن تنافسية القطاع الذي يمثل مجموعة من الشركات العاملة في صناعة معينة، وهاتان تختلفان بدورهما عن تنافسية دولة تسعى لتحقيق معدل مرتفع ومستدام لدخل الفرد فيها.

¹ محمد محبوب الحداد، تقييم تنافسية صناعة السياحة في ليبيا كمصدر بديل للدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاعات المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، الجزائر، 08-09 نوفمبر 2010، ص 03.

² المعهد العربي للتخطيط، تقرير التنافسية العربية 2006، العدد 2، الكويت، 2007، ص 136.

³ Alain Dupeyras & Neil MacCallum, *Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document*, OECD Tourism Papers, OECD Publishing, 2013/02, P 14.

⁴ J.R. Brent Ritchie and G.I. Crouch, *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*, CABI Publishing, London-UK, 2003, P 02.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

النسبية إلى ميزة تنافسية، بالإضافة إلى تقديم خدمات سياحية ذات مستوى عالي من التقنية والجودة تتماشى مع متطلبات العولمة¹.

ومن المفاهيم السابقة، نستنتج أن المفهوم الواسع للتنافسية السياحية هو الأداء النسبي للمؤسسة أو القطاع أو الدولة السياحية مقارنة بغيرها من داخل وخارج حدودها من خلال الوقوف على جوانب القوة والضعف لهذا النشاط في مجال المقارنة مع المنافسين الموجودين فعلاً في السوق والمختملين.

2-1-2- منهجية تصنيف تنافسية الدول:

يقوم المنتدى الاقتصادي العالمي (*World Economic Forum*)، بإصدار تقارير سنوية منذ 2007 حول تنافسية قطاع السياحة والسفر على المستوى العالمي لعدد من دول العالم، آخرها كان إصدار 2015 الذي ضمّ 141 دولة. ويسعى المنتدى من خلال هذا التقرير إلى تقييم الإنجازات وإبراز نقاط القوة والضعف للدول المشاركة في مجال السياحة والسفر، بالإضافة إلى الكشف عن كيفية قيام الدول المتميزة بتحقيق المنافع الاقتصادية والاجتماعية المستدامة من خلال هذا القطاع.

وتعتمد منهجية تصنيف تنافسية الدول المشاركة بناءً على معيار يسمّى معيار تنافسية قطاع السياحة والسفر، يحتوي هذا المعيار على أربعة فروع رئيسية مقسمة على 14 مؤشر تضم معظم العوامل التي تؤثر في تنافسية القطاع، وتمثل هذه المؤشرات في²:

- **المؤشر الفرعي الأول البيئة التمكينية:** يجسد هذا المعيار الإعدادات العامة اللازمة للعمل في الدولة وينقسم إلى خمس مؤشرات هي: بيئة العمل، الأمن والسلامة، الصحة والنظافة، الموارد البشرية وسوق العمل، جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

- **المؤشر الفرعي الثاني سياسات السياحة والسفر والظروف المناسبة:** يجسد هذا المعيار السياسات والجوانب الإستراتيجية التي تؤثر بشكل مباشر على صناعة السياحة والسفر وينقسم إلى أربع مؤشرات هي: تحديد أولويات السياحة والسفر، الانفتاح الدولي، تنافسية الأسعار، الاستدامة البيئية.

- **المؤشر الفرعي الثالث البنية التحتية:** يجسد هذا المعيار مدى توافر وجودة البنية التحتية المادية للاقتصاد ككل وينقسم إلى ثلاث مؤشرات هي: البنية التحتية للنقل الجوي، البنية التحتية للنقل البري والبحري، البنية التحتية للخدمات السياحية.

- **المؤشر الفرعي الرابع الموارد الثقافية والطبيعية:** يجسد هذا المعيار أسباب السفر الرئيسية وينقسم إلى مؤشرين هما: الموارد الطبيعية، الموارد الثقافية وأعمال السياحة.

¹ زيان بروجة علي، تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة (2007-2015)، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 14، جامعة الشلف، الجزائر، 2016، ص 142.

² *World Economic Forum, The Travel and Tourism Competitiveness, Report 2015, p 4.*

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

والشكل أدناه يلخص لنا هيكل المؤشر الكلي لتنافسية السياحة والسفر حسب تقرير سنة 2015*.

الشكل (2-12): هيكل مؤشر تنافسية السياحة والسفر حسب تقرير 2015



Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Op .Cit, p 4.

ويعتمد في حساب المؤشرات الفرعية والكلية على البيانات الإحصائية التي تم تجميعها من مصادر دولية ووطنية عديدة** بالإضافة إلى بيانات مسحية حول انطباعات المجلس التنفيذي للمنتدى ويحسب المؤشر باستخدام معادلة لتحويل البيانات الخام ووضعها في مدى من 1-7 (القيمة 1 تعبر على قصور في التطوير والقيمة 7 تعبر على درجة كبيرة من التطور والكفاءة)، وتأخذ المعادلة الشكل التالي¹:

$$\text{المؤشر} = 6 \times (\text{قيمة المؤشر للدولة} - \text{أقل قيمة في العينة}) + 1$$

$$\text{أكبر قيمة في العينة} - \text{أقل قيمة في العينة}$$

حيث تشير أقل قيمة في العينة وأكبر قيمة في العينة إلى أسوأ وأفضل أرقام تحققت على مستوى الدول في هذا المؤشر. ويتم حساب قيم المؤشرات الفرعية كمتوسطات غير مرجحة لجميع القيم، كما يحسب المؤشر العام أيضاً كمتوسط غير مرجح للمؤشرات الفرعية.

* منهجية مؤشر التنافسية للسياحة والسفر في التقرير الأخير (2015) والموضح في الشكل تختلف عن الموجودة في تقرير (2013) ومعظم التقارير السابقة حيث تم اعتماد توزيع العناصر المكونة على 04 مؤشرات فرعية بدلاً من 03 كما أنه تم الإبقاء على 14 عنصراً بدلاً من 15 التي كانت.

** يذكر أن المنتدى الاقتصادي العالمي أصدر التقرير بالتعاون مع شركة بلوم للبيانات والاستشارات الإستراتيجية، شركة ديلويت *Deloitte* الأمريكية للاستشارات المالية، الاتحاد الدولي للنقل الجوي والاتحاد العالمي للحفاظ على الطبيعة، منظمة السياحة العالمية والمجلس العالمي للسفر والسياحة.

¹ صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2008، الإمارات العربية، ص 228.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

كما اعتمد التقرير في تحليله لتنافسية السياحة والسفر للدول المشاركة على نوعين من البيانات وهما¹:

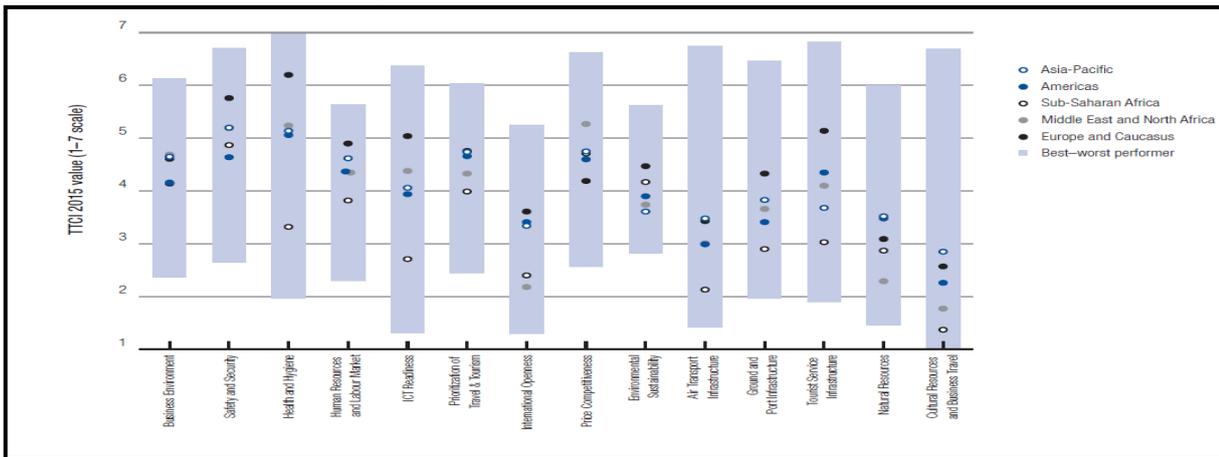
- **بيانات كمية (Quantitative Data):** هي تلك البيانات المتعلقة بأداء قطاع السياحة والسفر وقدرة القطاع على استخدام واستغلال التكنولوجيا الحديثة، ويتم الحصول على هذا النوع من المعلومات من خلال الهيئات الدولية مثل منظمة السياحة العالمية، ومجلس السياحة والسفر العالمي وكبرى الشركات العاملة في هذا القطاع، إضافة إلى النشرات الإحصائية المحلية والدولية المنشورة.

- **بيانات نوعية (Qualitative Data):** وهي بيانات يتم الحصول عليها من خلال المسوحات الميدانية (الإستقصاءات) التي يقوم بها المنتدى الاقتصادي العالمي لقياس آراء وملاحظات رجال الأعمال وصناع القرار حول الأداء السياحي في الدول المشاركة، ويتم اختيارهم بناءً على أسس تحدد من قبل المنتدى.

2-2- واقع التنافسية السياحية للدول المشاركة في منتدى دافوس سنة 2015:

واجه قطاع السياحة والسفر خلال السنوات الأخيرة تحديات عالمية تمثلت في التوترات الجيوسياسية في منطقة الشرق الأوسط وأوكرانيا إلى جنوب شرق آسيا، بالإضافة إلى تزايد التهديدات الإرهابية والخوف من انتشار الأوبئة على المستوى العالمي. وقد كان لهذه التحديات العالمية تداعيات كبيرة على صناعة السياحة والسفر لأنها تمس الشرط المسبق لنمو وتطور هذا القطاع وهي قدرة الأشخاص على السفر بأمان. وقد جاء تقرير سنة 2015 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) تحت مسمى " النمو من خلال الصدمات " * لتقييم القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر ومدى تأثرها بالأحداث السابقة الذكر لـ 141 دولة مشاركة في المنتدى والتي تم تقسيمها إلى خمس مجموعات إقليمية. ويمكن عرض نتائج مؤشر القدرة التنافسية لسياحة والسفر لهذه المجموعات الإقليمية على النحو التالي:

الشكل (2-13): مؤشر تنافسية السياحة والسفر 2015، الأداء الإقليمي مقارنة بالدول الأحسن وأسوء أداء



Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness, Op. Cit, p 8.*

¹ محمد حشماوي وسليمان فرحات، واقع وآفاق تنافسية الصناعة السياحية بالجزائر، مجلة المناجير، العدد 2، جامعة الجزائر، جوان 2015، ص 9.
* الإسم استوحى من تعرض قطاع السياحة لعدة صدمات صحية وكوارث جوية بالإضافة للأزمات المتلاحقة في العالم من عدم توفر الأمن والإرهاب في بعض الدول

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

- إقليم أوروبا: تعتبر أوروبا المنطقة الأكثر استقطاباً للسياح سنوياً حيث بلغت حصتها من السوق العالمية 51.2% سنة 2015، ويرجع الفضل في ذلك جزئياً إلى الموارد الثقافية والطبيعية التي تتمتع بها معظم دول أوروبا، وامتلاكها بنية تحتية للخدمات السياحية ذات المستوى العالمي، وتميزها بدرجة عالية من الانفتاح والتكامل الدولي، بالإضافة إلى إقامة العديد من الأحداث الرياضية والفعاليات الترفيهية والمعارض والمؤتمرات التي لعبت دور هام في جذب السياح إلى المنطقة. ولكن ليست كل دول أوروبا تتمتع بنفس القدر من هذه الإمكانيات وهذا ما يفسر الفجوات الكبيرة لمراتب الدول الأوروبية في مؤشر القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر، خاصة فيما يتعلق بمؤشر الموارد الثقافية، بيئة العمل، وتحديد أولويات قطاع السياحة والسفر.

بلغ عدد الدول المشاركة من أوروبا ومنطقة القوقاز (الدول التي تقع بين أوروبا وآسيا) 42 دولة، هيمنت فيها ستة دول أوروبية المراكز الأولى من أصل عشر مراكز وهي اسبانيا، فرنسا، ألمانيا، إنجلترا، سويسرا وإيطاليا. ولأول مرة تصدر اسبانيا التصنيف العالمي بقيمة 5.31، وهي تعتبر ثالث بلد الأكثر زيارة في العالم بما يقارب 68.2 مليون سائح وافد، وهذا الرقم في تزايد مستمر بفضل تزايد عدد الوافدين من الأسواق الناشئة مثل الصين والبرازيل والمكسيك، وهذا لامتلاكها مواقع أثرية في جميع أنحاءها فهي تضم (40) موقعاً ثقافياً ضمن قائمة التراث العالمي¹ مما جعلها تحتل المركز (1) في مؤشر الموارد الثقافية، والمركز (4) في مؤشر البنية التحتية للخدمات السياحية، فضلاً عن اعتبار قطاع السياحة والسفر من أولويات الحكومة الاسبانية (المركز 6)، إلا أنها احتلت مراكز متأخرة في كل من مؤشر بيئة العمل (مركز 100) ومؤشر تنافسية الأسعار (مركز 105).

المركز (2) كان من نصيب فرنسا بقيمة 5.24، وهي تصدر قائمة الدول الأكثر جذب سياحي في العالم بـ 84.5 مليون سائح نظراً لما تحويه من معالم تاريخية وأثرية مهمة، فهي تملك (38) موقعاً ضمن قائمة التراث العالمي² بالإضافة إلى الأماكن الثقافية كالمتاحف، الشواطئ والمنتجعات الصيفية والشتوية، وهذا ما جعلها تحتل المركز (2) في مؤشر الموارد الثقافية والطبيعية، كما أنها تملك بنية تحية متطورة سواءً تعلق الأمر بالنقل الجوي (المركز 10) أو البري والبحري (المركز 7) أو الخدمات السياحية (المركز 9). كما احتلت المركز (62) في كل من مؤشر بيئة العمل وهذا نظراً للارتفاع النسبي في معدلات الضرائب، ومؤشر السلامة والأمن الذي يعتبر مؤخرراً ضمن القضايا الحساسة التي تحتاج إلى معالجة خاصة في ظل التهديدات الإرهابية التي تتعرض إليها. ومركز متأخر بالنسبة لمؤشر تنافسية الأسعار (المركز 139).

كل من ألمانيا وإنجلترا، سويسرا وإيطاليا احتلت المركز (3) و(5) و(6) و(8) بقيمة 5.12، 4.99، 4.98 على التوالي، هولندا (14) بقيمة 4.67، البرتغال (15) بقيمة 4.64، بلجيكا (21) بقيمة 4.51، أما بالنسبة لروسيا الاتحادية (45) بقيمة 4.08، استحوذت أغلبها على مراكز متقدمة بالنسبة لمؤشر الموارد الثقافية والطبيعية، مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي والنقل البري والبحري، مؤشر الانفتاح الدولي، مؤشر

¹ UNESCO, *World Heritage list*, site: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/es>.

² UNESCO, *World Heritage list*, site: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/fr>.

الأمن والسلامة باستثناء سويسرا (المركز 107) وروسيا (المركز 126)، كما أن أغلبها تحتل مراكز متأخرة بالنسبة لمؤشر تنافسية الأسعار ولا تملك بيئة عمل تنافسية. المراتب الأخيرة في منطقة أوروبا كان من نصيب كل من مقدونيا (82)، صربيا (95) ألبانيا (106)، مولدافيا (111).

- إقليم الأمريكتان: يلعب قطاع السياحة والسفر دوراً هاماً في المنطقة والتي حصدت مجتمعة ما يقارب 192 مليون سائح سنة 2015. وبشكل عام فإن معظم دول الأمريكتين تولي اهتمام كبير لهذه الصناعة في ظل إمكانياتها خاصة الموارد الطبيعية الهائلة التي تسمح لها بتنمية هذا القطاع. ونميز هنا بين مستويين أمريكا الشمالية التي تعتبر تسهيل إجراءات السفر، تنافسية الأسعار، وتحديث مستوى البنية التحتية من الأولويات الرئيسية في البرامج التنموية لهذا القطاع، و أمريكا الوسطى والجنوبية التي تعتبر ضعف البنية التحتية خاصة فيما يتعلق بالنقل البري، بيئة العمل، قضايا الأمن والسلامة، عدم توفر الحماية الكافية لحقوق الملكية والفساد من العقبات الرئيسية التي تحد من تطوير هذا القطاع.

بلغ عدد الدول المشاركة من الأمريكتين 26 دولة هيمنت فيها دولتين المراكز الأولى من أصل عشر مراكز وهي الو.م.أ وكندا. استحوذت الو.م.أ على أعلى مرتبة في الأمريكتين المركز (4) بقيمة 5.12، وهي تمثل منطقة جذب سياحي هامة باعتبارها أكبر قوة اقتصادية في العالم تسيطر عليها سياحة رجال الأعمال بشكل كبير، تقام فيها العديد من المؤتمرات والأحداث الرياضية. تملك 23 موقعاً ضمن قائمة التراث العالمي منها 12 موقع طبعي¹، تحتل المركز (3) عالمياً في مؤشر الموارد الطبيعية والمركز (13) في مؤشر الموارد الثقافية، تتميز بيئة أعمال تنافسية (المركز 19)، بنية تحتية للنقل الجوي ذات مستوى عالي (المركز 2) ومع ذلك فإن نظام التأشيرات في الو.م.أ مقيد رغم التطورات الأخيرة في هذا النظام التي تؤدي إلى سياسة أكثر انفتاح خاصة اتجاه الصين. تتميز أيضاً ببنية تحتية للخدمات السياحية متطورة (المركز 7) كما يعتبر قطاع السياحة والسفر من أولويات الحكومة (المركز 17). ورغم ذلك هي بحاجة إلى بذل المزيد من الجهود في جوانب أخرى منها البنية التحتية للنقل البري (المركز 31)، توفير الأمن والسلامة (المركز 73) و تنافسية الأسعار (المركز 102).

المركز (10) بقيمة 4.92 كان من نصيب كندا التي استحوذت المرتبة (1) عالمياً في مؤشر البنية التحتية لنقل الجوي على خلاف النقل البري والبحري (المركز 46)، تتميز هي الأخرى ببيئة أعمال تنافسية (المركز 16)، بنية تحتية للخدمات السياحية متطورة (المركز 14)، تحتل مرتبة متقدمة في مؤشر الأمن والسلامة مقارنة بالو.م.أ (21). تليها البرازيل احتلت المركز (28) بقيمة 4.37 تليها المكسيك في المركز (30) بقيمة 4.36 وبنما المركز (34) بقيمة 4.28، ما يميز هذه الدول أنها تخصص ما قيمته (5% - 6%) من ميزانيتها لتنمية هذا القطاع، تواجه ظاهرة تفشي الجريمة والعنف وهذا مانعكس على مؤشر الأمن والسلامة المركز (104)، (124)، (89) على التوالي، تصدر الترتيب العالمي فيما يخص مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية باستثناء بنما (المركز 42)، كما أن

¹ UNESCO, *Word Heritage list*, site: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/us>.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

هذه الدول أعطت أهمية للبنية التحتية للنقل الجوي على خلاف النقل البري خاصة البرازيل التي خصصت له حجم استثمارات كبير نتيجة لاستقبالها نهائيات كأس العالم 2014 ودورة الألعاب الأولمبية 2016. المراتب الأخيرة في منطقة الأمريكتين كان من نصيب كل من فنزويلا (110)، باراغواي (113) هايتي (133) ما ميز هذه الدول أم معظم مؤشرات التنافسية لقطاع السياحة والسفر احتلت مراكز ما بعد (100).

- إقليم آسيا والباسفيك: هي منطقة واسعة النطاق وغير متجانسة، تمثل فيها كل من أوقيانوسيا والتمور الآسيوية واليابان المناطق الأكثر تطوراً لوجود بنية تحتية للنقل ذات مستوى عالمي، درجة عالية من جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالإضافة إلى موارد بشرية متميزة. ومع ذلك لوحظ أن النمو الكبير في السياحة الدولية يتركز في جنوب شرق آسيا، حيث بلغ معدل النمو السياحي فيها 8% سنة 2015 وهو أعلى معدل في المنطقة مقارنة بشمال شرق آسيا 4%، أوقيانوسيا 7%، جنوب آسيا 4%¹، ويرجع الفضل في ذلك إلى كون أسعارها تنافسية وغنية في رأس المال الطبيعي (الموارد الطبيعية، الأرض، الأنظمة الحيوية) بالإضافة إلى التوسع السريع للطبقة المتوسطة في المناطق المحيطة بها. وقد سارعت دول رابطة جنوب شرق آسيا (الآسيان) إلى تسهيل منح التأشيرات التي تسمح لحاملها بحرية السفر في جميع الدول الأعضاء، ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية فإن هذا سيؤدي إلى زيادة محتملة تصل إلى 10 مليون زائر فيها.

بلغ عدد الدول المشاركة من آسيا والباسفيك 25 دولة هيمنت فيها دولتين المراكز الأولى من أصل عشر مراكز وهي أستراليا واليابان. تصدرت أستراليا أعلى مرتبة في مؤشر القدرة التنافسية للسياحة والسفر في منطقة آسيا والباسفيك المركز (7) عالمياً بقيمة 4.98، فقد استقطبت 7.4 مليون سائح سنة 2015². تزخر بإمكانيات طبيعية سياحة هامة، فهي تملك 12 موقعاً طبيعياً ضمن قائمة التراث العالمي أشهرها الحاجز المرجاني العظيم في جزيرة الكونغر "The Great Barrier Reef"³ وبذلك تحتل المركز (2) عالمياً بالنسبة لمؤشر الموارد الطبيعية و(9) في مؤشر الموارد الثقافية، تتمتع بتكنولوجيا معلومات واتصالات ذات مستوى عالي (المركز 17)، بنية تحتية للخدمات السياحية جيدة (المركز 29) وبنية تحية للنقل الجوي متطورة (المركز 4) ولكنها بحاجة إلى المزيد من الاستثمارات في مجال النقل البري والبحري (المركز 57)، لها بيئة عمل تنافسية (المركز 28) ولكنها تفتقر لبيئة أسعار تنافسية (المركز 138)، تتمتع بقدر كافي من الأمن والسلامة (المركز 13).

تأتي اليابان في المركز (2) على مستوى الإقليم بعد أستراليا والمركز (9) عالمياً بقيمة 4.94، وقد استقطبت ما يزيد عن 19.7 مليون سائح سنة 2015⁴، مع مساهمة اقتصادية لقطاع السياحة والسفر بلغت 7.9% من الناتج المحلي الإجمالي و7.4% من إجمالي العمالة أي يوفر ما قيمته 4 722 500 وظيفة سنة

¹ World Tourism Organization, *Asia Tourism Trends*, Edition 2016, P 8.

² Organisation Mondiale du Tourisme, *Faits saillants OMT du tourisme*, Edition 2016, P 9.

³ UNESCO, *World Heritage list*, site: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/au>.

⁴ Organisation Mondiale du Tourisme, *Faits saillants OMT du tourisme*, Op .Cit, P 9.

2015¹. وتعتبر اليابان وجهة سياحية هامة في المنطقة ويرجع ذلك إلى تمتعها بموارد ثقافية غنية (المركز 6)، والمركز (10) من حيث عدد المواقع الطبيعية المدرجة ضمن قائمة التراث العالمي، بنية تحتية للنقل الجوي والبري متطورة (المركز 19، 17) على التوالي، مستوى عالي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (المركز 9)، موارد بشرية ذات مؤهلات عالية (المركز 15)، درجة انفتاح دولي عالية (المركز 16). بالنسبة لسنغافورة، هونغ كونغ ونيوزيلندا احتلت المراكز (11)، (13)، (16) بقيمة 4.64، 4.68، 4.86 على التوالي، هي الأخرى تعتبر وجهات سياحية متميزة في المنطقة، تمتلك العديد من المؤهلات السياحية التي سمحت لها بأن تستحوذ على مراتب متقدمة في معظم المؤشرات الفرعية لمؤشر القدرة التنافسية للسياحة والسفر منها البنية التحتية، السلامة والأمن، الصحة والنظافة، الموارد البشرية، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الانفتاح الدولي، رغم ذلك لم تحقق هذه الدول تنافسية سعرية ملموسة في الأنشطة السياحية حيث احتلت اليابان المركز (119)، سنغافورة المركز (116)، هونغ كونغ المركز (127) ونيوزيلندا مركز (117). المراتب الأخيرة في منطقة آسيا والباسيفيك كان من نصيب كل من باكستان (125)، بنغلادش (127)، ميانمار (134).

- إقليم الشرق الأوسط وشمال أفريقيا: بلغت حصتها من السوق العالمية حوالي 6% سنة 2015² وهي أقل حصة مقارنة بالأقاليم الأخرى، على الرغم من أن دول هذه المنطقة تعتبر وجهات ذات أسعار سياحية تنافسية بخلاف الدول السياحية الكبرى نظراً للانخفاض النسبي لأسعار المحروقات في أغلب هذه الدول بشكل عام والضرائب وتذاكر السفر بشكل خاص، كما أن العديد منها سعى لدعم قطاع السياحة والسفر من خلال زيادة حجم الاستثمارات الموجهة لتنمية هذا القطاع عن طريق تطوير البنية التحتية وتوفير أفضل الخدمات السياحية، إلا أن عدم الاستقرار السياسي والأمني في المنطقة كان له الأثر السلبي على نمو الحركة السياحية فيها، إضافة إلى صعوبات أخرى منها انخفاض درجة الانفتاح الدولي وعدم جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ونميز هنا ثلاث مستويات، المستوى الأول هي تلك الدول التي خلقت بيئة عمل قوية وبنية تحتية سليمة وظلت آمنة نسبياً وهي أعلى خمس دول في القائمة تتمثل في الإمارات العربية، قطر، البحرين، المغرب والسعودية، المستوى الثاني هي تلك الدول التي تتمتع بجاذبية سياحية هائلة ولكنها شهدت اضطرابات تتعلق بالسلامة والأمن بالإضافة إلى بنية تحتية غير مؤهلة وتتمثل في مصر، تونس، الأردن ولبنان، المستوى الثالث وهي تلك الدول التي لم تستفد بشكل كاف من قدراتها السياحية وتتمثل في الكويت، الجزائر، اليمن، موريتانيا.

بلغ عدد الدول المشاركة من الشرق الأوسط وشمال أفريقيا 16 دولة استحوذت فيها دولة الإمارات العربية المركز (1) على مستوى المنطقة و (24) عالمياً تليها قطر في المركز (43)، البحرين المركز (60)، المغرب المركز (62) أما المراتب الأخيرة كانت من نصيب الجزائر وموريتانيا واليمن (123)، (137)، (138) على التوالي.

¹ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Japan Report, Edition 2016, P 1.*

² World Tourism Organization, *Tourism Highlights, Edition 2016, Op .Cit, P 4.*

- إقليم أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى: يعزى إمكانات صناعة السياحة في المنطقة إلى ما تمتلكه من موارد طبيعية وثقافية، إلا أنه بالنظر إلى الحصة المتواضعة التي تؤول إلى هذه البلدان في السوق السياحية العالمية 3% سنة 2015¹ وتركز النشاط السياحي في عدد محدود منها، فإنه يتضح أنّ قدرًا كبيراً من تلك الإمكانيات لم يستغل بعد على النحو المنشود، ومع إدراك هذه الدول بأهمية قطاع السياحة كفرصة لتحفيز التنمية بادرت إلى وضع خطط استراتيجية لتطوير هذا القطاع منها تسهيل نظام التأشيرات السياحية وإبرام العديد من الاتفاقيات الثنائية لخدمات النقل الجوي، إلا أنها مازالت تعاني من عقبات تحول دون جذب السياح الدوليين كعدم الاستقرار السياسي، انتشار الفساد، ضعف السياسات السياحية، عدم كفاية الموارد المالية المتاحة لتمويل التنمية السياحية، تدني مستوى البنية التحتية، الافتقار إلى المهارات والكوادر الفنية المدربة، ضعف خدمات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، مع الإشارة إلى أن بعض الدول استطاعت أن تحقق نقلة نوعية فيمل يخص هذه الجوانب مثل جنوب أفريقيا، سشيل، موريشيوس وناميبيا.

بلغ عدد الدول المشاركة من أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى 32 دولة احتلت أغلبها مراتب متدنية في مؤشر القدرة التنافسية للسياحة والسفر، تصدرت جنوب أفريقيا المركز (1) على مستوى الإقليم و(48) عالمياً بقيمة 4.08، تتميز هذه الدولة بمواردها الطبيعية الغنية فهي تتمتع بوفرة الحياة البرية مما جعلها تحتل المركز (20) في مؤشر الموارد الطبيعية والمركز (24) من حيث الطلب على السياحة الطبيعية ورغم ذلك فإن 8% من الحياة البرية مهددة بالانقراض وحوالي 6.5% فقط من الغطاء النباتي محمي، تتميز أيضاً ببيئة عمل إيجابية (المركز 15) بيئة أسعار تنافسية (المركز 42) وبنية تحتية جيدة نسبياً مقارنة بالدول المجاورة خاصة بالنسبة للبنية التحتية للنقل الجوي والخدمات السياحية وما عزز ذلك هو حجم الاستثمارات المخصصة لتطوير البنية التحتية نتيجة استقبالها نهائيات كأس العالم 2010 مما يسمح لها باستضافة العديد من الفعاليات الترفيهية الكبيرة، كما أن قطاع السياحة والسفر يعتبر من أولويات الحكومة (المركز 42). ورغم ذلك هناك تحديات تواجه القدرة التنافسية للبلاد بوجه عام والقدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر بوجه خاص منها قضايا الأمن والسلامة (المركز 119) والصحة والنظافة (المركز 114) درجة الانفتاح الدولي (المركز 102) إضافة إلى نظام تأشيرات صارم ومقيد مقارنة بالدول الأخرى (المركز 67).

تأتي سشيل في المركز (2) على مستوى الإقليم بعد إفريقيا الجنوبية والمركز (56) عالمياً بقيمة 4.00، يعتبر قطاع السياحة والسفر من القطاعات الرئيسية في البلاد فهو يساهم بـ 62.1% من الناتج المحلي الإجمالي و61.9% من إجمالي العمالة أي يوفر ما قيمته 28 000 وظيفة سنة 2015، كما أن 28.7% من إجمالي الاستثمارات موجهة لهذا القطاع². وهذا ما يفسر المرتبة المتقدمة (8 عالمياً) من حيث تحديد أولويات قطاع السياحة والسفر في الدولة، تتوفر على بنية تحتية متطورة للنقل البحري (المركز 24) والنقل البري والبحري (المركز

¹ Organisation Mondiale du Tourisme, *Faits saillants OMT du tourisme Op .Cit, P 4.*

² World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Seychelles Report, Edition 2016, P 1.*

(29)، والخدمات السياحية (المركز 15)، كما ركزت على تحسين سياساتها البيئية للمحافظة على الموارد الطبيعية وقد انعكس ذلك على تحسين مركزها العالمي من حيث الاستدامة البيئية (المركز 6)، وهي بحاجة إلى المزيد من الجهود في السلامة والأمن (المركز 86)، الانفتاح الدولي (المركز 87)، تنافسية الأسعار (المركز 123).

بالنسبة لموريشيوس وناميبيا وكينيا وبوتسوانا احتلت المراكز (56)، (70)، (78)، (88) على التوالي، تميزت على العموم بيئة عمل مواتية نسبياً، مستويات أفضل لسلامة والأمن مقارنة بالدول الأخرى باستثناء دولة كينيا (المركز 131)، حققت هذه الدول تنافسية سعرية ملموسة في الأنشطة السياحية وميزة تنافسية عالية من حيث مواردها الطبيعية باستثناء دولة الموريشيوس (المركز 141، 131) على التوالي، وهي بحاجة إلى بذل المزيد من الجهود في قضايا الصحة والنظافة، الموارد البشرية والبنية التحتية، الانفتاح الدولي وجاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. المراكز المتأخرة كوجهات سياحية في أفريقيا جنوب الصحراء كانت من نصيب أنغولا (المركز 139)، غينيا (المركز 140)، تشاد (المركز 141) وقد احتلت مراكز متأخرة في معظم مؤشرات التنافسية لقطاع السياحة والسفر¹.

ثالثاً: مساهمة السياحة في الاقتصاد العالمي

أكد المجلس العالمي للسياحة والسفر بأن قطاع السياحة والسفر يمثل 9.8% من الناتج المحلي الإجمالي العالمي و6.1% من الصادرات العالمية ونحو 4.3% من الاستثمارات العالمية سنة 2015. ومازال هذا القطاع يلعب دوراً بارزاً ومحركاً رئيسياً لخلق فرص العمل من خلال توفير 283 مليون فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة، بما يعادل وظيفة واحدة في قطاع السياحة من بين 11 وظيفة على المستوى العالمي، والعدد مرشح للارتفاع في توفير وظيفة واحدة من أصل 10 وظائف بحلول عام 2022. ونحاول هنا إبراز الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة والسفر على المستوى العالمي من خلال قياس مساهمته في الصادرات والناتج المحلي الإجمالي والتشغيل.

3-1- مساهمة السياحة في الصادرات العالمية:

قدّرت مساهمة قطاع السياحة والسفر سنة 2015 بـ 6.1% من مجموع الصادرات العالمية بقيمة 1308.9 مليار دولار، وتعتبر هذه النسبة جيدة إذا ما عرفنا أن هناك أكثر من أربعين نشاط وقطاع فرعي وثنائي يساهمون في الصادرات العالمية. ومن المتوقع أن تصل قيمة صادرات السياحة الى 2056 مليار دولار محافظة على نفس النسبة سنة 2026².

وبالنسبة للأقاليم الجغرافية فقد حقق قطاع السياحة والسفر في أفريقيا أكبر مساهمة بـ 9.0% من إجمالي صادراتها، تليه الأمريكتان بـ 7.5%، ثم إقليم الشرق الأوسط بـ 6.3%، أما بالنسبة لأوروبا التي تحتل الصدارة في

¹ أنظر الملحقين 03 و04.

² World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, World Report, Edition 2016, P 7.*

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

حركة السياحة الدولية وعائداتها فنسبة مساهمتها كانت أقل من المتوسط العالمي في حدود 5.7% وهذا ما ينطبق على إقليم آسيا والباسفيك بـ 5.5%. والجدول التالي يوضح لنا ذلك.

الجدول (2-3): مساهمة السياحة في الصادرات سنة 2015

الصادرات السياحية (مليار دولار)	% من الإجمالي	الشرق الأوسط	الصادرات السياحية (مليار دولار)	% من الإجمالي	العالم
72.5	6.3		1308.9	6.1	
506.7	5.7	أوروبا	46.7	9.0	أفريقيا
386.0	5.5	آسيا والباسفيك	297.0	7.5	الأمريكتان

Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Regional Reports, Edition 2016.*

وعلى المستوى الدولي ومن خلال الجدول (2-4) يتبين أن السياحة شكلت النشاط الاقتصادي الرئيسي تقريباً في جزر المالديف، إذ بلغت نسبة المساهمة في صادراتها أكثر من 84% وهذا يعني أنها تشكل أكثر من ثلثي صادراتها، مما يدل على أهميتها الكبيرة في تجارتها الخارجية. كما حققت دول سياحية أخرى مثل تايلند وتركيا وإسبانيا نسبة تجاوزت 10% وهذا يعني أن السياحة قد دخلت دائرة التنافس مع قطاعات إنتاجية مهمة صناعية وزراعية وخدمية في هذه الدول. بينما لم تتجاوز هذه النسبة 10% في ال.م.أ وفرنسا وكانت أقل من المتوسط العالمي في كل من روسيا وألمانيا والصين.

الجدول (2-4): مساهمة السياحة في الصادرات لعدد من دول العالم سنة 2015

الدول	الصادرات السياحية (مليون دولار)	% من الإجمالي	الدول	الصادرات السياحية (مليون دولار)	% من الإجمالي
جزر المالديف	2 908.1	84.8	ال.م.أ	189 712.0	8.4
تايلند	49 007.7	17.9	فرنسا	48 159.1	7.2
تركيا	35 487.7	17.9	روسيا	13 332.3	3.5
إسبانيا	61 866.3	15.7	ألمانيا	43 513.0	2.7
هونغ كونغ	43 909.1	7.2	الصين	61 189.3	2.6

Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition 2016.*

3-2- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي:

بلغت المساهمة الاجمالية لقطاع السياحة والسفر في الناتج المحلي الاجمالي العالمي 9.8% ما يعادل 7170.3 مليار دولار منها 3.0% مساهمة مباشرة بـ 2229.8 مليار دولار سنة 2015، ومن المتوقع أن تصل هذه النسبة الى 10.8% بقيمة 10986.5 مليار دولار منها 3.4% مساهمة مباشرة بـ 3469.1 مليار دولار

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

بحلول سنة 2026¹. وقد تفوق هذا القطاع من حيث مساهمته في الناتج العالمي على كل من قطاع صناعة المواد الكيميائية 8.6%، قطاع الزراعة 8.5%، قطاع التعليم 8.4%، قطاع صناعة السيارات 7.0% وقطاع الخدمات المصرفية 5.9%².

وبالنظر الى توزيع نسبة مساهمة قطاع السياحة والسفر في الناتج المحلي الاجمالي للأقاليم سنة 2015، نجد ان إقليم أوروبا سجل أعلى نسبة مساهمة بـ 9.6% بقيمته اجمالية قدرت بـ 1896.0 مليار دولار، منها 698.7 مليار دولار مساهمة مباشرة. ومن المتوقع ان تصل هذه المساهمة الى 10.5% من اجمالي الناتج المحلي الأوروبي سنة 2026. ونشير هنا الى أن حجم الاستثمار السياحي في هذا الاقليم بلغ 4.8% من اجمالي الاستثمارات بقيمة 186.6 مليار دولار³. يليه إقليم الأمريكتان وإقليم آسيا والباسفيك بمساهمة اجمالية 8.6% و 8.5% على التوالي، ثم اقليم أفريقيا بـ 8.1%، وأخيراً اقليم الشرق الأوسط بـ 8.0%.

ولا يختلف ترتيب هذه الأقاليم في نسبة المساهمة المباشرة بشكل كبير اذ تصدرت أوروبا المركز الأول بنسبة مساهمة 3.5%، بينما احتل اقليم افريقيا المركز الثاني بـ 3.3% على غرار المركز الرابع في المساهمة الإجمالية، أما المركز الثالث كان من نصيب الأمريكتان والشرق الأوسط بـ 3.0%، في حين المركز الأخير كان من نصيب اقليم آسيا والباسفيك بمساهمة مباشرة كانت أقل من المتوسط العالمي قدرت بـ 2.7%. وهذا ما يبرزه الجدول التالي:

الجدول (5-2): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي سنة 2015

المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي	إجمالي المساهمة (المباشرة وغير المباشرة)		المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي	الناتج المباشر للسياح (مليار دولار)	العالم
	% من الإجمالي	الناتج الإجمالي للسياحة (مليار دولار)			
9.8	7 170.3	3.0	2 229.8	العالم	
9.6	1 896.0	3.5	698.7	أوروبا	
8.6	2 166.6	3.0	748.6	الأمريكتان	
8.5	2 016.8	2.7	635.9	آسيا والباسفيك	
8.1	180.0	3.3	74.3	أفريقيا	
8.0	194.5	3.0	72.4	الشرق الأوسط	

Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Regional Reports, Edition 2016*.

وعلى المستوى الدولي نلاحظ من خلال الجدول (6-2) أن جزر المالديف تصدرت المركز الأول عالمياً من حيث المساهمة المباشرة والإجمالية لهذا القطاع في ناتجها المحلي بـ 96.5% و 52.4% على التوالي⁴. أما بالنسبة

¹ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, World Report, Op. Cit, P 7*.

² WTTC, *How does Travel & Tourism compare to other sectors, Global Report, Edition 2015, P 1*.

³ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Europe Report, Edition 2016, P 7*.

⁴ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Maldives Report, Edition 2016, P 8*.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

للدول التي تعتبر الرائدة في حركة السياحة الدولية فكانت مساهمتها الإجمالية معتبرة في البعض منها كتايلند بـ 20.8%، هونغ كونغ بـ 20.8%، اسبانيا 16.0%. في حين أن دول أخرى مثل فرنسا، ألمانيا، الو.م.أ، الصين وروسيا كانت نسبة المساهمة الاجمالية أقل من المتوسط العالمي والتي تراوحت ما بين 9.1% و 5.7%.

الجدول (2-6): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لعدد من دول العالم سنة 2015

الدول	المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي		إجمالي المساهمة (المباشرة وغير المباشرة)	
	الناتج المباشر للسياحة (مليون دولار)	% من الإجمالي	الناتج الإجمالي للسياحة (مليون دولار)	% من الإجمالي
جزر المالديف	1 436.2	52.4	2 643.1	96.5
تايلند	36 407.1	9.3	81 588.9	20.8
هونغ كونغ	25 020.7	8.0	60 600.2	19.5
اسبانيا	68 843.9	5.8	192 013.0	16.0
تركيا	35 897.8	5.0	91 552.1	12.9
فرنسا	89 156.5	3.7	221 053.0	9.1
ألمانيا	130 746.0	3.9	299 747.0	8.9
الو.م.أ	487 967.0	2.7	1 469 850.0	8.2
الصين	224 005.0	2.1	853 801.0	7.9
روسيا	17 855.8	1.5	69 720.7	5.7

Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition 2016.*

3-3- مساهمة السياحة في التشغيل العالمي:

تشير احصاءات لمجلس العالمي للسياحة والسفر أن قطاع السياحة والسفر يوفر على المستوى العالمي أكثر من 283 مليون فرصة عمل، أي ما يوازي 9.5% من العمالة الاجمالية منها 3.6% عمالة مباشرة سنة 2015. ومن المتوقع أن تصل نسبة المساهمة الاجمالية لهذا القطاع 11% أي ما يقارب 371 مليون فرصة عمل بحلول سنة 2026¹. كما أشار المجلس أن حجم العمالة في هذا القطاع قد فاق كل من حجم العمالة في قطاع صناعة السيارات بـ 7 مرات وقطاع صناعة المواد الكيماوية بـ 5 مرات، بينما قطاع الصناعة المصرفية وصناعة الخدمات المالية فقد تجاوزهما بـ 4 مرات ومرتين على التوالي².

وعلى مستوى الاقليمي نلاحظ من خلال الجدول (2-7) اختلاف الترتيب في المساهمة في التشغيل مقارنة بالمساهمة في الناتج العالمي، اذ تصدرت الأمريكتان قائمة الترتيب بـ نسبة بلغت 9.7% وقد تجاوزت بذلك

¹ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, World Report, Op .Cit, P 7.*

² WTTC, *How does Travel & Tourism compare to other sectors, Global Report, Op .Cit, P 3.*

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

المتوسط العالمي، تليها أوروبا بـ 9.1% ثم اقليم آسيا والباسفيك بـ 8.6%، في حين أن الترتيب الأخير كان من نصيب كل من اقليم الشرق الأوسط وإقليم افريقيا بـ 7.8% و 7.2% على التوالي.

الجدول (7-2): مساهمة السياحة في التشغيل سنة 2015

الدولة	المساهمة المباشرة في التشغيل		إجمالي المساهمة (المباشرة وغير المباشرة)	
	التشغيل المباشر (بالألف)	% من الإجمالي	إجمالي التشغيل (بالألف)	% من الإجمالي
العالم	107 833	3.6	283 578	9.5
الأمريكتان	16 805	3.8	42 509	9.7
أوروبا	14 229	3.6	35 848	9.1
آسيا والباسفيك	65 197	3.7	152 585	8.6
الشرق الأوسط	2 519	3.3	5 920	7.8
أفريقيا	9 083	3.0	21 956	7.2

Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Regional Reports, Edition 2016.*

وعلى المستوى الدولي احتلت جزر المالديف المركز الخامس عالمياً من حيث المساهمة الإجمالية لهذا القطاع في التشغيل بـ 60.4% والمركز الرابع عالمياً من حيث المساهمة المباشرة بـ 30.2%¹. أما بالنسبة لكل من هونغ كونغ، إسبانيا تايلند، ألمانيا، فرنسا والو.م.أ فقد تجاوزت نسبة مساهمة هذا القطاع المتوسط العالمي بنسب تراوحت ما بين 17.7% و 9.6%. وهذا بخلاف كل من الصين، تركيا، وروسيا. والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول (8-2): مساهمة السياحة في التشغيل لعدد من دول العالم سنة 2015

الدولة	المساهمة المباشرة في التشغيل		إجمالي المساهمة (المباشرة وغير المباشرة)	
	التشغيل المباشر (بالألف)	% من الإجمالي	إجمالي التشغيل (بالألف)	% من الإجمالي
جزر المالديف	47.3	30.2	94.5	60.4
هونغ كونغ	328.0	8.6	672.8	17.7
اسبانيا	937.3	5.2	2 901.5	16.2
تايلند	2 402.3	6.3	5 869.7	15.4
ألمانيا	3 010.6	7.0	5 234.6	12.2
فرنسا	1 170.3	4.2	2 795.5	10.1
الو.م.أ	5 633.2	3.8	14 247.9	9.6
الصين	22 489.6	2.9	65 096.8	8.4
تركيا	599.9	2.3	2 192.8	8.3
روسيا	973.5	1.4	3 749.6	5.2

Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition 2016.*

¹ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Maldives Report, Op. Cit, P 8.*

المبحث الثالث: إتجاهات السياحة العربية ومساهمتها في الاقتصاد العربي

على الرغم من كل الأهمية التي يلقاها قطاع السياحة عالمياً والشاهد على ذلك الأرقام الكبيرة لعدد السياح والعائدات السياحية، إلا أنها لا تعطي بهذا الثقل من الاهتمام في الوطن العربي على الرغم من امتلاكه المقومات السياحية التي تمكنه من أن يكون طرفاً مؤثراً في السياحة العالمية. وفي هذا السياق سنتطرق هنا الى خصائص وأداء القطاع السياحي العربي والمعوقات التي تقف في طريق تنميته، بالإضافة الى تحليل القدرة التنافسية لهذا القطاع في الدول العربية بناءً على مؤشر التنافسية السياحية الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي سنة 2015.

أولاً: مقومات وتحديات السياحة العربية

تتوفر في الوطن العربي إمكانات سياحية فريدة لا تتوفر لغيره من الأقاليم السياحية في العالم، وتمتلك معظم الدول العربية المقومات الأساسية لتطوير السياحة فيها وصولاً إلى التكامل في العروض السياحية الذي من شأنه أن يزيد نصيب الدول العربية من السياحة العالمية. رغم ذلك تواجه السياحة فيها تحديات كبيرة تعيق تنمية هذا القطاع وتحول دون بروزه كمناطق سياحية إستراتيجية في العالم. ونستعرض هنا أهم المقومات السياحية في الوطن العربي والتحديات التي تواجهها.

1-1- مقومات السياحة العربية:

يحتل الوطن العربي موقعاً جغرافياً يمتاز بخصائص جيواستراتيجية وجيواقتصادية متميزة، جعلت منه إقليمياً مركزياً ضمن المحيطين الإقليمي والدولي، ومحط أنظار القوى العظمى القديمة والحديثة لإقامة العلاقات معه. فهو يقع بين دائري عرض 2° جنوباً و37,5° شمالاً وبين خطي طول 60° شرقاً و17° غرباً ماعدا دولة جزر القمر التي تقع عند دائرة عرض 12، يبلغ امتداده من الشرق إلى الغرب 6000 كم ومن الشمال إلى الجنوب 4000 كم¹.

وتقسّم دول الوطن العربي إلى قسمين كبيرين هما دول الجناح الآسيوي وتشمل العراق وسوريا ولبنان والأردن وفلسطين، اليمن ودول مجلس التعاون الخليجي الست وهي المملكة العربية السعودية، سلطنة عمان، الإمارات العربية المتحدة، قطر والبحرين والكويت. ودول الجناح الإفريقي وتشمل مصر والسودان، جيبوتي والصومال وجزر القمر، ودول المغرب العربي وتضم ليبيا وتونس، الجزائر والمغرب وموريتانيا².

¹ إبراهيم الفاعوري، جغرافية الوطن العربي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 11.

² فتحي محمد أبو عيانة، جغرافية الوطن العربي، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2007، ص ص 12- 13.

* تقديرات 2015.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

وتبلغ مساحة الوطن العربي نحو 14 مليون كم² بحجم سكان يقدر بـ 389.4 مليون نسمة*، تصل فيه نسبة مساحة جناح الوطن العربي الآسيوي نحو 23% من إجمالي مساحته، في حين تصل نسبة مساحة جناح الوطن العربي الإفريقي 77% من مجمل مساحته، وبذلك يحتل المرتبة الثانية عالمياً بعد روسيا بـ 17.1 كم² متفوقاً على كل من كندا والصين والولايات المتحدة الأمريكية والبرازيل وهذا ما يوضحه الجدول التالي¹:

الجدول (2-9): ترتيب مساحة الوطن العربي بالنسبة لمساحة عدد من دول العالم

الدولة	المساحة (مليون كم ²)	الرتبة	الدولة	المساحة (مليون كم ²)	الرتبة
روسيا الاتحادية	17.1	1	الصين	9.6	4
الوطن العربي	14	2	الو.م.أ.	9.4	5
كندا	10	3	البرازيل	8.5	6

المصدر: عبد الفتاح لطفي عبد الله، جغرافية الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص 24.

ويعد الوطن العربي مكاناً جذاباً للسياح من جميع أنحاء العالم وذلك لامتداده الشاسع في الشرق الأوسط ولاحتوائه على معالم حضارية مهمّة، كونه مهد للحضارات القديمة كالحضارة الفرعونية في واد النيل وحضارة آشور وبابل في أراضي الرافدين والحضارة الفينيقية في بلاد الشام. وقبل نحو 4000 سنة وحتى الحرب العالمية الأولى، سيطرت على أجزاء الوطن العربي بدرجات متفاوتة سلسلة من الإمبراطوريات القديمة كالبابلية، والأشورية، والفارسية، والرومانية، والبيزنطية، والأموية، والعباسية، والعثمانية، والأوروبية. كما تعرض الوطن العربي لغزوات وخضع لسيطرة إمبراطوريات أخرى كالأرامية، والفينيقية، والنبطية².

كل هذا جعل الدول العربية تملك ما يقارب نصف أثار العالم وتضم العديد من المواقع المدرجة على قائمة التراث العالمي وفقاً لمنظمة اليونسكو، فهي تحتوي على أكثر من 66 معلماً وموقعاً تراثياً عربياً صنفوا معظمهم بالتراث الثقافي ما عدا القلة منهم صنفت بالتراث الطبيعي كالحديقة الوطنية (أشكل) في تونس ووادي حيتان في مصر والوادي المقدس وغابة أرز الرب في لبنان أو المختلط كالموقع التراثي تسالي ناجير في الجزائر على قائمة التراث العالمي.

¹ عبد الفتاح لطفي عبد الله، جغرافية الوطن العربي، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 24.

² المرجع السابق، ص 27.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

الجدول (2-10): عدد المواقع الأثرية في الدول العربية حسب تصنيف اليونسكو

الدولة والعدد	المواقع الأثرية	نوع التراث	تاريخ إدراجها
السعودية (2)	مدائن صالح، الدرعية	ثقافي	2008، 2011
الأردن (3)	البتراء، قصر عمرة، أم الرصاص	ثقافي	1985، 2004
الإمارات (1)	مواقع العين الثقافية (حفيت، هيلي، بدع بنت سعود، مناطق الواحات)	ثقافي	2011
البحرين (2)	قلعة البحرين، مرفأ قلم وعاصمة دلمون	ثقافي	2005، 2012
تونس (8)	مدرج الجم، مدينة تونس، موقع قرطاج الحديقة الوطنية مدينة كركوان البونيقية ومقبرتها، القيروان، مدينة سوسة، دقة	ثقافي طبيعي ثقافي	1979 1980 1985، 1988، 1997
الجزائر (7)	قلعة بني حماد، وادي ميزاب، مدينة جميلة، تيمقاد، تيبازة تاسيلي ناجير، القصبة	ثقافي مختلط، ثقافي	1980، 1982 1982، 1992
عمان (4)	قلعة بهلاء، بات والخطم، أرض اللبان، الأفلاج	ثقافي	1987، 1988، 2000، 2006
العراق (3)	مدينة الحضر، آشور (قلعة شرقايط)، مدينة سامراء	ثقافي	1985، 2003، 2007
السودان (3)	جبل بركل وجزء من إقليم نبتة، المواقع الأثرية في جزيرة مروى	ثقافي	2003، 2011
سوريا (6)	مدينة دمشق القديمة، مدينة بصرى القديمة جزء من الميرا (مدينة تدمر)، مدينة حلب القديمة قلعة صلاح الدين، القرى القديمة في شمال سوريا	ثقافي	1979، 1980 1980، 1986 2006، 2011
لبنان (5)	عنجر، بعلبك، بيبلوس، صور، قاديشا (الوادي المقدس)	ثقافي	1984، 1998
ليبيا (5)	الموقع الأثري سيرين، مدينة لبة الأثرية، الموقع الأثري صبراتة، جبال أكاكوس الصحرية، البلدة القديمة غدامس	ثقافي	1982 1985، 1986
مصر (7)	أبو مينا، طيبة القديمة مع المدافن، القاهرة التاريخية ممفيس ومقبرتها، الآثار النوبية منطقة سانت كاترين، وادي حيتان	ثقافي طبيعي ثقافي	1979 1979 2002، 2005
المغرب (8)	مدينة فاس، مدينة مراكش، قصر أيت بنت حدو مدينة مكناس التاريخية، الموقع الأثري فولوبليس مدينة تطوان، مدينة الصويرة مدينة مازاكان البرتغالية (الجديدة)	ثقافي	1981، 1985، 1987 1996، 1997 1997، 2001 2004
اليمن (4)	الجدران القديمة من شبام، مدينة صنعاء القديمة مدينة زبيد التاريخية، أرخبيل سقطري	ثقافي ثقافي، طبيعي	1982، 1986 1993، 2008

Source: UNESCO, Word Heritage list, URL: <http://whc.unesco.org/en/list/&order=country>.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

كما توجد العديد من المعالم السياحية الدينية في الوطن العربي التي تزيد من أهميتها الحضارية منها المسجد الحرام والمسجد النبوي في السعودية، المسجد الأقصى في فلسطين، جامعة الأزهر في مصر، جامع بني أمية الكبير في سوريا، جامعة القروين ومسجد الحسن الثاني في المغرب، جامع الامام الأعظم في العراق والجامع الكبير في سمراء العراق، جامع عقبة بن نافع في القيروان بتونس، جامع الزيتونة في تونس، مسجد الشيخ زايد في أبو ظبي بدولة الامارات العربية¹.

وتحتوي الدول العربية العديد من المتاحف التي تضم القطع الأثرية واللوحات الفنية القديمة وألوان الثقافة والعلوم والفنون مثل المتحف الروماني اليوناني بالاسكندرية، متحف التراث الانساني بالسعودية، المتحف الأثري الوطني ببيروت، المتحف الأثري الشعبي بالكويت، المتحف الأثري الوطني بتونس، متحف مراكش الوطني بالمغرب، متحف الفنون الجميلة بالأردن² وغيرها من المتاحف العربية التي تجذب إليها عدد كبير من السياح سنوياً، والجدول التالي يظهر لنا عدد الزائرين للمتاحف والأماكن الأثرية في بعض الدول العربية لسنوات متفرقة.

الجدول (2-11): عدد الزائرين للمتاحف والأماكن الأثرية في بعض الدول العربية لسنوات متفرقة

الدولة	العدد	الدولة	العدد
مصر (2014)	31 500 000	قطر (2015)	413 820
فلسطين (2015)	184 898	عمان (2015)	941 172
الأردن (2013)	2 477 067	البحرين (2014)	263 922
لبنان (2010)	947 418	الكويت (2015)	88 104
تونس (2011)	666 899	اليمن (2012)	136 779

المصدر: جامعة الدول العربية، الدول العربية أرقام ومؤشرات، العدد السادس، جانفي 2017.

كما تحتوي الدول العربية على طاقة فندقية تتباين فيما بينها بشكل كبير، حيث تزداد عدد الفنادق عن الألف فندق في كل من المغرب (3006)، الجزائر (1185)، مصر (1124)، السعودية (1098)، في حين تقتصر على 98 فندق في قطر و84 فندق في الكويت.

لكن توزيع عدد الفنادق حسب فئاتها يظهر بعداً آخر، فهو يختلف بشكل كبير وفقاً للوضع الاقتصادي للدولة وطبيعة السياح الوافدين إليها. نجد مثلاً أن الفنادق من فئة النجمتين والثلاث نجوم نسبتها 67.4% من الطاقة الفندقية في السعودية وهو ما يتناسب مع طبيعة السياح القادمين إليها من حيث كونها في معظمها سياحة دينية على شكل أفواج كبيرة وخلال فترات محددة حيث تحرص على تخفيض تكلفة الإقامة قدر الإمكان. كما نجد أن أكثر من 60% من الطاقة الفندقية بالجزائر والمغرب يصنف في فئة أخرى والتي تتضمن المنتجعات

¹ فيصل شياد، مرجع سبق ذكره، ص 69.

² محمد عباس إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 192.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

والشاليهات وبيوت الشباب وهو أيضا ما يتناسب مع كون معظم السياح الزائرين لهما من أوروبا والذين يقصدونهما لقضاء العطلات على السواحل. كما ترتفع هذه النسبة أيضاً في كل من تونس والأردن ومصر، فيما ترتفع نسبة الفنادق المصنفة ضمن فئة خمس نجوم في الامارات العربية والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول (2-12): توزيع الطاقة الفندقية حسب فئات التصنيف الفندقي لبعض الدول العربية سنة 2015

إجمالي عدد الفنادق	فئة الفنادق (%)						الدول العربية
	أخرى	*	**	***	****	*****	
3 006	63.5	8.5	8.4	8.6	7.8	3.2	المغرب
1 185	79.1	12.6	3.9	3.3	0.5	0.7	الجزائر
1 124	47.4	5.5	10.9	14.2	10.5	11.5	مصر
1 098	-	47.4	20.0	20.5	4.3	7.7	السعودية
848	32.3	8.5	15.6	19.6	17.6	6.3	تونس
558	56.2	10.8	11.2	10	5.6	6	الأردن
553	-	7.5	8.5	16.4	26.0	41.5	الامارات
544	-	23.9	34.5	23.7	14.2	3.9	لبنان
318	-	58.5	22.3	8.5	7.2	3.5	عمان
111	-	1.8	9.0	29.7	45.0	14.4	البحرين
98	-	2.0	6.1	28.6	23.5	39.8	قطر
84	56.0	2.4	6.0	13.1	11.9	10.7	الكويت

المصدر: جامعة الدول العربية، الدول العربية أرقام ومؤشرات، العدد السادس، جانفي 2017.

1-2- تحديات السياحة العربية:

رغم كل ما تتمتع به معظم الدول العربية من ميزة نسبية من حيث جذب السياح، لاسيما من حيث مواقع السياحة الثقافية وأسعارها المنخفضة، لا يزال نصيبها من السياحة العالمية أدنى بكثير من إمكاناتها، بعبارة أخرى لا يزال هناك العديد من المعوقات التي تقف حجرة عثرة أمام تنمية هذا القطاع الحيوي في تلك البلدان وعلى رأسها تردي الظروف الأمنية التي تعد شريان الحياة لهذا القطاع. ويمكن عرض أهم تلك المعوقات على النحو الآتي¹:

- نقص المهارة الفنية وضعف النشاط الترويجي: على الرغم من توفر الوعي والدراية بالأهمية الاقتصادية التي تكتسبها السياحة كصناعة وما لها من أثر ايجابي كمصدر لضخ العملات الأجنبية ولخلق فرص العمل، فإنه في

¹ مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي: آفاق وتحديات، 2008، أنقرة، ص ص 25-26.

الكثير من الحالات يوجد نقص في المعرفة السياحية والكوادر المتخصصة. ومما يعرقل الوضع هو غياب أو ضعف الدعاية والنشاط الترويجي للسياحة في مختلف وسائل الإعلام نتيجة لنقص نظم الاتصالات ومحدودية الخدمات التكنولوجية المتوفرة.

- **نقص البنى الأساسية السياحية:** تفتقر الكثير من البلدان العربية إلى البنى الأساسية اللازمة لإرساء وتطوير قطاع سياحي مستدام، والتي من أهمها الفنادق وخدمات الإيواء والنقل والاتصالات والاستعلامات، مما يصعب معه الإيفاء بالمعايير الدولية للمنشآت والخدمات التي يحتاجها السائح.

- **نقص الاستثمارات السياحية:** بينما يعتبر الاستثمار في الخدمات أحد النشاطات الاقتصادية الراسخة في البلدان المتقدمة، فهو لا يزال متأخراً في البلدان النامية. فالاستثمار في المشاريع الخدمية وخصوصاً السياحة منها، كثيراً ما يُنظر إليه في البلدان النامية على أنه نشاط محفوف بالمخاطر. لذلك، فعلى الرغم من تمتعها بالمقومات السياحية الطبيعية، فانه من الصعب على الكثير من هذه البلدان خاصة الفقيرة والأقل نمواً منها أن تحصل على التمويل اللازم لمشاريعها السياحية حتى وان نجحت في التعامل مع مشاكل تحديد وتخطيط تلك المشاريع.

- **غياب السياسات والاستراتيجيات السياحية المتناسقة:** لا تزال الكثير من البلدان العربية تعاني من صعوبة في انتهاز سياسات سياحية متكاملة. ويرجع ذلك عموماً إلى تضارب السياسات بين الإدارات الحكومية المعنية والوكالات السياحية الخاصة وتناقض مصالحهما. وكثيراً ما يكون هذا الوضع مصحوباً بنقص في مستوى الإدارة القوية والأطر التنظيمية والمؤسسية في النشاط السياحي.

- **نقص التنوع السياحي:** يشهد النشاط السياحي العالمي الحديث اتجاهاً متزايداً نحو التنوع والتغيير مما يصعب معه على الكثير من الدول العربية، بما فيها تلك التي لديها قطاع سياحي متقدم نسبياً، أن تواكب التغيرات السريعة والمعقدة في متطلبات السياح. ومما لاشك فيه أنه في ظل المنافسة الحادة التي تعيشها السوق السياحية العالمية وظهور مراكز سياحية جديدة، فان تهيئة الظروف من أجل قيام قطاع سياحي حديث ليس بالأمر السهل.

- **نقص الأمن السياحي:** يأتي أمن وسلامة السياح في مقدمة الأسس التي ترتكز عليها أي صناعة سياحية ناجحة. لذا، فمن الواجب أن يشكل الأمن أحد الأهداف الأساسية للتخطيط والإدارة السياحيين. فالمشاكل المتعلقة بأمن السائح، سواء كانت حاصلة أو متوقعة، تؤثر سلباً على سمعة البلد المضيف. وفي هذا السياق، فان انتشار التوقعات السلبية وغياب الاستقرار السياسي يلعبان دوراً سلبياً بالنسبة لآفاق السياحة لدى الكثير من البلدان العربية.

ثانيا: التدفقات البشرية والنقدية للسياحة العربية

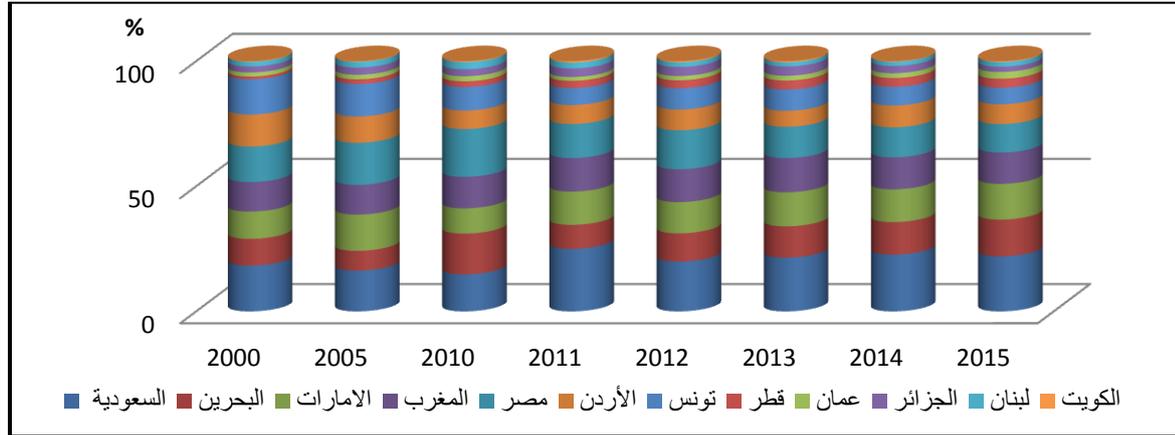
ان حجم التدفقات البشرية والنقدية للسياحة العربية تشكل نسبة ضئيلة من السياحة العالمية مقارنة بالأقاليم الأخرى. وهذا ما نحاول الاحاط به من خلال استعراض تطور مؤشرات السياحة في الدول العربية.

2-1- السياحة العربية الدولية:

تشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة الى أن عدد السياح الوافدين الى الدول العربية يشكل نسبة ضئيلة من إجمالي السياح على المستوى العالمي، حيث بلغ حوالي 82 مليون* سائح سنة 2015 بنسبة 6.9%* من عدد السياح في العالم، ويعتبر هذا العدد أقل مقارنة بعدد السياح الوافدين الى دولة فرنسا لوحدها. وان ضعف نصيب الدول العربية من السياحة العالمية راجع بالدرجة الأولى الى الأوضاع غير المستقرة التي يعيشها الوطن العربي، سواء على الصعيد السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي.

وتتركز حركة السياحة الدولية في خمس دول عربية شكلت في المتوسط حوالي 73%* من جملة حركة السياح الوافدة الى الدول العربية خلال الفترة (2000-2015). وتمثل هذه الدول في السعودية، البحرين، الامارات، المغرب ومصر، ويصعب ترتيب الأهمية النسبية لكل واحدة من هذه الدول الخمس المذكورة نظراً لتغير ترتيبها من سنة الى أخرى حسب حركة السياحة العالمية، الا أنها تبقى كمجموعة في صدارة المقاصد السياحية العربية. وفي المقابل تنخفض حركة السياح الوافدة في خمس وجهات عربية تمثل في كل من قطر، عمان، الجزائر، لبنان والكويت، اذ لم تتجاوز نسبة السياحة الوافدة اليها 4%* خلال نفس الفترة، وهذا ما يظهره الشكل أدناه.

الشكل (2-14): الأهمية النسبية لحركة السياحة الدولية الوافدة إلى الدول العربية للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الملحق 05.

وعادة ما يشار إلى القدرات الاستيعابية للدول في مجال الجذب السياحي وتوفير الخدمات المختلفة للسائحين بمؤشر نسبة عدد السياح إلى عدد السكان. ونجد في الدول السياحية الكبرى أن هذه النسبة تتجاوز 100% أي أن الدولة قادرة على استقبال عدد من السائحين على مدار السنة أكثر من تعداد سكانها مع توفير

* النسب والمجاميع تخص احصائيات 12 دولة عربية فقط.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

كافة الخدمات لهم من إقامة وانتقالات وغذاء، وغيره. وقد بلغت هذه النسبة سنة 2015 في كل من النمسا 312%، اسبانيا 148%، فرنسا 131%.

أما على مستوى الدول العربية فقد تجاوزت هذه النسبة 100% في ثلاث دول عربية خلال سنة 2015، وهي البحرين (869.6%)، الإمارات (133.7%)، قطر (121.0%). ويمكن ملاحظة أن ما يجمع بين هذه الدول الثلاثة هو أنها دول ينخفض فيها عدد السكان بشكل كبير الى جانب كونها دول ذات دخول مرتفعة وإنفاق كبير على البنية التحتية بالشكل الذي يمكنها من تقديم خدمات لعدد أكبر بكثير من تعداد سكانها. أما بالنسبة لباقى الدول العربية فقد حققت هذه النسبة مستويات معقولة خاصة اذا ما قورنت بالنسبة على مستوى العالم.

وتبقى هناك ثلاثة دول عربية تنخفض فيها نسبة عدد السياح الى عدد السكان عن المتوسط العالمي (16.2%) وهي مصر (10.5%)، الكويت (5.3%) والجزائر (4.3%) وتختلف أسباب انخفاض النسبة في الدول الثلاثة، فنجد في مصر أنه على الرغم من كونها تتبادل مع السعودية في معظم الأحيان المرتبة الأولى والثانية من حيث عدد السياح في الدول العربية، كما تملك طاقة فندقية ضخمة تؤهلها لاستقبال أكثر من 38% من جملة أعداد السياح إلى الدول العربية، إلا أن ضخامة حجم السكان بها (88.9 مليون نسمة) تساهم في خفض هذه النسبة. بالإضافة الى انخفاض معدل نمو السياح في السنوات الأخيرة بسبب التوترات الأمنية التي تشهدها. أما بالنسبة للكويت فان انخفاض النسبة يأتي من انخفاض نسبة السياح الوافدين اليها، اذ شكلت 0.3% من اجمالي عدد السياح في اثني عشر دولة عربية سنة 2015. وبالنسبة للجزائر فان التركيز على السياحة مع الدول الأوروبية، وضعف تنوع المنتج السياحي ونقص الخدمات يلعب الدور الأساسي في انخفاض نسبة السياح إلى عدد السكان فيها.

الجدول (2-13): نسبة السياح إلى عدد السكان في الدول العربية سنة 2015

الدولة	عدد السكان (بالألف)	عدد السياح (بالألف)	النسبة (%)	الدولة	عدد السكان (بالألف)	عدد السياح (بالألف)	النسبة (%)
البحرين	1 380	12 000	869.6	تونس	11 154	5 359	48.0
الإمارات	8 718	11 657	133.7	لبنان	3 793	1 518	40.0
قطر	2 423	2 930	121.0	المغرب	33 656	10 177	30.2
الأردن	6 823	6 477	94.9	مصر	88 958	9 328	10.5
السعودية	31 521	17 994	57.1	الكويت	4 023	220	5.3
عمان	4 159	2 163	52.0	العالم	7336000	1186000	16.2
الجزائر	39 950	1 710	4.3				

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على: - معطيات الملحق 05.

- منظمة الأقطار العربية المصدرة للبتول (أوابك) الموقع: <http://oapecdbsys.oapecorg.org:8080/apex/f?p=101:54>
- l'Institut national d'études démographiques, *Population & Sociétés*, bulletin mensuel d'information, numéro 525, septembre 2015, P 02.

2-2- السياحة العربية البينية:

تظهر بيانات السياحة العربية البينية الى تواضع نسبتها التي تراوحت ما بين (44.3%-48.3%)* خلال الفترة 2005 و2014، وذلك مقارنة بنظيراتها في الأقاليم الأخرى، حيث بلغت هذه النسبة في أوروبا 87% وفي آسيا والباسفيك نحو 78% والأمريكيتين 75%¹.

ويشير الجدول (2-14) الى وجود اختلاف كبير فيما بين الدول العربية من حيث اعتمادها على السياحة العربية والسياحة الأجنبية. ففي حين تعتمد السياحة الوافدة في بعض الدول العربية بدرجة عالية على السياحة العربية وفقاً لبيانات 2014، وخاصة السعودية (76.0%)، البحرين (74.0%)، قطر (87.0%)، الأردن (72.3%)، تعتمد في بعض الدول الأخرى على السياحة الأجنبية بدرجة مرتفعة وتتضمن كل من عمان (20.0%)، مصر (17.0%)، الجزائر (9.5%)، المغرب (2.9%)، بينما تنتهج كل من تونس (51.9%)، الكويت (38.8%)، لبنان (38.0%) سياسة التنوع المتوازن بين السياحة العربية والأجنبية.

الجدول (2-14): السياحة العربية البينية (عدد السياح العرب، % من الاجمالي) سنتي 2005-2014

الدول	السعودية	البحرين	قطر	الأردن	تونس	مصر
2005	العدد (بالألف)	5 858	2 919	296	4 408	1 703
	%	72.9	74.5	32.4	85.7	20.6
2014	العدد (بالألف)	13 879	7734	2 552	3 391	1 635
	%	76.0	74.0	87.0	72.3	51.9
2005	الدول	الكويت	لبنان	عمان	المغرب	الجزائر
	العدد (بالألف)	49	637	207	131	33
2014	%	47.1	55.8	23.2	2.2	2.3
	العدد (بالألف)	77	519	304	298	218
2014	%	38.8	38.0	20.0	2.9	9.5

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- معطيات الملحق 05.

- جامعة الدول العربية، النشرة الاحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، 2016.

وبينما يؤكد بعض الاقتصاديين على ارتفاع درجة التنوع في الطلب السياحي في سوق ما يعتبر ميزة هامة تمكن هذا السوق من التخفيف من درجة الصدمات الخارجية، فان البعض الآخر يؤكد على ضرورة العمل أولاً على زيادة نسبة السياحة العربية البينية، وذلك لمبررات عديدة من بينها²:

* النسب تخص احصائيات 11 دولة عربية فقط.

¹ World Tourism Organization, *Tourism Towards 2030 -Global Overview*, Op .Cit, P 41.

² المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية، الكويت، 2006، ص 121.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

- يتولد عن السياحة العربية البينية دخل سياحي أعلى، حيث يميل السائح العربي لتكرار الزيارة والبقاء لفترة أطول كما أنه أكثر انفاقاً.
- تساهم السياحة العربية البينية في زيادة التعاون التجاري والصناعي العربي.
- يحقق الانفاق السياحي العربي البيني زيادة في الدخل الوطني لدول عربية شقيقة بطريقة مباشرة وغير مباشرة، وما يصاحب ذلك من تنمية اقتصادية واجتماعية وتحسن وضع ميزان المدفوعات لكثير من الدول العربية.
- توفر السياحة العديد من فرص العمل لاستيعاب العدد الكبير من الشباب الذين يدخلون سوق العمل سنوياً ومن ثم تقلل من تفاقم مشكلة البطالة التي أصبح إيجاد حلول لها تحدياً وأمرأ ملحاً في كثير من الدول العربية.
- تقلل السياحة العربية من مخاطر تقلبات السياحة الدولية سريعة التأثير بالأحداث والاشاعات، وبخاصة تلك المتعلقة بقرارات سياسية تستهدف الضغط الاقتصادي على الدول السياحية العربية عن طريق منع زيارة رعايا الدول الأجنبية للأقطار السياحية العربية أو التحذير منها.
- تقلل السياحة العربية من فرص احتكار الشركات العالمية لتنظيم الرحلات الدولية، والتي تحصل على النصيب الأكبر من كلفة هذه الرحلات، كما أنها تحصل على تخفيضات كبيرة من مقدمي الخدمات السياحية المحليين.
- تشجع السياحة العربية البينية على قيام الاستثمارات العربية المشتركة وخاصة في ظل تنوع مجالات الاستثمار السياحي في المنطقة العربية من حيث التنوع والحجم والكلفة والعائد، بما يناسب مختلف أحجام رأس المال وطموحات المستثمرين.
- وتملك الدول العربية العديد من المقومات والعوامل التي تسمح لها بزيادة نصيبها من السياحة البينية نذكر¹:
 - **قرب المسافة بين الدول العربية:** حيث لا تستغرق الرحلة بالطائرة أكثر من ثلاث ساعات بين دول المشرق العربي، أما بين لبنان والأردن فلا تحتاج أكثر من نصف ساعة وكذلك الحال بينها وبين مصر فهي أقل من ساعة. بينما المسافة بين دول الخليج العربي وبين دول المغرب العربي فهي قصيرة جداً مما ينعكس هذا على تكاليف الرحلة السياحية فيما بين الدول العربية.
 - **الاتصال الجغرافي البري:** ان هذا الاتصال أسهل وفي متناول طبقات المجتمع المختلفة كما هو الحال بين لبنان والأردن، البحرين والامارات والسعودية، وتونس والمغرب والجزائر. حيث أن الوصول يكون بالسيارات الخاصة أو بالباصات وعبر شركات سياحية منظمة.
 - **اللغة الواحدة:** تعتبر اللغة أداة تواصل بين البشر ووسيلة للتفاهم والإدراك، وهي سبب مهم لجعل الرحلة السياحية ممتعة وناجحة. وقد تكون سبب مهم من أسباب رغبة السفر الى وجهة محددة، وهذا هو حال السياح العرب عندما يزورون بعض الدول العربية للسياحة، حيث يشعرون أنهم في أوطانهم.

¹ كمال شكيب حماد، نحو إستراتيجية لتطوير السياحة العربية، الندوة العلمية الأمن السياحي، تونس، 2012، ص ص 16-17.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

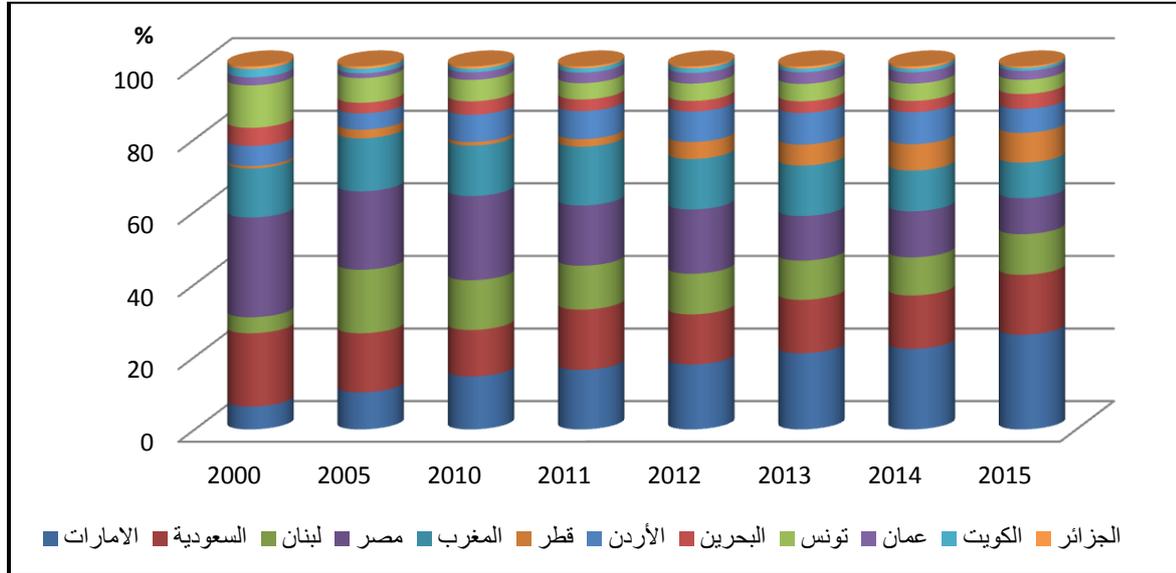
- التقاليد والعادات المتقاربة: ان زيارة بلد يتمتع بتقاليد وعادات متقاربة يؤمن للسياح قسطاً من الطمأنينة والارتياح كما يخفف عنهم أعباء التكيف مع عادات وتقاليد جديدة.

2-3- عائدات السياحة في الدول العربية:

تعد عائدات السياحة التي تحصل عليها المنطقة العربية محدودة للغاية اذا ما قورنت باجمالي عائدات السياحة العالمية، حيث بلغت نسبة عائدات المنطقة 3.6%* من اجمالي العائدات العالمية بقيمة 16 927 مليون* دولار سنة 2000، وان شهدت تزايداً سنة 2015 لتصل الى 4.9%* بقيمة 61 370 مليون* دولار، الا أن السمة العامة هي انخفاض نسبة عائدات السياحة في الوطن العربي، ويفسر ذلك الى محدودية الحركة السياحية الوافدة اليها بالاضافة الى تميزها بمستويات أسعار متوسطة وبالتالي فان السياح الذين يتوجهون اليها لا يحتاجون الى مبالغ كبيرة ينفقونها خلال رحلتهم.

وعلى المستوى الفردي نلاحظ من خلال الشكل (2-15) أن عائدات السياحة في الدول العربية بلغت مستويات متباينة من دولة الى أخرى، اذ تتركز بدورها في خمس دول عربية وهي تقريباً نفس الدول التي احتلت الصدارة في عدد السياح الوافدين اليها، وتتمثل في الامارات، السعودية، لبنان، مصر، المغرب، وقد استحوذت هذه الدول في المتوسط على حوالي 72%* من عائدات السياحة العربية خلال الفترة (2000-2015). في حين تبقى الدول الأخرى تحقق نسب منخفضة من عائدات السياحة العربية خاصة الجزائر التي لم تتعدى فيها نسبة 0.7%* خلال نفس الفترة.

الشكل (2-15): الأهمية النسبية لعائدات السياحة في الدول العربية للفترة (2000-2015)



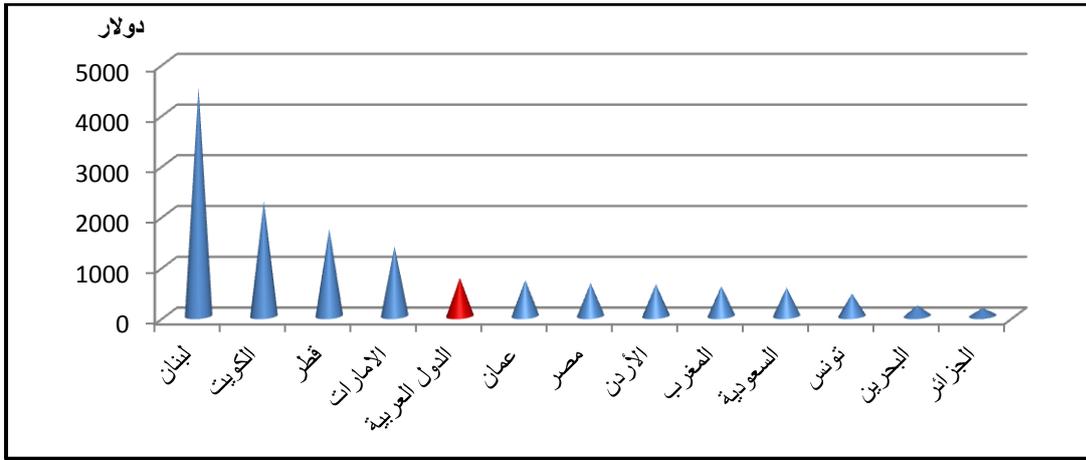
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الملحق 06.

* النسب والجاميع تخص احصائيات 12 دولة عربية فقط.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

ولقد بلغ متوسط العائدات السياحية مقابل السائح الواحد في الدول العربية 753 دولار سنة 2015. وفي نفس السنة تم تسجيل أعلى عائدات سياحية مقابل الفرد الواحد في لبنان بـ 4517 دولار تليها الكويت بـ 2268 دولار، قطر بـ 1718 دولار، الامارات العربية بـ 1376 دولار، وقد تجاوزت هذه الدول الأربع المتوسط العالمي لعائدات السياحة من كل سائح والمقدر بـ 1062 دولار. في حين سجلت الدول الأخرى قيم أقل من متوسط الدول العربية وهي عمان 712 دولار، مصر 650 دولار، الأردن 628 دولار، المغرب 590 دولار، السعودية 563 دولار، تونس 440 دولار، البحرين 209 دولار، وأخيراً الجزائر بـ 157 دولار.

الشكل (2-16): عائدات السياحة العربية من كل سائح وافد سنة 2015



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الملحق 05 و06.

ثالثاً: تنافسية قطاع السياحة على مستوى الدول العربية

بلغ عدد الدول العربية المشاركة في المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) سنة 2015، والذي يهدف إلى قياس القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر 14 دولة عربية. تميزت مشاركة هذه الدول على العموم بالتراجع في الترتيب مقارنة بالتقرير الصادر سنة 2013، ويعزى ذلك إلى التوترات السياسية والقيود المؤسسية والهيكلية العديدة التي تعاني منها أغلب الاقتصاديات العربية والتي حالت دون استغلال نجاح لهذا القطاع واكتسابه مزايا تنافسية. ويمكن عرض نتائج تنافسية قطاع السياحة والسفر للدول العربية سنة 2015 ومقارنته بنتائج سنة 2013 من خلال الجدول التالي:

الجدول (2-15): ترتيب الدول العربية وفقاً لمؤشر تنافسية السياحة والسفر سنتي 2013-2015

ترتيب 2015			الدول العربية	ترتيب 2013			الدول العربية
عالمياً (141 دولة)	عربياً (14 دولة)	القيمة		عالمياً (140 دولة)	عربياً (13 دولة)	القيمة	
24	1	4.43	الإمارات	28	1	4.86	الإمارات
43	2	4.09	قطر	41	2	4.49	قطر
60	3	3.85	البحرين	55	3	4.30	البحرين
62	4	3.81	المغرب	57	4	4.29	عمان
64	5	3.80	السعودية	60	5	4.18	الأردن
65	6	3.79	عمان	62	6	4.17	السعودية
77	7	3.59	الأردن	69	7	4.04	لبنان
79	8	3.54	تونس	71	8	4.03	المغرب
83	9	3.49	مصر	85	9	3.88	مصر
94	10	3.35	لبنان	101	10	3.61	الكويت
103	11	3.26	الكويت	132	11	3.07	الجزائر
123	12	2.93	الجزائر	133	12	2.96	اليمن
137	13	2.64	موريتانيا	134	13	2.91	موريتانيا
138	14	2.62	اليمن	47	5	4.41	تونس (2011)

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness, Report 2011*, P 19.

- World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness, Report 2013*, P 23.

- World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness, Report 2015*, Op .Cit, P 18.

نلاحظ من خلال الجدول التباين في مؤشر التنافسية السياحية بين الدول العربية الذي تراوحت قيمته بين (2.62-4.43). تصدرت الإمارات المتحدة المركز (1) عربياً و(24) عالمياً بنقطة إجمالية بلغت 4.43 متقدمة بـ (3) مراكز عن تقرير سنة 2013 وبذلك أدرجت ضمن قائمة أفضل 30 دولة حول العالم في تنافسية السياحة والسفر. تمتاز الإمارات بحملاتها الترويجية والتسويقية وتظاهراتها الثقافية والرياضية والإعلامية على مدار العام، إضافة إلى تسهيل نظام التأشيرات السياحية مما جعلها بيئة جذب هامة للسياح ورجال الأعمال، حققت ترتيباً متميزاً من حيث البنية التحتية (8 عالمياً) خاصة في مجال النقل الجوي (3 عالمياً) وهذا يعكس حجم الاستثمارات الموجهة لتطوير هذا القطاع، تتمتع بيئة أعمال مواتية لتنمية هذه الصناعة (4 عالمياً) وجاهزية عالية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (16 عالمياً) وموارد بشرية ذات كفاءة عالية (22 عالمياً)، كما تعتبر وجهة سياحية آمنة (3 عالمياً) خاصة في ظل السلوكيات الإيجابية لمواطنيها اتجاه السياح. حققت الإمارات ترتيباً متأخراً فيما يتعلق بالموارد

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

الطبيعية نظراً لبيئتها الصحراوية (95 عالمياً) وهي بحاجة إلى بذل المزيد من الجهود فيما يخص مجال الخدمات الصحية والنظافة (69 عالمياً).

دولة قطر صنفت في المرتبة (2) عربياً و(43) عالمياً بنقطة إجمالية بلغت 4.09 حيث تراجعت ب مركزين عن تقرير سنة 2013، تعد قطر مركزاً لتبادل الرحلات عبر العالم فهي تمتاز بتوافر الأمن (3 عالمياً) وموارد بشرية مؤهلة ومدربة (14 عالمياً)، بنية تحتية قوية خاصة في مجال النقل الجوي والبري (34 عالمياً)، حققت ترتيب متميز في مجال تنافسية أسعار السياحة والسفر (19 عالمياً) والتي مردها انخفاض الرسوم على تذاكر الطيران وعلى دخول المطارات وانخفاض الضرائب بشكل عام، بالإضافة إلى انخفاض أسعار الوقود داخل الدولة. تبقى مشكلة قطر في ضعف مواردها الطبيعية والثقافية (114 عالمياً) وعدم انفتاحها على العالم الخارجي (125 عالمياً).

البحرين جاءت في المرتبة (3) عربياً و(60) عالمياً بقيمة بلغت 3.85 تراجعت ب (5) مراكز عن تقرير سنة 2013 ويعود ذلك إلى الأحداث التي شهدتها خلال السنوات الماضية والتي كان لها تأثير على الأمن العام (71 عالمياً)، رغم ذلك فهي تتوافر على بنية تحتية متطورة (33 عالمياً) خاصة في مجال النقل البري (11 عالمياً) جاهزية عالية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (15 عالمياً)، كما تمتلك ميزة تنافسية عالية في أسعار السياحة والسفر (18 عالمياً). تبقى مشكلة البحرين في ضعف الاستدامة البيئية (104 عالمياً)، لذا فان تحسينها يمكن أن يحسن من ترتيبها في مؤشر التنافسية السياحية في العالم.

المغرب صنفت في المرتبة (4) عربياً و(62) عالمياً بنقطة إجمالية بلغت 3.81 متقدمة ب (9) مراكز عن تقرير سنة 2013. تعد السياحة قطاعاً استراتيجياً في البلد، حيث تولي له الحكومة المغربية اهتماماً كبيراً وهذا ما يفسر اعتلالها المرتبة (26) عالمياً من حيث إعطاء الأولوية لهذا القطاع. وفي سنة 2015 اعتبر المغرب أول وجهة سياحية في أفريقيا متقدماً على كل من جنوب أفريقيا ومصر وذلك بفضل سياسة سياحته القائمة على أساس تنوع الأسواق المصدرة¹. وما يجذب السياح الأجانب إلى المغرب هو غناها بالتراث والموارد الثقافية (39 عالمياً) وكذا مواردها الطبيعية بما في ذلك منتجعاتها السياحية المتميزة، استقرار أوضاعها الأمنية والسياسية (37 عالمياً)، مناخ جيد للاستثمار (10 عالمياً)، بنية تحتية جيدة نسبياً (68 عالمياً). على الرغم من ذلك فهي بحاجة إلى بذل المزيد في مجالات أخرى تعتبر ضرورية لتنمية وتطوير هذا القطاع، منها رفع كفاءة الموارد البشرية (107 عالمياً) وذلك من خلال زيادة الاستثمار في تدريب الموظفين (105 عالمياً)، اهتمام بالصحة والنظافة (98 عالمياً) خاصة في مجال الحصول على مياه الشرب الصالحة (110 عالمياً).

المملكة العربية السعودية احتلت المرتبة (5) عربياً و(64) عالمياً بنقطة إجمالية بلغت 3.80 حيث تراجعت ب مركزين عن تقرير سنة 2013. وقد تمكنت من استقطاب عدد كبير من السياح الدوليين الذين

¹ المغرب أول وجهة سياحية في أفريقيا سنة 2015، جريدة الأيام 24، 3 أبريل 2016، الموقع الإلكتروني:

<http://www.alayam24.com/articles-21864.html>

يقصدونها بشكل رئيسي من أجل العمل أو السياحة الدينية، تميزت بامتلاكها بيئة عمل ايجابية لتنمية هذه الصناعة (23 عالمياً) مع أسعار تنافسية (11 عالمياً)، بيئة آمنة (29 عالمياً)، بنية تحتية للنقل الجوي جيدة (40 عالمياً) مع الحاجة إلى المزيد من الاستثمار في مجال النقل البري (60 عالمياً) والبنية التحتية للخدمات السياحية (67 عالمياً). مع ذلك تبقى السعودية منغلقة بشكل عام كوجهة للسياحة الترفيهية، حيث احتلت المرتبة (100 عالمياً) من ناحية الأولوية الحكومية لقطاع السياحة والسفر والمرتبة (138 عالمياً) من ناحية الانفتاح الدولي، ومن حيث متطلبات الحصول على التأشيرة بما فيها تأشيرة الحج والعمرة احتلت المرتبة (140 عالمياً).

عمان حصلت على المرتبة (6) عربياً و(65) عالمياً بتحقيقها 3.79 نقطة، وحسب جداول التقرير العالمي فان السلطنة تبوّأت المراكز الأولى عالمياً في خمس مؤشرات فرعية أولها مؤشر الضرائب الذي جاء ضمن مؤشرات تنافسية بيئة الأعمال، مؤشر عدم التأثير بالإرهاب ضمن معيار الأمن والسلامة، مؤشر قلة نقص انتشار فيروس نقص المناعة البشرية ومؤشر حالات الملاريا من كل 100 ألف نسمة ضمن معيار الصحة والنظافة، مؤشر توفر كبرى شركات تأجير السيارات ضمن معيار البنية الأساسية للخدمات السياحية، بالإضافة إلى اعتلالها المركز (8) في مؤشر جودة الطرق. رغم ذلك فهي بحاجة إلى بذل المزيد من الجهود في جوانب أخرى منها كفاءة الموارد البشرية في سوق العمل (90 عالمياً)، الانفتاح الدولي (119 عالمياً)، الاستدامة البيئية (74 عالمياً).

الأردن حصلت على المرتبة (7) عربياً و(77) عالمياً بتحقيقها 3.59 نقطة متخلفة بـ (17) مركزاً مقارنة بتقرير سنة 2013. وعلى الرغم من اعتبار قطاع السياحة والسفر من أولويات الحكومة الأردنية (19 عالمياً) إلا أن قدرة الأردن على الجذب السياحي تراجعت كثيراً في ترتيب الوجهات السياحية على مستوى العالم والمنطقة بشكل خاص. وقد فرضت الحكومات المتعاقبة على قطاع السياحة والسفر زيادات ضريبية أدت إلى ارتفاع أسعار الخدمات المقدمة إلى السياح وارتفاع أسعار تذاكر السفر إلى الأردن مما أفقدتها قدرتها التنافسية، وهذا ما يفسر المرتبة (70 عالمياً) لمؤشر تنافسية الأسعار. كما أشار التقرير أيضاً إلى تراجع الأردن مقارنة بالتقرير السابق في كل من مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي (73 عالمياً) والبنية التحتية للنقل البري (82 عالمياً)، مؤشر الاستدامة البيئية (84 عالمياً)، مؤشر الموارد الطبيعية والثقافية (127 عالمياً). في حين عرف أداء أفضل في كل من مؤشر بيئة العمل في القطاع (35 عالمياً)، مؤشر الأمن والسلامة (41 عالمياً)، جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال (65 عالمياً).

بالنسبة لتونس فان الاضطرابات الأخيرة التي شهدتها أثرت سلباً على ترتيبها في مؤشر التنافسية السياحية 2015، حيث حصلت على المرتبة (8) عربياً و(79) عالمياً بتحقيقها 3.54 نقطة متخلفة بـ (32) مركز عن تقرير سنة 2011. وبعدها كانت تونس تأتي في المراتب الأولى فيما يتعلق بأولويات السياحة والسفر لدى الدولة نتيجة ارتفاع الإنفاق الحكومي على قطاع السياحة وإتباع سياسة ترويجية فعالة، بالإضافة إلى تمتعها بمقومات بشرية ذات كفاءة والأمن من العنف والإرهاب والتي كانت أحد أهم المزايا التنافسية لقطاع السياحة التونسي، تراجع ترتيبها في هذه المؤشرات بشكل ملحوظ من المرتبة (8 عالمياً) و(27 عالمياً) و(56 عالمياً) في تقرير 2011

إلى المرتبة (44 عالمياً) و(87 عالمياً) و(98 عالمياً) في تقرير 2015 على التوالي. وهذا ينطبق على معظم المؤشرات الفرعية الأخرى منها بيئة الأعمال، البنية التحتية للنقل الجوي والبري، الصحة والنظافة و الاستدامة البيئية، ويعود ذلك إلى تدهور الأوضاع الأمنية، عدم الاستقرار في بيئة الأعمال بالإضافة إلى إطار مؤسسي أكثر عرضة للفساد. رغم ذلك فهي تحتفظ بميزتها التنافسية في أسعار السياحة والسفر (7 عالمياً) بفضل انخفاض الأسعار فيها.

مصر بسبب تعافيتها من الأوضاع الأمنية والسياسية نسبياً استعادة البعض من المزايا التي فقدتها وأخرت ترتيبها الأعوام الماضية، حيث صنفت في المرتبة (9) عربياً و(83) عالمياً بتحقيقها 3.49 نقطة بعدما كانت تحتل المرتبة (85) من بين (140) دولة سنة 2013. على الرغم من ذلك فإن ترتيبها يبقى متأخراً مقارنة بحجم الاستثمارات الموجهة لقطاع السياحة والسفر من طرف الحكومة حيث احتلت المرتبة (23 عالمياً). ومن بين أسباب عدم تصدر مصر مراتب متقدمة بين الدول المتنافسة، تدني كفاءة البنية التحتية والقوانين الاستثمارية السياحية غير محفزة، إضافة إلى مؤشرات الأمن والسلامة. وجاءت مصر بمؤشر تكاليف قطاع الأعمال لمكافحة العنف والجرائم في المرتبة (135 عالمياً) بتراجع 6 مراتب عن التقرير السابق، وفي المرتبة (72 عالمياً) متقدمة بـ 54 مركزاً في مؤشر تأهيل القوى العاملة و(63 عالمياً) في مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي فيما تراجع مؤشر جودة الطرق بـ 11 مركزاً ليحتل الترتيب (118 عالمياً)، وسجل مؤشر الاستدامة البيئية لمصر تقدماً بـ 44 مركزاً لتحتل المرتبة (77 عالمياً) مقارنة بالمرتبة (121 عالمياً) في تقرير 2013، كما حققت ترتيب في مؤشر تعداد المزارات الثقافية والأثرية بـ 5 مراكز لتحتل الترتيب (34 عالمياً). وتم تصنيف مصر بأنها أرخص دولة سياحية في العالم بعد إيران حيث احتلت المرتبة (2) عالمياً في مؤشر تنافسية أسعار الفنادق والخدمات السياحية، نظراً لانخفاض أسعار الخدمة السياحية المقدمة بالمقصد المصري مقارنة بنظيراتها من الدول الأخرى.

سجل لبنان نتيجة 3.35 في مؤشر التنافسية 2015 ليحتل بذلك المرتبة (10) عربياً و(94) عالمياً متخلفاً بـ 25 مركز عن تقرير 2013. كما برز كأعلى وجهة لتحويلات المغتربين من ألمانيا وأمريكا حسب تقرير أصدرته مجموعة البنك الدولي مؤخراً¹. وتعود أسباب تراجع لبنان في التصنيف العالمي بسبب الأزمات المتتالية التي ضربت لبنان كان آخرها توتر العلاقات اللبنانية الخليجية خاصة بعدما منعت دول خليجية رعاياها من السفر إلى لبنان. وعند النظر في المؤشرات الفرعية التي اعتمدها التقرير فقد حقق لبنان أداء أفضل في مؤشر أولوية قطاع السياحة والسفر (29 عالمياً)، البنية التحتية للخدمات السياحية (33 عالمياً)، الصحة والنظافة (39 عالمياً). في المقابل شملت نقاط الضعف في لبنان مؤشر الموارد الطبيعية (140 عالمياً)، الأمن والسلامة (130 عالمياً)، الموارد البشرية في سوق العمل (112 عالمياً)، والاستدامة البيئية (129 عالمياً).

¹ لبنان 94 عالمياً في مؤشر تنافسية السفر والسياحة، جريدة الأنباء الإلكترونية، 11 ماي 2015، الموقع: <http://www.anbaaonline.com>

الكويت حصدت مرتبة متأخرة سواءً على الصعيد العربي أو العالمي (11) و(103) على التوالي بقيمة إجمالية بلغت 3.26. ومن الترتيب يلاحظ أن نقاط القوة التي تتمتع بها الكويت في مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر تعد محدودة بشكل عام، وهي تنحصر في مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال (39 عالمياً) والتنافسية السعرية (37 عالمياً)، ونسبياً في بيئة الأعمال (46 عالمياً) والأمن والسلامة (43 عالمياً). وتتعدد نقاط الضعف في مؤشرات الكويت بصورة واضحة، تتمثل أبرزها في أن السياحة ليست على رأس قائمة الأولويات التنموية (135 عالمياً)، صعوبة متطلبات الحصول على التأشيرة السياحية (120 عالمياً)، ضعف الاستدامة البيئية التي تعتبر ركن هام في الجذب السياحي (136 عالمياً)، عدم كفاءة الموارد البشرية (135 عالمياً)، ضعف درجة انفتاح قطاع السياحة (132 عالمياً)، بالإضافة إلى ضعف البيئة الطبيعية نظراً للطبيعة القاسية للمناخ الذي يحتم عليها ابتكار برامج وخدمات سياحية تتوافق مع التقلبات العنيفة للمناخ (137 عالمياً).

الجزائر كانت في ذيل الترتيب العربي والعالمي، حيث حصدت المرتبة (12) و(123) على التوالي بقيمة إجمالية بلغت 2.93. وعلى الرغم من تقدمها ب (9) مراكز عن تقرير سنة 2013، إلا أن هذا القطاع أقل تنافسية من نظيره في تونس والمغرب بل انه بعيد تمام البعد عن مستوى التنافسية عالمياً وحتى عربياً. ويرجع احتلالها لهذه المرتبة المتدنية رغم الاستقرار الأمني إلى ضعف الترويج للمنتوج السياحي المحلي رغم الثروات الطبيعية والتراث الثقافي والتاريخي التي تزخر به البلاد (المرتبة 33 في عدد المزارات الثقافية والأثرية). إضافة إلى عوامل أخرى تتمثل أهمها في عدم إعطاء الحكومة لقطاع السياحة والسفر أي أولوية كقطاع حيوي يمكن أن يساعد على تنويع مصادر الإنتاج ورفع مستويات التوظيف وتخفيض اعتمادها على مصدر شبه وحيد للدخل (139 عالمياً)، لا يمثل الإنفاق الحكومي على تطوير هذا القطاع أهمية تذكر (130 عالمياً)، اللوائح المقيدة على تأشيرة الدخول السياحية (135 عالمياً)، تدني مستوى البنية التحتية للنقل الجوي والبحري (133 عالمياً)، ضعف الإمكانيات والمؤهلات السياحية التي تملكها البلاد والتي تؤكد استحالة استقبال الأجانب (138 عالمياً)، ضعف جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (105 عالمياً)، عدم كفاءة الموارد البشرية في سوق العمل (109 عالمياً) وغيرها من المجالات التي احتلت في أغلبها مراتب ما بعد (100). وعموماً وبناءً على هذا الوضع يستوجب على السلطات والهيئات المعنية البحث عن السبل الكفيلة لنهوض بالقطاع السياحي الذي يمكن أن يكون مصدر دخل إضافي للدولة.

موريتانيا واليمن تعتبران من أسوأ الوجهات السياحية في المنطقة باحتلالهما المرتبتين الأخيرة على المستوى العربي و(137)، (138) على المستوى العالمي بتحقيقها 2.64 نقطة و2.62 نقطة على التوالي. ويعكس هذا الترتيب المنخفض لهما التحديات التي تواجههما من أجل تحسين القدرة التنافسية وتعزيز النمو الاقتصادي، وأبرزها ضعف الإطار المؤسسي في القطاعين العام والخاص، ضعف الرعاية الصحية والتعليم الأساسي والبنية التحتية، هذا إلى جانب التوترات السياسية والأمنية الحالية التي تعاني منها اليمن. وقد حصدت كليهما مراتب ما بعد (100) في أغلب المؤشرات باستثناء مؤشر التنافسية السعرية (4 عالمياً) ومؤشر الموارد الثقافية (89 عالمياً)

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

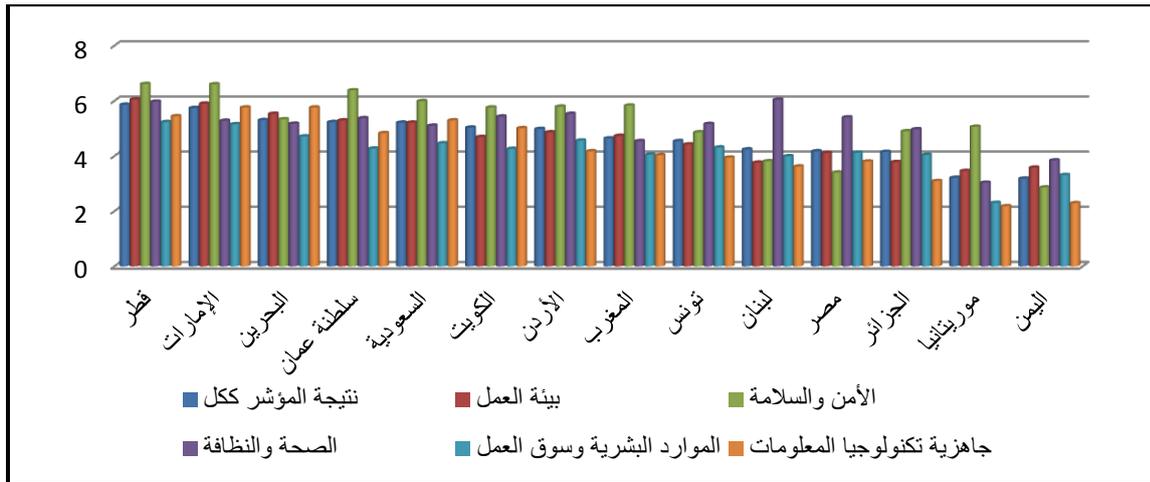
اليمن. ومؤشر الأمن والسلامة (87 عالمياً) والانفتاح الدولي (77 عالمياً)، مؤشر التنافسية السعرية (62 عالمياً) والاستدامة البيئية (66 عالمياً) لموريتانيا.

وبالنسبة للمؤشرات الفرعية المكونة لمعيار تنافسية السياحة والسفر نستعرض ترتيبها على مستوى الدول العربية على النحو التالي:

- مؤشر البيئة التمكينية: تراوحت قيمة هذا المؤشر على مستوى الدول العربية بين (3.18- 5.86) نقطة حصلت فيه دول الخليج على مراتب متقدمة. فدولة قطر حازت على المرتبة (1) عربياً و(6) عالمياً من بين 141 دولة مما يعني أنها تأهلت لتكون من العشر الأوائل عالمياً في هذا المجال. تليها دولة الإمارات في المرتبة (2) عربياً و(16) عالمياً، تأتي بعدها مملكة البحرين (32 عالمياً) ثم عمان (38 عالمياً) ثم السعودية (41 عالمياً) تليها الكويت (54 عالمياً). وبعدها تأتي الدول العربية الأخرى المشاركة في التقرير كان آخرها اليمن في المرتبة (14) عربياً (140) عالمياً.

ولتحسين البيئة التمكينية للسياحة والسفر على مستوى الدول العربية يجب العمل على معرفة كيفية تحسين القدرة التنافسية في كل متغير من المتغيرات المكونة له، والتي تحتاج إلى قرارات ممكن أن تكون سياسية في بعض الأحيان مثل إحداث تغييرات في نظام الضريبة. كما أن تحسين القدرة التنافسية في هذا المؤشر لا يتوقف على جهة واحدة وإنما عدة جهات حكومية منها الجهات التي تهتم بإصدار قوانين الضريبة وقوانين الاستثمار للأجانب ووزارات التربية والتعليم ووزارات الصحة ووزارات المياه والري ووزارات التكنولوجيا والاتصالات وغيرها. لذا فإن بناء شراكات فعلية بين هذه الجهات سيؤدي إلى تحسين القدرة التنافسية للسياحة والسفر وزيادة نسبة الاستثمار في المشاريع السياحية.

الشكل (2-17): نتائج مؤشر البيئة التمكينية للدول العربية سنة 2015



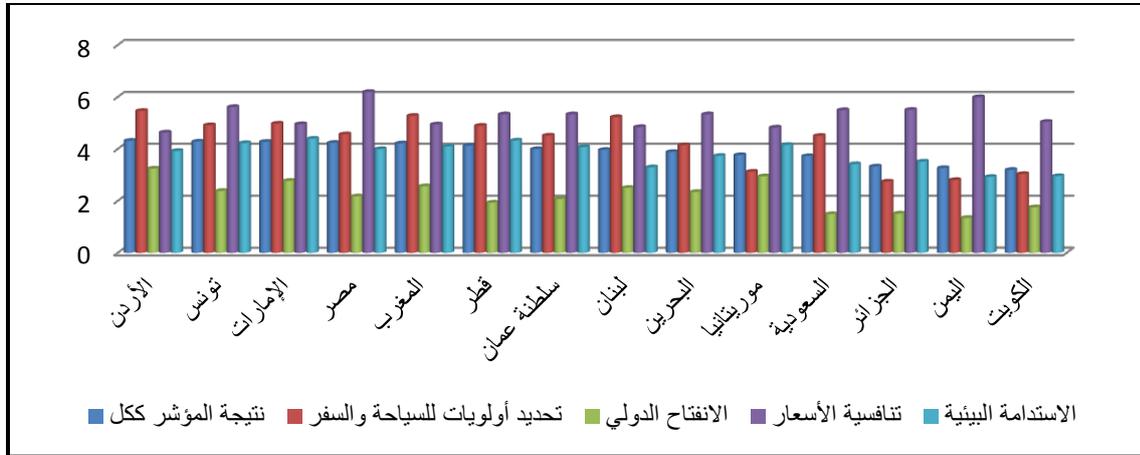
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الملحق 07.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

- مؤشر سياسات السياحة والسفر والظروف المناسبة: يعتمد هذا المؤشر على قياس القدرة التنافسية للدول في اهتمامها بوضع السياحة والسفر ضمن أولوياتها وأيضاً الانفتاح الدولي من حيث تأشيرات السفر التي تمنحها الدولة للأجانب لزيارة بلادهم إلى جانب تنافسية أسعار السياحة والسفر والاستدامة البيئية. وقد حصلت الدول العربية في هذا المؤشر على نتائج عالمية من مرتبة 45 وما فوق بقيمة تراوحت بين (3.19- 4.31) نقطة، و كانت المراتب الخمس الأولى عربياً من نصيب الأردن (45 عالمياً) ثم تونس (50 عالمياً) ثم الإمارات العربية (52 عالمياً) تليها مصر (59 عالمياً) ثم المغرب (62 عالمياً) ثم تأتي بقية الدول العربية الأخرى آخرها الكويت في المرتبة (14) عربياً (141 عالمياً).

ومن خلال الشكل يبدو واضحاً أن الدول العربية لديها قوة تنافسية في الأسعار مثل أسعار التذاكر والضرائب عليها، وأسعار الفنادق التي تعتبر في البلدان العربية أقل بكثير من دول عالمية كثيرة وأيضاً تكاليف المعيشة وتكاليف أسعار الوقود والتي تؤثر بشكل مباشر على تكاليف السفر. وأن أكثر مؤشر أثر على تراجع القدرة التنافسية بالدول العربية هما الانفتاح الدولي والاستدامة البيئية التي تركز على صرامة تنفيذ اللوائح المنظمة للبيئة وتطوير الاستدامة في القطاع السياحي وعدد المعاهدات البيئية العالمية وقد احتلت معظم الدول العربية فيهما مراتب متأخرة على المستوى العالمي.

الشكل (2-18): نتائج مؤشر سياسات السياحة والسفر والظروف المناسبة للدول العربية سنة 2015



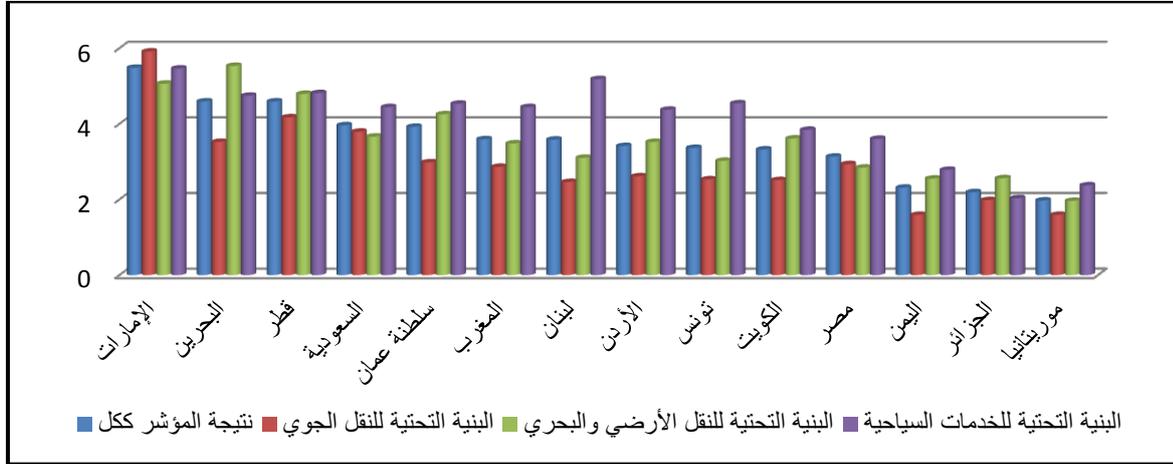
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الملحق 07.

- مؤشر البيئة التحتية: يعتبر هذا المؤشر مهم لتنمية قطاع السياحة والسفر في أي دولة. فالبنية التحتية للنقل الجوي والبحري والبحري من أهم ما يميز الدول السياحية التي تتمتع بقدر كاف من المطارات والموانئ والطرق البرية الضرورية لتسهيل الوصول إليها، بالإضافة إلى البنية التحتية للخدمات السياحية التي تمثل ميزة تنافسية للدولة وتحصر في توفر الفنادق والمنتجعات والشقق السكنية، وجود شركات تأجير السيارات، وجود أجهزة الصراف الآلي التي تسهل على السائح استخدامها لسحب ما يلزمه من المال.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

وتراوحت قيمة هذا المؤشر على مستوى الدول العربية بين (1.97-5.48) نقطة حسب ما يبينه الشكل أدناه والذي يوضح أن أغلب الدول العربية التي شملها التقرير تمتلك البنية التحتية للنقل الجوي والبري والبحري، إلا أن القوة التنافسية للدول العربية في النقل الجوي أكبر بكثير من البنية التحتية للنقل البري والبحري، أما البنية التحتية للخدمات السياحية تعتبر قوة تنافسية لأغلب الدول العربية المشاركة في التقرير. والمراتب الخمس الأولى في هذا المؤشر هي الأخرى كانت من نصيب دول الخليج حيث تصدرت الإمارات الترتيب عربياً و (8) عالمياً وبذلك تكون قد حجزت لنفسها مكاناً ضمن الدول العشر الأوائل في هذا المجال، تليها البحرين (33) عالمياً ثم قطر (34) عالمياً ثم السعودية (51) عالمياً ثم عمان (54) عالمياً ثم تأتي بقية الدول العربية الأخرى آخرها موريتانيا في المرتبة (14) عربياً (139) عالمياً.

الشكل (2-19): نتائج مؤشر البنية التحتية للدول العربية سنة 2015



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الملحق 07.

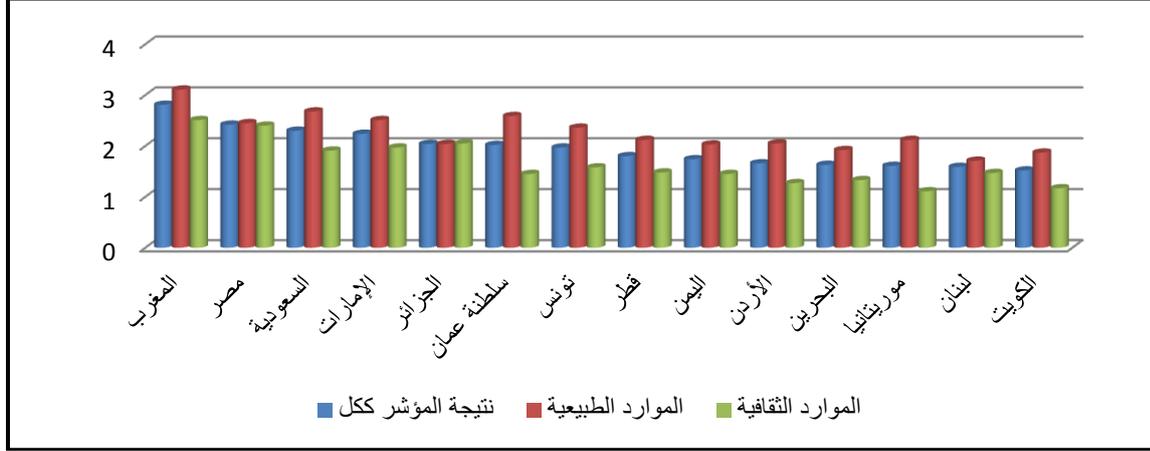
- **مؤشر الموارد الثقافية والطبيعية:** تشكل الموارد الطبيعية للدولة ميزة تنافسية في جذب السياح إليها من خلال عدد المواقع الطبيعية المسجلة في التراث العالمي، أنواع الثدييات والطيور والبرمائيات المعروفة والمسجلة عالمياً، عدد المحميات الطبيعية وجودة الطبيعة في الدولة. كما تعتبر الموارد الثقافية هي الأخرى قوة تنافسية بالغة الأهمية لأي دولة، وتشمل عدد المواقع الثقافية المسجلة في التراث العالمي، عدد التراث الثقافي الشفهي وغير المادي، عدد الملاعب الرياضية وعدد المعارض والمؤتمرات السنوية.

والدول العربية تزخر بالموارد الطبيعية والثقافية والتي تحتاج إلى عمل دؤوب لتسجيل هذه المواقع في قائمة التراث العالمي باليونسكو، بالإضافة إلى العمل على تحسين جودة الطبيعة والاستثمار في الملاعب الرياضية الكبيرة والدعوة إلى عقد الاجتماعات العالمية لتعزيز سياحة المؤتمرات. وقد تراوحت قيمة هذا المؤشر على مستوى الدول العربية بين (1.52-2.81) نقطة. احتلت فيه المغرب المرتبة (1) عربياً و(45) عالمياً تليها مصر (65) عالمياً ثم

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

السعودية (69 عالمياً)، ثم الإمارات (75 عالمياً)، ثم الجزائر (90 عالمياً) ثم تأتي بعدها الدول العربية الأخرى المشاركة في التقرير كان آخرها الكويت في المرتبة (14) عربياً (137 عالمياً).

الشكل (2-20): نتائج مؤشر الموارد الثقافية والطبيعية للدول العربية سنة 2015



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الملحق 07.

رابعاً: مساهمة السياحة في الإقتصاد العربي

تعد السياحة واحدة من أهم مصادر الدخل في إقتصاديات الكثير من الدول العربية، حيث يمثل إحدى مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات، وهي أحد الأنشطة التي تساهم بفاعلية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وزيادة فرص العمل في الدول العربية. ومن هنا نحاول تقييم أداء قطاع السياحة في إقتصاديات الدول العربية من خلال قياس مساهمته في الصادرات، الناتج المحلي الإجمالي والتشغيل.

4-1- مساهمة السياحة في الصادرات العربية:

بلغ متوسط مساهمة قطاع السياحة والسفر في الصادرات العربية 14.2% سنة 2015. ولا شك في أن زيادة نسبة انفاق السياح في البلد المستضيف يكون لمصلحة منتجات البلد المحلية من قطع وتحف وملابس تقليدية، وأيضاً الملابس الموجودة في السوق والمستوردة من دول أخرى، ما يعمل على تنشيط حركة الانتاج والبيع. وتتفاوت نسبة مساهمة قطاع السياحة والسفر في الصادرات فيما بين الدول العربية، إذ تشير احصاءات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى ارتفاع هذه النسبة في لبنان التي احتلت المركز 20 عالمياً بنسبة مساهمة 51.9%¹، وقد تفوقت بذلك على دول سياحية كبرى مثل تركيا (17.9%)، اسبانيا (15.7%)، فرنسا (7.2%). كما أن الأردن والمغرب ومصر حققت هي الأخرى نسب مساهمة مرتفعة قدر ب 33.6%، 22.3%، 18.8% على التوالي، بينما تذيلت المراتب الأخيرة كل من السعودية ب 3.7%، الكويت ب 1.1%، الجزائر 0.8%.

* النسب تخص احصائيات 12 دولة عربية فقط.

¹ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Lebanon Report, Edition 2016, P 8.*

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

أما من حيث قيمة الصادرات السياحية فان الأمر يختلف تماماً، إذ احتلت دولة الامارات العربية صدارة الدول العربية بـ 26.0 مليار دولار مما أتاح لها المركز 12 عالمياً¹، تليها قطر بـ 9.3 مليار دولار، السعودية بـ 8.7 مليار دولار، مصر بـ 7.4 مليار دولار، المغرب بـ 7.2 مليار دولار. والمراتب الأخيرة كانت من نصيب الكويت والجزائر مرة أخرى بـ 0.7 مليار دولار و0.3 مليار دولار على التوالي. والجدول التالي يبين لنا ذلك.

الجدول (2-16): مساهمة السياحة في الصادرات للدول العربية سنة 2015

الصادرات السياحية (مليون دولار)	% من الإجمالي		% من الإجمالي	الصادرات السياحية (مليون دولار)	
6 930.2	51.9	تونس	8.9	1 733.3	لبنان
5 011.7	33.6	الإمارات	6.5	26 007.4	الأردن
7 213.5	22.3	عمان	4.5	1 768.2	المغرب
7 436.6	18.8	السعودية	3.7	8 749.7	مصر
1 683.4	9.7	الكويت	1.1	723.9	البحرين
9 364.1	9.4	الجزائر	0.8	301.0	قطر

Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition 2016*.

4-2- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العربي:

تشير احصاءات المجلس العالمي للسياحة والسفر الى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الاجمالي العالمي تصل الى 9.8% منها 3.0% مساهمة مباشرة سنة 2015. بينما متوسط مساهمة قطاع السياحة العربية في الناتج المحلي الاجمالي بلغت 11.3% منها 4.5%* مساهمة مباشرة في نفس السنة متجاوزاً بذلك المتوسط العالمي، الا أن هناك تباين من حيث مساهمة القطاع السياحة في الناتج المحلي الاجمالي من دولة إلى أخرى.

فمن خلال الجدول (2-17) نلاحظ ارتفاع مساهمة قطاع السياحة والسفر في الناتج المحلي الاجمالي في كل من لبنان بـ 22.1%، الأردن بـ 20.7%، المغرب بـ 17.5%، تونس بـ 12.6%، مصر بـ 11.4%. وتعتمد هذه الدول بشكل كبير على قطاع السياحة في تنمية اقتصادها لافتقارها الى موارد الطاقة (البترول والغاز) بخلاف دول عربية أخرى مثل الجزائر، عمان والكويت حيث سجلت هذه الدول أدنى نسبة مساهمة بـ 6.6%، 5.7%، 4.9% على التوالي. بينما تبقى دول عربية أخرى كالأمارات والسعودية وقطر في مكانة متوسطة بين المجموعتين.

¹ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Emirates Report, Edition 2016, P 7*.

* النسب تخص احصائيات 12 دولة عربية فقط.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

أما من حيث المساهمة المباشرة فان ترتيب هذه الدول لا يختلف كثيراً، اذ تصدرت لبنان والمغرب، تونس والأردن قائمة الدول العربية بنسبة لا تقل عن 5.6%، بينما الترتيب الأخير كان من نصيب الجزائر، عمان والكويت بنسبة لا تزيد عن 3.5%.

الجدول (2-17): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للدول العربية سنة 2015

الدول	المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي		إجمالي المساهمة (المباشرة وغير المباشرة)	
	الناتج المباشر للسياحة (مليون دولار)	% من الإجمالي	الناتج الإجمالي للسياحة (مليون دولار)	% من الإجمالي
لبنان	3 606.3	8.1	9 861.3	22.1
الأردن	2 036.9	5.6	7 598.4	20.7
المغرب	7 735.4	7.7	17 633.7	17.5
تونس	2 524.5	5.8	5 468.1	12.6
مصر	14 482.8	4.9	33 557.0	11.4
البحرين	1 237.0	4.3	3 015.2	10.6
الإمارات	17 661.5	4.2	36 442.0	8.7
السعودية	15 891.7	2.5	50 736.5	8.0
قطر	5 174.3	2.8	13 330.5	7.1
الجزائر	5 887.4	3.5	10 959.4	6.6
عمان	1 812.5	2.5	4 145.2	5.7
الكويت	2 599.8	2.1	5 881.8	4.9

Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition 2016*.

4-3- مساهمة السياحة في التشغيل العربي:

طبقاً لدراسات مكتب العمل الدولي فان معدل خلق وظائف مباشرة في قطاع الفنادق فقط يتراوح بين 0.5 إلى فرصة عمل واحدة لكل غرفة جديدة في فندق، ويرتفع هذا المعدل في الدول ذات الرواتب المنخفضة نسبياً إلى 1.5% أو أكثر. كما قدرت دراسات أخرى أن اضافة سرير جديد في فندق بتونس يساهم في توظيف سنوي لنحو 2.7 شخص في قطاع البناء والتجهيزات الأساسية (كأدوات المطبخ والمناضد وغيرها من المنقولات المنزلية) بالاضافة إلى خلق مزيد من فرص التوظيف من خلال مضاعف التشغيل، وأن اضافة غرفة جديدة لفندق في مصر تساعد في توفير 1.8 فرصة عمل¹.

¹ صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد: التعاون العربي في قطاع السياحة، الإمارات العربية، 2008، ص 219.

الفصل الثاني: الإتجاهات العالمية للسياحة الدولية والعربية ومساهمتها الاقتصادية

وقد بلغت نسبة مساهمة العمالة (مباشرة وغير مباشرة) التي يوفرها القطاع السياحي كنسبة من إجمالي المشتغلين في المتوسط في الاقتصاد العربي 11% * منها 4.8%* مساهمة مباشرة سنة 2015. وترتفع هذه المساهمة في كل من لبنان والأردن والمغرب حيث بلغت 21.3%، 18.1%، 15.6% على التوالي. في حين وصلت هذه النسبة إلى أدنى مستوياتها في عمان بـ 5.7%، الجزائر بـ 5.7%، الكويت بـ 4.5%.

أما من حيث عدد العاملين في القطاع السياحي نجد أن مصر تأتي في المرتبة الأولى بما يفوق 2.5 مليون عامل وهو عدد كبير، ويعود سبب ذلك إلى كبر مساحة مصر وعدد سكانها، وتوافرها على مواقع أثرية وتاريخية ومناطق سياحية متنوعة. وهذا ما ينطبق على المغرب الذي وصل فيه هذا العدد إلى أكثر من 1.6 مليون، تليها السعودية بـ 1.3 مليون عامل. بينما حققت البحرين أقل توظيف من العاملين في القطاع السياحي، حيث بلغ عددهم 77.4 ألف عامل، وربما يعود انخفاض هذا العدد فيها إلى صغر مساحتها وقلة عدد سكانها. والجدول التالي يوضح لنا فرص العمل التي يوفرها القطاع السياحي في الدول العربية.

الجدول (2-18): مساهمة السياحة في التشغيل للدول العربية سنة 2015

الدولة	المساهمة المباشرة في التشغيل		إجمالي المساهمة (المباشرة وغير المباشرة)	
	التشغيل المباشر (بالألف)	% من الإجمالي	إجمالي التشغيل (بالألف)	% من الإجمالي
لبنان	120.9	7.9	326.8	21.3
الأردن	71.9	4.5	288.6	18.1
المغرب	731.5	6.8	1 687.7	15.6
تونس	185.3	5.3	400.1	11.5
السعودية	727.6	6.4	1 302.1	11.4
مصر	1 110.6	4.4	2 619.8	10.5
البحرين	31.7	4.2	77.4	10.3
الإمارات	329.8	5.7	556.9	9.6
قطر	79.3	4.7	129.1	7.6
عمان	53.3	2.7	111.4	5.7
الجزائر	327.3	3.0	628.3	5.7
الكويت	54.4	2.0	120.7	4.5

Source: WTTC, Travel & Tourism Economic Impact, Country Reports, Edition 2016.

* النسب تخص احصائيات 12 دولة عربية فقط.

خلاصة:

يتضح مما سبق، أنه نظراً للاهتمام المتزايد للمجتمع الدولي بالسياحة، ظهرت العديد من المنظمات والهيئات الخاصة بها سواء على الساحة العالمية أو العربية، لغرض التنسيق فيما بينها في مجال التخطيط والبحوث والتسويق العالمي للسياحة، إلى جانب حرصها على تدعيم التدريب ونظم المعلومات فيما بينها، وأصدرت في ذلك كتباً ومنشورات متعددة، تعمل على إيضاح المستجدات العالمية في قوانين السياحة ونظمها تحت مسؤولية جهات معنية لمتابعة هذه المعلومات.

وعلى الرغم من إستمرار تركيز السياحة الدولية في البلدان المتقدمة بمنطقتي أوروبا والأمريكيتين، فقد شهدت الأسواق السياحية لدى البلدان النامية أيضاً نمواً كبيراً. ويلاحظ بصورة خاصة إرتفاع حصص مناطق آسيا والباسيفيك، بينما يبقى عدم الإستقرار في إقليم الشرق الأوسط وإقليم أفريقيا من معوقات صناعة السياحة وتدني نصيبها من السوق السياحية الدولية. ورغم ذلك أصبح هذا القطاع في الكثير من بلدان هذه الأقاليم مصدراً هاماً من مصادر العوائد من العملات الأجنبية وفرص العمل.

وبالنظر إلى ما تتمتع به الدول العربية من تراث طبيعي وجغرافي وتاريخي وثقافي غني ومتنوع، جعل لديها إمكانيات كبيرة لتحقيق التنمية المستدامة في قطاع السياحة الدولية. إلا أنه بالنظر إلى الحصة المتواضعة التي تتمتع بها تلك البلدان في السوق السياحية العالمية وإلى تركيز النشاط السياحي في عدد قليل منها حسب ما تعكسه الإحصاءات السياحية لمجموعة الدول العربية، والتي تظهر فروق معتبرة في مستويات السياح الوافدين، العائدات السياحية، إلى جانب مساهمتها في التشغيل والصادرات والنتائج المحلي الإجمالي، فإنه من الواضح أن الجزء الأكبر من تلك الإمكانيات لم يستغل بعد، وأن الأداء السياحي لدى الكثير منها يظل أدنى بكثير من المستوى المطلوب. من هذا فإن الموارد السياحية الثقافية والتاريخية والطبيعية على أهميتها، لا تكفي في حد ذاتها لقيام صناعة سياحة ناجحة طالما لم يتم التخطيط لها وإدارتها بصورة جيدة.

الفصل الثالث

واقع وأهمية قطاع السياحة في

الجزائر وتونس

*The reality and the
importance of the tourism
sector in Algeria and Tunisia*

تمهيد:

تمتتع الجزائر بموارد سياحية متنوعة ومختلفة بإختلاف المناطق الجغرافية للبلاد، إلى جانب تراث ثقافي وتاريخي وحرثي مهم، لكن رغم هذا الثراء فإن السلطات العمومية لم تول الإهتمام الكافي لهذا القطاع الحساس، وخصصت إمكانيات محدودة من أجل ترقيته وتطويره، ولعل أهم سبب أدى إلى إهمال القطاع هو إكتفاء الجزائر ولمدة طويلة بالمداخيل النفطية مما أدى إلى تدهوره، فعملية مقارنة بسيطة بين السياحة الجزائرية والسياحة التونسية أو المغربية توضح مدى التأخر الذي يعاني منه هذا النشاط، بالإضافة إلى مشاكل أخرى أثرت سلباً على الطلب السياحي العالمي على المنتجات السياحية الجزائرية.

وفي المقابل تعتبر الجارة تونس من أهم البلدان السياحية الرئيسية في حوض البحر الأبيض المتوسط، كما تعد من أوائل الدول الإفريقية في مجال التنمية السياحية، إذ راهنت منذ البداية على السياحة الدولية وباشرت أعمال التنمية في منتصف الستينات بوضع مشاريع طموحة، سمحت لها بتذليل المعوقات أمام هذا القطاع وتحقيق نجاحاً كبيراً في هذا المجال، وذلك ما تؤكد الزيادة الملحوظة في حجم الحركة السياحية الوافدة إليها، إلى جانب إرتفاع مداخيلها السياحية، وما ساعدها على تحقيق هذا هو تمتعها بمقومات طبيعية وتاريخية وثقافية هامة، بالإضافة إلى المقومات المادية. كل هذا جعل منها نقطة جذب للسياح من جميع أنحاء العالم.

ويمكننا تحليل الواقع السياحي ومدى فاعلية السياحة في الاقتصاد الجزائري والتونسي خلال الفترة الواقعة ما بين سنة 2000 و2015، من خلال ما يلي:

المبحث الأول: مؤشرات العرض السياحي في الجزائر وتونس.

المبحث الثاني: مؤشرات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس.

المبحث الثالث: الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر وتونس.

المبحث الأول: مؤشرات العرض السياحي في الجزائر وتونس

إن العرض السياحي يمثل تلك الإمكانيات الطبيعية والمادية التي تتوفر عليها أي بلد، والتي هي بمثابة الركائز الأساسية للعرض السياحي. ويعتبر التميز بين الدول في مدى توافر هذه الموارد والمقومات شرطاً ضرورياً، وأحد العوامل الرئيسية المحددة للطلب السياحي في أغلب الأحيان ولبعض الأنماط السياحية بشكل خاص. وبالنسبة للجزائر وتونس فإن العرض السياحي فيهما يتنوع ما بين موارد طبيعية، موارد ثقافية وتاريخية إلى موارد دينية وغيرها، والتي نستعرضها في خلال هذا المبحث.

أولاً: مؤشرات العرض السياحي في الجزائر

تمتعت الجزائر بمقومات سياحية كبيرة، جعلتها تحوز على كل متطلبات تطوير النشاط السياحي، لو أنها عرفت كيف تستغل هذه الموارد الإستغلال الأمثل من خلال تنمية سياحية مستدامة وسياسات تسويقية عالية لمنتجها السياحي. وتمثل هذه الإمكانيات والمزايا السياحية التي تتمتع بها الجزائر فيما يلي:

1-1- المقومات الطبيعية:

- **الموقع والمناخ:** تقع الجزائر* في وسط شمال غرب القارة الأفريقية بين خطي طول 9° غرب غرينش و12° شرقه، وبين دائرتي عرض 19° و37° شمالاً، مساحتها 2 381 741 كلم²**، يبلغ امتدادها الشمالي الجنوبي 1900 كلم، أما امتدادها الشرقي الغربي فيتراوح ما بين 1200 كلم على خط الساحل و1800 كلم على خط تندوف - غدامس.

تحيط بالجزائر عدة دول بسبب إتساع مساحتها، فمن الشرق تحدها تونس على طول 965 كلم وليبيا بـ 982 كلم، ومن الغرب المملكة المغربية بـ 1559 كلم والصحراء الغربية بـ 42 كلم، ومن الجنوب النيجر بـ 956 كلم ومالي بـ 42 كلم وموريتانيا بـ 463 كلم، ومن الشمال البحر الأبيض المتوسط بساحل طوله 1200 كلم¹. ولموقع الجزائر أهمية إستراتيجية وخصائص حيوية تجمع بين ميزات نادرة إستمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم القديم، فهي جسر إتصال ومحور إتقاء بين أوروبا وأفريقيا وبين المغرب العربي والشرق الأوسط، وممراً حيوياً للعديد من طرق الإتصال العالمية براً وبحراً وجواً².

* الجزائر كلمة عربية تعني جُزُر، أي جمع جزيرة، وذلك لوجود 4 جُزُر قبالة المدينة غير بعيد عن ساحل البحر. أسسها الفينيقيون وأطلقوا عليها إسم إيكوزيم، ثم احتلها الرومان وغيروا اسمها إلى إيكوزيوم. أعاد تمصيرها والي الفاطميين على إفريقية بلكين بن زيري و أطلق عليها اسم الجزائر نظراً لوجود الجزر الأربعة، ثم عمم العثمانيون اسم الجزائر على كل البلاد.

** تجد الإشارة هنا أن الجزائر تعتبر أكبر دولة أفريقية وعربية من حيث المساحة، أما على المستوى العالمي فهي تحتل المرتبة العاشرة، إذ تمثل 51.97% من مساحة 27 دولة أوروبية ممثلة بدول الإتحاد الأوروبي وهي فرنسا، ألمانيا، إيطاليا، هولندا، بلجيكا، لوكسمبورغ، إنجلترا، الدانمارك، أيرلندا، اليونان، إسبانيا، البرتغال، السويد، النمسا، فنلندا، بولندا، جمهورية التشيك، سلوفاكيا، هنغاريا، ليتوانيا، لاتفيا، سلوفينيا، قبرص، مالطا، رومانيا، بلغاريا.

¹ محمد الهادي لعروق، **أطلس الجزائر والعالم**، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2002، ص 12.

² موقع الجزائر الجغرافي و أهميته في العالم، الموقع: <http://achourziane.yoo7.com/t355-topic>

وتتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ تتمثل في¹:

• **المناخ المتوسطي**: يشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة تقدر بـ 18⁰ مئوية من أبريل إلى شهر أكتوبر، وتبلغ درجات الحرارة ذروتها خلال شهري جويلية وأوت، حيث تصل إلى 30⁰ مئوية. وعموماً المناخ في هذه المنطقة يتميز بالحرارة والرطوبة.

• **المناخ شبه قاري**: يسود في مناطق الهضاب العليا، ويتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من شهر أكتوبر إلى شهر ماي، وتصل درجة الحرارة فيه أحياناً إلى أقل من الصفر في بعض المناطق، أما في باقي أشهر السنة فيتميز بالحرارة والجفاف حيث تصل درجة الحرارة إلى أكثر من 30⁰ مئوية.

• **المناخ الصحراوي**: يسود في مناطق الجنوب والواحات، ويتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى شهر سبتمبر، حيث تصل درجة الحرارة أحياناً إلى أكثر من 40⁰ مئوية، أما باقي أشهر السنة فتتميز بمناخ متوسطي ودافئ.

- **الموارد السياحية الطبيعية**: تعتبر الموارد الطبيعية عنصراً أساسياً من عناصر الجذب السياحي، وبلادنا لا تفتقر إلى هذا العامل الهام الذي يسمح لزائرها بممارسة أنواع مختلفة من السياحة مابين سياحة ساحلية، سياحة جبلية، سياحة صحراوية، سياحة حموية. وتتمثل هذه الموارد السياحية الطبيعية التي تزخر بها الجزائر في²:

• **الساحل الجزائري**: يتميز الساحل الجزائري بطوله الذي يبلغ 1200 كلم، بالإضافة إلى إرتفاعه وتكوّنه الصخري، حيث أن الكتل الصخرية المشكّلة له تتجاوز في بعض الأحيان علو 1000م. وقد أنجزت بالقرب من هذه المرتفعات الساحلية عدة مدن أصبحت البعض منها تكتسي أهمية كبيرة في السياحة الساحلية، ومحطات حقيقية للاستحمام والترفيه، منها مدينة عنابة وبجاية. كما أن البعض من هذه المدن حضى بتجهيزات سياحية مثل الفنادق والقرى السياحية والمخيمات الصيفية مثل مرسى بن مهدي، تيقزيرت، القالة... إلخ.

• **المناطق الجبلية**: تتمثل هذه المرتفعات في مرتفعات الأطلس التلي الذي يقطع الجزائر من الشرق إلى الغرب حيث أن هذه المرتفعات تشكل فرصة كبيرة لسياحة الاستكشاف والراحة، وقد أقيمت عدة محطات سياحية على هذه المرتفعات منها محطة الشريعة السياحية على إرتفاع 1510م والتي تمنح للزائر فرصة ممارسة رياضة الترحلق على الثلج، بالإضافة إلى جبال القبائل والتي تشكل حدائق طبيعية أين أقيمت عليها محطة تيكجدة السياحية، والتي تمنح كذلك لزائرها فرصة ممارسة الرياضات الشتوية وإمكانية التمتع بجولات للصيد البري، بالإضافة إلى أطلسها الصحراوي والذي يختلف عن سابقه في المناظر والمناخ والنباتات.

• **الصحراء الجزائرية**: تمثل الصحراء جنوب الجزائر، وهي أكبر منتج سياحي في البلاد، إذ تتربع على مساحة شاسعة تقدر بـ 2 مليون كلم² أي ما يربو على 80% من المساحة الإجمالية للبلد. وتتميز الصحراء برمالها

¹ خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 04، جامعة الشلف، الجزائر، 2004، ص 218.

² قويدر الويزة، إقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر، 2009 - 2010، ص 265 - 266.

المتناهية وجبالها الغرانيتية والبركانية، وواحاتها الخلابة المنتثرة عبر مناطقها، وبغابات النخيل وتربتها الخصبية وكتباتها الرملية، ولا سيما واحات وادي سوف، ووادي ميزاب، الساورة، القرارة والزيان. وتعد الصحراء الجزائرية ثاني أكبر صحراء في العالم، وفيها كل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، موزعة على 14 منطقة صحراوية متمثلة في تمنراست، تندوف، ورقلة، غرداية، أدرار، البيض، بشار، عين صالح، توقرت واليزي، الأغواط، الوادي، بسكرة والنعام¹.

وتكتسي المنطقة أهمية جيولوجية بالغة، فهي تحتوي على لوحات الرسوم الصخرية الفنية لما قبل التاريخ، بحيث يوجد بها أكثر من 15 000 لوحة تعكس تحولات المناخ وهجرة الحيوانات بأصنافها مع تطور الحياة البشرية في أعماق الصحراء خلال 6000 سنة قبل الميلاد. وتمثل الحظيرة الوطنية للهقار التي أنشئت سنة 1987م والمعترف بها كتراث عالمي من طرف منظمة اليونسكو، والتي تضم هضبتي الأتاكور والحظيرة النباتية والمنحوتات الأثرية التي يعود تاريخها إلى 12 000 سنة، واحدة من أهم مناطق الجذب السياحي في الجزائر².

• **الحمامات المعدنية:** تزخر الجزائر بعشرات الأحواض والحمامات المعدنية الطبيعية، تعول عليها السلطات في بناء قاعدة متينة لسياحة حمامات معدنية، تجذب السياح المحليين والأجانب. ويتوفر بالجزائر ما يفوق 200 منبع للمياه الحموية الجوفية، أغلبها قابل للاستغلال كمحطات حموية عصرية، فضلا عن فرص الاستثمار المتوفرة في الشريط الساحلي الذي يفوق 1200 كلم لإقامة مراكز للمعالجة بمياه البحر³. وتبقى هذه الثروة غير مستغلة بكيفية فعالة، إذ لا تزال 60% منها على حالتها الطبيعية. وباستثناء 7 محطات حمامات معدنية ذات طابع وطني، ومركز واحد للعلاج بمياه البحر، يوجد ما يقارب 50 محطة حموية ذات طابع محلي تستغل بطريقة تقليدية⁴.

وقد صنفت هذه الحمامات حسب التحاليل الفيزيائية والكيميائية والهيدروجيولوجية التي توضح خصوصيات كل منبع إلى أربعة أنماط وهي منابع مياه ذات حرارة منخفضة، منابع مياه ذات حرارة متوسطة، منابع مياه ذات حرارة مرتفعة، منابع مياه ذات فائدة علاجية. ومن بين الحمامات المعدنية التي أثبتت التجارب العلمية أنها صالحة للعديد من الأمراض نذكر حمام بوغرارة تلمسان يقع على بعد 500 كلم غرب العاصمة، حمام بوحجر بعين تموشنت يقع على بعد 400 كلم غرب العاصمة، حمام بوحنيفة بمعسكر يقع على بعد 300 كلم

¹ زرار العياشي و مداحي محمد، السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة: الواقع والآفاق، مجلة المستقبل العربي، العدد 433، مركز دراسات الوحدة العربية، مارس 2015، ص 54.

² Ministère du Tourisme: *L'investissement Touristique Dans Les Wilayat du Grand Sud*, Seprecom Édition, Algérie, P 11.

³ بوعلام غمراسة، الحمامات المعدنية بالجزائر.. مقصد السياح من كل مكان، جريدة الشرق الأوسط، العدد 10291، 2007، الموقع: http://archive.aawsat.com/details.asp?issueno=10261&article=404131#.WTQLbfk1_IU.

⁴ ليلي.م، الحمامات والأحواض المعدنية .. ملجأ للمرضى وفضاء للترويح، جريدة الجزائر الجديدة، 2011، الموقع: http://www.eldjazaireldjadida.dz/spip.php?page=article&id_article=2990

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

غرب العاصمة، حمام الشلالة بقالملة يقع على بعد 500 كلم شرق العاصمة. حمام قرقور بسطيف* يقع على بعد 300 كلم شرق العاصمة، حمام الصالحين ببسكرة يقع على بعد 450 كلم جنوب العاصمة. ورغم كل هذا، إلا أن الجزائر تعتبر من بين الدول التي تذيلت الترتيب في منتدى دافوس سنة 2015 من حيث مؤشر الموارد الطبيعية بإحتلالها المركز 127 عالمياً و11 عربياً حسب ما يظهره الجدول (1-3). ويمكن إرجاع ذلك أساساً إلى غياب الإهتمام من طرف الدولة بالبيئة الطبيعية، مما إنجر عنه ظهور مشكلات التلوث التي تعتبر أحد معوقات التنمية السياحية في الجزائر، ناهيك عن التوسع الأفقي والرأسي في البناء العشوائي غير المنظم الذي أدى إلى تدهور المساحات الخضراء والحياة البرية بصفة عامة (المرتبة 128 في جودة البيئة الطبيعية، و97 في مجموع المناطق المحمية). وإن هذا كان له إنعكاس على الطلب الرقمي للسياحة الطبيعية في الجزائر (المرتبة 102)، والذي يقصد به البحث عبر الأنترنت على الأنشطة الترفيهية المتعلقة بالطبيعة كالغوص، صيد الأسماك، المشي لمسافات طويلة، الرياضات المائية، التزلج، ركوب الأمواج... الخ.

الجدول (1-3): ترتيب الجزائر في مؤشر الموارد الطبيعية سنة 2015

الترتيب عالمياً	الترتيب عربياً	القيمة	المتغيرات
127	11	2.0	نتيجة المؤشر ككل
76	2	1	عدد المواقع الطبيعية المصنفة ضمن التراث العالمي
87	5	434	مجموع الأنواع المعروفة من الثدييات والطيور والبرمائيات
97	7	7.4	مجموع المناطق المحمية (% إجمالي المساحة الإقليمية)
102	9	5	الطلب الرقمي للسياحة الطبيعية
128	11	3.4	جودة البيئة الطبيعية

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Op .Cit, p 73.

1-2- المقومات التاريخية والثقافية:

- **المواقع الأثرية:** يتواجد بالجزائر المواقع الأثرية الأكثر قدماً في حوض البحر المتوسط، وذلك بفضل ما تحتويه من مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ، بالإضافة إلى إحتكاكها بعدة حضارات سجلها التاريخ كالحضارة الفينيقية والرومانية والبيزنطية. وهذا جعل الجزائر تحظى بسبع مواقع صنفت ضمن قائمة التراث العالمي من قبل اليونسكو وهي:

* صُنّف في المرتبة الثالثة عالمياً بعد حمامات ألمانيا و تشيكسلوفاكيا، حمام قرقور بولاية سطيف 300 كلم شرق العاصمة ، الذي يبعد عن عاصمة الولاية بـ 50 كلم يُعد منعماً طبيعياً ومكان نادر الوجود ، حيث تدور حوله غابات وتحيط به الجبال كأنها تحرسه ، و تقدر سرعة تدفق مياه حمام قرقور بـ 8 ل /ثا بدرجة حرارة تصل إلى 48 درجة مئوية ، و كلمة قرقور عند الكثير من مواطني هذه المنطقة والمعروفة "ببوقاعة " تعني سماع حركة الماء انطلاقاً من جوف الأرض، عندما يضع الإنسان أذنه على سطح العارض.

- **قلعة بني حماد:** تقع على بعد 30 كلم جنوب شرق ولاية المسيلة، يعود تاريخ إنجاز وبناء قلعة بني حماد ما بين سنة 1007م إلى 1008م على يد حماد بن بلكين كأحد أهم رموز الدولة الإسلامية بالجزائر. يوجد بها الكثير من الكنوز والمعالم الأثرية أهمها المسجد الكبير ومصلى قصر المنار الذي يعتبر أصغر مسجد في العالم، هذا بالإضافة إلى القصور الأخرى الممتدة عبر مساحات القلعة وعلى امتداد أكثر من 50 كم على غرار قصر الأمير الذي يحتوي على بحيرة تعد مشابها لقصر الحمراء بالأندلس¹.
- **تيمقاد:** تقع تيمقاد على بعد 36 كلم شرق ولاية باتنة، بُنيت هذه المدينة سنة 100 للميلاد من طرف الرومان في عهد الإمبراطور تراجان، على شكل لوحة شطرنج بواسطة طريقين رئيسيين شمال- جنوب وشرق- غرب على مساحة قدرها 11 هكتار. تحتوي مدينة تيمقاد على العديد من أعمدة والأبواب الشاخخة وساعة شمسية في قلب الساحة العمومية "الفوروم"، وهي عبارة عن خطوط طويلة متعامدة تحدد الوقت للسكان إنطلاقاً من انعكاس أشعة الشمس على مختلف هذه الخطوط. كما تتميز بإحتوائها على مكتبة عمومية بها 8 رفوف للمكتب أربعة على اليمين وأربعة على اليسار، وهي ثاني مكتبة رومانية في العالم آنذاك. بالإضافة إلى جمال المسرح الذي بني بطريقة تسمح للصوت برجع الصدى في أرجائه من دون أي آلات تقنية حديثة².
- **جميلة:** تقع مدينة جميلة أو مدينة كويكول الأثرية على بعد 50 كلم شمال شرق مدينة سطيف، يمتد تاريخها إلى عهد الإمبراطورية الرومانية وتحت قيادة الإمبراطور الروماني نيرفا ما بين نهاية القرن الأول ميلادي و بداية القرن الثاني، بنيت المدينة على مساحة قدرها 42 هكتار حسب مخطط هندسي مدروس، وهي تحتوي على العديد من الآثار الرومانية من بينها مسرح يتسع لـ 3000 مشاهد³.
- **تيبازة:** تقع على ساحل البحر الأبيض المتوسط تبعد عن الجزائر العاصمة بـ 50 كلم غرباً، أسسها الفينيقيون وكانت تعتبر من أهم المستعمرات التجارية التابعة لهم، وسميت بهذا الاسم لأنها ممر بين مدينة إيكوزيوم (الجزائر) ومدينة إيول (شرشال)، ولفظ إسمها مشتق من اللغة الفينيقية ومعناه الممر، كما عُرفت أيضاً باسم قرطاجية. تضم المدينة عدداً من المعالم الدينية، والسياحية، والتاريخية، والأثرية مثل الضريح الملكي الموريتاني أو ما يعرف بـ قبر الرومية، المدرج، الحديقة الأثرية، مقبرة الحالفهي وغيرها من المواقع الأثرية التي تجذب إليها عدد كبير من السياح.
- **وادي ميزاب:** ميزاب هي واحة في وادي عميق، وضيق، تتألف من سبع مدن وهي العطف، بنورة، مليكة، بني يزقن، غرداية، بريان، القرارة، وتقع داخل الصحراء على بعد 600 كلم من جنوب الجزائر العاصمة. وإن حضارة وادي ميزاب تتجلى في هندستهم المعمارية الأصلية، حيث بنوا مدناً كاملةً فوق جبال وعرة بطريقة رائعة.

¹ قلعة "بني حماد" بالمسيلة تراث عمراني يبكي على الأطلال، جريدة الموعد اليومي، الموقع: <http://elmaouid.com/dossiers/5703-2>

² غربي زاهور، تيمقاد تغرق في الصمت والتاريخ والإهمال، جريدة الشروق العربي، 23 مارس 2014، الموقع:

<http://magazine.echoroukonline.com/articles/100.html>.

³ ق م، "جميلة" إرث حضاري يتطلب المزيد من الإهتمام، جريدة الحياة العربية، 09 ماي 2010، الموقع:

<http://www.djazairess.com/elhayat/876>.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

وقد صنفت منظمة اليونسكو خمس قصور سهل وادي ميزاب فقط ضمن قائمة التراث العالمي، وهي غرداية، بنورة، العطف، ملكية ويني يزقن، التي تعود إلى القرن الحادي عشر، نظراً لمحافظةها على طابعها العمراني طيلة قرون¹.

• **الطاسلي:** طاسيلي ناخر أو تاسيلي نعاجر (هضبة من الأنهار) هي سلسلة جبلية تقع بولاية إليزي في الجنوب الشرقي للجزائر. يمثل الطاسلي متحف طبيعي على الهواء الطلق، فهو يعتبر مع جبال المقار قلب توجه السياح المحليين والأجانب، حيث يضم لوحات ونقوش صخرية تعود لحوالي 9 إلى 10 آلاف سنة أي للعصر الحجري الحديث، وبعضها يصل ما بين 20 ألف سنة و حتى 30 ألف سنة. وتتنوع الصور الموجودة بين صور لعمليات رعي الأبقار صور لخيول، نقوش لأنهار وحدائق غناء، حيوانات برية ومراسم دينية².

• **القصة:** منذ ألفي سنة، بنى الرومانيون المعالم الأولى لما يسمى الآن قصبه الجزائر، لتتخذ شكلها النهائي مع وصول العثمانيين للبلاد الذين حولوها إلى قاعدة عسكرية. وبين أبراج العساكر وقصص الحروب، لم ينس العثمانيون أن يصنعوا منها متحفاً للعمارة وعاصمة للتراث، فأضحت في عهدهم تضم أكثر من 18 مسجداً ومدرسة دينية، و7 قصور فخمة، ومئات البيوت والعيون المائية، والتي شكلت إلى الآن تحفاً تحتزن تاريخ وثقافة الجزائر³.

- **الصناعات التقليدية:** تعتبر الصناعة التقليدية و الحرف جزءاً هاماً من الثقافة المادية لتراثنا الشعبي الجزائري وتأتي أهميتها من علاقتها بكل ما له صلة بأوجه حياتنا عبر مر العصور لتكون همزة وصل حضارية ينقل من خلالها معالمنا الثقافية. وتعد الصناعات التقليدية في الجزائر أحد أهم القطاعات التي تعول عليها للانفتاح الثقافي على العالم وتنمية صادراتها غير النفطية بالسلعة السياحية بهدف الوصول إلى بناء اقتصاد تقليدي من خلال التكيف الإيجابي من جهة، واختراق الأسواق العالمية من جهة ثانية.

وتختلف الصناعة التقليدية في الجزائر من منطقة إلى أخرى حسب عادات وتقاليد كل واحدة منها. ومن بين منتوجات هذه الصناعة نذكر الزربية والبرنوس والقندورة التي اشتهرت بها كل من بوسعادة، السور، بسكرة، وادي سوف، غرداية، منطقة الأوراس والجلفة. وتبرز هذه المنتجات خصوصية كل منطقة من خلال بصمات الإبداع والألوان والأشكال المستخدمة في صناعتها. وهناك أيضاً صناعة الحلبي من الذهب والفضة التي تحمل رسومات ونقوش في أشكال متنوعة تظهر غنى وخصوصية الصناعة التقليدية للمجتمع الجزائري، وقد اشتهرت بهذه الصناعة منطقة الأوراس، القبائل الكبرى، الصحراء، قسنطينة وتلمسان. كما عرف المجتمع الجزائري أيضاً صناعة الفخار التي تتميز بتحفها ونقوشها التي تعبر عن تاريخ هذا المجتمع وعن عاداته وتقاليد، من خلال

¹ غرداية حاضنة القصور التاريخية، الموقع: <http://www.aljazeera.net/encyclopedia/citiesandregions/2016/1/24>

² طاسيلي ناخر.. إكتشف بـ 28 صورة أكبر متحف طبيعي على الهواء الطلق في العالم، الموقع: <http://fibladi.dz>

³ سارة بن عيشوية، القصة.. خزان ذاكرة الجزائر المههد بالانهيار، 19 مارس 2015، الموقع:

<http://www.alarabiya.net/ar/north-africa/algeria/2015/03/19>.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

أشكال هذا المنتج وألوانه والرسومات التي يحملها. ومن أهم المناطق التي عرفت بهذه الصناعة الأوراس، القبائل الكبرى، الصحراء، شنوة وندرومة¹.

– المتاحف: يشمل التراث الحضاري والثقافي للجزائر رصيماً هاماً من المتاحف نذكر منها²:

• المتحف الوطني سيرتا: يقع بقسنطينة ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر تم تشييده سنة 1852م، يجمع كل الحفريات والقطع الأثرية الخاصة بالشرق الجزائري.

• متحف باردو الوطني: يوجد بالجزائر العاصمة، تعرض به حفريات عن أصل الشعوب التي كانت موجودة بالجزائر تعود إلى عصور ما قبل التاريخ، بالإضافة إلى قطع أثرية من أصل أفريقي.

• المتحف الوطني زبانة: يوجد بمدينة وهران، يشمل حفريات عن عصور ما قبل التاريخ.

• المتحف الوطني للمجاهد: يوجد بالجزائر العاصمة، يعرض آثار الثورة التحريرية.

• المتحف الوطني للفنون الجميلة: يوجد بالحامة بالجزائر العاصمة، تعرض فيه ألواناً من الفن العصري كالرسم، التصوير، النحت والنقش.

• المتحف الوطني للفنون الشعبية: يقع بالقصبة بالجزائر العاصمة، يضم هذا المتحف معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية.

• متحف تيمقاد: يوجد بمدينة تيمقاد بباتنة، يضم قطعاً من الفسيفساء وآثار قديمة منها نقود وأسلحة قديمة وتمائيل.

• متحف هيبتون: يوجد بمدينة عنابة ويحتوي آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النومدية الرومانية.

– التظاهرات الثقافية: تعتبر التظاهرات الثقافية، من الموروثات الحضارية التي يتمسك بها الجزائريون وحافظوا عليها طيلة حقبة زمنية متعاقبة ويواظبون على إقامتها. فلا يكاد يمر أسبوع أو شهر إلا وتحتفل مدينة من المدن الجزائرية بعيدها، وهناك أكثر من 200 عيد شعبي متجذر في حاضر الشعب الجزائري منذ سنين عديدة.

كما تتمتع الجزائر بالزخم الكبير من الفنون الشعبية كالفن الشعبي العاصمي، المألوف القسنطيني، الغناء الأندلسي الأصيل، الطابع القبائلي وغيرها. كل هذه الطبع يمكن أن تكون أساساً للجذب السياحي، ورافداً من روافد السياحة الثقافية التي تلقى رواجاً وتدفعاً سياحياً وإهتماماً على المستوى الدولي، من خلال المهرجانات والحفلات التي يتم تنظيمها. وعلى ذكر المهرجانات تقام في الجزائر العديد من المهرجانات في مختلف ولايات الوطن نذكر منها مهرجان تيمقاد (باتنة)، المهرجان العربي الإفريقي للرقص الفلكلوري (تيزي وزو)، المهرجان الوطني الثقافي للنسيج (الجزائر)، المهرجان الدولي للموسيقى الأندلسية (الجزائر)، المهرجان الدولي للخط العربي (الجزائر)، المهرجان الدولي للمالوف (قسنطينة)...إلخ.

¹ صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي و الاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس، مرجع سبق ذكره، ص 91.

² قويدر الويزة، إقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 267.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

ونستخلص مما سبق، بأن الجزائر ليست ذات أهمية جغرافية فقط، بل لها أثر تاريخي وثقافي يمثل منجماً هاماً لتطوير السياحة الوطنية والدولية، سواءً من خلال أهميته وتنوعه أو من خلال توزيعه عبر التراب الوطني. مما سمح للجزائر باحتلال مرتبة متقدمة في مؤشر الموارد الثقافية في منتدى دافوس سنة 2015، في المرتبة 50 عالمياً من أصل 141 مرتبة، متقدمة بذلك على كل الدول العربية باستثناء المغرب (39) ومصر (41). إلا أن ضعف الترويج لوجهة الجزائر كمقصد لسياحة الثقافة والترفيهية يقف عائقاً أمام إستغلال هذا المنتج السياحي، وما يؤكد ذلك هو حصولها على المرتبة 93 من حيث الطلب الرقمي لهذا النوع من السياحة، والجدول التالي يظهر ذلك.

الجدول (2-3): ترتيب الجزائر في مؤشر الموارد الثقافية وأعمال السياحة سنة 2015

الترتيب عالمياً	الترتيب عربياً	القيمة	المتغيرات
50	3	2.0	نتيجة المؤشر ككل
33	3	7.0	عدد المزارات الثقافية والأثرية
22	2	5.0	عدد أشكال التعبير الثقافي الشفهي وغير المادي
28	3	15.0	عدد الملاعب الرياضية الكبيرة
108	12	4.3	عدد إجتماعات الجمعيات الدولية
93	11	4.0	الطلب الرقمي للسياحة الثقافية والترفيهية

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Op .Cit, p 73.

1-3-1- المقومات المادية:

سنحاول هنا التطرق إلى مقومات السياحة المادية في الجزائر والتي نحصرها في قطاع الفنادق، قطاع المواصلات وقطاع الإتصالات.

1-3-1- قطاع الفنادق:

من أهم المتغيرات التي يمكن دراستها عند تحليل العرض السياحي الفنادق بمختلف درجاتها، بما تتضمنه هذه الفنادق من أسرة، سيما وأن الجزء الأكبر من إنفاق السائح يكون على الإقامة في الفنادق. ويختلف توزيع الطاقة الفندقية بحسب فئاتها وفقاً للوضع الإقتصادي للدولة وطبيعة السياح الوافدين إليها. وتملك الجزائر طاقة فندقية قدرت بـ 1195 فندقاً سنة 2015، إلا أن 79% تمثل فنادق غير مصنفة والمتضمنة المنتجعات والشاليات وبيوت الشباب، وهذا ما يتناسب مع كون معظم السياح الزائرين للجزائر هم من المغتربين الجزائريين في أوروبا أو من الزائرين ليوم واحد أو لقضاء العطلات على السواحل.

ويظهر لنا من خلال الشكل (1-3) أن الحظيرة الفندقية في الجزائر عرفت زيادة معتبرة خلال الفترة (2000-2015) قدرت بـ 368 فندق، وذلك نتيجة إرتفاع عدد الفنادق من 827 فندق سنة 2000 إلى 1195 فندق سنة 2015 بمعدل نمو بلغ 3%، لكن هذه الزيادة جزء كبير منها كان موجه للفنادق غير مصنفة التي إستحوذت على 72.7% من حجم الحظيرة الفندقية في المتوسط، في حين كانت النسبة الأقل للفنادق

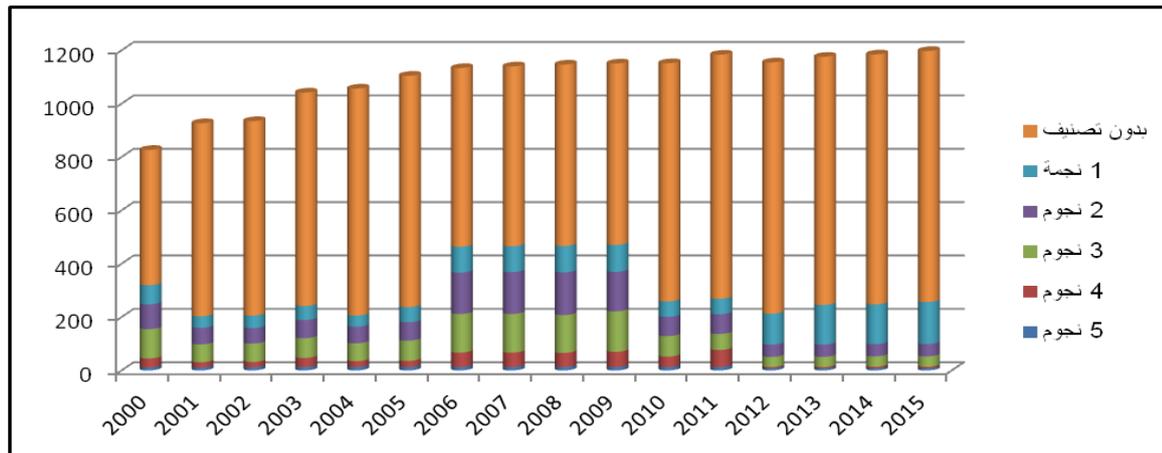
الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

المصنفة بمختلف فئاتها بـ 27.3% موزعة بنسب متوسطة خلال الفترة السابقة إلى 4.1% حصة الفنادق من صنف خمس نجوم، 10% حصة الفنادق من صنف أربع نجوم، 27.4% حصة الفنادق من صنف ثلاث نجوم، 27.5% حصة الفنادق من صنف نجمتين، 31% حصة الفنادق من صنف نجمة واحدة.

إن أول ما تظهره هذه الإحصائيات، أن نصيب الفنادق ذات الخمسة نجوم والأربعة نجوم يبدو ضئيلاً مقارنة بصنف الثلاث نجوم، ويعود ذلك إلى تخوف شركات الفندق العالمية من الإستثمار في هذا النوع من الفنادق بشكل واسع، لعدم توفر مناخ الإستثمار الملائم وقلة مردودية هذا القطاع في الجزائر. بالإضافة إلى ضعف الإستثمار في هذا الصنف من الفنادق لضخامة مبالغ التمويل التي تحتاجها وقلة عائداتها.

وفي المقابل كان نصيب الفنادق من صنف نجمتين ونجمة واحدة إلى إجمالي الطاقة المصنفة معتبراً، لأن هذه الفنادق يتم إنجازها من طرف القطاع الخاص وتكاليفها أقل بكثير عن الأولى وإقبال السياح عليها يكون أكبر من الأصناف الأولى.

الشكل (3-1): توزيع الفنادق حسب التصنيف في الجزائر للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على الملحق 11.

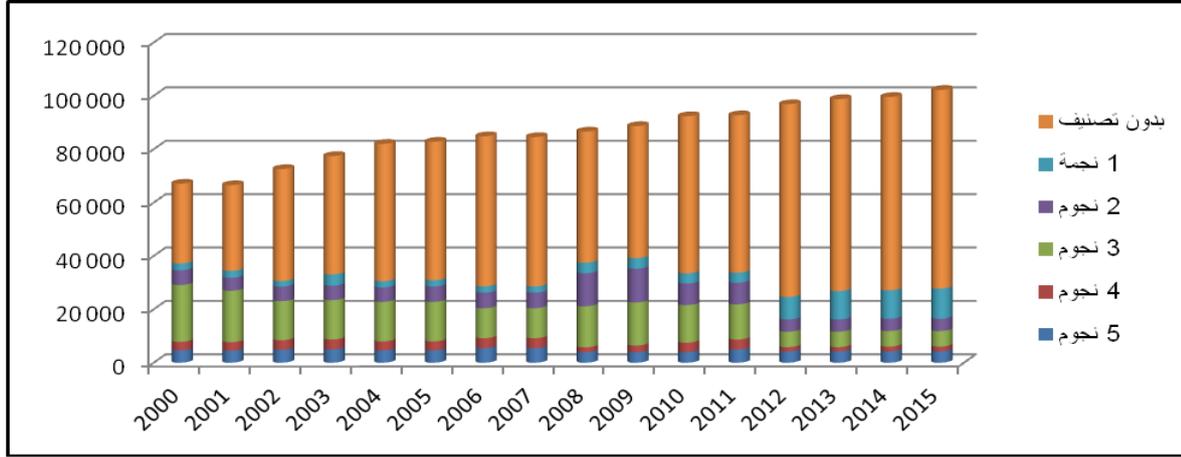
أما بالنسبة لعدد الأسرة التي لم تتجاوز غداة الاستقلال 5922 سريراً، كانت تخدم المستوطنين الأوروبيين بالدرجة الأولى، وهي مركزة في المناطق الكبرى كالجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة وعنابة، حيث تتواجد الجاليات الأوروبية. شهدت نمواً مطرداً بوتيرة بطيئة، حيث تطور عدد الأسرة من 67 087 سرير سنة 2000 إلى 102244 سنة 2015 بطاقة إستيعابية 35 157 وبمعدل نمو سنوي بلغ في المتوسط 3.2%، إلا أن الأمر لا يختلف كثيراً من حيث نسب التوزيع عن سابقتها، وهذا ما يظهر من خلال الشكل (3-2)، حيث يعود النصيب الأكبر إلى الفنادق غير المصنفة بنسبة قدرت في المتوسط بـ 62.4%، بينما 37.6% للفنادق المصنفة.

ويظهر متوسط حصة الفنادق المصنفة على مختلف فئاتها بمعيار عدد الأسرة إلى إجمالي هذه الطاقة للفترة (2015-2000) حسب النسب التالية: 14.7% للوحدات الفندقية من فئة خمس نجوم، 9.2% للوحدات

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

الفندقية من فئة أربع نجوم، 39.5% للوحدات الفندقية من فئة ثلاث نجوم، 20.2% للوحدات الفندقية من فئة نجمتين، 16.4% للوحدات الفندقية من فئة نجمة واحدة.

الشكل (2-3): توزيع الأسرة حسب التصنيف في الجزائر للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على الملحق 11.

أما فيما يخص توزيع طاقات الإيواء حسب نوع المنتج السياحي فيتضح لنا من الجدول (3-3)، أنها تركزت في نوعين من المنتجات السياحية هما الحضري والساحلي بمعدلات أكبر، يليها المنتج الصحراوي، ثم المنتج الحموي والجبلي على التوالي. وقد توزعت طاقات الإيواء وفقاً لهذا المعيار في الفترة (2000-2015) كما يلي:

- **المنتج الحضري:** سجلت طاقات الإيواء فيه 62 479 سرير سنة 2015 مقابل 31 506 سرير سنة 2000، وقد عرف على العموم نصيب هذا المنتج من الأسرة بالارتفاع والانخفاض طيلة الفترة السابقة، وذلك بمعدل نمو بلغ في المتوسط 6.6%. وتجدر الإشارة هنا إلى أن القطاع الخاص هو المسيطر على هذا النوع من المنتج، كما أن أغلبها موجود في المدن الرئيسية للبلاد كالجزائر العاصمة، وهران، عنابة، سكيكدة وقسنطينة.

- **المنتج الساحلي:** يحتل هذا المنتج المرتبة الثانية من حيث الطاقة الإيوائية بعد المنتج الحضري، وقد سجلت فيه طاقات الإيواء إلى غاية سنة 2015 تطوراً ملموساً بفارق حجم 10 657 سرير أي بمعدل 3.6% مقارنة بسنة 2000، والقطاع الذي يستحوذ على نسبة أكبر من هذا النوع من المنتج يتمثل في القطاع الحكومي.

- **المنتج الصحراوي:** على الرغم من أن هذا النمط السياحي يحظى بإهتمام من قبل السياح الأجانب الوافدين إلى الجزائر، إلا أنه يعاني عجزاً في قدرات الإستيعاب ولا يتماشى مع مستوى الطلب عليه، ولا سيما بعد إنتعاش السياحة الأجنبية نتيجة تحسن الظروف الأمنية للبلاد. وما يدل على ذلك هو أن الطاقة الإستيعابية لهذا المنتج لم تمثل سوى 3.6% من الإجمالي الطاقة الإستيعابية سنة 2015 مقابل 11.4% سنة 2000.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

- المنتج الحموي: لا يلقي هذا المنتج هو الآخر الإهتمام سواءً من طرف الدولة أو الخواص، على الرغم من أهميته خاصة محلياً. وقد عرفت الطاقة الإيوائية له إنخفاض تدريجي من 6335 سرير سنة 2000 بنسبة لم تتجاوز 9.4% إلى 3866 سرير سنة 2015 بنسبة 3.8%، وذلك بمعدل نمو سالب بلغ في المتوسط 2.6%.

- المنتج الجبلي: يمثل المنتج الجبلي نسبة ضئيلة جداً من حجم الطاقة الإيوائية، إذ لم تتجاوز 1883 سرير سنة 2015 مقابل 1844 سرير سنة 2000 وذلك بنسبة لم تتعدى 0.1%. وربما يعود هذا الضعف إلى فترة العشرية السوداء التي مرت بها الجزائر والتي كان لها أثر السلبي الكبير في تخلف السياحة الجبلية وما أنجر عنها من إنخفاض في الطاقة الفندقية والإيوائية لهذا النوع من السياحة*.

الجدول (3-3): توزيع طاقات الإيواء تبعاً لنوع المنتج السياحي في الجزائر للفترة (2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
حضري	31 506	33 493	43 424	35 204	48 680	42 628	44 561	44 251
ساحلي	19 723	17 531	19 308	26 034	21 770	23 148	23 148	23 148
صحراوي	7 679	7 723	3 214	8 105	4 431	11 511	11 639	11 639
حموي	6 335	6 530	5 236	6 905	5 742	4 608	4 608	4 608
جبلي	1 844	1 246	1 385	1 225	1 411	913	913	913
المجموع	67 087	66 523	72 567	77 473	82 034	82 808	84 869	84 559
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
حضري	56 491	57 419	52 085	52 445	54 186	55 988	61 012	62 479
ساحلي	15 427	16 551	31 322	31 322	29 886	29 886	27 962	30 380
صحراوي	10 635	10 635	3 770	3 770	5 954	6 058	4 547	3 636
حموي	3 757	3 757	4 111	4 111	5 467	5 467	4 259	3 866
جبلي	332	332	1 089	1 089	1 405	1 405	1 825	1 883
المجموع	86 642	88 694	92 377	92 737	96 898	98 804	99 605	102 244

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

وفي الأخير، يمكن القول أن ما تملكه الجزائر من حظيرة فندقية بما فيها من عدد الأسرة لا يرقى إلى مستوى إقامة نشاط سياحي مزدهر مقارنة بدول الجوار كتونس والمغرب ومصر، التي تقدم خدمات فندقية راقية مقابل أسعار تنافسية جذابة، وتبقى الجزائر بمعادلتها غير المتكافئة وهي تقدم خدمات فندقية أقل جودة بأسعار عالية، وما يؤكد هذه المعادلة هو حصولها على المرتبة 81 عالمياً في مؤشر أسعار الفنادق مقابل المرتبة 2 لمصر والمرتبة 11 لتونس و49 للمغرب. بينما احتلت المرتبة 107 في مؤشر نصيب السكان من الغرف الفندقية لكل

* عرفت سنة 2014 إختطاف ومقتل سائح فرنسي بأعالي جبال تيكجدة بمنطقة القبائل.

100 ساكن، وذلك مقابل المرتبة 28 لتونس و81 للمغرب و87 لمصر. كما أن نسبة كبيرة من هذه الحظيرة لا تتكيف مع الطلب الدولي، حيث لا تستجيب سوى 10% منها فقط للمعايير الدولية.

1-3-2- قطاع المواصلات:

عرف قطاع النقل في الجزائر تحولاً حقيقياً. حيث تم إنجاز عدد كبير من المشاريع و أخرى في طور الإنجاز لجعل هذا القطاع أكثر كفاءة وفعالية للمساهمة في التنمية الاقتصادية للبلاد. والتي نستعرضها على النحو التالي:

- النقل البري: تعتبر شبكة الطرق الجزائرية واحدة من أكبر الشبكات الأكثر كثافة في القارة الإفريقية، حيث يقدر طولها بـ 112 696 كلم، منها 29 280 كلم من الطريق الوطني وأكثر من 4910 هيكل. كما سيتم استكمال هاته الشبكة بجزء هام مقدر بـ 1216 كلم والذي سيربط مدينة عنابة في أقصى الشرق بمدينة تلمسان في أقصى الغرب¹.

وهناك العديد من المشاريع الجارية والمبرمجة للفترة القادمة كطريق الساحل وطريق الهضاب العليا وطريق المواصلات الكبير شمال- جنوب، والتي تسعى الدولة من خلالها إلى تحقيق جملة من الأهداف من بينها الإستجابة لمتطلبات حركة المرور واحتياجات النقل، زيادة الأمن في النقل و تخفيض التكلفة الإجتماعية الناجمة عن إنعدام السلامة في الطرقات، بالإضافة إلى زيادة توفير الوقت لمستخدمي الطرق².

وبالنسبة لشبكة السكك الحديدية قدرت بـ 3799 كلم سنة 2015³، وقد شهدت في الآونة الأخيرة كهرية بعض المقاطع لوضع قطارات ذات سرعة فائقة من شأنها ربط المدن الرئيسية للبلاد. تسيّر شبكة السكك الحديدية من قبل شركة النقل للسكك الحديدية الوطنية (S.N.T.F). هذه الشبكة مجهزة بـ أكثر من 200 محطة تغطي خاصة شمال البلاد، منها 299 كلم سكك مكهربة، 305 سكك مزدوجة، 1085 سكك ضيقة. من بين مشاريع السكك الحديدية في طور الإنجاز نذكر مشروع كهرية وإنجاز 1000 كلم و3000 كلم من السكك الحديدية على التوالي⁴.

- النقل الجوي: تمتلك الجزائر 35 مطاراً منها 15 دولية. ويعتبر مطار الجزائر أكثر أهمية بإستقطابه 6 مليون مسافر سنوياً. وتمثل الخطوط الجوية الجزائرية شركة الطيران الوطنية التي تهيمن على سوق النقل الجوي، الذي سجل

¹ الوكالة الوطنية للتطوير الإستثمار، الموقع: <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

² وزارة الأشغال العمومية والنقل، الطرق السريعة الجزائرية المحاور الهيكلية الرئيسية، الموقع:

<http://www.mtp.gov.dz/arabic/permalink/3797.html>.

³ World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/IS.RRS.TOTL.KM?locations=DZ&view=chart>.

⁴ الوكالة الوطنية للتطوير الإستثمار، الموقع: <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

منذ إنفتاحه للمنافسة 8 شركات خاصة أخرى¹. تغطي الشركة 37 محطة عبر العالم و13 مدينة في الداخل وتقدر الشبكة التي تغطيها بـ 96 400 كلم، كما تتوفر على 150 وكالة في الجزائر وفي الخارج².

وتتكفل الخطوط الجوية الجزائرية* بعدة رحلات نحو أوروبا، إفريقيا، كندا، الصين والشرق الأوسط. وهناك عدة شركات طيران أجنبية لديها رحلات نحو الجزائر نذكر منها: التونسية للطيران، الخطوط الجوية للملكية المغربية، الخطوط الجوية الفرنسية، الإيطالية للطيران، إيغل أزور، ليفتنزا، الخطوط الجوية التركية، الخطوط الجوية البريطانية، ومؤخراً إنضمت الخطوط الجوية الكندية إلى السوق الجزائرية.

ولسعي الجزائر لتطوير هذا القطاع بطريقة تجعل منه وسيلة حقيقية للإندماج على الصعيدين الإقليمي والدولي، خصصت ميزانية تقدر بـ 60 مليار دينار (600 مليون أورو) لتجديد أسطول الجوية الجزائرية خلال الفترة (2013-2017)، وذلك من خلال إقتناء 7 طائرات سنة 2015 و8 سنة 2016. كما أن إنجاز مطار الجزائر الدولي الجديد الذي ستمتكمّل الأشغال الخاصة به سنة 2018 سيسمح للشركة الوطنية بفتح 13 خطاً دولياً جديداً لاسيما إتجاه إفريقيا الغربية³.

- **النقل البحري:** تعتبر الشركة الوطنية الجزائرية للملاحة (C.N.A.N) والمؤسسة الوطنية للنقل البحري للمسافرين (E.N.T.M.V) ممثلي قطاع النقل البحري في الجزائر. معظم العبارات (السفينة العابرة) تعمل على إيصال الركاب إلى الشواطئ الأوروبية ونقل البضائع إلى جميع أنحاء العالم، كما أن معظم الأنشطة التجارية الدولية تتم عن طريق النقل البحري، عبر 11 ميناء تجاري نذكر منها: الجزائر، وهران، عنابة، سكيكدة، أرزيو، بجاية مستغانم، غزوات، جيجل، تنس ودلس.

وتملك الشركة الوطنية للنقل البحري للمسافرين في الجزائر 4 سفن تتمثل في الطاسلي وطارق بن زياد والجزائر والإيروس. والتي تنظم رحلاتها ضمن برنامج خطوطها من الجزائر إلى فرنسا وإسبانيا. لكن بعد الهجرة الكبيرة في سنوات الألفين أثبتت الجزائرية للنقل البحري أن قدراتها غير كافية ما اضطرت الجزائر لفتح موانئها أمام منافستها الأوروبية الرئيسية (المؤسسة الوطنية للملاحة كورسيكا المتوسطي).

¹ الوكالة الوطنية للتطوير الإستثمار، الموقع: <http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>

² وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة (وزارة السياحة والصناعات التقليدية حالياً)، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025: تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، كتاب 1، الجزائر، جانفي 2008، ص 45.

* قامت شركة متخصصة بتصنيف وتقييم خطوط الطيران في العالم، بإجراء استطلاع لأحسن شركات الطيران على مستوى العالم لسنة 2017. وعرف الإستطلاع الذي أجرته "سكاي تراكس" غياب شركة الخطوط الجوية الجزائرية من 100 أفضل الشركات في العالم، حيث تصدرت الجوية القطرية قائمة شركات الطيران لتحل بعدها سنغفورة التي تقدمت في الترتيب مقارنة بالسنة الماضية أين كانت تحتل المرتبة الثالثة، وتراجع طيران الإمارات إلى المركز الرابع بعد أن تصدر المرتبة الأولى سنة 2016. واحتلت السعودية للطيران المرتبة 51 وعمان المرتبة 53، وجاءت الخطوط المغربية الملكية في المرتبة 97.

³ الإذاعة الجزائرية، شركة الخطوط الجوية الجزائرية تقتني طائرة من طراز إيرباص من الحجم الكبير، 2015/04/02، الموقع: <http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20150402/35743.html>.

وقد سطرت هذه الشركة برنامجاً هاماً خلال السنوات الأخيرة لإثراء شبكة وجهاتها نحو أوروبا، من أجل تمكين الجزائريين من التنقل من وإلى الجزائر من عدة موانئ أوروبية بفرنسا، إيطاليا، إسبانيا، وذلك من خلال برمجة 22 رحلة بحرية إضافية نحو إسبانيا، في إطار خط النقل البحري الجديد مستغانم - برشلونة، والذي من المنتظر أن يدخل حيز الخدمة شهر جويلية 2017، بمعدل أربع رحلات في الشهر، إضافة إلى خطي أليكانت وفالنسيا الرابطين بكل من موانئ الجزائر العاصمة، مستغانم، وهران، وخطي مرسيليا (فرنسا)، وجنوة (إيطاليا)¹.
وبالنظر إلى ترتيب الجزائر في مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي ومؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري في منتدى دافوس 2015، نستنتج أن ما تملكه الجزائر من طرق نقل بمختلف أنواعها، غير كافي لإقامة صناعة سياحية مزدهرة ومنافسة لا على المستوى العالمي وإنما على مستوى دول الجوار فقط. وقد احتلت الجزائر مراتب متدنية في معظم المؤشرات الجزئية لهذين المؤشرين سواءً على الساحة العربية أو العالمية، وذلك كما تشير له أرقام الجدول التالي:

¹ ر.ملاح، تعزيز شبكة خطوط النقل البحري نحو أوروبا بـ 22 رحلة جديدة، جريدة الشروق الجزائرية، 2017/03/31، الموقع:

<http://www.echoroukonline.com/ara/articles/518775.html>.

الجدول (3-4): ترتيب الجزائر في مؤشري البنية التحتية للنقل الجوي والنقل البري والبحري سنة 2015

البنية التحتية للنقل الجوي			
الترتيب عالمياً	الترتيب عربياً	القيمة	المتغيرات
113	12	2.0	نتيجة المؤشر ككل
127	12	3.0	جودة البنية التحتية للنقل الجوي
42	3 من أصل 10	20.7	شركه الطيران المحلية، كلم المقاعد في الأسبوع (مليون)*
67	10	157.4	شركة الطيران الدولية، كلم المقاعد في الأسبوع (مليون)
90	11	1.4	المغادرين لكل 1000 نسمة
61	4	1.2	كثافة المطار لكل مليون نسمة من سكان المدن
82	10	26.0	عدد شركات الطيران العاملة
البنية التحتية للنقل البري والبحري			
121	12	2.6	نتيجة المؤشر ككل
107	10	3.1	جودة الطرق
64	4 من أصل 7	2.7	جودة البنية التحتية للسكك الحديدية
116	12	2.8	جودة البنية التحتية للموانئ
105	10	3.8	جودة شبكة النقل البري
86	5 من أصل 7	0.2	كثافة السكك الحديدية (كم / المساحة السطحية)
129	13	/	كثافة الطرق (كم / المساحة السطحية)
98	10	/	كثافة الطرق المعبدة (كم / المساحة السطحية)

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Op .Cit, p 73.

1-3-3- قطاع الاتصالات:

تُعزى الزيادة في الطلب السياحي على المستوى العالمي إلى التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تؤدي إلى تحقيق الإتصال الجيد بين الدول المصدرة للسياحة والدول المستقبلة. كما أن السياحة الرقمية (الإلكترونية)** أصبحت حالياً تشكل القسم الأكبر من حجم التجارة الإلكترونية، وذلك نتيجة الدور الفعال الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في تطوير هذا النوع من السياحة من خلال إستخدام العمود الأساسي

* يقاس هذا المؤشر قدره شركة الطيران علي تحمل الركاب. وهي تتألف من عدد المقاعد المتاحة في كل الرحلة الدولية مضروباً بمسافة الطيران بالكيلومترات. وتمثل القيمة النهائية المتوسط الأسبوعي لسنه (جانفي-ديسمبر).

** ظهرت السياحة الإلكترونية مع بداية ظهور خدمة الشبكة العنكبوتية (World Wide Web) سنة 1990، وذلك تزامناً مع إستخدام الأنترنت ما بين المؤسسات ومثيلاتها (business to business B2B) وما بين المؤسسات والمستهلكين (business to consumer B2C) وما بين المستهلكين أنفسهم (consumer to consumer C2C)، وقد ظهر الموقع "ديكريفتور" (degriftour.com) كأول موقع سياحي سنة 1991.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتمثلة في شبكة الأنترنت، لترويج وترقية المنتجات السياحية والإكتشاف الثقافي والطبيعي لأي بلد. هذا إلى جانب استخدام الخدمات السياحية الإلكترونية إما للإستفسار أو شراء خدمات الحجز والسفر.

ومن جهة أخرى، فإن السائح عند زيارته أي وجهة سياحية يأخذ بعين الإعتبار مدى جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في هذه الوجهة المقصودة، لأنه يحتاج عادة إلى الإتصال بذويه في أماكن إقامتهم أو بمراكز أعمالهم، فمن الضروري توفير وسائل الاتصال له، سواء كانت الإتصالات السلكية أو اللاسلكية. ويعتبر التلفون أهم وسيلة للإتصال، إذ تدل الدراسات التي أجريت على إحتياجات الفنادق أن كل 20 حجرة في الفندق تحتاج في المتوسط إلى خط تلفوني خارجي.

وباعتبار هذا القطاع ذا أهمية بالغة على قطاع السياحة وغيره من القطاعات الأخرى، فإن الجزائر باشرت بإصلاحات عديدة له منذ بداية الألفينات، من خلال إلغاء الإحتكار و سن قوانين وتشريعات جديدة وتخصيص غلاف مالي لدعم القطاع وغيرها. وتشير آخر الإحصائيات على هذا القطاع أنه تم تسجيل حوالي 50.5 مليون مشترك في شبكات الهاتف الثابت والنقال (GSM) والجيلين الثالث والرابع) سنة 2016 مقابل 46.6 مليون سنة 2015 أي إرتفاع ب 3.7 مليون مشترك. وتعود النسبة الأكبر إلى مشتركى الهاتف الجوال بأكثر من 47 مليون مشترك موزعين على ثلاث شركات جزائرية ودولية هي موبيليس (حكومية)، أوريدو (قطرية)، جازي وهي فرع فيون الروسية (فيمبلكون سابقاً) بالشراكة مع الحكومة الجزائرية التي تستحوذ على 51% من رأسماله. و قد سجل المتعامل موبيليس أكبر عدد من مشتركى الهاتف النقال 17 344 746 مشترك، بينما سجل المتعامل جازي 16 367 886 مشترك، في حين سجل المتعامل أوريدو 13 328 689 مشترك. وقد بلغت كثافة إتصالات شبكات الهاتف الثابت والنقال نسبة 121.6% سنة 2016 مقابل 115.5% في السنة السابقة¹.

وبالنسبة لشبكة الأنترنت في الجزائر فقط بلغ العدد الإجمالي لمستخدميها 29.5 مليون زبون سنة 2016 بزيادة بلغت نحو 10.5 مليون مشترك مقارنة بالسنة الماضية، ويعود تفسير هذا الإرتفاع إلى إستكمال تغطية جميع محافظات البلاد 48 بخدمة الجيل الثالث للهاتف الجوال وإطلاق خدمة الجيل الرابع. وقد بلغ عدد المشتركين في الأنترنت الجوال إلى 26.7 مليون مشترك، بينما عدد المشتركين في الأنترنت الثابت وصل إلى 2.9 مليون مشترك. وتحتكر شركة إتصالات الجزائر الحكومية توريد خدمات الأنترنت والهاتف الثابت في البلاد منذ سنوات، حيث تحوز على نحو 3.5 مليون خط هاتفي ثابت وفق الأرقام التي صرحت بها. كما أن الكثافة الهاتفية للأنترنت في الجزائر (نسبة النفاذ إلى الأنترنت مقارنة بعدد السكان) بلغت 71.17% نهاية 2016، في حين كانت النسبة في حدود 49.9% نهاية 2015².

¹ 50.5 مليون مشترك في شبكات الهاتف والنقال، جريدة الخبر، 29 مارس 2017، الموقع:

<http://www.elkhabar.com/press/article/120065/505>.

² حسان جبريل، الجزائر.. إرتفاع بنحو 37% في عدد مشتركى الأنترنت في 2016، وكالة الأناضور الإخبارية، الموقع: <http://aa.com.tr/ar>

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

وعلى الرغم من هذه النتائج المحققة فإن الجزائر بحاجة إلى بذل المزيد من الجهود في هذا المجال، فحسب الترتيب الذي حصده في منتدى دافوس سنة 2015، يشير إلى أن مستوى الجزائر من حيث جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المستوى الدولي والعربي ضعيف (105 عالمياً و12 عربياً)، بينما استطاعت بعض الدول العربية خاصة البترولية منها أن تحصد مراتب متقدمة جداً منها الإمارات العربية (24 عالمياً)، قطر (25 عالمياً) السعودية (28 عالمياً)، الكويت (39 عالمياً). ويعزى هذا إلى ضعف الاستثمار في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، ففي سنة 2014 خصصت الجزائر ما قيمته بـ 742.3 مليون دولار كإستثمار في هذا القطاع أي ما نسبته 1.3% من إجمالي الإستثمار¹. والجدول التالي يبين لنا الترتيب المتدني الذي حصده الجزائر في معظم المعطيات الجزئية لهذا المؤشر.

الجدول (3-5): ترتيب الجزائر في جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سنة 2015

الترتيب عالمياً	الترتيب عربياً	القيمة	المتغيرات
105	12	3.1	نتيجة المؤشر ككل
136	14	3.4	إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمعاملات بين الشركات (B2B)
136	14	2.9	إستخدام الأنترنت للمعاملات بين الشركات والمستهلكين (B2C)
107	13	16.5	عدد الأفراد الذين يستخدمون الأنترنت (%)
87	8	3.3	مشاركي الأنترنت (النطاق العريض) لكل 100 من السكان
91	12	100.8	إشتركات الهاتف المحمول (الخلوي) لكل 100 من السكان
130	13	0.0	إشتركات النطاق العريض المحمول لكل 100 من السكان
62	8	99.2	تغطية شبكة المحمول (الهاتف الخلوي) (% من السكان)
90	10	4.0	جودة إمدادات الكهرباء

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Op. Cit, p 73.

1-4- الاستثمار السياحي:

الإستثمار كمطلوح يعني توظيف الأموال أو تخصيصها في المجالات أو الفرص الإستثمارية التي يعتقد المستثمر بأنها فرص ذات جدوى تحقق أفضل عائد في أقل مستوى من المخاطر. وإن أحد مجالات الإستثمار هو الإستثمار السياحي الذي يشمل الإستثمار في التجهيزات والتسهيلات السياحية التي تعرف إصطلاحاً بالخدمات السياحية مثل خدمات الإقامة والإعاشة والتسهيلات الترفيهية، خدمات النقل، خدمات الإتصالات، والإستثمار في مجال الثروة السياحية والذي يتمركز في مواقع الجذب السياحي وموارده المتمثلة في مواقع التراث الثقافي ومواقع التراث الطبيعي.

¹ World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/IE.PPI.TELE.CD?locations=DZ&view=chart>.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

وما يميز الإستثمار في المشاريع السياحية أنه غالباً ما يكون العائد السنوي منها منخفضاً (يتراوح عادة ما بين 10% إلى 15%)، لهذا فإن تمويل القطاع الخاص للمشاريع الإستثمارية السياحية غير كافي، الأمر الذي يستدعي بحث إمكانيات التمويل من المصادر الحكومية سواء كان هذا التمويل مباشراً أو غير مباشر.

وفي الجزائر، إن ضعف الإستثمارات المخصصة للقطاع السياحي هي من بين المشاكل التي يعاني منها هذا القطاع، حيث تشير معطيات الجدول (3-6) إلى أن إجمالي الإستثمارات الموجه له لم يتجاوز 3 مليار دولار خلال الفترة الواقعة ما بين 2000 و2015 وبنسبة لم تتعدى هي الأخرى 7.1% من إجمالي الإستثمار. وقد تراجعت هذه النسبة في السنوات الأخيرة بسبب إنخفاض موارد الدولة نتيجة تدهور أسعار البترول، حيث بلغت 2.8% سنة 2015 بما يعادل 1609 مليون دولار أمريكي. وبذلك حصدت الجزائر في منتدى دافوس سنة 2015 على المرتبة 130 في مؤشر الإستثمار في صناعة السياحة والسفر من طرف الحكومة، بينما حصدت نظيراتها تونس المرتبة 20 ومصر المرتبة 23 والمغرب المرتبة 63.

الجدول (3-6): تطور الإستثمار السياحي في الجزائر (مليون دولار) للفترة (2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الإستثمار السياحي	297	412	628	850	1180	1640	1840	2260
% من الإستثمار الإجمالي	2.6	3.3	4.5	5.2	5.8	7.1	6.8	6.4
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الإستثمار السياحي	2080	1770	1657	1810	1877	1894	1992	1609
% من الإستثمار الإجمالي	4.2	3.4	2.8	2.9	2.9	2.7	2.7	2.8

Source: World Travel & Tourism Council, Site: <https://www.wttc.org/research>.

وإن هذا الضعف، راجع لمشكل التمويل نتيجة غياب بنوك جزائرية متخصصة في الأنشطة السياحية، بالرغم من توكيل المهمة للقرض الشعبي الجزائري، إلا أن عملية الحصول على القرض من البنك تبقى صعبة للغاية لإرتفاع نسبة الفائدة من جهة، والعراقيل البيروقراطية من جهة أخرى، إلى جانب مشكلة العقار السياحي الذي لا يزال عائق كبير أمام الإستثمارات السياحية، لأن غالبية مناطق التوسع السياحي غير مهيأة، ضف إلى ذلك إشكالية عقود الملكية للأراضي السياحية، وهذا في الوقت الذي تقدم فيه الدول المنافسة في المجال السياحي تسهيلات لإقتناء الأراضي السياحية، سواء للمقيمين أو الأجانب تكون أحياناً دولار رمزي.

وفي سنة 2015، تم رفع التجميد عن الكثير من ملفات الإستثمار في المجال السياحي التي كانت حبيسة الأدرج منذ 4 سنوات مع إحداث تعديلات جذرية في طريقة التعاطي مع المستثمرين بخصوص دراسة ملفاتهم ومساعدتهم مالياً ومرافقتهم ميدانياً من طرف الوزارة الوصية بذلك. ومن بين هذه التسهيلات تقليص مدة فحص ملف طلب الإستثمار إلى أسبوع كأجل أقصى للرد عليها بالقبول أو بالتعديل في بعض جوانبه، بالإضافة إلى

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

تخفيض عدد الوثائق المشكّلة للملف إلى وثيقة واحدة تثبت هوية المستثمر. مع تأطيره مالياً بقروض بنكية تغطي 60% من المشروع، ومساعدته في الحصول على قطعة أرض داخل وخارج مناطق التوسع السياحي، في حالة التأكد من ملاءمتها للاستثمار، في إطار التعامل مع الأراضي بنظرة إقتصادية تتلخص في ما يمكن أن يقدمه هذا العقار من إضافة اقتصادية¹.

ومع ذلك، بلغ عدد المشاريع الإستثمارية السياحية في الجزائر التي تم توقيفها نهاية 2015 نتيجة عدة مشاكل أغلبها في التمويل 101 مشروعاً، بطاقة إستيعابية قدرها 8591 سرير و بجوالي 3732 منصب عمل مقرر توفيرة وبتكلفة 27.4 مليار دج. بينما تم إنجاز 58 مشروع بطاقة إستيعابية قدرها 4241 سرير، في حين قدرت المشاريع قيد الإنجاز والمشاريع التي لم يتم الشروع فيها بعد 505 و 607 مشروع على التوالي².

ثانياً: مؤشرات العرض السياحي في تونس

تتمتع تونس بمرتبة عالية في عالم السياحة والسفر، فهي من البلدان التي تشهد إقبالاً متزايداً من الزائرين سنوياً، حيث تتمتع بمناخ معتدل جميل، وتنوع الفنادق والأنشطة السياحية فيها بين الثقافة والتاريخ العريق والمنتجعات الفخمة والجزر والشواطئ الخلابة، وهي من الوجهات السياحية منخفضة التكلفة وتناسب الرحلات العائلية والشبابية. وفيما يلي نستعرض مكونات العرض السياحي في تونس على النحو التالي:

2-1- المقومات الطبيعية:

- **الموقع والمناخ:** تقع تونس* في منتصف الطريق بين مضيق جبل طارق وقناة السويس في شمال قارة أفريقيا، بين درجتي عرض 30° و 37° شمالاً وخطي طول 7° و 11° شرقاً، يحدها من الشمال والشرق البحر الأبيض المتوسط ومن الجنوب الشرقي ليبيا على طول 459 كلم، ومن الغرب الجزائر على طول 965 كلم. عاصمتها مدينة تونس. تبلغ مساحتها 163 610 كلم². تمتد الصحراء على 40% من الأراضي التونسية، بينما تغطي باقي المساحة تربة خصبة محاذية للبحر حيث تمتد سواحلها على طول 1300 كلم³.

¹ محمد الفاتح عثمان، تمويل مشاريع المستثمرين في السياحة بنسبة 60%، جريدة الخبر، 9 سبتمبر 2015، الموقع:

<http://www.elkhabar.com/press/article/89931>.

² Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Algérien, Rapport statistique sur *Etat récapitulatif des projets d'investissement touristique à fin 2015*.

* كلمة تونس في الأصل هي تحريف لـ "تيناست" وهي تجمع سكاني أو قرية أمازيغية قديمة سكنها الأمازيغ وكان الإسم الروماني للجمهورية التونسية الحالية أفريقيا، ومع دخول العرب تم تحريفه لأفريقية الذي تحوّل فيما بعد ليصبح إسماً لكل القارة (أفريقيا)، في حين أخذت البلاد إسماً الحالي مع دخول العثمانيين إليها أواسط القرن السادس عشر.

³ الجمهورية التونسية، الموقع: <http://www.marefa.org>

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

ويعتبر موقع تونس موقعاً إستراتيجياً، فهي تطلّ على البحر الأبيض المتوسط ودول المطلة عليه، كما أنّها قريبة جدّاً من القارة الأوروبية حيث تفصلها 500 كم على إيطاليا (يفصلها عن جزيرة صقلية مضيق يمتد بحو 140 كلم) و1500 كم على فرنسا وإسبانيا، لذلك فالتواصل مع العالم الخارجي سهل جدا بالنسبة لها¹.

وتتميز تونس بمناخ يخضع للتأثيرات المتوسطة فهو بذلك مناخ معتدل ولطيف، ويبلغ متوسط درجة الحرارة فيها إلى 44.11⁰ مئوية في شهر جويلية وتنخفض خلال شهر ديسمبر إلى 3⁰ مئوية. أما الأمطار فهي تنزل بدون إنتظام وتوزع بدون تساو بحسب الفصول والجهات (75% منها تنزل في الشتاء). ويتجاوز معدل الأمطار 1500 ملليمتر سنوياً في عين دراهم الواقعة في أقصى الشمال، وتتندى هذه الكميات إلى أقل من 150 ملليمتر في أقصى الجنوب².

- **الموارد السياحية الطبيعية:** إن غنى وجمال الطبيعة في تونس المزوجة بين البحر والسهول والصحراء، كان عاملاً أساسياً في تطوير السياحة بهذا البلد والنهوض ببعض الأنماط السياحية، كسياحة الشواطئ، السياحة الجبلية والسياحة الصحراوية، مما جعلها قطباً سياحياً في المنطقة على الرغم من صغر مساحتها. وتمثل هذه الموارد الطبيعية السياحية التي تزخر بها تونس في:

• **الساحل التونسي:** تطل تونس على البحر الأبيض المتوسط بساحل يبلغ طوله 1300 كلم، يتميز ببروزاته الواضحة المعالم، وهو يطل على عدد من الجزر، مثل جزيرة كوربات مقابل المنستير، جزيرة قرقنة مقابل صفاقس، جربة وهي أكبر الجزر تمتاز بإتصالها باليابسة ببرزخ إصطناعي. إضافة إلى عدد من الجزر الصغيرة المتناثرة في خليج تونس. ويمتاز الساحل الشمالي التونسي من الحدود الجزائرية إلى الرأس الأبيض بطبيعته الصخرية، وذلك لكثرة البروزات الصخرية المتقدمة في البحر. أما السواحل الممتدة من الرأس الأبيض إلى رأس بون *Bon* فتختلف كلياً عن السواحل الشمالية، إذ تمتاز بغزارة الرواسب الممتدة النهرية التي طمرت بعض الموانئ القديمة التي أصبحت مواقعها الحالية على مسافة 15 كلم أحياناً داخل البر³.

وإن الشريط الساحلي التونسي تتخلله شواطئ بديعة وغابات أخاذا وسلاسل جبلية ذات مناظر ساحرة، وهذا ما ساعد على إنتشار السياحة في المدن الساحلية التي تتميز شواطئها بإنبساطها ونعومة رمالها مثل مدينة قرطاج التي تستقطب 418 190 سائح أجنبي، سوسة 428 111 سائح أجنبي، جربة 467 112 سائح أجنبي، حمامات (نابل) 245 881 سائح أجنبي، بنزرت 12 839 دون أن ننسى لؤلؤة الساحل التونسي طبرقة (عين دراهم) التي تستقطب 43 137 سائح أجنبي⁴.

¹ خريطة تونس: موقع البلاد التونسية، الموقع: <http://encysco.blogspot.com/2013/12/2.html>

² الجمهورية التونسية: خريطة تونس، الموقع: http://www.alamelarab.com/a-map/about_4.html

³ الجمهورية التونسية، الموقع: <http://www.marefa.org>

⁴ Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015, P 41.*

• **المناطق الجبلية:** تشكل نهاية الأطلس الشرقي الممتدة عبر الحدود الجنوبية الشرقية عبوراً من مدينة تبسة عبر الحدود الجزائرية إلى غاية شبه الجزيرة كاب بون بالشمال الشرقي التونسي، أهم كتلة جبلية في البلاد تسمى بالجبال الظهرية، تضم أعلى قمة وهي قمة الشعامي بإرتفاع يقدر بـ 1544م، أما باقي القمم فيتراوح ارتفاعها ما بين 400م و800م، وهو إرتفاع متوسط يسمح بتنشيط أنواع معينة من السياحة مثل التسلق البسيط، سياحة التخميم الجبلية والجولات الغابية، حيث تتمتع هذه المرتفعات بغطاء أخضر طبيعي غني ومتنوع ولكن أشهر نبات هو أشجار الصنوبر، كما تسمح طبيعة هذه الجبال بممارسة سياحة الصيد الموسمية والتي أطرقها السلطة التونسية بتشريع خاص يحمي الطبيعة والثروة الحيوانية عملاً بمبدأ التنمية المستدامة¹.

• **الصحراء التونسية:** تتميز الصحراء التونسية بطبقاتها الرسوبية وبكثرة السهول والهضاب، وأيضاً بوحاتها التي تشبه إلى حد ما واحات الجزائر والمغرب، مثل الواحات الواقعة شمال غرب كشط الجريد، توزر*، نفطة، صابرية ودوز. وهي فضاء بصحراء شاسعة مرت عليها قبائل عديدة وقوافل تجارية طيلة القرون الخوالي، وتعتبر بوابة المشرق العربي الرابطة مع المغرب وإمتداد للصحراء الكبرى التي تتوغل جنوباً في إفريقيا. يتواجد بها شطوطاً مثل شط الجريد، الفجاج، غرسة، وهي تتميز بإنخفاض إرتفاعها إلى 17 م تحت مستوى سطح البحر².

وتتوفر بالصحراء التونسية المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، من خلال واحاتها المنتشرة عبر أرجائها ومبانيها المتميزة بمهندستها. فعلى بعد حوالي 500 كلم جنوب تونس تعترضك صحاري وواحات تمتد على مساحات كبيرة مثلت قبلة للسياح ووجهة لهم خاصة في فصل الشتاء، حيث جمال الطبيعة وروعيتها. ويصل النشاط السياحي في الصحراء التونسية** ذروته في الفترة الممتدة من شهر أكتوبر إلى أبريل من كل عام، وذلك قبل أن تشتد درجات الحرارة، التي تصل إلى 48 درجة مئوية في الظل صيفاً في هذه المناطق من تونس³.

• **الحمامات المعدنية:** عُرفت تونس عبر التاريخ بمياهها المعدنية الحارة. فهي تحظى بـ 95 منبع ماء معدني منها 65 منبع ماء ساخن أغلبها يتم استغلاله منذ القدم في حمامات شعبية. فيما بدأت تظهر في الأعوام الأخيرة

¹ يحيوي هادية، السياحة والتنمية في المغرب العربي، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر، 2011 - 2012، ص 132.

* تعتبر واحة "توزر" من أشهر الواحات الصحراوية التونسية، فهي تتميز بتدفق ماؤها من منطقة راس العين عند سفح روة تشكل ينابيعها وادياً حقيقياً ما زالت عليه آثار سدود قديمة قسمها العلامة ابن الشباط تقسيماً وُصِفَ بأنه معجزة هندسية، كما استطاعت أن تحافظ على تقاليدها وأصالتها ولغتها العربية القريبة من الفصحى كما تضم أطراف مدينة توزر أطرف حديقة حيوان في العالم، حيث جمعت في مكان واحد كل نماذج الحيوانات الصحراوية من الغزال الجميل إلى العقرب الخطير، ونجد بما أيضاً متحف دار شريط فيه تجسيد لأكثر من 3000 سنة من الحضارة.

² صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي و الاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس، مرجع سبق ذكره، ص 73.

** تعيش تونس منذ ماي 2011 على وقع هجمات إرهابية استهدفت أمنيين وجنود و سياح أجنب و سياسيين، كان أشدها الهجوم على أحد الفنادق في منتجع القنطاوي بمحافظة سوسة شرق البلاد، راح ضحيته 38 سائحاً و جرح 39 أغلبيتهم بريطانيين. وتراهن تونس على إنعاش السياحة الصحراوية والسياحة الداخلية كأحد أهم المخارج من الأزمة التي يعيشها القطاع السياحي في ظل عدم الإستقرار الأمني نتيجة الهجمات الإرهابية.

³ صحراء تونس تعيد الأمل للسياحة، 25 ديسمبر 2015، على الموقع: <http://www.noonpost.org>

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

المراكز العلاجية المتطورة مدفوعة بالدراسات التي يعدها خبراء مختصون في العلاج بالمياه المعدنية ومياه البحر والمياه الحارة التي اشتهرت بفوائد علاجية هامة¹.

وتحتوي تونس على أربع محطات إستشفائية في شمال البلاد وجنوبها، تستغل 50 مركز علاج بالمياه الطبيعية و30 حماماً تقليدياً وأكثر من 50 مركزاً للمعالجة بمياه البحر و18 نبعاً جوفياً حاراً، كما يوجد بها 50 مركز نقاهة. ولكل محطة إستشفائية إختصاصاتها العلاجية بناء على التركيبة الفيزيوكيميائية لمياهها. وقد صنفت المنظمة العالمية للمياه المعدنية وعلم المناخ، أربع مؤسسات تونسية متميزة في مجال الاستشفاء بالمياه هي "غولدن تولىب" و"للابية" و"نادي الحمراء" و"حمام شانشو" بقابس، سنة 2011 كأفضل منتجعات إستشفائية بالبلاد التونسية².

أما المعالجة بمياه البحر فتحتل أهمية إقتصادية كبرى في تونس، وتعد من أهم الروافد السياحية التي تدعم الإقتصاد الوطني التونسي، إذ تمكنت من احتلال المرتبة الثانية عالمياً بعد فرنسا، ويرجع تاريخ إنحاز أول مركز للعلاج بمياه البحر في تونس إلى سنة 1994، ويقع في مدينة سوسة الساحلية. و في ماي من سنة 2014 اختيرت جربة عاصمة متوسطة للعلاج بمياه البحر³.

ومن أشهر الحمامات المعدنية في تونس نذكر حمام حمامة ب قابس، وحمام الزريبة بزغوان، حمام بنت الجديدي بنابل، حمام الصالحين بجندوبة وحمام ملاف بالكاف⁴، بالإضافة إلى حمام بورقية (شمال غربي تونس) والذي يعتبر أحد أهم المراكز الاستشفائية في تونس، حيث تعتمد هذه المحطة الاستشفائية على أحدث التقنيات الاستشفاء بالمياه المعدنية في العالم، ويسهم في إستقطاب نسبة كبيرة من السياح الأجانب والتونسيين لما يوفره من طرق علاجية متطورة بإعتماد مزايا العلاج بالمياه المعدنية والأعشاب والطحالب البحرية⁵.

وإن عدم الإهتمام الكافي بهذا التنوع الطبيعي الذي تتمتع به تونس، يجعلها تفقد وجهتها لسياحة الطبيعة، إذ أن ترتيبها في منتدى دافوس سنة 2015 من حيث مؤشر الموارد الطبيعية كان 105 عالمياً. وإن أسباب ذلك لا تختلف كثيراً عن نظيرتها الجزائر، إذ يبقى عامل التلوث البيئي الذي يهدد مساحاتها الخضراء وشواطئها ومدنها المعوق الرئيسي لتنمية السياحة الطبيعية بها (المرتبة 116 في مجموع المناطق المحمية، و107 في جودة البيئة الطبيعية)، وذلك على الرغم من إنشاء تونس صندوق لحماية المناطق التونسية والعناية البيئية بها،

¹ ك.ش، العلاج بالمياه المعدنية في تونس: 95 منبعاً و46 حماماً و4 محطات إستشفائية، جريدة الشروق التونسية، 28 ماي 2010، الموقع: <http://www.tuess.com/alchourouk/164092>.

² رمزي زائري، السياحة الاستشفائية في تونس: مراكز ترقى إلى العالمية، 01 جوان 2014، الموقع: <http://www.afriqatnews.net/conten>.

³ أمينة محمد ذكي، السياحة العلاجية والاستشفائية في تونس، 16 ماي 2017، الموقع: <https://www.muhtwa.com/47471>.

⁴ هادية الشاهد المسيهلي، السياحة الاستشفائية: تونس الثانية عالمياً رغم تراجع السياح بـ60٪، جريدة الشروق التونسية، 1 فيفري 2012، الموقع: <http://www.tuess.com/alchourouk/518948>.

⁵ رمزي زائري، السياحة الاستشفائية في تونس: مراكز ترقى إلى العالمية، 01 جوان 2014، الموقع: <http://www.afriqatnews.net/conten>.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

باعتبار البيئة التونسية رأسمال سياحتها خاصة في ظل المزايا التي تتمتع بها (المرتبة 43 من حيث عدد المواقع الطبيعية المصنفة ضمن التراث العالمي).

الجدول (3-7): ترتيب تونس في مؤشر الموارد الطبيعية سنة 2015

المرتبة عالمياً	المرتبة عربياً	القيمة	المتغيرات
105	6	2.4	نتيجة المؤشر ككل
43	1	1	عدد المواقع الطبيعية المصنفة ضمن التراث العالمي
100	8	398	مجموع الأنواع المعروفة من الثدييات والطيور والبرمائيات
116	9	4.8	مجموع المناطق المحمية (% إجمالي المساحة الإقليمية)
59	3	18	الطلب الرقمي للسياحة الطبيعية
107	8	3.8	جودة البيئة الطبيعية

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness, Op. Cit.*, p 329.

2-2- المقومات التاريخية والثقافية:

- **المواقع الأثرية:** عرفت تونس عدة حضارات متعاقبة كالقرطاجية، الرومانية، الوندالية، البيزنطية، العرب والأتراك. وهذا ما جعلها تزخر بالعديد من الآثار الشاهدة على هذه الحضارات، وما يفسر ذلك هو تصنيف اليونيسكو لسبع مواقع ضمن قائمة التراث الثقافي العالمي تتمثل في:

- **مدينة تونس العتيقة:** تحافظ المدينة العتيقة بتونس على تراث إنساني معماري حضري عربي وإسلامي فريد من نوعه، يحافظ على الذاكرة الشعبية والوطنية لتونس وللبلاد، ويجسم أصالة مدينة ظهرت إلى الوجود منذ ثلاثة عشر قرناً¹. ومن أشهر المعالم السياحية في المدينة جامع الزيتونة الذي أسسه الأمويون حوالي 732م، يتميز هذا الجامع بأعمدته المائة والأربعة وثمانين وبتيجانه ومسكباته الخمس عشر وبثرياته المصنوعة من زجاج البندقية. كما تضم هذه المدينة العديد من المواقع الأثرية من مساجد وأسواق وساحات ومقامات وقصور وبيوت ومدارس قرآنية منها جامع القصر، جامع حمودة باشا، سوق العطارين، المدرسة المرادية، باب بجر، باب سويقة تربة الباي وغيرها².
- **موقع قرطاج الأثري:** هو موقع منتشر بمدينة قرطاج في تونس، وقد مصنّف كموقع تراث عالمي منذ 1979³. وقرطاج مدينة قديمة في شمالي إفريقيا، تأسست منذ القرن التاسع قبل الميلاد في عهد الأميرة الفينيقية "عليسة"، تحت إسم "قرت حدشت" ومعناها المدينة الجديدة أو مدينة الأمل⁴. عرفت منذ تأسيسها حضارة متميزة جمعت

¹ أهم معالم المدينة العتيقة، الموقع: <http://www.commune-tunis.gov.tn/publish/content/article.asp?id=18244>

² إكتشف تونس ومدينتها العتيقة، منشورات الديوان الوطني التونسي للسياحة.

³ UNESCO, *Word Heritage list*, site: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/tn>.

⁴ قرطاج: من آثار الفينيقيين إلى منارة جامع العابدين، الموقع: <http://www.middle-east-online.com/?id=19462>

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

بين الخصائص الفينيقية والخصائص الإفريقية المحلة كالكلوبية والنومدية¹. كانت عاصمة من عواصم روما وجمهورية بحرية ذات نفوذ في البحر المتوسط. تتميز قرطاج بفن العمارة وبالذوق الرفيع للقرطاجيين، ومن آثارها المدافن الفينيقية، متحف هضبة بيرصة، معبد بعل تانيت، فيلا المطيرة وحمامات أنطونان، بالإضافة إلى مجموعة أخرى من القبور والآثار².

• **مدرج الجم الروماني:** ترتفع في مدينة الجم* الصغيرة الآثار المهيبه لأكبر كوليزيه في شمال إفريقيا، وهو عبارة عن مدرج روماني ضخم يتسع لما يعادل 35 000 مشاهد. يجسّد هذا البناء العائد إلى القرن الثالث توسع الامبراطورية الرومانية وعظمتها³. وهو رمز معماري عالمي الثاني من نوعه في العالم (حيث يوجد مثل وحيد له في العالم يقع في روما)، كما يحتل المرتبة السابعة من حيث إتساعه بعد مدرجات روما وكابونا وميلانو وأوتون وفيرونا وقرطاج. يبلغ طول هذا المعلم 149م، وعرضه 124م، وإرتفاعه 36م. لقد ظل مدرج الجم منحصرًا مدة طويلة في دوره كمعلم تاريخي، إلا أنه منذ حوالي عقدين تحوّل إلى فضاء ثقافي يستقبل في الصيف مهرجان الموسيقى السمفونية وغيره من التظاهرات الفنية⁴.

• **مدينة كركوان البونيقية ومقبرتها:** يوجد الموقع الأثري "كركوان" على بعد 12 كلم شمال قليبية التابعة لولاية نابل، وهو فضاء حضري لمدينة صغيرة لها خصائص بونيقية صرفة. يعود تأسيسه إلى العهد البوني ربما في القرن السادس ق.م، لأن الرومان لم يعيدوا بناءه بعد ضم أفريقيا إلى الإمبراطورية الرومانية. سكنه الأمازيغ بين القرنين السادس والثالث ق.م وهو جرم مرتين من قبل الرومان. يضم الموقع العديد من المقابر البونية التي وجدوا فيها العديد من القطع الأثرية، بالإضافة إلى آثار متأتية من بلدان متوسطة عديدة كاليونان ومصر⁵.

• **مدينة سوسة العتيقة:** تأسست على يد الفينيقيين في القرن 9 ق.م، وكانت من أكبر المدن الفينيقية في ساحل تونس الشرقي وأهمها بعد قرطاج⁶. اشتهرت المدينة بمساجدها وأسواق وهندسيتها المعمارية، إذ تؤخذ أسواقها في تونس على أنها تحف معمارية، ويتعد الأمر ذلك لتكون أيضاً رمزاً من رموز التطور المعماري المهم الذي عاشته

¹ قرطاج، الموقع: <http://monumentshistoriquetunis.weebly.com/16021585159115751580.html>

² قرطاج: من آثار الفينيقيين إلى منارة جامع العابدين، الموقع: <http://www.middle-east-online.com/?id=19462>

* **الجم،** هي مدينة تونسية تقع في جهة الساحل وتتبع إدارياً ولاية المهدية. لم تعرف المدينة الاسم الحالي لها إلا مع بداية القرن الثامن ميلادي، عندما أطلق عليها الفاتحون العرب إسم الأجم وهي كلمة تعني الحصن أو القصر. حسب خصوصيات اللهجة التونسية تحول الاسم من الأجم إلى الجم.

³ مدرج الجم الروماني، الموقع: <http://whc.unesco.org/ar/list/38>

⁴ شافية بريك، قصر الجم: المعلم الروماني الثاني من نوعه في العالم، جريدة الشروق التونسية، 01 أوت 2013، الموقع:

<http://www.alchourouk.com>.

⁵ المعهد الوطني للتراث التونسي، موقع كركوان الأثري، الموقع:

http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=11&lang=ar.

⁶ المعهد الوطني للتراث التونسي، مدينة سوسة التاريخية، الموقع:

http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=article&id=11&Itemid=13&lang=ar.

تونس على مر قرون من الزمن، وتتركب هندستها المعمارية من أعمدة حجرية ذات طابع أندلسي، تعلوها قباب من الآجر التقليدي وتحيط بها جدران سميكّة تمنح البرودة صيفاً والاعتدال والحرارة شتاءً¹.

• **القيروان:** تقع القيروان على مفترق أهم الطرق بين الشمال والجنوب، وتمتاز بالحفاظ على طابعها الأصلي القديم، والقيروان كلمة فارسية تعني إستراحة القوافل. ولمدينة القيروان أهمية خاصة في التاريخ العربي والإسلامي، ولها الفضل في إنتشار الدين الإسلامي واللغة العربية وثقافتها في المنطقة وإلى كل أنحاء أوروبا القديمة. والزيارة إلى القيروان لا بد أن تشمل زيارة جامعها الشهير وسورها القديم وأسواقها الزاخرة بأجود المعروضات خاصة السجاد وكذلك زيارة فسقية الأغالبة* العجيبة الموجودة بها².

• **الدقة:** تقع دقة في الشمال الغربي على بعد 106 كم من تونس. يمتدّ تاريخها على أكثر من 25 قرناً، وتعتبر أثارها من بين أكثر المواقع التي تستحق المشاهدة، فهي تفتخر بإكتسابها مجموعة نقائشيّة تقدّر بـ 20 000 نقيشة لوبيّة، بوتيّة محدثة، إغريقيّة ولاتينيّة ذات قيمة كبيرة. إضافة إلى ذلك هناك مجموعة هامة من الفسيفساء الرومانية نجد من بينها أكثر من عشرين لوحة، وهي إما معروضة في قاعات المتحف الوطني بباردو أو محفوظة داخل المخازن. وتمثل هذه الفسيفساء ملامح الحياة اليومية آنذاك³.

- **الصناعات التقليدية:** عرفت البلاد التونسية العمل الحرفي منذ أحقاب طويلة من الزمن، حيث كان العمل اليدوي الآلية الوحيدة المعتمدة للصناعات. وقد شهدت عبر العصور ازدهاراً كبيراً، حتى أصبحت الأسواق تمثل عنصراً من مكونات النسيج العمراني للمدينة العربية. وقد تميز العصر الحفصي** بتنظيم هذه الأسواق داخل سوق كبيرة توحيدها وتميزها عن بعضها البعض، باعتبار خصائص كل حرفة منها حتى أنها تحمل إسمها كسوق العطارين مثلاً أو الحمامين وغيرها.

وتتميز كل منطقة في تونس بصناعتها التقليدية الخاصة بها، حيث تشتهر القيروان بصناعة الزربية التي تعود إلى عصور قديمة، أثرت فيها مختلف حضارات البلاد تأثيراً مباشراً على مستوى الأشكال والزركشة والزينة. أما صناعة الفخار التي يعود تاريخها إلى العصر البونفي والنوميدي فشتهرت بها جربة ونابل وبنزرت. بينما صناعة

¹ وصف المدينة العتيقة بسوسة، الموقع: <http://mawdoo3.com>

* هي معلم مائي تاريخي تونسي يقع في مدينة القيروان. كانت تسمى برك الأغالبة تعتبر هذه الفسقية أهم معلم هيدروليكي في تاريخ العالم الإسلامي. تم بناءها في النصف الثاني من القرن التاسع خارج أسوار المدينة العتيقة في القيروان من قبل الأغالبة. والأغالبة سلالة عربية من بني تميم، حكمت في المغرب العربي (شرق الجزائر، وتونس، وغرب ليبيا) مع جنوب إيطاليا، وصقلية، وسردينيا، وكورسيكا، ومالطة، وامتدت فترة حكمهم بين 800-909م.

² محمد علي غريب، تونس جمال يستهوي أفئدة العالم، مجلة أفريقيا فارتنا، الهيئة العامة المصرية للإستعلامات، العدد 06، جوان 2013، ص 4.

³ المعهد الوطني للتراث التونسي، دقة، الموقع:

http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=9&lang=ar.

** الحفصيون هم سلالة بربرية حكمت في تونس، شرق الجزائر وطرابلس ما بين 1174-1574م. مقرها مدينة تونس. ينتمي الحفصيون إلى قبيلة مضمودة البربرية، ومساكنها في جبال الأطلس. استمدت التسمية من أبو حفص عمر (1174-1195م) أحد أجداد الأسرة.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

النحاس تتميز بها كل من مدينة تونس العتيقة والقيروان. في حين صناعة البطانة والبرنوس فيخص كل من منطقة الوسط الغربي ومدينة الجريد في الجنوب التونسي على التوالي.

وقد أثرت الحضارات التي توالى على البلاد التونسية على صناعة الذهب والفضة من حيث النقوش المستعملة على الحلي، حيث أن آثار العهد البونيقى والأندلسي أو التركي العثماني تبدو ظاهرة عليها من خلال الأشكال المستعملة. وتعتبر سوق البركة التي أقيمت في العهد العثماني من قبل يوسف داي سنة 1612 في المدينة العتيقة بتونس من أهم الأسواق المتخصصة في هذه التجارة، إذ لا تزال إلى اليوم مركز مهم لصناعة وبيع الحلي¹.

- المتاحف: إن الإرث الروحي والتاريخي لتونس مدعم بعدة مؤسسات متحفية تساهم في حفظ هذه المقومات ونشرها من أجل إستقطاب أكبر عدد ممكن من الزوار، من بين أهم هذه المتاحف نذكر²:

• متحف باردو الوطني*: يقع بالعاصمة ويعد أكبر متحف في المغرب العربي ويضم العديد من القطع الفسيفسائية النفيسة التي يعود تاريخها إلى العهد الروماني والبونيقى، كما يضم أيضاً معروضات فنية تترجم الرصيد التاريخي للدولة في هذا المجال.

• متحف دار عبد الله: يقع بالعاصمة أيضاً، وهو بيت تونسي عتيق وعريق يعبر عن حياة الأثرياء في العاصمة التونسية خلال القرن التاسع عشر.

• متحف الموسيقى العربية المتوسطية: يوجد بقرية سيدي بوسعيد وهو عبارة عن قصر عريق لأحد البارونات الذي كان يهتم بالهندسة العمرانية، ويضم المتحف قطعاً خشبية وتحفاً معدنية ومخطوطات قديمة.

• متحف فرطاح الوطني: يضم المتحف الذي يقع على هضبة تسمى بهضبة بيرصة عدداً من التحف الحفرية التي أنجزت خلال القرن الماضي والتي تتعلق بحقبة البونيقين والرومانيين.

• متحف المحيطات وعلوم البحار: وهو معرض ثري لعدد من الأحواض التي تحتوي على كائنات بحرية وسميكة ثمينة وثرية، يعود تاريخها إلى القرن السادس عشر الميلادي.

• متحف العملة: يعرض هذا المتحف كل ما يتعلق بطريقة صك العملات التونسية في تاريخ تونس من آلات وصور ومعادن نفيسة.

• المتحف الأثري بسوسة: يعرض المتحف مجموعة كبيرة من اللوحات الفسيفسائية التي عثر عليها أثناء عمليات التنقيب والحفريات المنجزة سنتي 1882 و1883 بمدينة سوسة وضواحيها، وتبرز العديد من الفترات التاريخية

¹ الصناعات التقليدية والحرف الفنية، الموقع: <http://www.commune-tunis.gov.tn/publish/content/article.asp?id=18222>

² يجاوي هادية، السياحة والتنمية في المغرب العربي، مرجع سبق ذكره، ص 136.

* تعرض متحف باردو في تاريخ 18 مارس 2015 إلى هجوم مسلح خلف 50 جريح و23 قتيلاً من بينهم 20 سائحاً من جنسيات فرنسية، إيطالية، إسبانية وبريطانية.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

والحضارات التي تعاقبت على مدينة سوسة. والتي تمثل ثاني أهم اللوحات الفسيفسائية بعد تلك المعروضة بالمتحف الوطني بباردو¹.

- **التظاهرات الثقافية:** تعتبر تونس من الدول التي تعطي أهمية كبيرة لعاداتها وتقاليدها، ويتجلى ذلك في كثرة وتنوع التظاهرات الثقافية والمهرجانات التي تقام سنوياً بكل الجهات في كامل تراب الجمهورية، وهو ما يمثل فرصة للتعريف بخصوصيات هذه المناطق علاوة على مساهمتها في خلق فضاءات تنشيطية من شأنها أن تساعد على تطوير السياحة التونسية.

وقد شهدت تونس سنة 2015 عدة تظاهرات رياضية أبرزها المهرجان الدولي للبريدج ودورة تونس للتنس والمهرجان الدولي للمناطيد والجولف التونسي المفتوح "*Tunisian Golf Open*". وفي إطار دعم السياحة الثقافية تم إقامة العديد من المهرجانات والتظاهرات السياحية في مختلف الجهات من أهمها كرنفال أوصلو بسوسة ومأدبة أفطار دولية بتونس. أما في نطاق تشجيع سياحة المؤتمرات إستضافة تونس المهرجان العربي للإذاعة والتلفزيون والمؤتمر الرابع للمنظمة العالمية للسياحة. وعلاوة على ذلك شاركت في حوالي 135 معرض وصالون دولي بالخارج للتعريف بالمنتج السياحي التونسي².

كما تستضيف تونس المهرجانات الفنية والتاريخية العديدة التي تسمى بالمهرجانات الصيفية في قرطاج والحمامات، منها المهرجان الدولي للموسيقى الكلاسيكية و مهرجان الموسيقى الأندلسية ومهرجان الصحراء الدولي إضافة إلى مهرجانات أخرى تقام في جهات مختلفة من تونس يتجسد أبرزها في مهرجان اللباس التقليدي (جربة)، مهرجان التنشيط السياحي (الساحلين)، مهرجان الواحات (توزر)، مهرجان الأيام الرومانية (سبيطلة)، مهرجان الزربية (القيروان)، المهرجان الدولي للفنون الشعبية (منستير)... الخ.

وبالرغم من أن تونس كانت متخلفة عن الجزائر من حيث مؤشر الموارد الثقافية بـ 20 مرتبة في منتدى دافوس سنة 2015 ، إلا أنها كانت أسبق منها في المؤشر الجزئي المتمثل في الطلب الرقمي للسياحة الثقافية والترفيهية إذ حصلت المرتبة 66 عالمياً و3 عربياً حسب ما يظهره الجدول أدناه. وهذا يعبر عن الجهود الذي تقوم به تونس في الترويج لهذا المنتج السياحي الذي جعل منها قبلة للسياحة الثقافية خاصة في ظل عدد المزارات الثقافية والأثرية التي تملكها (المرتبة 30 عالمياً).

¹ المعهد الوطني للتراث التونسي، المتحف الاثري بسوسة، الموقع:

http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=article&id=43&Itemid=39&lang=ar.

* ظهرت تجربة إقامة ملاعب جولف في مناطق الشمال والجنوب أن هذا النشاط الترفيهي يحظى بإقبال لافت من السياح الأوروبيين، خصوصاً الألمان والنمسيين والإسكندنافيين، وتتميز هذه الفئة الموسرة من السياح بكون إنفاقها أعلى من السياح العاديين، مما يجعلها مطلوبة في جميع المناطق. وإعتاد سياح ألمان على أن يستقلوا الطائرة لتمضية إجازة تستمر أسبوعاً في ملاعب الجولف في مدينة حمامات أو طبرقة أو جزيرة جربة أو واحة توزر. وهذا ما حفز التونسيين على إنشاء ملاعب في جميع المناطق السياحية.

² الديوان الوطني التونسي للسياحة، التقرير السنوي 2015، ص 34.

الجدول (3-8): ترتيب تونس في مؤشر الموارد الثقافية وأعمال السياحة سنة 2015

الرتبة عالمياً	الرتبة عربياً	القيمة	المتغيرات
70	6	1.6	نتيجة المؤشر ككل
30	2	7	عدد المزارات الثقافية والأثرية
89	6	0	عدد أشكال التعبير الثقافي الشفهي وغير المادي
52	6	6.0	عدد الملاعب الرياضية الكبيرة
76	5	14.7	عدد اجتماعات الجمعيات الدولية
66	3	9	الطلب الرقمي للسياحة الثقافية والترفيهية

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Op .Cit, p 329.

3-2- المقومات المادية:

سنحاول هنا التطرق إلى مقومات السياحة المادية في تونس والتي نحصنها في قطاع الفنادق، قطاع المواصلات وقطاع الإتصالات.

3-2-1- قطاع الفنادق:

عمدت الحكومة التونسية منذ الإستقلال إلى تطوير وتنمية السياحة من خلال تمويل وإنجاز الهياكل السياحية، وتشجيع القطاع الخاص الوطني والأجنبي لإقحام الإستثمار في مجال السياحة، من خلال إصدار القوانين التي تتضمن الضمانات والتسهيلات والتحفيزات والإعفاءات الجبائية، وتسهيلات تحويل رؤوس الأموال إلى الخارج، من أجل تطوير العرض السياحي، وهذا ما نعكس على حجم الطاقة الإيوائية في تونس من 242 وحدة فندقية بسعة إيوائية تقدر بـ 46 306 سرير سنة 1972 إلى 862 وحدة فندقية بسعة إيوائية تقدر بـ 241 392 سرير سنة 2015، أي بزيادة تقدر بـ 3.56 مرة.

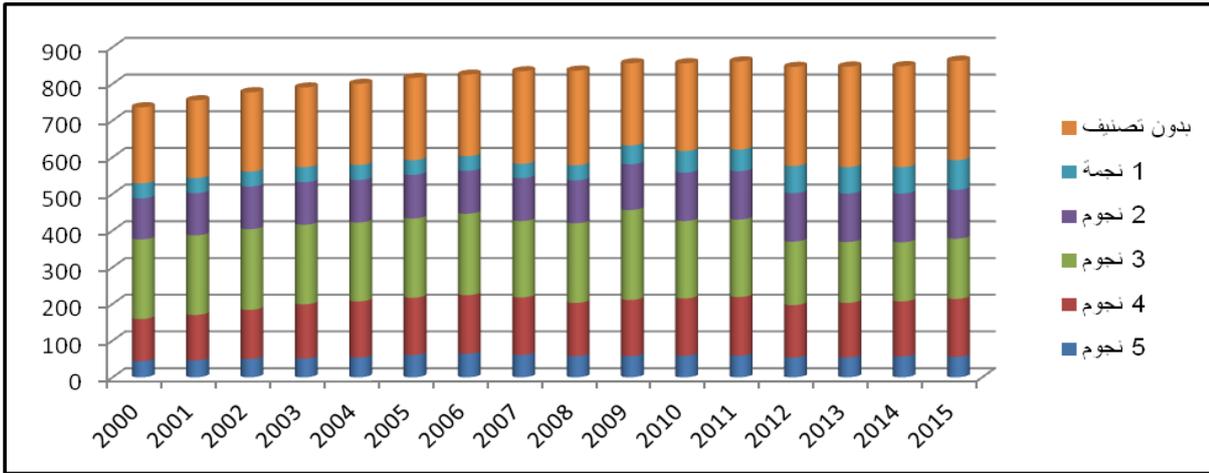
ومن خلال تتبع تطور الطاقة الفندقية بمختلف أصنافها خلال الفترة (2000-2015) والمبينة في الشكل (3-3)، يتضح لنا تناميها بشكل مستمر وذلك نتيجة الموارد المالية الموجهة للإنشاء مؤسسات جديدة أو موجهة لتجديد المؤسسات القديمة حتى تتماشى مع طبيعة الطلب ومداخيل الوافد الأجنبي. وقد عرفت زيادة خلال الفترة السابقة بـ 126 فندقاً، نتيجة إرتفاعها من 736 فندق سنة 2000 إلى 862 سنة 2015 بمعدل نمو بلغ في المتوسط 1.1%. كما يتضح أيضاً أن الجزء الأكبر من هذه الحظيرة يستحوذ عليها المنتج المصنف بنسبة 71% في المتوسط من إجمالي الفنادق مقابل 29% غير مصنف، وتجدر الإشارة هنا أن الفنادق غير مصنفة تضم كذلك القرى السياحية والإيواء العائلي، شقق فندقية ودار الضيافة.

وتتوزع الفنادق المصنفة بمختلف فئاتها بنسب متوسطة خلال (2000-2015) إلى 9.5% حصة الفنادق من صنف خمس نجوم، 25.3% حصة الفنادق من صنف أربع نجوم، 34.9% حصة الفنادق من صنف ثلاث نجوم، 20.8% حصة الفنادق من صنف نجمتين نجوم، 9.5% حصة الفنادق من صنف نجمة واحدة.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

نلاحظ من خلال هذا التوزيع، تركز الطاقة الإيوائية في الفنادق من فئة ثلاث وأربع نجوم، والذي يفسر قوة هذا النوع من المؤسسات في تونس، هو كثافة الطلب على هذا المنتج الذي تكون تكلفته تتماشى مع مستوى الوافدين من السياح الأجانب، اللذين لا تسمح ميزانيتهم بإستهلاك خدمات المؤسسات الفندقية من الطراز العالي (الفنادق خمس نجوم) التي ليست متاحة لإمكانيات الطبقات الإجتماعية المتوسطة منهم، لإرتفاع أسعارها مقارنة بمستوى الدخل، بالإضافة إلى قيمة العملة التي ترتفع في الدول المضيفة.

الشكل (3-3): توزيع الفنادق حسب التصنيف في تونس للفترة (2000-2015)

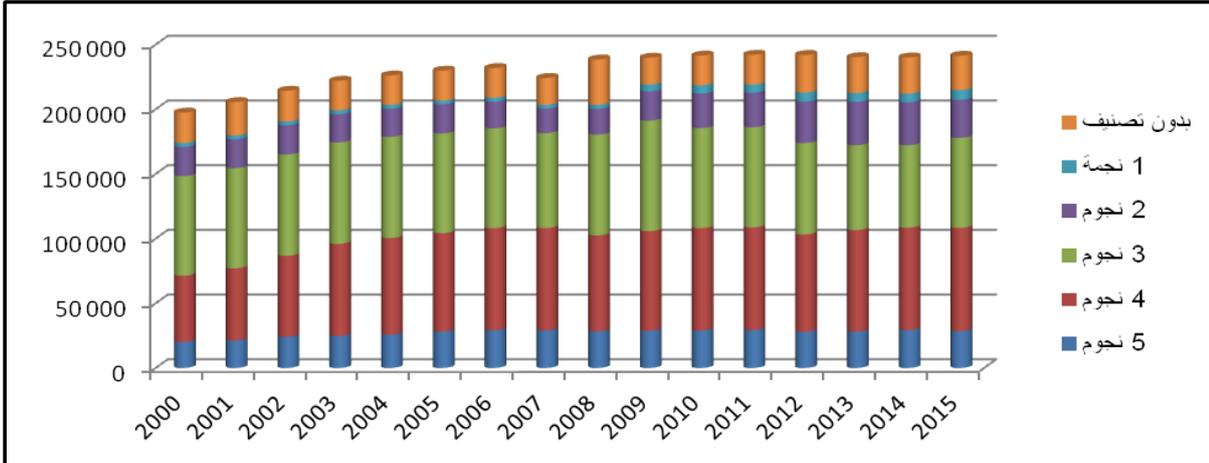


المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الملحق 12.

وباللقاء نظرة على الشكل (3-4)، نلاحظ إرتفاع عدد الأسرة تبعاً لزيادة في عدد الفنادق من 197 453 سرير سنة 2000 إلى 241 392 سرير سنة 2015 بطاقة إستيعابية 43 939 وبمعدل نمو سنوي بلغ في المتوسط 1.5%، ويعود النصيب الأكبر إلى الفنادق المصنفة بسعة إيوائية قدرت في المتوسط بـ 89.2% من إجمالي الطاقة الإيوائية للفترة (2000-2015)، في حين لم يتجاوز متوسط سعتها في الوحدات غير مصنفة نسبة 10.8% خلال نفس الفترة، مما يدل على أن المنتج المصنف حظي بالنصيب الأكبر من الإستثمارات المخصصة للفنادق.

ويظهر متوسط حصة الفنادق المصنفة على مختلف فئاتها بمعيار عدد الأسرة إلى إجمالي هذه الطاقة للفترة السابقة حسب النسب التالية: 13.5% للوحدات الفندقية من فئة خمس نجوم، 35.5% للوحدات الفندقية من فئة أربع نجوم، 36.8% للوحدات الفندقية من فئة ثلاث نجوم، 12.1% للوحدات الفندقية من فئة نجمتين، 2.1% للوحدات الفندقية من فئة نجمة واحدة.

الشكل (3-4): توزيع الأسرة حسب التصنيف في تونس للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على الملحق 12.

وبالنسبة لسعة الإيواء حسب نوع المنتج السياحي، فيتضح لنا توزيعها من خلال الجدول (3-9) خلال الفترة (2000-2015) على النحو التالي:

- **المنتج الساحلي:** يحتل الصدارة من حيث طاقات الإيواء، ويمثل أكثر من 80% من إجمالي هذه الطاقة، وقد سجل 196 656 سرير سنة 2015 مقابل 170 749 سرير سنة 2000، وعُرف على العموم نصيب هذا المنتج من الأسرة بالإرتفاع في معظم سنوات الدراسة بمعدل نمو بطيء بلغ في المتوسط 1%. ويعود إستحواد المنتج الساحلي على النصيب الأكبر من حيث السعة الإيوائية إلى زيادة الطلب على السياحة الساحلية التونسية خاصة في الفترة الصيفية، وذلك على حساب الأنواع الأخرى من السياحة.

- **المنتج الحضري:** يحتل هذا المنتج المرتبة الثانية من حيث الطاقة الإيوائية بعد المنتج الساحلي، وقد سجلت فيه طاقات الإيواء إلى غاية سنة 2015 تطوراً متزايداً بفارق حجم 20 090 سرير، أي بمعدل نمو 10% مقارنة بسنة 2000. ويرتبط هذا المنتج بالأساس بالسياحة الثقافية وهو يتركز في المدن التونسية الكبرى مثل تونس العاصمة وسوسة.

- **المنتج الجبلي والصحراوي:** يشكلان هذان النوعان من المنتجات السياحية نسبة لم تتجاوز 7% من إجمالي سعة الإيوائية، يشكل فيه المنتج الصحراوي النصيب الأكبر. وتعتبر تونس من الدول التي نجحت في الترويج لهذا المنتج، حيث يتوافد إليها خلال فترة الخريف والربيع آلاف السياح خاصة الأوروبيين. ويتركز هذا المنتج في منطقة مدينين وقبلي وتوز. بينما يتركز المنتج الجبلي الذي يرتبط بالأساس بممارسة مختلف الرياضات الجبلية في بعض المناطق التي تتمتع بطبيعة خلابة مثل منطقة بن عروس، تستور، مغرس.

الجدول (3-9): توزيع طاقات الإيواء تبعا لنوع المنتج السياحي (سريبر) في تونس للفترة (2000-2015)

2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	السنوات
205364	202100	200377	198034	194220	186927	178595	170749	ساحلي
14668	14468	14332	13748	13622	13420	13232	13024	حضري
15695	15270	15128	14371	14176	13972	13778	13680	جبلي - صحراوي
235727	231838	229837	226153	222018	214319	205605	197453	المجموع
2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	السنوات
196656	195857	196000	196897	211135	210508	209736	208378	ساحلي
33114	32642	32671	33302	15150	15172	16174	14413	حضري
11622	11578	11578	11798	15 861	15 848	13 980	15758	جبلي - صحراوي
241392	240077	240249	241997	242146	241528	239890	238495	المجموع

Source: Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapports* (2002, 2005, 2008, 2011, 2014, 2015).

وفي الأخير يمكن القول أن المؤسسات الفندقية هي الأداة الرئيسية والمؤشر الصادق عن نمو هذه الصناعة في هذا البلد، نتيجة إرتفاعها المنتظم والمتزايد، وهذا تفسير منطقي لنجاح سياسة الدولة في الإستمرار في النهوض بهذا القطاع وتطويره سواء عبر المبادرة العامة (الإستثمار العام) أو المبادرة الخاصة (إستثمار الخاص).

2-3-2- قطاع المواصلات:

إتجهت تونس منذ الاستقلال إلى تحديث قطاع المواصلات، باعتباره عصب النشاط السياحي. وذلك من أجل رفع مساهمته في الإقتصاد التونسي. وفيما يلي نستعرض هذا القطاع على النحو التالي:

- النقل البري: حرصت تونس أن تواكب تطوير شبكات النقل البري بالتوازي مع النمو الديمغرافي الحاصل داخل الدولة. ويقدر طول شبكة الطرق التونسية حالياً بـ 19 750 كلم منها 12 750 كلم معبدة (ما يقارب 65%) ومجهزة بجوالي 2100 وحدة تصريف مياه ومنشأة فنية (منها 765 جسرا بفتحة تفوق 10 أمتار و343 جسراً بفتحة تفوق 30 متراً). هذا بالإضافة إلى الطرقات السيارة الذي يبلغ طوله 360 كلم¹.

ومن بين أهم إنجازات تونس في مجال النقل البري مشروعين للطرق السريعة، جنوباً من صفاقس مروراً بمدينة قابس حتى الحدود التونسية الليبية، والثاني يربط من بوسالم حتى الحدود التونسية الجزائرية. وحالياً هناك العديد من المشاريع الجارية التي تعمل تونس على إنجازها، منها مشروع إنجاز الطريق السيار مساكين - صفاقس

¹ وزارة التجهيز والإسكان والتهيئة الترابية التونسية، الموقع: <http://www.mehat.gov.tn/index.php?id=158>

بطول 97.7 كلم وتكلفة 430 مليون دينار تونسي (حوالي 200 مليون دولار)، والطريق السيار تونس- مجاز الباب- وادي الزرقاء بطول 66.3 كلم وتكلفة 255 مليون دينار تونسي (حوالي 118 مليون دولار)¹.

وبالنسبة لشبكة السكة الحديدية جزء كبير منها ورث عن الاستعمار الفرنسي. وحالياً تحتوي تونس على 2165 كم من السكك الحديدية، منها 471 كلم من السكك هي ذات طريق طبيعي و1694 كلم هي ذات خط متري، منهم 65 كلم مكهرب. تسيّر شبكة السكك الحديدية من قبل الشركة الوطنية للسكك الحديدية التونسية (S.N.C.F.T) والتي تهتم بنقل المسافرين والبضائع على خطوط السكك الحديدية، وتستغل الشركة كذلك خط ساحلي يربط بين سوسة والمنستير والمهدية يسمى مترو الساحل. من بين مشاريع السكك الحديدية المبرجة للإنجاز كهربية شبكة السكك الحديدية تونس- سوسة على طول 120 كلم وكهربية الخط الذي يصل إلى مدينة نابل بطول 17 كلم².

- **النقل الجوي:** يمثل النقل الجوي في تونس الوسيلة الأولى التي تستقلها السياحة الوافدة إليها. وعلى هذا الأساس كرست السياسات الداخلية هدف تطوير هذا النشاط، مما أسفر عن توافر الدولة على 29 مطاراً منها 8 دولية تستقبل وتصدر رحلات وفق برامج منتظمة، بالإضافة إلى برجة عدد هام من الرحلات الإضافية و الرحلات غير المنتظمة أو ما يعرف بإستخدام الطيران العارض (Charter). يدير ديوان الطيران المدني والمطارات التونسي 6 منها، بينما تدير شركة خاصة والمتمثلة في الشركة التركية "مطارات تاف القابضة" 2 منها.

يوجد في تونس شركتين طيران خاصة تعمل على الخطوط الدولية، تتمثل في الطيران الجديد تونس وسيفاكس أيرلاينز، وشركة طيران وطنية عامة واحدة تأسست سنة 1948 تتمثل في الخطوط التونسية، أقلت على متنها أكثر من 2 مليون مسافر سنة 2015، تضم في الوقت الراهن أسطول يقدر بـ 29 طائرة، وتتوفر على 50 وكالة منها 40 في الخارج³.

وعلى مستوى المشاريع المستقبلية لهذا القطاع فقد أدرجت تونس ضمن مخططها الخماسي (2016-2020) مجموعة من الإصلاحات والإجراءات لرفع كفاءته، من بينها إستلام 5 طائرات في إطار مخطط الأسطول منها طائرتين في 2017 وطائرتين في 2018 وطائرة واحدة 2019. أما في إطار حجم الإستثمارات المبرجة في هذا القطاع قدرت بـ 2150 مليون دينار تونسي (1000 مليون دولار) منها 1047 مليون دينار تونسي (487 مليون دولار) موجهة للمطارات و1012 مليون دينار تونسي (470 مليون دولار) موجهة لشركة الخطوط

¹ المرجع السابق.

² وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، مؤتمر تونس 2020، تونس، يومي 29 و30 نوفمبر 2016، الموقع:

<http://www.tunisia2020.com/ar/projet-2>.

³ الخطوط التونسية، الموقع: <http://www.tunisair.com/site/publish/content/article.asp?ID=574&Lang=ar>

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

التونسية، بالإضافة إلى 75 مليون دينار تونسي (34 مليون دولار) إستثمارات حواص، 12% منها موجه لشركة الطيران الجديد¹.

- **النقل البحري:** تؤمن الشركة الوطنية التونسية للملاحة (C.T.N) رحلات منتظمة لنقل البضائع والمسافرين عبر 8 موانئ تتمثل في حلق الوادي، رادس، بنزرت، صفاقس، سوسة، قابس، الصخيرة، وجرجيس. ويعتبر ميناء حلق الوادي الميناء المختص في إستقبال المسافرين وسياح الرحلات البحرية، والذي يستقبل ويوجه رحلاته إلى كل من خط مرسيليا بفرنسا، خط بالارمو وخط جنوة وخط سيفيتافيكيا وخط ساليرنو بإيطاليا، بالإضافة إلى خطوط أخرى². وقد بلغ عدد الوافدين إلى تونس من مستعملي النقل البحري 3.5 مليون مسافر سنة 2015 مقابل 3.7 مليون مغادر في نفس السنة³.

ويتكون أسطول تونس البحري من تسع سفن، ثلاثة منها مخصصة لنقل المسافرين والمتمثلة في باخرة قرطاج، باخرة الحبيب، وباخرة *El-Volenez*⁴، ومؤخراً قامت تونس بتعزيز أسطولها البحري لنقل المسافرين باخرة تانيت، و يشار إلى أن تانيت تعتبر أكبر باخرة مخصصة لنقل المسافرين و السيارات في حوض المتوسط بطاقة إستيعاب تقدر بـ 3200 مسافر و 1060 سيارة، مع العلم أن تكلفة باخرة تانيت بلغت أكثر من 350 مليون دينار (162 مليون دولار)⁵.

وفي إطار تطوير هذا القطاع ليضطلع بدوره الهام في دعم المبادلات التجارية وحركة السياحة والسفر، خصص له ما قيمته 17% من الإستثمارات الإجمالية الموجهة لقطاع النقل خلال فترة المخطط الخماسي (2016-2020)⁶. ومن أجل تعزيز حركة السياحة والسفر بين الجزائر وتونس، تعمل تونس بالتعاون مع الجزائر على فتح خط بحري بينما لتلبية الطلب الكبير للجزائريين الذين يقضون الصائفة بها⁷. بالإضافة إلى مشروع الطريق البحري السريع بين تركيا وإيطاليا وتونس والمقرر بداية المشروع فيه جانفي 2017. ويهدف هذا المشروع إلى تطوير خدمة موحدة للنقل تربط بين تركيا (مرسين وإزمير) ومنطقة المغرب العربي عبر تونس (تونس ورادس)، مع التوقف في موانئ باري وبرينديزي وتارانتو في إيطاليا⁸.

¹ المخطط الخماسي: مالذي سيتغير في النقل الجوي، الموقع: <http://tunisie-telegraph.com/2016/01/12-21878>

² ديوان البحرية التجارية والموانئ التونسي، التقرير السنوي 2015، ص 84.

³ المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2011-2015)، نشرة 2016، ص 182.

⁴ الشركة التونسية للملاحة تحتل المرتبة الخامسة إفريقياً، الموقع: <http://artravelers.com/c/112054>

⁵ مشروع "تانيت" يعزز مجال النقل البحري، الموقع: <http://www.turess.com/kalima/11882>

⁶ قطاع النقل في تونس: ثلاث فرضيات للخروج من النفق، الموقع: <http://tunisie-telegraph.com/2016/01/12/21875>

⁷ مصطفى بسطامي، مشروع فتح خط بحري بين الجزائر وتونس، جريدة الخبر، 18 ماي 2016، الموقع:

<http://www.elkhabar.com/press/article/105712>.

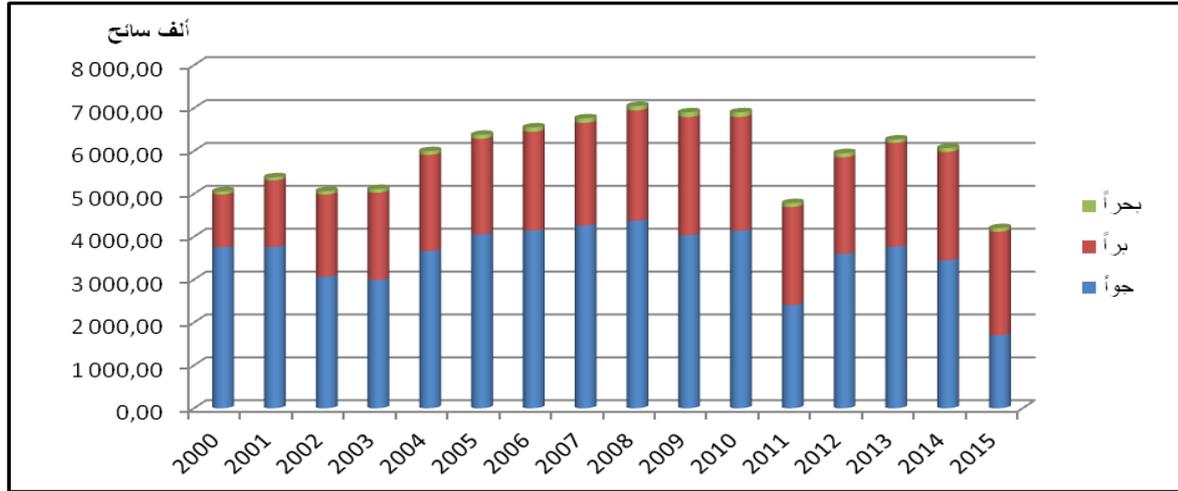
⁸ الإتحاد من أجل المتوسط، مشروع الطريق البحري السريع بين تركيا وإيطاليا وتونس، الموقع:

<http://ufmsecretariat.org/ar/motorway-of-the-sea-mos-turkey-italy-tunisia-project>.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

ومن حيث مساهمة وسائل النقل في حركة السياحة الوافدة إلى تونس نلاحظ من خلال الشكل (3-5) تراجع سيطرة النقل الجوي على هذه الحركة إلى نسبة 40.2% سنة 2015 مقابل 74.2% سنة 2000، وذلك لصالح النقل البري الذي إستحوذ على 57.6% من هذه الحركة سنة 2015. أما فيما يخص النقل البحري فهو لا يمثل إلا نسبة ضعيفة لم تتجاوز 1.6% في المتوسط خلال الفترة (2000-2015).

الشكل (3-5): توزيع السياح الأجانب حسب وسيلة النقل في تونس للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الملحق 13.

ومن خلال الإطلاع إلى المرتبة التي حصدتها تونس في مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي ومؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري في منتدى دافوس 2015، نستنتج أنه على الرغم من تفوقها على الجزائر، إلا أنها بحاجة إلى بذل المزيد من الجهود في هذا المجال باعتبارها دولة سياحية تستقطب أكثر من 6 مليون سائح سنوياً، خاصة عند مقارنة ترتيبها عربياً حيث تخلفت على كل من المغرب، السعودية، الإمارات، البحرين، الأردن، لبنان، عمان، قطر، مصر (مؤشر البنية التحتية للنقل الجوي)، الكويت (مؤشر البنية التحتية للنقل البري والبحري). وقد احتلت تونس مراتب متأخرة نوعاً ما في معظم متغيرات هذين المؤشرين بإستثناء مؤشر عدد شركات الطيران العاملة، مؤشر جودة البنية التحتية للسكك الحديدية، مؤشر كثافة السكك الحديدية. وهذا ما يظهره الجدول التالي:

الجدول (3-10): ترتيب تونس في مؤشري البنية التحتية للنقل الجوي والنقل البري والبحري سنة 2015

البنية التحتية للنقل الجوي			
الترتيب عالمياً	الترتيب عربياً	القيمة	المتغيرات
77	9	2.5	نتيجة المؤشر ككل
77	10	4.2	جودة البنية التحتية للنقل الجوي
71	7 من أصل 10	1.9	شركه الطيران المحلية، كلم المقاعد في الأسبوع (مليون)
64	9	184.3	شركة الطيران الدولية، كلم المقاعد في الأسبوع (مليون)
65	9	3.9	المغادرين لكل 1000 نسمة
62	5	1.2	كثافة المطار لكل مليون نسمة من سكان المدن
47	5	45.0	عدد شركات الطيران العاملة
البنية التحتية للنقل البري والبحري			
94	10	3.0	نتيجة المؤشر ككل
83	9	3.7	جودة الطرق
47	2 من أصل 7	3.3	جودة البنية التحتية للسكك الحديدية
83	11	3.9	جودة البنية التحتية للموانئ
107	11	3.7	جودة شبكة النقل البري
48	1 من أصل 7	1.3	كثافة السكك الحديدية (كم / المساحة السطحية)
110	9	/	كثافة الطرق (كم / المساحة السطحية)
77	8	/	كثافة الطرق المعبدة (كم / المساحة السطحية)

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Op .Cit, p 329.

2-3-3- قطاع الإتصالات:

يعاني القطاع السياحي في تونس خلال السنوات الأخيرة من أزمة حادة وصلت إلى حد غلق ثلث الفنادق وتسريح عشرات الآلاف من العاملين في القطاع بصفة مباشرة وغير مباشرة، الأمر الذي حتم على المتدخلين في هذا القطاع البحث عن سبل لتجاوز هذه الأزمة. وفي هذا الشأن أكد خبراء السياحة في تونس على ضرورة تطوير السياحة الرقمية في بلادهم أسوة بالدول المتقدمة لتجاوز ما وصفوه بالأزمة الحادة التي يشهدها قطاع السياحة منذ سنوات.

وهذا يتطلب ضرورة تطوير وتفعيل أفضل الحلول وأحدث النظم الإلكترونية للخدمات السياحية من حيث العمل على إستراتيجيات التسويق الإلكتروني لتحقيق أداء شامل ومتميز يساهم في تطوير المنظومة

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

السياحية، لدعم التنافسية السياحية للبلاد لإستقطاب السياح والإستثمارات السياحية، إلى جانب تحسين السياحة الرقمية التي تمثل أحد أكبر نقاط ضعف القطاع السياحي في تونس¹. وإن تحقيق هذا الهدف يتطلب سياسة ناجحة للنهوض بتكنولوجيا المعلومات والإتصال. وفي هذا الشأن، خصصت تونس لهذا القطاع سنة 2015 حجم إستثماري قدره 113.7 مليون دولار²، وهو مستوى في إنخفاض إنخفاض بنسبة 12.5% بالمقارنة مع السنة السابقة، وقد مثل 1.3% من إجمالي الإستثمار. وقد مكنت هذه الإستثمارات من زيادة طفيفة في الكثافة الهاتفية (ثابت+جوال) التي إنتقلت بين سنة وأخرى من 137.6 خط إلى 138.4 لكل 100 ساكن، وذلك بسبب تطور عدد المشتركين في شبكات الهاتف الجوال إلى 14 596 ألف مقابل 14 284 ألف سنة 2014. وفيما يتعلق بشبكة الأنترنت فقد دعمت تونس قدرة الربط بالشبكة الدولية للأنترنت سنة 2015 لتبلغ 180 جيغابايت في الثانية مقابل 130 جيغابايت في العام السابق، وذلك بهدف مواكبة الديناميكية الكبرى لإستعمال الأنترنت. وما لبث أن زاد عدد المشتركين الأنترنت من 1 706 783 مشترك في سنة 2014 إلى 1 782 281 مشترك في نهاية 2015. أما بالنسبة لعدد المشتركين بشبكة الأنترنت لكل 1000 ساكن بلغ 159 أي ما نسبته 15.9%، بينما بلغ عدد مواقع الويب 29 183 موقع خلال السنة الأخيرة³.

وفي مجال الربط بين تكنولوجيا المعلومات والإتصال والسياحة أطلقت تونس أول تطبيق هاتف جوال في مجال السياحة الثقافية تحت مسمى تونس العشق سنة 2015، بهدف تثمين السياحة الثقافية والتعريف بالمخزون التراثي والثقافي والسياحي بتونس، من خلال تقديم معطيات دقيقة عن تسع مناطق سياحية هي تونس المدينة وسيدي بوسعيد وقرطاج وجرية وتوزر والحمامات والمهدية والقيروان والكاف. وأتاحة هذه التطبيق الرقمية الجديدة التي أطلقها مشغل خدمات الهاتف الجوال أورونج تونس تعزيز مكانة تونس كوجهة مميزة للسياحة الثقافية التونسية⁴.

وبالإطلاع على ترتيب تونس في منتدى دافوس سنة 2015 من حيث مؤشر جاهزية تكنولوجيا المعلومات والإتصال نجد أنها إحتلت مرتبة أفضل من نظيرتها الجزائر عالمياً (المرتبة 76) وعربياً (المرتبة 9). رغم ذلك تبقى تونس بالحاجة إلى المزيد من الجهود المبذوية في هذا القطاع خاصة في مجال إستخدام تكنولوجيا المعلومات في المعاملات التجارية بين الشركات (المرتبة 114) وإستخدام الأنترنت في المعاملات التجارية بين الشركات والمستهلكين (المرتبة 111)، وذلك كما يظهر في الجدول التالي:

¹ تونس.. التوجه لتطوير السياحة الرقمية لتجاوز أزمة القطاع السياحي، نون بوست للأخبار، 19 ماي 2016، الموقع:

<https://www.noonpost.org/content/11858>.

² World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/IE.PPI.TELE.CD?locations=TN&view=chart>.

³ بناءً على البيانات الواردة في: المعهد الوطني للإحصاء، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2011-2015)، مرجع سبق ذكره، ص 194.

⁴ مها قلاله، تونس العشق تطبيق جديدة لتشجيع السياحة الثقافية، 3 جوان 2015، الموقع: https://africanmanager.com/site_ar

الجدول (3-11): ترتيب تونس في جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سنة 2015

الرتبة عالمياً	الرتبة عربياً	القيمة	المتغيرات
76	9	3.9	نتيجة المؤشر ككل
114	12	4.0	إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمعاملات بين الشركات (B2B)
111	10	3.6	إستخدام الأنترنت للمعاملات بين الشركات والمستهلكين (B2C)
78	11	43.8	عدد الأفراد الذين يستخدمون الأنترنت (%)
82	7	4.9	مشتركي الأنترنت (النطاق العريض) لكل 100 من السكان
63	10	115.6	إشتركات الهاتف المحمول (الخلوي) لكل 100 من السكان
70	8	30.9	إشتركات النطاق العريض المحمول لكل 100 من السكان
65	8	99.0	تغطية شبكة المحمول (الهاتف الخلوي) (% من السكان)
65	9	5.0	جودة إمدادات الكهرباء

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Op .Cit, p 329.

4-2- الاستثمار السياحي:

تعتبر تونس من أول البلدان التي عمدت إلى فتح أبوابها أمام الإستثمارات الخارجية وذلك منذ سنة 1972 عندما أصدرت قانون الإستثمارات الخارجية في القطاع الصناعي، وعلى أثر تغيير السابع من نوفمبر 1987 إعتمدت تونس سياسة جديدة لتشجيع الإستثمار العربي والأجنبي أساسها الإنفتاح، كما تم إقرار قابلية التحويل الجاري للعملة الوطنية وأزيلت من أمام المستثمرين كل العراقيل للتحويل سواء الأرباح التي يسجلونها أو حتى رؤوس الأموال التي أصبحت تتحرك بكل حرية، مع إجراء إصلاحات عميقة في مجال الضرائب. وهذا جعل من تونس بلداً جاذباً للإستثمارات الداخلية والخارجية.

ويخضع الإستثمار في القطاع السياحي في تونس، كباقي القطاعات إلى أحكام مجلة تشجيع الإستثمارات والتي صدرت بمقتضى القانون عدد 120 لسنة 93 المؤرخ في 27 ديسمبر 1993. وتمكّن هذه المجلة كل شخص طبيعي أو معنوي، تونسي أو أجنبي، مقيم أو غير مقيم أو في نطاق الشراكة، من الإستثمار بحرية في الأنشطة المتمثلة في كل من الإيواء، التنشيط، النقل السياحي، سياحة المؤتمرات، شركات التصرف في وحدات الإيواء والتنشيط، وكالات الأسفار السياحية، خدمات لفائدة السياحة البحرية الترفيهية (سياحة، صناعة، إجراءات إدارية، كراء بالموانئ الترفيهية). وتنجز الإستثمارات في الأنشطة المذكورة بحرية شريطة الإستجابة للشروط الخاصة بتعاطي هذه الأنشطة¹.

وإن تزايد الإهتمام الحكومي بقطاع السياحة أدى إلى إرتفاع الإستثمارات المخصصة له. إذ تشير معطيات الجدول (3-12) إلى أن نسبة الإستثمارات السياحية إلى إجمالي الإستثمارات تجاوزت 12% في بعض

¹ الديوان الوطني التونسي للسياحة، دليل المستثمر في القطاع السياحي، ص 3.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

سنوات الفترة الواقعة ما بين 2000 و2015. وعرفت تراجع خلال السنوات الأخيرة بنسبة وصلت إلى أقل من 10% بسبب إنخفاض موارد تونس ومن بينها عائدات السياحة نتيجة لظروف خارجية وداخلية مرت بها كان لها الأثر السلبي على الوضع الإقتصادي التونسي ككل.

الجدول (3-12): تطور الإستثمار السياحي في تونس (مليون دولار) للفترة (2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الاستثمار السياحي	766	716	651	674	778	848	993	1 150
% من إجمالي الإستثمار	14.2	12.8	11.4	10.7	11.3	12.3	12.8	12.8
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الاستثمار السياحي	1 200	1 020	1 029	944	911	854	911	864
% من إجمالي الإستثمار	11.4	9.7	9.5	9.5	9.3	9.0	9.8	10.1

Source: World Travel & Tourism Council, Site: <https://www.wttc.org/research>.

وقد لعبت المؤسسات البنكية في تونس دوراً كبيراً في تشجيع الإستثمار المحلي، بالرفع من تدعيمها المالي في إنشاء المؤسسات السياحية الذي حدده عند نسبة 40% لكنه أحدث إستثناء لقطاع السياحة بإمكانية تجاوز هذه النسبة. وبلغت مساهمات القطاع البنكي في هذا المجال ما بين الفترة 2000 و2015 حوالي 55.2 مليار دينار تونسي. وبذلك تفوقت على قطاع الفلاحة، النقل والمواصلات، البناء والأشغال العمومية، الطاقة والمناجم. كما إستحوذ قطاع السياحة على نسبة معتبرة من القروض القصيرة والمتوسطة وطويلة الأجل الممنوحة من طرف البنوك حسب ما تشير إليه بيانات الجدول أدناه، إذ تجاوزت نسبة 17% في بعض السنوات الفترة المذكورة آنفاً.

الجدول (3-13): تطور القروض الممنوحة لقطاع السياحة التونسي (مليون دينار تونسي) للفترة (2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
القروض الممنوحة	2919.6	3132.5	3321.6	3278.7	3321.8	3174.4	3215.1	3126.9
% إجمالي القروض	16.1	15.7	18.1	17.9	17.5	16.1	15.4	13.8
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
القروض الممنوحة	3175.8	3286.8	3410.4	3755.6	3852.6	3966.5	4025.0	4277.7
% إجمالي القروض	12.5	11.9	10.5	10.3	10.0	9.7	9.1	9.1

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- المعهد الوطني للإحصاء، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2004-2000)، نشرة 2005، ص 244.
- المعهد الوطني للإحصاء، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2009-2005)، نشرة 2010، ص 258.
- المعهد الوطني للإحصاء، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2014-2010)، نشرة 2015، ص 249.
- المعهد الوطني للإحصاء، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2015-2011)، مرجع سبق ذكره، ص 247.

وفي سنة 2015 بلغت قيمة المشاريع الإستثمارية السياحية المنجزة في تونس بـ 200.2 مليون دينار تونسي منها 184.8 مليون دينار موجهة للإيواء بطاقة إستيعابية بلغت 1730 سرير. عاد النصيب الأكبر من هذه الإستثمارات إلى مدينة تونس بـ 81.8 مليون دينار تونسي، تليها سوسة بـ 37.3 مليون دينار تونسي، نابل بـ 26.0 مليون دينار تونسي، صفاقس بـ 16.5 مليون دينار تونسي، والباقي وزع على الوجهات السياحية الأخرى. ومن المتوقع أن تصل هذه القيمة إلى حدود 199.4 مليون دينار تونسي سنة 2016 يخصص منها ما قيمته 181 مليون دينار للإيواء بطاقة إستيعابية تبلغ 2056 سرير¹.

المبحث الثاني: مؤشرات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس

تعتبر دراسة الطلب السياحي موضوع ذو أهمية من أجل تحديد العوامل المؤثرة على النشاط السياحي لوجهة معينة، وذلك من خلال قياسية بالإعتماد على ثلاث مؤشرات رقمية، متمثلة في عدد السياح الوافدين، عدد الليالي السياحية، عائدات السياحة. ويتضمن هذا الجزء إستعراضاً لهذه المؤشرات التي تثبت مدى إزدهار أو كساد النشاط السياحي على أرض الواقع في كل من الجزائر وتونس.

أولاً: مؤشرات الطلب السياحي الدولي في الجزائر

نتناول هنا دراسة حركة السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر مع التعرف على جنسية السياح وموسمية حضورهم، بالإضافة إلى عدد الليالي السياحية التي قضوها وعائدات السياحة المحققة من هذا النشاط السياحي وذلك خلال الفترة (2000-2015).

1-1- حركة السياحة الدولية الوافدة:

1-1-1- التطور الإجمالي للسياح الوافدين إلى الجزائر:

لم يلقى القطاع السياحي في الجزائر بعد الإستقلال الإهتمام اللازم، وذلك لتبنيها النهج الإشتراكي خلال العقود الثلاث الأولى من الإستقلال. تبعها بعد ذلك تردي الأوضاع الأمنية منذ أوائل التسعينيات، والتي كان لها الأثر السلبي الكبير على جانبي العرض والطلب السياحي معاً. وبذلك تراجع عدد السياح الوافدين من 1137 ألف سائح سنة 1990² إلى 866 ألف سائح سنة 2000 بمعدل نمو سالب قدر بـ 23.83% لهذه الفترة.

ومع التحسن النسبي في الجانب الأمني مع بداية الألفينات، بالإضافة إلى وضع إستراتيجية تنمية تهدف إلى بعث السياحة كبديل مولد لمناصب الشغل والثروات بالنسبة للبلاد، بدأ التدفق السياحي الدولي في الجزائر

¹ Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015, Op. Cit, P28.*

² Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Algérien, *Rapport statistique sur l'Evolution des entrées aux frontières des touristes (1990-2003).*

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

يعرف نوع من الإلتعاش التدريجي، وهذا ما يتضح لنا من خلال الجدول (3-14) الذي يبين لنا تطور عدد السياح الوافدين الأجانب والمغتربين* معاً إلى الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2000 إلى 2015.

الجدول (3-14): التطور الإجمالي للسياح الوافدين إلى الجزائر للفترة (2000-2015)

السنوات	السياح الأجانب		الجزائريون المغتربون		الإجمالي	
	العدد	%	العدد	%	العدد	معدل النمو %
2000	175 538	20.3	690 446	79.7	865 984	/
2001	196 229	21.8	705 187	78.2	901 416	4.1
2002	251 145	25.4	736 915	74.6	988 060	9.6
2003	304 914	26.1	861 373	73.9	1 166 287	18.0
2004	368 562	29.9	865 157	70.1	1 233 719	5.8
2005	441 206	30.6	1 001 884	69.4	1 443 090	17.0
2006	478 358	29.2	1 159 224	70.8	1 637 582	13.5
2007	511 188	29.3	1 231 896	70.7	1 743 084	6.4
2008	556 697	31.4	1 215 052	68.6	1 771 749	1.6
2009	655 810	34.3	1 255 696	65.7	1 911 506	7.9
2010	654 987	31.6	1 415 509	68.4	2 070 496	8.3
2011	901 642	37.6	1 493 245	62.4	2 394 887	15.7
2012	981 955	37.3	1 652 101	62.7	2 634 056	10.0
2013	964 153	35.3	1 768 578	64.7	2 732 731	3.7
2014	940 125	40.9	1 361 248	59.1	2 301 373	- 15.8
2015	1 083 121	63.3	626 873	36.7	1 709 994	- 25.7

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

من خلال تحليل إحصاءات الجدول، يتضح لنا أن التدفق السياحي الدولي في الجزائر عرف وتيرة متزايدة بشكل طفيف خلال الفترة (2000-2015). إذ ارتفع من 865 984 سائح سنة 2000 إلى 1 709 994 سائح سنة 2015، أي تضاعف بحوالي 1.97 مرة بزيادة قدرت بـ 844 010 سائح وبمعدل نمو بلغ في المتوسط 4.5%.

عرفت معظم سنوات الدراسة نمو إيجابي في حركة السياحة الدولية الوافدة، بإستثناء سنتي 2014 و2015 اللتين تميزتا بمعدل نمو سلبي قدر بـ 15.8% و 25.7%، وذلك نتيجة إنخفاض عدد السياح المغتربين إلى 1 361 248 سائح و626 873 سائح على التوالي، مقابل 1 768 578 سائح سنة 2013. ويعود النمو الإيجابي في معظم سنوات الدراسة إلى إستقرار الوضع السياسي والأمني وتحسن البنية التحتية للبلاد، بالإضافة إلى جملة الإصلاحات التي قامت بها الجزائر من بينها إعتمادها سنة 2001 على سياسة جديدة متمثلة في مخطط

* حسب معايير المنظمة العالمية للسياحة، فإن المغتربين الوافدون يعتبرون سياح أجانب في بلدهم الأصلي، عندما يعودون بصفة مؤقتة إلى بلدهم لقضاء عطلهم أو لأي سبب آخر ما عدا العودة من أجل الإقامة الدائمة أو لمزاولة عمل مأجور.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

التنمية المستدامة لآفاق 2010، وكذا إصدار قانون يتعلق بتطوير الإستثمار في الجزائر في نفس السنة وما حمله من مزايا وتشجيعات للمستثمرين المحليين والأجانب والإلتجاه نحو تحرير وخصوصية القطاع السياحي.

تعتبر سنة 2010 سنة خاصة، وذلك لتخطى الجزائر أول مرة عتبة المليونين سائح فيها برقم إجمالي يقدر بـ 2 070 496 سائح. يتوزع على الجزائريين المقيمين بالخارج بـ 1 415 509 سائح بزيادة معتبرة مقارنة مع سنة 2009 تقدر بـ 12.7%، وعلى الأجانب بـ 654 987 سائح بانخفاض طفيف قدر بـ 0.13% بالمقارنة مع السنة ذاتها. وإستمر الحال على ذلك إلى غاية سنة 2014، حيث سجلت فيها تدفقات سياحية إجمالية قدرت بـ 2 301 373 سائح بزيادة بلغت 230 877 سائح مقارنة بسنة 2010.

تعتبر سنة 2011 هي الأخرى السنة التي استطاعت فيها الجزائر تجاوز عتبة 700 000 سائح أجنبي والمحقة سنة 1991¹، بدخول 901 642 سائح أجنبي إلى البلاد. بينما تجاوزت عتبة المليون سائح أجنبي سنة 2015 بقيمة 1 083 121 وذلك بزيادة بلغت 181 479 سائح مقارنة بسنة 2011.

يستحوذ المغتربون الوافدين على النسبة الأكبر من إجمالي تدفقات السياحة الدولية في الجزائر. إذ تجاوزت نسبة 60% خلال الفترة (2000-2013)، وذلك مقابل نسبة لم تتعدى 40% من السياح الأجانب خلال نفس الفترة. إلا أن هذه النسبة تراجعت إلى 36.7% بما يعادل 626 873 سائح مغترب سنة 2015، وذلك مقابل إرتفاع سياحة الأجانب إلى نسبة 63.3% بما يعادل 1 083 121 سائح أجنبي في نفس السنة. وربما يعود الإنخفاض الحاد في عدد السياح المغتربين سنة 2015، إلى ضعف العمليات الترويجية تجاه الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج من أجل حثها على التوجه لقضاء عطلة في وطنها الأصل. وما يدل على ذلك، هو ما تشير إليه الإحصاءات التونسية فيما يتعلق بعدد السياح الجزائريين الوافدين إليها سنة 2015. إذ سجلت 1 481 312 وافد جزائري²، بينما سجلت الجزائر خلال نفس السنة خروج 1 389 828 سائح جزائري³ نحو هذا البلد، وهذا يعني أن ما قيمته 91 484 سائح جزائري آخر قدموا إلى تونس مباشرة من بلدان أجنبية.

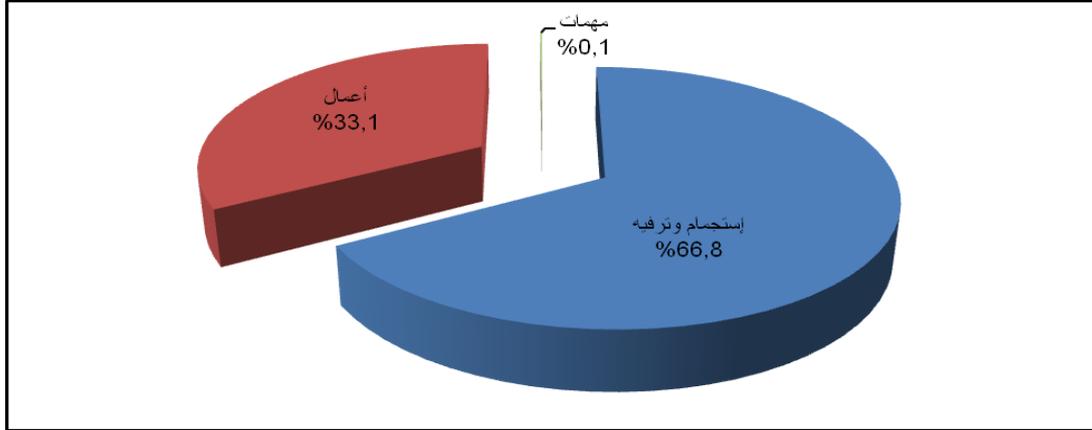
ويتوزع الرقم الإجمالي للسياح الأجانب على حسب دوافع السفر إلى الجزائر سنة 2015 إلى 723 098 سائح أجنبي ما يعادل نسبة 66.8% من إجمالي السياح الأجانب بهدف الترفيه والاستحمام، في حين قدر عدد الوافدين لغرض الأعمال 33.1% أي ما قيمته 358 789 سائح أجنبي، بينما عادت النسبة الأخيرة 0.1% لغرض المهمات بقيمة 1283 سائح أجنبي. وهذا ما يوضحه الشكل الموالي.

¹ Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Algérien, Rapport statistique sur l'Evolution des entrées aux frontières des touristes (1990-2003).

² Office National du Tourisme Tunisien, Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015, Op .Cit, P32.

³ Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Algérien, Rapport statistique sur les Sorties aux frontières des nationaux par pays de destination année 2015.

الشكل (3-6): توزيع السياح الأجانب حسب الغرض من الزيارة إلى الجزائر سنة 2015



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

وبالنظر إلى معطيات الجدول (3-15) يظهر لنا بعداً آخر، إذ أن كل السياح بمختلف جنسياتهم كان غرضهم من الزيارة أعمال بنسبة تجاوزت 60% للوافدين من أوروبا وأفريقيا، وأكثر من 80% للوافدين من المناطق الأخرى. يستثنى من ذلك المغاربة الذي كان غرضهم من الزيارة ترفيه وإستجمام بـ 92.3% وهو الأمر الذي كان له الأثر الواضح في إستحواذ هذا الغرض على النصيب الأكبر من حركة السياحة الوافدة إلى الجزائر¹.

الجدول (3-15): توزيع السياح الأجانب حسب الغرض من الزيارة إلى الجزائر وفقاً للجنسية سنة 2015

الجنسية	الترفيه والاستجمام		أعمال		مهمات		المجموع	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
أوروبيون	103 488	35.8	184 520	63.9	676	0.3	288 684	100
مغاربة	603 336	92.3	50 527	7.7	57	0.0	653 920	100
شرق أوسطيون	5 634	18.2	25 142	81.4	118	0.4	30 894	100
آسيويون وأقيانوسيون	1413	1.9	73 551	97.8	226	0.3	75 190	100
أمريكيون	362	3.7	9 236	95.8	42	0.5	9 643	100
أفريقيون	8 865	35.8	15 806	63.8	119	0.4	24 790	100
المجموع	723 098	66.8	358 785	33.1	1238	0.1	1 083 121	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

وفيما يتعلق بمعيار الإقامة للسياح الوافدين، يتضح لنا من خلال الجدول (3-16) أن ما نسبته 36.3% من السياح الأجانب سنة 2015 يقيمون في الفنادق بمختلف تصنيفاتها، لكن النسبة الأكبر تعود إلى الفنادق غير

¹ أنظر الملحق 14.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

المصنفة بـ 31.8% والتي تشمل القرى السياحية وبيوت الشباب وغيرها، وهذا نظراً لطبيعة النشاط السياحي للأجانب في الجزائر، إذ أغلبهم يتوجهون إليها لقضاء عطلهم على السواحل. وبالنسبة للجزائريين المغتربين فإن نسبة قليلة منهم تتوجه للإقامة الفندقية والتي لم تتجاوز 8.1%، أغلبها يتركز في الفنادق غير مصنفة وفنادق نجمة واحد وفنادق ثلاث نجوم وفنادق أربع نجوم. ويرجع ضعف هذه النسبة إلى أن معظم الجالية الجزائرية الوافدة غرضها من السفر زيارة الأهل والأقارب، لهذا يفضلون الإقامة لدى ذويهم أو في ممتلكاتهم الخاصة.

الجدول (3-16): توزيع السياح الوافدين حسب درجة تصنيف الفنادق في الجزائر سنة 2015

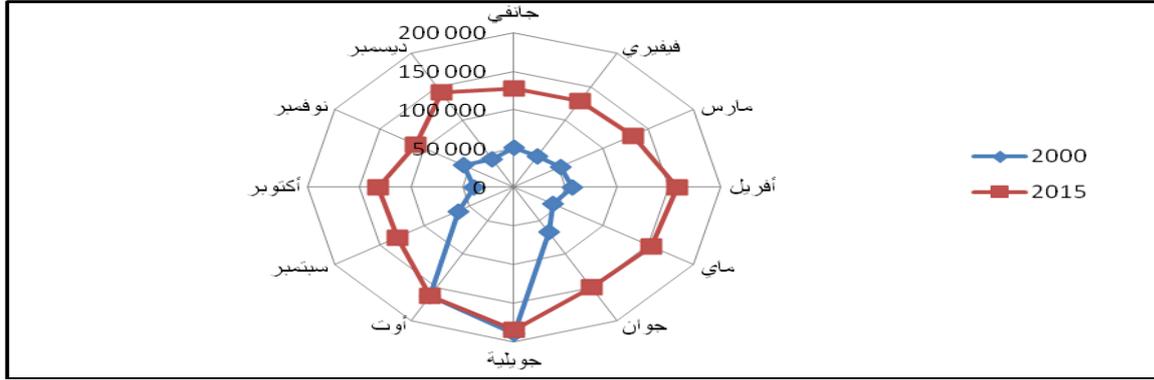
الصنف	*5	*4	*3	*2	*1	بدون تصنيف	المجموع
السياح الأجانب	75 423	48 581	58 955	50 244	34 569	125 039	392 811
% من الإجمالي	19.2	12.4	15.0	12.8	8.8	31.8	36.3
الجزائريون المغتربون	0	14 511	11 050	2 033	10 251	13 191	51 036
% من الإجمالي	0	28.4	21.7	4.0	20.1	25.8	8.1

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

ولدراسة التوزيع الشهري لحركة السياحة الوافدة أو ما يعرف بموسمية السياحة* في الجزائر للفترتين 2000 و2015 وذلك للتعرف على الشهور التي تنشط فيها حركة السياحة. يتضح لنا من خلال الشكل (3-7) أن الحركة تزداد قليلاً في شهر مارس حيث بداية فصل الربيع وتحسن الظروف المناخية، ويستمر ذلك إلى غاية شهر أكتوبر. ويبقى شهري جويلية وأوت يمثلان ذروة الموسم السياحي الجزائري حيث إستأثرا بنسبة 40.6% و24.7% من إجمالي عدد الوافدين للفترتين السابقتين على التوالي. ويفسر ذلك بإرتباط هذان الشهران بمواسم العطل والإجازات في معظم الدول. إلى جانب عامل المناخ الذي تجعل السائح يفضل التوجه إلى الوجهات التي يتوفر فيها نمط السياحة الشاطئية.

* تعني الموسمية في السياحة أن تعمل المنشآت السياحية فترات محدودة فقط من السنة، الأمر الذي يؤثر تأثيراً مباشراً على العمالة وإيجارات الفنادق وتكاليف الخدمات والبنية الأساسية. وتسمح معرفة مواسم الذروة السياحية بالإستعداد الجيد من حيث الخدمات التي توجه للسائح من إقامة وتنقل وإطعام وأمن وغيرها.

الشكل (3-7): التوزيع الشهري لسياح الوافدين إلى الجزائر سنتي 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 15.

1-1-2- الأسواق المصدرة للسياح إلى الجزائر:

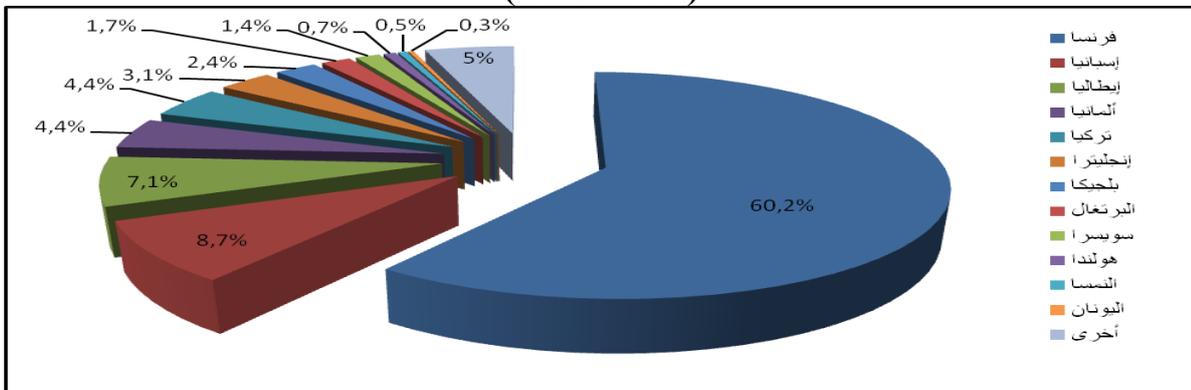
تعتبر دراسة مصادر الحركة السياحية أحد الأسس الهامة في رسم الخطط السياحية. فهي تمثل خصائص السوق السياحي لمناطق المصدر من وجهة نظر الدخل ووقت الفراغ وسياسة الإجازات ومستويات التعليم، ورغبات وطموحات السياح، كما تعطي لنا صورة حقيقية عن السياحة في الدولة المستقبلية لها.

وفيما يلي سوف نقوم بدراسة وتحليل الإحصاءات المتعلقة بمصادر الحركة السياحية في الجزائر، والتي تم تقسيمها إلى ست أسواق أو مناطق رئيسية حسب ما تستدعي إليه الحاجة، وذلك من أجل معرفة طبيعة وحجم وظروف كل مجموعة على حدى، والتي تتمثل في:

- السوق الأوروبية: تحتل السياحة الأوروبية جزء كبير من حجم التدفقات السياحية الدولية، إذ تستأثر بحوالي 42.9% كمتوسط نسبي للفترة الواقعة ما بين (2000-2015)، مما سمح لها بتصدر قائمة الأسواق المصدر للسياح إلى الجزائر. والشكل الموالي يوضح لنا التوزيع النسبي للوافدين الأوروبيين حسب الجنسية خلال الفترة السابقة.

الشكل (3-8): التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في الجزائر من منطقة أوروبا للفترة

(2015 -2000)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 16.

من خلال تحليل بيانات الشكل والملحق 16 يتضح لنا أن عدد السياح الوافدين من أوروبا إرتفع من 98 563 سائح سنة 2000 إلى 288 684 سائح سنة 2015 بمعدل نمو بلغ في المتوسط 7.2%. ويعود ذلك نسبياً إلى تحسن الوضع الأمني في الجزائر، بالإضافة إلى قرب الجغرافي بين الجزائر وقارة أوروبا والذي ينعكس في سهولة وإنخفاض تكلفة التنقل بينهما بخلاف مناطق أخرى من العالم. وفيما يتعلق بالتوزيع النسبي نلاحظ خلاف ذلك حيث إنخفض من 56.2% سنة 2000 إلى 26.7% سنة 2015 رغم إتجاه عدد السياح إلى الزيادة، ويمكن تفسير ذلك إلى زيادة الوزن النسبي لأسواق أخرى خاصة السوق المغربية.

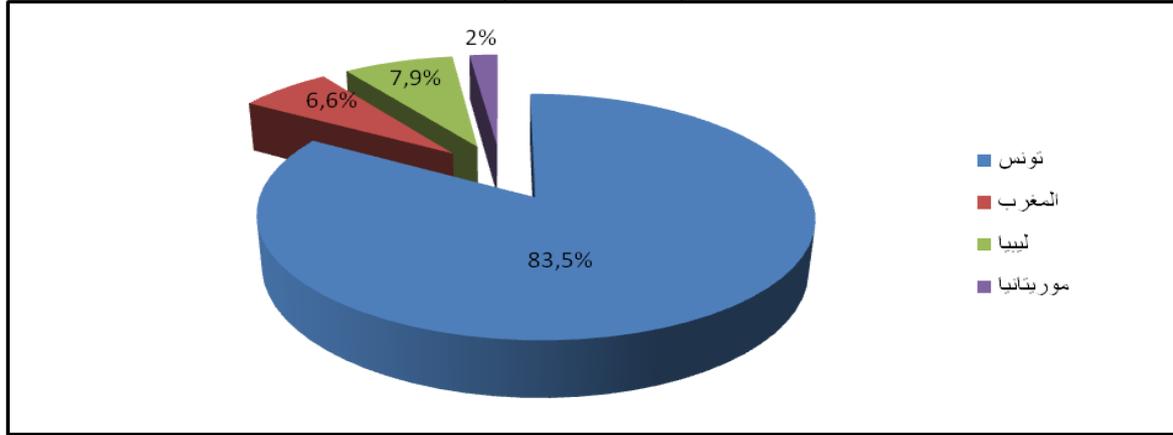
إحتلت عشرة دول أوروبية مراكز متقدمة في تصدير السياح إلى الجزائر، وهذه الدول هي فرنسا بنسبة مساهمة 60.2%، إسبانيا 8.7%، إيطاليا 7.1%، ألمانيا 4.4%، تركيا 4.4%، بلجيكا 2.4%، البرتغال 1.7%، هولندا 0.7%، بإجمالي بلغ 89.9% من إجمالي السياح الوافدين من أوروبا. وبالنظر إلى هذه النسب (باستثناء فرنسا) نلاحظ أنها ضعيفة خاصة أن معظم هذه الدول تتميز بإرتفاع الدخل فيها وإجازات مدفوعة الأجر، الأمر الذي يسمح لسكانها بالقيام برحلات سياحية. ويرجع ذلك إلى وجود منافسة قوية على السوق الأوروبية من الدول المغربية، خاصة تونس والمغرب اللتين لهما تقريباً نفس الخصائص الجغرافية والموارد السياحة والتاريخية مع الجزائر.

تستحوذ فرنسا على النسبة الأكبر من إجمالي السياحة الوافدة من منطقة أوروبا بمتوسط نسبي بلغ 60.2% خلال الفترة (2000-2015). وقد إرتفع عدد السياح الفرنسيين الوافدين من 64 839 سائح سنة 2000 إلى 149 669 سائح سنة 2015 بزيادة قدرت بـ 84 830 سائح. ويعود تفسير سبب إستحواذ فرنسا على حوالي ثلثي أعداد الأفواج السياحية الأوروبية القادمة إلى الجزائر، هي الفرضية القائلة بأن حركة السياحة الدولية ترتفع عندما تتوفر أنواع من الإتصال الدولي في الماضي والحاضر. وقد نشأت العلاقات الجزائرية الفرنسية أثناء فترة الإحتلال، والتي أخذت أنماطاً مختلفة من العلاقات الثقافية والإقتصادية المتميزة عقب حصول البلاد على إستقلالها.

لم تشكل دول أوروبية أخرى سوى نسب ضعيفة من إجمالي التدفقات السياحية الوافدة من أوروبا بنسب لم تتجاوز 0.7%، وبقيمة لم تتعدى 3000 سائح خلال سنوات الدراسة. ونشير هنا إلى كل من هولندا 0.7% والنمسا 0.5% واليونان 0.3%. في حين أدرجت باقي الجنسيات الأوروبية في بند أخرى بنسبة لم تتجاوز 5%. ونفسر هذا التدفق الضئيل إلى ضعف نشاط الحملات الإعلامية والترويجية للمنتجات السياحية الجزائرية التي تستبعد إستهداف هذه الأسواق.

- **السوق المغربية:** يشمل دخول المغاربة من مواطنين كل من تونس، المغرب، ليبيا وموريطانيا. ويتمتع سياح الوافدون من هذه الدول ببعض المميزات منها الإعفاء من التأشيرة المسبقة. ويوضح لنا الشكل الموالي التوزيع النسبي للوافدين من دول المغرب العربي حسب الجنسية خلال الفترة (2000-2015).

الشكل (3-9): التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في الجزائر من المنطقة المغاربية للفترة (2015-2000)



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات الملحق 17.

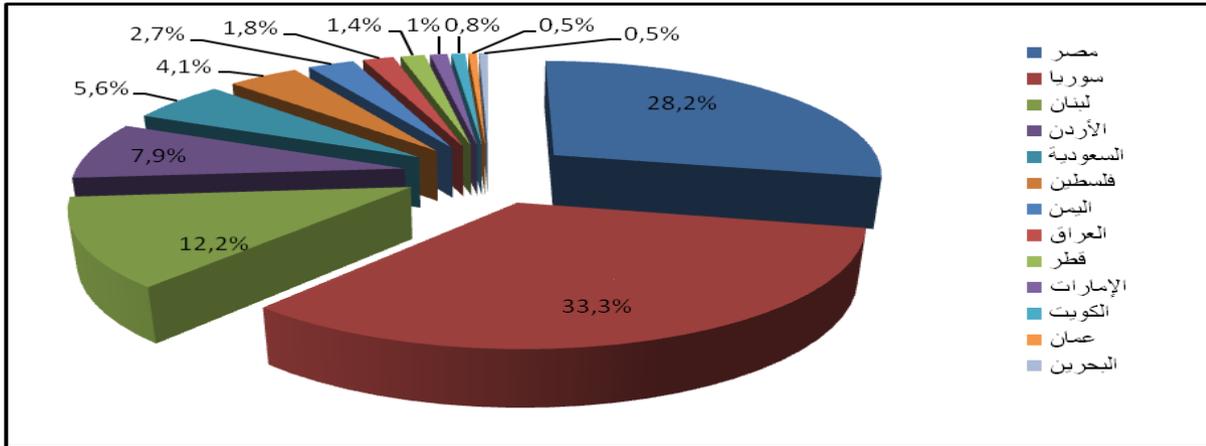
إن تحليل المعلومات الواردة في الشكل والملحق 17 تجعلنا نستنتج أن السياحة المغاربية تأتي في المرتبة الثانية من حيث حجم التدفقات السياحية الدولية بعد السياحة الأوروبية، فهي تمثل 40.2% كمتوسط نسبي من إجمالي السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة ما بين (2000-2015). وقد إرتفع عدد السياح المغاربة من 42 626 سائح بنسبة 24.3% سنة 2000 إلى 653 920 سائح بنسبة 60.4% سنة 2015، وبمعدل نمو بلغ في المتوسط 18.2%. وتضاعفت هذه الحركة بأكثر من 15 مرة، وذلك نتيجة إرتفاع عدد الوافدين من هذه الدول طيلة فترة الدراسة وأخص بالذكر سنة 2011 التي شهدت إقبال كبير جداً من التونسيين والليبيين بسبب تردي الأوضاع الأمنية والإقتصادية فيهما آنذاك. وعموماً إن علاقات الجوار وعامل المسافة وتوفر وسائل المواصلات وتنوعها ما بين برية وجوية له الدور الكبير في توسع حركة السياحة الدولية الوافدة من المنطقة المغاربية. تحتل تونس* صدارة الدول المغاربية من حيث عدد الوافدين المغاربة إلى الجزائر بوزن نسبي قدره 83.5% في المتوسط، وبزيادة قادت بـ 542 819 سائح ما بين 2000 و2015. تليها باقي الدول المغاربية بنسب ضئيلة ومتفاوتة بترتيب ليبيا ثانياً بـ 7.9% والمغرب ثالثاً بـ 6.6% وموريتانيا رابعاً بـ 2.0%. وإن تصدر تونس قائمة الدول المغاربية من حيث عدد الوافدين تحكمه العلاقات القوية وحسن الجوار بين البلدين، وهنا تجدر الإشارة إلى أن توتر العلاقات الجزائرية المغربية الذي أدى إلى غلق الحدود وتضييق وسائل المواصلات على النقل الجوي فقط إنعكس بشكل سلبي كبير على حركة السياحة بين البلدين.

* نظراً لطبيعة السياحة المغاربية فإنه لا يمكن إعتبارها سياحة فعلية. وذلك بسبب حركة التبادل التجاري الكبيرة خاصة بين الجزائر وتونس. فهناك أعداد كبيرة من المواطنين التونسيين تدخل القطر وتخرج منه في اليوم نفسه، وذلك لأغراض تجارية بحتة أو للتسوق فقط.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

- السوق الشرق أوسطية: تستقبل الجزائر أعداد متواضعة من السياح الوافدين من هذه المنطقة ، وقد تكون الزيارات بهدف قضاء إجازات أو حضور مؤتمرات أو لقاءات رياضية أو ثقافية أو غيرها من الأنشطة. والشكل التالي يوضح لنا نصيب الدول العربية من السياحة العربية الوافدة إلى الجزائر للفترة (2000-2015).

الشكل (3-10): التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في الجزائر من المنطقة شرق أوسطية للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 18.

من خلال بيانات الشكل والملحق 18 يتضح لنا أن السياحة العربية الوافدة من منطقة الشرق الأوسط لم تحقق إلا نسبة ضعيفة من إجمالي السياحة الدولية في الجزائر للفترة (2000-2015) مقارنة بمثلتها المنطقة المغاربية، حيث لم تتجاوز نسبة 4.8%. وعرف عدد السياح الوافدين من هذه المنطقة زيادة قدرت بـ 22 600 سائح ما بين سنة 2000 التي شهدت 8 294 سائح إلى 30 894 سائح سنة 2015 وذلك بمعدل نمو بلغ في المتوسط 8.8%. وهذه الزيادة لم يقابلها إلا إنخفاض في الوزن النسبي من 4.7% إلى 2.8% لنفس الفترة. ويلعب بعد المسافة بين الدول العربية والجزائر، وتشابه البيئات العربية من حيث الظروف الطبيعية وأسلوب المعيشة والحياة في تلك الدول في عدم إقبال السياح إلى زيارة الجزائر، بالإضافة لتأثر الظروف الإقتصادية لبعض الدول العربية من حيث قلة دخل الفرد بالمقارنة بالدخول الفردية للدول الأوروبية، إلى جانب ضعف حملات التسويق والترويج للسياحة الجزائرية في السوق العربية.

تستأثر كل من مصر وسوريا بالنصيب الأكبر من مجموع السياحة العربية بمتوسطات قدرت على التوالي بـ 28.2% و 33.3%، ولكن هذه التدفقات العربية ليست مستقرة وإنما هي عرضة لتذبذبات إيجابية وسلبية، وقد تبدو شديدة في بعض الأحيان، وهي تعكس حالات التوتر والإنفراج السياسي بين الدول العربية وتأثيراتها على تدفق الحركة البشرية عبر الحدود. فقد إنخفض عدد السياح الوافدين من مصر من 15 048 سنة 2009 إلى 8 537 سنة 2010 وذلك بسبب توتر العلاقات السياسية بين البلدين نتيجة الأحداث الكروية. وهذا ما ينطبق

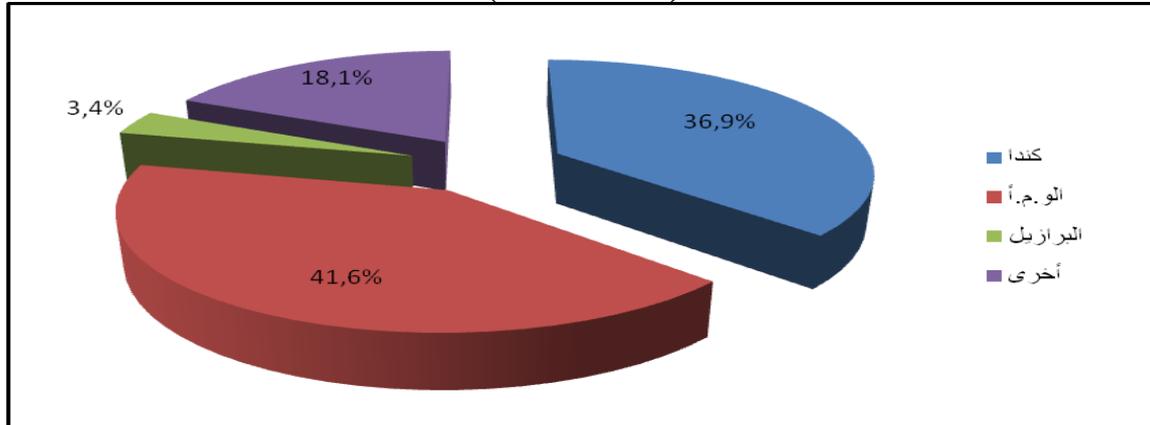
الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

على سوريا التي شهدت زيادات في الأفواج الوافدة منها منذ سنة 2012* نتيجة للتوترات الأمنية التي شهدتها المنطقة.

ساهمت باقي الدول العربية بنسبة 38.5% في حركة السياحة العربية الوافدة. شكلت فيها لبنان أكبر نسبة بـ 12.2%، تليها الأردن بـ 7.9%، السعودية بـ 5.6%، فلسطين بـ 4.1%، اليمن بـ 2.7%، العراق بـ 1.8%. في حين لم تمثل كل من قطر والإمارات والكويت وعمان والبحرين مجتمعة إلا 4.2% من هذه الحركة، وهذا لا يتفق مع مستوى معيشة هذه الدول وإرتفاع الدخل الفردي فيها الذي تجاوز فيها متوسط الدخل الفردي المتوسط العالمي والمقدر بـ 10 302 دولار، حيث بلغ في قطر 77 660 دولار، الإمارات 40 480 دولار، الكويت 49 520 دولار، البحرين 22 750 دولار، عمان 18 080 دولار¹. ويفسر ضعف نسبة السياحة الوافدة من هذه الدول إلى تفضيل قاطنيها السفر إلى أوروبا.

- **السوق الأمريكية:** تعد سوق السياحة الأمريكية من أهم أسواق تصدير السياح في العالم. وبالنظر إلى حصة أمريكا من إجمالي السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر، نجد أنها لم تتجاوز 1.6% للفترة من (2000-2015)، مما جعلها تحتل التصنيف الأخير من بين الأسواق الأخرى. والشكل الموالي يوضح لنا التوزيع النسبي للوافدين من دول أمريكا حسب الجنسية خلال الفترة المذكورة.

الشكل (3-11): التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في الجزائر من منطقة أمريكا للفترة (2015 - 2000)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 19.

إن تحليل المعلومات الواردة في الشكل والملحق 19 توضح لنا أن عدد السياح الوافدين من أمريكا إتجه إلى الزيادة من 3 207 سائح سنة 2000 إلى 9 643 سائح سنة 2015، بمعدل زيادة سنوي قدر بـ 7.3% في

* كما نعلم أن ليس كل وافد يعتبر سائح، فأغلب الوافدين إلى الجزائر من سوريا وبالتحديد ابتداءً من سنة 2012 كانوا فارين من الأوضاع الأمنية والمعيشية المزرية التي تمر بها المنطقة، وإن أغلبهم إن لم نقل جلهم قدموا للجزائر طالبين للإقامة وممارسة أعمال تجارية. وهذا ليس له علاقة بالنشاط السياحي أو الإنفاق السياحي.

¹ World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD?locations=BH-AE-KW-OM-QA>.

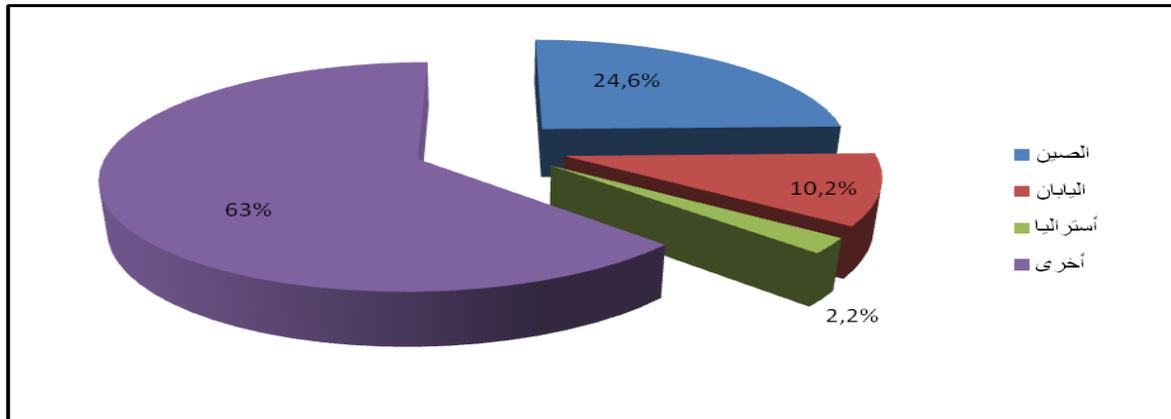
الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

المتوسط خلال الفترة السابقة. بينما إتجهت الأهمية النسبية لهؤلاء السياح إلى إجمالي السياح الذين توافدوا إلى الجزائر إلى الإنخفاض من 1.8% إلى 0.9%. ويمكن إرجاع السبب في ذلك إلى عامل المسافة الذي يشكل المتغير الرئيسي في تحديد تكلفة التنقل بين الدول. حيث أن سعر تذاكر السفر بالنسبة للأمريكيين المتجهين إلى دول البحر المتوسط أعلى سعراً من الرحلات المتجهة إلى المناطق السياحية في جزر الكاريبي وبعض دول أمريكا الجنوبية¹. يضاف إلى ذلك ضعف مؤشرات العرض السياحي في الجزائر التي لا تستهوي السائح الأمريكي الذي يعيش في بيئة تتميز بالتطور والانفتاح الكبير على العالم الخارجي.

تعتبر الو.م.أ وكندا من أهم الدول الأمريكية المرسلّة للسياح إلى الجزائر بنسب 41.6% و 36.9% على التوالي رغم تواضع حجم التدفقات السياحية الوافدة منهما. وقد ارتفع عدد سياح الو.م.أ من 1 312 سائح سنة 2000 إلى 4 282 سائح سنة 2015 بفارق زيادة ضعيف قدر بـ 2970 سائح، وهذا ما ينطبق على كندا التي شهدت هي الأخرى زيادة ضعيفة لم تتجاوز 1186 سائح خلال الفترة السابقة. وتبقى دول أمريكية أخرى توزع السياح إلى الجزائر بنسب قليلة منها البرازيل بـ 3.4%، بينما تدخل باقي الجنسيات الأمريكية ضمن بند أخرى بنسبة 18.1%.

- **السوق الآسيوية والأقيانوسية:** تعد سوق آسيا عدا العربية وأوقيانوسيا من بين الأسواق الأقل تصدير للسياح إلى الجزائر بترتيب تشاركتها مع الدول العربية غير مغاربية والمتمثل في المركز الرابع. ونبه هنا أنه تم إدراج منطقة أوقيانوسيا إلى هذه السوق الذي تضم كل من أستراليا وزيلاندا الجديدة، وذلك حسب التصنيف الذي تعتمده الجزائر. والشكل الموالي يبين لنا نصيب عينة من دول هذه المنطقة من إجمالي السياحة الوافدة منها خلال الفترة (2000-2015).

الشكل (3-12): التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في الجزائر من منطقة آسيا وأوقيانوسيا للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 20.

¹ محمد فتحي عوض حسانين، الجمهورية التونسية: دراسة في جغرافية السياحة، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الدراسات الإفريقية، معهد البحوث والدراسات الإفريقية، جامعة القاهرة، 2001، ص 118.

يتضح من معاينة الشكل والملحق 20 أن مشاركة الأفواج السياحية الوافدة من منطقة آسيا غير العربية وأوقيانوسيا قد بلغ حوالي 4.8% من إجمالي السياحة الدولية إلى الجزائر، وهذه نسبة قليلة إذا ما قيسست بضخامة الكتلة البشرية في هذه المنطقة، إلا أن أغلب دولها تقع ضمن العالم النامي ذات الدخول المنخفضة والتي تقلل من نسبة مساهمة هذه الدول في السياحة الدولية بشكل عام. إلى جانب عامل اللغة وإختلاف الثقافات والبيئة الحياتية بين شعوب هذه المنطقة والجزائر. وقد إرتفع عدد الوافدين منها إلى 75 190 سائح سنة 2015 مقابل 5 080 سائح سنة 2000 بمعدل زيادة بلغ في المتوسط 18%. كما إتجه الوزن النسبي هو الآخر للزيادة خلال الفترة المذكورة من 2.9% إلى 6.9%.

تحتل الصين صدارة السياح الوافدين من هذه المنطقة بنسبة 24.6% وقد عرفت تزايد كبير إبتداءً من سنة 2008 نتيجة تزايد الشراكة والأعمال بين الجزائر والصين، وبالتالي يمكن إعتبار هذه الحركة حركة عمالة مؤقتة وليست لغرض ممارسة نشاط سياحي. تليها اليابان بنسبة 10.2%، بينما لم تشكل أستراليا سوى 2.2%. إضافة إلى هذه الأسواق هناك السوق الأفريقية (تستثنى منها الدول العربية الأفريقية المشار إليها سابقاً) التي تساهم بحوالي 5.7% من إجمالي التدفقات السياحية الدولية في الجزائر، حيث بلغ عدد السياح الأفارقة الذين إستقبلتهم الجزائر سنة 2015 حوالي 15 770 سائح مقابل 24 790 سائح سنة 2000. وإن ضعف مستوى الدخل لمعظم الدول الأفريقية والنزاعات السياسية يشكل عائق أمام توسع حركة السياحة الجزائرية الإفريقية رغم تذييل عامل المسافة.

1-2-1- الليالي السياحية لغير المقيمين:

1-2-1- التطور الإجمالي لليالي السياحية لغير المقيمين في الجزائر:

تتسم الليالي السياحية التي يقضيها السياح الوافدين إلى الجزائر بمحدوديتها، وذلك تماشياً مع حجم الطلب السياحي على هذا البلد، وعليه يمكن القول أن معدل تغير الليالي السياحية يتناسب طردياً مع معدل تغير السياح الوافدين على المناطق السياحية. والجدول (3-17) يوضح لنا تطور الليالي السياحية لغير المقيمين في الهياكل الفندقية في الجزائر خلال الفترة (2000-2015).

الجدول (3-17): التطور الإجمالي لليالي السياحية لغير المقيمين في الجزائر للفترة (2003-2015)

السنوات	إجمالي الليالي المقضاة	اليالي المقضاة لغير المقيمين			
		أجانب	مغتربين	المجموع	%
2003	4 324 238	175 208	200 830	376 038	8.7
2004	4 543 057	293 087	100 544	393 631	8.7
2005	4 705 637	358 813	124 519	483 332	10.3
2006	4 905 216	321 341	207 250	528 591	10.8
2007	5 119 940	344 831	229 024	573 855	11.2
2008	5 346 543	378 568	217 179	595 747	11.1
2009	5 645 839	445 536	228 931	674 467	11.9
2010	5 939 334	522 866	231 237	754 103	12.7
2011	6 329 472	613 184	232 183	845 367	13.4
2012	6 640 181	696 070	240 561	936 631	14.1
2013	6 921 234	752 585	241 689	994 274	14.4
2014	7 053 744	762 483	75 329	837 812	11.9
2015	7 146 572	761 230	77 931	839 161	11.7

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

من متابعة بيانات الجدول يلاحظ أن الاتجاه العام لإجمالي الليالي السياحية (المقيمين وغير المقيمين) المقضاة في الفنادق الجزائرية في تزايد مستمر، حيث إرتفع عددها من 4 324 238 ليلة سياحية سنة 2003 إلى 7 146 572 ليلة سياحية سنة 2015 بزيادة بلغت 2 822 334 ليلة سياحية وبمعدل نمو عرف إجمالاً ببطئه قدر في المتوسط بـ 5.0% خلال فترة الدراسة. ويرجع تفسير تلك الزيادة إلى توسع حركة السياحة الداخلية والدولية في الجزائر بعد تحسن أوضاعها الأمنية.

لم يتجاوز نصيب الليالي السياحية لغير المقيمين في المتوسط 11.6% من إجمالي الليالي السياحية. بلغت أقصاها سنة 2014 بـ 14.4% و994 274 ليلة سياحية. ورغم تحسن الليالي السياحية لغير المقيمين في الجزائر مقارنة بسنوات التسعينات، إلا أنها لم تصل إلى عتبة المليون خلال سنوات الدراسة على الرغم من أن عدد السياح الوافدين تخطو ذلك إبتداءً من سنة 2003. وإن إنخفاض هذه المساهمة يفسر بضعف توافد السياح إلى الجزائر، إلى جانب ضعف طلبهم على الإيواء الفندقية خاصة من قبل الجزائريين المقيمين بالخارج، والسبب في ذلك يعود إلى عادات المبيت عند الأهل والأصدقاء وكراء الشقق الخاصة التي يفضلها الكثير عن طاقات الإيواء الفندقية.

تستحوذ السياحة الأجنبية على النسبة الأكبر من عدد الليالي السياحية لغير المقيمين بـ 70.7% في المتوسط، في حين لم تتجاوز سياحة المغتربين 29.3% من إجمالي الليالي السياحية لغير المقيمين. وهذا ما يعكس

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

لنا ضعف مساهمتها في الإنفاق السياحي على خلاف السياحة الأجنبية بإعتبار أن النسبة الأكبر من هذا الإنفاق موجه للإقامة¹.

تراوح معدل الإقامة الفندقية* لغير المقيمين في الجزائر خلال فترة الدراسة ما بين 1.9 و 2.5 ليلة لكل سائح. وهذا المعدل يتميز بالضعف مقارنة بما تحققه دول أخرى مثل تونس ما بين 6.2 إلى 6.3 ليلة لكل سائح ومصر ما بين 10.6 إلى 10.6 ليلة لكل سائح وذلك في الظروف العادية، مما إنعكس بشكل واضح على إجمالي الليالي السياحية وحجم العائدات المحققة في القطاع. بينما لم يحقق معدل الإقامة بالبلاد مقدار ليلة واحدة لكل سائح ويرجع ذلك إلى عدم تفضيل السياح للإقامة الفندقية خاصة المغتربين منهم، إلى جانب زوار اليوم الواحد والعابرين لوجهات أخرى**.

وبالنسبة لتوزيع الليالي السياحية لغير المقيمين حسب درجة تصنيف الفنادق في الجزائر سنة 2015 فيتضح لنا من خلال الجدول (3-18) أن حصة الأسد من هذا التوزيع من نصيب الليالي السياحية للأجانب بـ 90.7%، تستحوذ فيها الفنادق غير مصنفة النسبة الأكبر بـ 36.9%، أما باقي الليالي السياحية والمقدرة بـ 63.1% تحتل فيها فنادق ثلاث نجوم النصيب الأكبر تليها الليالي في فنادق الدرجة الخامسة (تمثل الليالي السياحية لرجال الأعمال والمهمات)، ثم نجمتين ونجمة واحدة وأربع نجوم على التوالي.

وفيما يخص عدد الليالي السياحية للمغتربين لم تتجاوز 9.3%، أغلبها يعود للفنادق غير مصنفة، فنادق نجمة واحد، وفنادق أربع نجوم وثلاث نجوم. وإن هذا التوزيع سواء بالنسبة لليالي السياحة للأجانب أو المغتربين يتوافق مع توزيع السياح الوافدين على الفنادق حسب درجة تصنيفها لنفس السنة.

الجدول (3-18): توزيع الليالي السياحية لغير المقيمين حسب درجة تصنيف الفنادق في الجزائر 2015

الصفحة	*5	*4	*3	*2	*1	بدون تصنيف	المجموع
ل. سياحية للأجانب	107 050	80 997	124 320	86 184	82 403	280 276	761 230
% من الإجمالي	14.1	10.6	16.3	11.3	10.8	36.9	90.7
ل. سياحية للمغتربين	0	25 517	15 092	3 390	14 035	19 897	77 931
% من الإجمالي	0	32.7	19.4	4.4	18.0	25.5	9.3

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

¹ أنظر الفصل الأول ص 21.

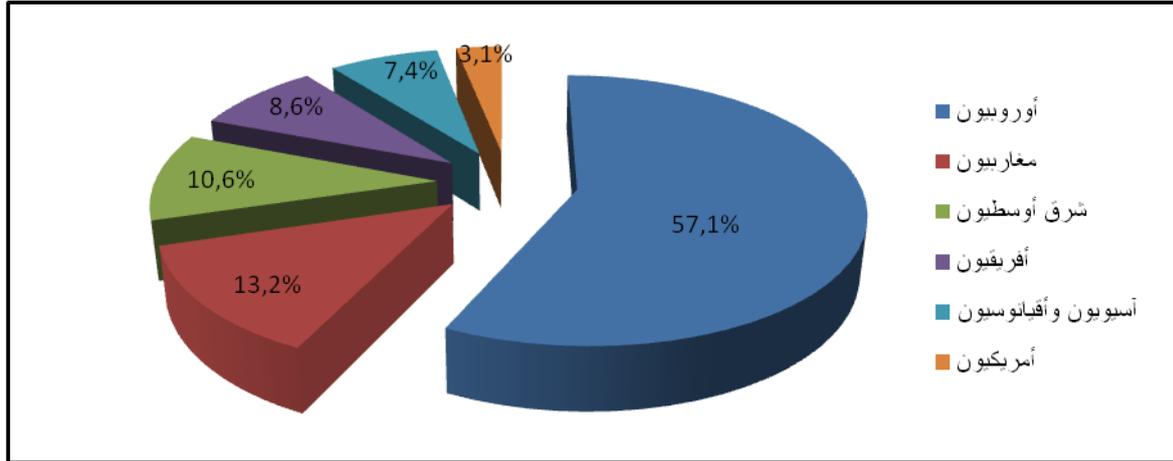
* معدل أو متوسط مدة الإقامة الفندقية يساوي إلى إجمالي الليالي المقضاه لغير المقيمين/ عدد السياح الوافدين المقيمين في الفنادق. وهو يختلف عن معدل الإقامة بالبلاد الذي يساوي إجمالي الليالي المقضاه لغير المقيمين / إجمالي السياح الوافدين إلى البلد.

** تدرج الجزائر ضمن حسابات حركة السياحة الدولية الوافدة زوار اليوم الواحد (same-day visitors) وذلك بخلاف بعض الدول العربية كتونس، المغرب، مصر، ليبيا، لبنان، السعودية، قطر، عمان، الأردن، اليمن.

1-2-2- تطور الليالي السياحية حسب جنسية السياح في الجزائر:

إن عدد الليالي السياحية حسب الجنسيات تتوافق في الغالب مع حجم التدفقات السياحية الوافدة من الأسواق المصدرة للسياح إلى الجزائر. وهذا ما يظهر لنا من خلال الشكل (3-13) الذي يبين التوزيع النسبي لليالي السياحية التي قضاها السياح الأجانب في فنادق الجزائر حسب الجنسية للفترة (2003-2015).

الشكل (3-13): توزيع الليالي السياحية للأجانب في الجزائر حسب الجنسية للفترة (2003-2015)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 21.

من الشكل المشار إليه والملحق 21 نلاحظ أن الليالي السياحية التي قضاها الأوروبيين تمثل الوزن النسبي الأكبر إلى إجمالي عدد الليالي السياحية خلال فترة الدراسة والمقدر بـ 57.1%، وقد بلغ عدد الليالي السياحية التي أمضوها الأوروبيين سنة 2000 حوالي 106 216 ليلة لترتفع إلى 352 181 ليلة سنة 2015، وذلك تبعاً لارتفاع عدد السياح الأوروبيين خلال نفس الفترة.

تأتي الليالي السياحية التي قضاها المغاربة في الجزائر في الترتيب الثاني بـ 13.2% من إجمالي الليالي السياحية في المتوسط، بعدد ليالي سياحية بلغ أقصاها سنة 2015 بـ 140 019 ليلة. وبمقارنة ذلك بالتوزيع النسبي لعدد السياح الوافدين من السوق المغاربية تتأكد لنا فرضية حركة التبادل التجاري الكبيرة بين الجزائر والدول المغاربية، والتي لا تحتاج إلى طول مدة الإقامة.

إنه الوزن النسبي لعدد الليالي السياحية التي قضاها سياح الشرق الأوسط في الجزائر إلى الإرتفاع من 5.1% بما يعادل 8 798 ليلة سنة 2000 إلى 14.3% بما يعادل 108 456 ليلة. أي أنها تضاعفت 46.4 مرة خلال 15 سنة، وهذا جعلها تأتي في المرتبة الثالثة بعد الليالي السياحية للأوروبيين والمغاربة.

تأتي الليالي السياحية التي قضاها سياح أفريقيا وآسيا وأقيانوسيا وأمريكا في الترتيب الأخير بوزن نسبي بلغ في المتوسط بـ 8.6%، 7.4%، 3.1% على التوالي. ويمكن تفسير هذا الانخفاض في عدد الليالي السياحية بالنسبة للأفريقيين إلى ضعف مستوى الدخل الفردي الذي يقابله إرتفاع في أسعار الخدمات الفندقية في الجزائر

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

أما سياح آسيا وأقيانوسيا وأمريكا فبعد المسافة بين الجزائر ودول هذه الجنسيات يؤدي إلى إرتفاع أسعار السفر وتكلفة الإقامة مما يدفع السياح إلى اختصار فترة الإقامة.

وعلى مستوى الدول العشر من حيث عدد الليالي السياحية المقضاة في الفنادق الجزائرية سنة 2015 والموضحة في الشكل (3-14) يتبين لنا أنها تشكل ما نسبته 58.5% من إجمالي الليالي السياحية للأجانب وما نسبته 53% من إجمالي الليالي السياحية لغير المقيمين. وتدخل أربع دول أوروبية قائمة هذه الدول العشر، تتصدر فيها فرنسا الترتب بـ 85 573 ليلة سياحية، بينما تأتي كل من إيطاليا، إسبانيا وتركيا في الترتيب الرابع والخامس والسادس على التوالي.

وبالنسبة للدول المغاربية كانت تونس والمغرب وليبيا ضمن هذه القائمة في الترتيب الثاني بـ 80 673 ليلة والسابع بـ 31 609 والعاشر بـ 20 892 ليلة، بينما الترتيب الثالث والتاسع كان من نصيب الدولتين الشرق أوسطتين سوريا بـ 56 578 ليلة ومصر بـ 21 752 ليلة. وقد جعلت الصين لنفسها مكانة ضمن هذه الدول في الترتيب الثامن بـ 30 876 ليلة.

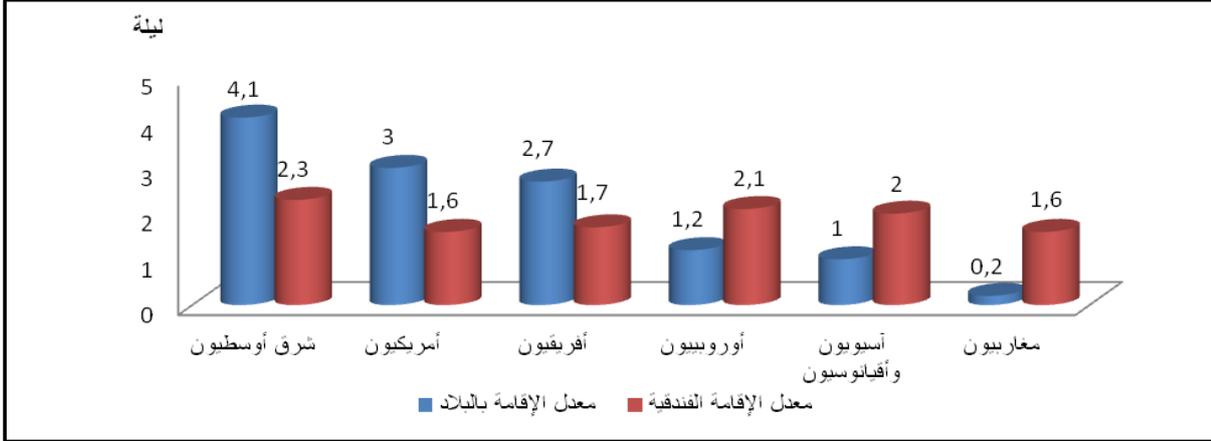
الشكل (3-14): توزيع الليالي السياحية للأجانب على مستوى الدول العشرة الأولى في الجزائر سنة 2015



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

- وعلى أساس معيار معدل الإقامة لكل سائح حسب الجنسية يظهر لنا الشكل (3 15) أن السياح الوافدين من منطقة الشرق الأوسط وأوروبا وآسيا وأقيانوسيا سنة 2015 يحضون بأكبر مدة إقامة فندقية في المتوسط بحوالي 2 ليالي لكل سائح، بينما لم يتجاوز 1.7 ليلة لكل سائح وافد من منطقة أفريقيا وأمريكا والمغرب العربي. أما فيما يخص مدة الإقامة في الجزائر فأنها تراوحت ما بين 4.1 و 2.7 ليلة لكل سائح وافد من الشرق الأوسط، أمريكا وأفريقيا. بينما حصدت المناطق الأخرى معدل أقل من ذلك.

الشكل (3-15): معدل الإقامة للأجانب في الجزائر حسب الجنسية سنة 2015



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الملحق 22.

1-3- عائدات السياحة الدولية:

المؤشر الآخر الذي يؤكد على مدى تطور هذا القطاع في أي بلد هو حجم العائدات السياحية السنوية التي تقدمها السياحة إلى إقتصاد البلد السياحي. وتلعب العائدات السياحية دوراً كبيراً في تنمية القطاع السياحي في حالة ما إذا تم تحقيق فوائض مالية هامة يتم توجيهها لتنمية القطاع وكذا القطاعات الأخرى. كما أن للسياحة تأثيراً مباشراً على المستوى المعيشي لمواطني البلدان السياحية المضيفة، إذ يؤدي النشاط السياحي إلى تحسين المستوى المعيشي لبعض فئات المجتمع التي يرتبط نشاطها بالسياحة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. وبالنظر إلى ما أشرنا إليه تبقى العائدات المالية للقطاع في الجزائر ضعيفة ولا ترقى لمستوى العائدات المحققة من طرف الدول المجاورة سواءً من حيث الحجم، أو متوسط إنفاق السائح الواحد، أو نصيب الفرد الواحد من هذه العائدات، وهذا ما يظهره الجدول التالي:

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

الجدول (3-19): التطور الإجمالي لعائدات السياحة الدولية في الجزائر للفترة (2000-2015)

2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	السنوات
219	215	184	179	112	111	100	102	عائدات السياحة (مليون دولار)
1.9	16.8	2.8	59.8	0.9	11.0	- 2.0	/	معدل النمو
381.6	406.7	380.7	454.7	297.8	380.2	362.8	479.1	عائد الليلة الواحدة (دولار)
125.6	131.3	127.5	145.1	96.0	112.3	110.9	117.8	متوسط العائد لكل سائح (دولار)
6.4	6.4	5.5	5.5	3.5	3.5	3.2	3.3	نصيب الفرد لكل ساكن (دولار)
2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	السنوات
267	258	230	196	208	219	266	325	عائدات السياحة (مليون دولار)
3.5	12.2	17.3	- 5.8	- 5.0	- 17.7	- 18.2	48.4	معدل النمو
318.2	307.9	231.3	209.3	246.0	290.4	394.4	545.5	عائد الليلة الواحدة (دولار)
156.1	112.1	84.2	74.4	86.9	105.8	139.2	183.4	متوسط العائد لكل سائح (دولار)
6.7	6.6	6.0	5.2	5.6	6.1	0.8	9.3	نصيب الفرد لكل ساكن (دولار)

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

- معطيات الجدولين (3-14) و(3-17).

- World bank, Site: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=DZ>.

بالنظر إلى بيانات الجدول أعلاه يتضح بأن عائدات السياحة في الجزائر شهدت نمواً متزايداً رغم بعض التقلبات في بعض سنوات الفترة (2000-2015) بمعدل بلغ في المتوسط 10.1%. ويعبر هذا المعدل على وجود نوع من التحسن على مستوى عائدات السياحة الجزائرية نتيجة التحسن التدريجي في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر، مقارنة بفترة التسعينات التي شهدت فيها إنخفاض حاد وصلت إلى أدنى مستوياتها سنة 1997 بـ 28 مليون دولار¹ بسبب تطور الأوضاع الأمنية في البلاد، لترتفع إلى 102 مليون دولار سنة 2000 ثم إلى 267 مليون دولار سنة 2015.

وبمقارنة هذه العائدات مع نظيراتها في المغرب وتونس ومصر، نجد أنها لم تشكل سوى نصيب متدني لم يتجاوز 19.7% من عائدات السياحة في تونس والمقدرة بـ 1 354 مليون دولار، و3.4% من عائدات السياحة في المغرب والمقدرة بـ 7 765 مليون دولار، و3.8% من عائدات السياحة في مصر والمقدر بـ 6 897 مليون دولار سنة 2015. وعلى المستوى العالمي والقاري، تبقى هذه التدفقات النقدية أيضاً ضعيفة، حيث بلغ نصيب الجزائر لنفس السنة 0.02% من التدفقات النقدية للسياحة العالمية البالغة 1 260 مليار دولار وحوالي 0.8%

¹ World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=DZ>.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

من التدفقات النقدية للسياحة الإفريقية والبالغة 33.1 مليار دولار. وهذا يدل إجمالاً على ضعف القدرة التنافسية لقطاع السياحة في الجزائر.

إنخفض نصيب الليلة الواحدة من العائدات من 479.1 دولار سنة 2000 إلى 318.2 دولار سنة 2015. ورغم هذا الإنخفاض إلا أنها تبقى مرتفعة مقارنةً بنصيب الليلة الواحدة من العائدات في تونس التي لم تتجاوز 121.2 دولار كأبعد تقدير خلال الفترة السابقة. مما يعكس لنا هذا مدى إرتفاع أسعار الخدمات السياحية في الجزائر والتي أصبحت ترهق السياحة بشقيها الدولي والمحلي، خاصة بالنسبة لفئة السياح من ذوي الدخل المتوسطة.

رغم تطور حجم إنفاق الفرد على السياحة بشكل كبير من حوالي 83 مليون دولار سنة 1950 إلى حوالي 1 062 دولار سنة 2015، أي أنه تضاعف بـ 12.8 مرة خلال نصف قرن من الزمن. إلا أن حجم عائد السائح الواحد في الجزائر لم يتجاوز 156.1 دولار خلال فترة الدراسة كأبعد تقدير. وربما يعزى ذلك إلى أن جزء هام من الجزائريين غير المقيمين يتم إستقبالهم من طرف عائلاتهم مما يترتب على ذلك إنخفاض إنفاقهم.

إن نصيب الفرد من عائدات السياحة في الجزائر ضعيف جداً، فهو لم يتعدى بعض الدولارات خلال 16 سنة الأخيرة. إذ بلغ 3.3 دولار للفرد الواحد سنة 2000 و6.7 دولار نهاية سنة 2015. وهذا يبين تدني مساهمة هذا القطاع في تحسين مستوى معيشة الفرد الجزائري بخلاف بعض الدول العربية مثل تونس التي بلغ فيها نصيب الفرد من العائدات السياحية خلال السنة الأخير 120.1 دولار، المغرب بـ 223.1 دولار، الأردن 545.6 دولار، لبنان بـ 1179 دولار، الكويت 229.7 دولار.

ثانياً: مؤشرات الطلب السياحي الدولي في تونس

يمكن التعرف على معالم الحركة السياحية في تونس عن طريق الأرقام والإحصاءات المتعلقة بعدد السائحين الوافدين إليها، مع تحديد مختلف جنسياتهم وعدد الليالي السياحية التي أمضوها، بالإضافة إلى ما يترتب عنها من عائدات وذلك خلال الفترة (2000-2015) على النحو التالي:

2-1- حركة السياحة الدولية الوافدة:

2-1-1- التطور الإجمالي للسياح الوافدين إلى تونس:

راهنّت تونس منذ البداية على السياحة الدولية، وبأشرت في منتصف الستينات في وضع مشروع طموح لتنمية هذا القطاع، وبالرغم من النظام الاقتصادي السائد آنذاك، أي الاقتصاد الموجه والمسير من قبل الدولة، فإن السلطات التونسية عمدت إلى تشجيع السياحة الدولية وإعطائها كل الدعم اللازم في سبيل النهوض بها. وهكذا حققت نجاحاً كبيراً تؤكدّه الزيادة الملحوظة في حجم الحركة السياحية الدولية الوافدة من 1.6 مليون سائح سنة 1980 إلى 4.2 مليون سائح سنة 2015.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

ومن أجل تدعيم تونس لأسواقها السياحية وجذب المزيد من السياح الأجانب ورفع مردودية القطاع السياحي، بادرت في السنوات الأخيرة إلى تكثيف برامج التسويق والترويج سواء بالأسواق التقليدية أو بالأسواق المرتقبة باعتماد وسائل الإتصال الحديثة، وبحضورها المميز في المعارض الدولية، وفتح خطوط جديدة لرحلات مباشرة بين تونس وبعض عواصم الدول. والجدول (3-20) يبين لنا أثر ذلك على حركة السياحة الدولية الوافدة* إلى تونس للفترة الممتدة من 2000 إلى 2015.

الجدول (3-20): التطور الإجمالي للسياح الوافدين إلى تونس للفترة (2000-2015)

السنوات	السياح الوافدون	معدل النمو %	السنوات	السياح الوافدون	معدل النمو %
2000	5 057 513	/	2008	7 048 999	4.2
2001	5 387 300	6.5	2009	6 901 406	- 2.1
2002	5 063 538	- 6.0	2010	6 902 749	0.01
2003	5 114 303	1.0	2011	4 785 119	- 30.7
2004	5 997 929	17.3	2012	5 950 464	24.3
2005	6 378 435	6.3	2013	6 268 582	5.3
2006	6 549 549	2.7	2014	6 068 593	- 3.2
2007	6 761 906	3.2	2015	4 201 967	- 30.7

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapports (2000,2003, 2004, 2007, 2008, 2010, 2012, 2015).*

تشير بيانات الجدول أعلاه بأن حجم التدفقات السياحية الوافدة إلى تونس عرفت نمو إنحصر بين الارتفاع والانخفاض خلال الفترة المذكورة سابقاً، وما يدل على ذلك هو تراجعها من 5 057 513 سائح سنة 2000 إلى 4 201 967 سنة 2015 بمعدل نمو سالب قدر بـ 16.9%. وذلك نتيجة لعوامل داخلية أو خارجية أثرت على الوجهات التي تنبعث منها الأفواج السياحية إلى تونس. وهذا ما يتضح لنا من خلال سنة 2002 التي شهدت إنخفاض قدر بـ 323 762 سائح مقارنة بسنة 2001. ويعتبر أهم سبب في هذا التراجع الأحداث الإرهابية التي وقعت في مدينة جربة التونسية في 11 أبريل 2002**، وأحداث 11 سبتمبر 2001 على الو.م.أ والحرب على العراق، الذي كان له الأثر السلبي على منطقة الشرق الأوسط ومنطقة حوض البحر المتوسط. لكن سرعان ما عرفت إستفاقة سنة 2003 بحركية مستمرة إلى غاية سنة 2008 بزيادة معتبرة بلغت 1 934 696 سائح.

شهدت سنة 2009 إنخفاض آخر من 7 048 999 سائح إلى 6 901 406 سائح بمعدل نمو سالب قدر بـ 2.1% مقارنة بسنة 2008. ويفسر تضرر النشاط السياحي في هذه السنة إلى الأوضاع الاقتصادية بالدول

* تخص هذه القيم السياح الأجانب فقط دون التونسيين المغتربين.

** أدى الهجوم إلى مقتل 14 شخصا منهم 6 سياح ألمان و6 تونسيين وفرنسي واحد وجرح مايزيد عن 30 شخصاً.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

الرئيسية المصدرة للسياح إلى تونس. نتيجة تصاعد الأسعار العالمية للمواد الأساسية، خاصة الطاقة منها إلى حدود صيف 2008 والذي أدى إلى إرتفاع مستوى التضخم ودخول عدة بلدان مصنعة في إنكماش بسبب الأزمة المالية الدولية، بالتظافر مع موجات الفصل من العمل وتقلبات أسعار الصرف¹. ومن أجل إنعاش النشاط السياحي في هذه الفترة، إتخذت تونس عدة تدابير لصالح قطاع السياحة، منها تمديد ميزانية الترويج للقيام بعمليات ترويجه واسعه النطاق وتعزيز النقل الجوي الدولي إلى توزور والنقل الجوي المحلي إلى تاباركا وتوزر².

تعتبر سنة 2011 من أسوأ السنوات التي مر بها القطاع السياحي التونسي بسبب المشهد المضطرب عقب ثورة 14 جانفي التي شهدتها البلاد والذي تنحصر في المناخ السياسي غير المستقر، الأخطار الأمنية والهجرة غير الشرعية، ثورة دون توقف، والحرب الأهلية في ليبيا³. وكان لهذه الأحداث أثر كبير في إضعاف صورة الوجهة السياحية إلى تونس مما أدى إلى التراجع بمعدل سالب 30.7% مقارنة بالسنة التي تسبقها. لكن سرعان ما عرف تعافي تدريجي سنة 2012 و2013 بالرغم من إستمرار الإضطرابات الأمنية والسياسية والإجتماعية، لكن النتائج المسجلة بقيت دون مستوى نتائج سنة 2010 بمعدلات سلبية 13.8% و 9.2% على التوالي.

عرفت سنة 2015* أحداث إرهابية متتالية في تونس أضرت بصفة مباشرة بهذا القطاع الحيوي الذي شهد إنتكاسة ملحوظة باعتبار إرتباطه الوثيق بالمستجدات والعوامل الخارجية. وتبعاً لذلك تراجعت مردودية جل الأسواق وخاصة الأوروبية منها وذلك بعد قرار تحجيز السفر إلى تونس أو التحذير منه والذي إتخذته العديد من الدول الأوروبية، هذا بالإضافة إلى تعليق العديد من وكالات الأسفار الكبرى رحلتها نحو الوجهة التونسية إلى وقت لاحق⁴. وفي هذا السياق تراجع مؤشر عدد السياح الوافدين من الأجانب** خلال هذه السنة مقارنة بالسنة السابقة من 6 068 593 سائح إلى 4 201 967 سائح بمعدل نمو سالب قدر بـ 30.7%. ونتيجة هذا التراجع في النشاط السياحي فإنه إلى غاية 15 ديسمبر من سنة 2015، وصل عدد الوحدات الفندقية المغلقة في تونس إلى 192 وحدة، أي ما يمثل 33.7% من إجمالي 573 فندق سياحي⁵.

¹ البنك المركزي التونسي، التقرير السنوي 2008، جوان 2009، ص 113.

² Office National du Tourism Tunisien, *Rapport Annuel 2009*, P 17.

³ Office National du Tourism Tunisien, *Rapport Annuel 2011*, P 22.

* من تلك الأحداث نذكر الهجوم المسلح الذي استهدف فندق امبريال في سوسة التونسية، وذلك في 26 جوان 2015، وقد خلف الهجوم 40 قتيل أغلبهم من السياح و38 جريح. يليه هجوم إستهداف حافلة الامن الرئاسي بشارع محمد الخامس بالعاصمة التونسية في 24 نوفمبر 2015، خلف الهجوم أولياً 12 قتيل و16 جريحاً.

⁴ الديوان الوطني التونسي للسياحة، التقرير السنوي 2015، مرجع سبق ذكره، ص 9.

** تجدر الإشارة هنا أن عدد المغتربين التونسيين رغم هذه الهجمات الإرهابية، إلا أن عددهم إرتفع من حوالي 1 094 844 سائح سنة 2014 إلى حوالي 1 157 342 سائح سنة 2015.

⁵ تونس.. التوجه لتطوير السياحة الرقمية لتجاوز أزمة القطاع السياحي، نون بوست للأخبار، 19 ماي 2016، الموقع:

<https://www.noonpost.org/content/11858>.

لم تمثل سياحة المغتربين إلا نسبة ضعيفة من حركة السياحة الدولية الوافدة، إذ لم تتجاوز نسبة 21.6% سنة 2015 و15.3% سنة 2014¹ من إجمالي التدفقات السياحية الدولية إلى تونس. وهذا يعكس واقع القطاع السياحي التونسي الذي يتميز بتنوع الطلب السياحي وإنفتاحه على مختلف مصادر حركة السياحة الدولية. وبالنسبة للسياح الوافدين إلى تونس حسب معيار الإقامة يتضح لنا من خلال الجدول (3-21) أن ما نسبته 49.7% من السياح الأجانب سنة 2015 يقيمون في الفنادق بمختلف تصنيفاتها. وتوزع هذه النسبة على مختلف الوجهات السياحية في تونس بنسب متفاوتة وذلك حسب نوع النشاط السياحي الذي يرغب السائح في ممارسته. وأكبر نسبة من إجمالي الوافدين الأجانب المقيمين في الفنادق حصدتها الوجهة جربة- جرجيس بـ 22.3%، تليها سوسة بـ 19.6%، ثم تونس- قرطاج بـ 19.4%، نابل- الحمامات بـ 11.4%، وأخيراً ياسمين- الحمامات بـ 10.0%. بينما يتوزع الباقي على الوجهات السياحية الأخرى بنسبة لم تتجاوز 5.3%. وتعتبر المناطق المشار إليها من الأكثر المناطق السياحية المفضلة لدى السياح الأجانب الوافدين إلى تونس. وفيما يخص التونسيين المغتربين فإن ما نسبة 4.6% منهم فقط تتوجه للإقامة الفندقية. ويرجع ضعف هذه النسبة إلى أسباب قد أشرنا إليها سابقاً وهي أن المغتربين الوافدين غرضهم من السفر زيارة الأهل والأقارب، لهذا يفضلون الإقامة لدى ذويهم أو في ممتلكاتهم الخاصة. وتتركز هذه الحركة بنسبة 92.4% من إجمالي المغتربين المقيمين في الفنادق في كل من مدينة سوسة، تونس- قرطاج، ياسمين- الحمامات، نابل- الحمامات وجنوب تونس.

¹ Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015, Op .Cit , P 32.*

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

الجدول (3-21): توزيع السياح الوافدين المقيمين في الفنادق حسب الوجهة السياحية في تونس سنة 2015

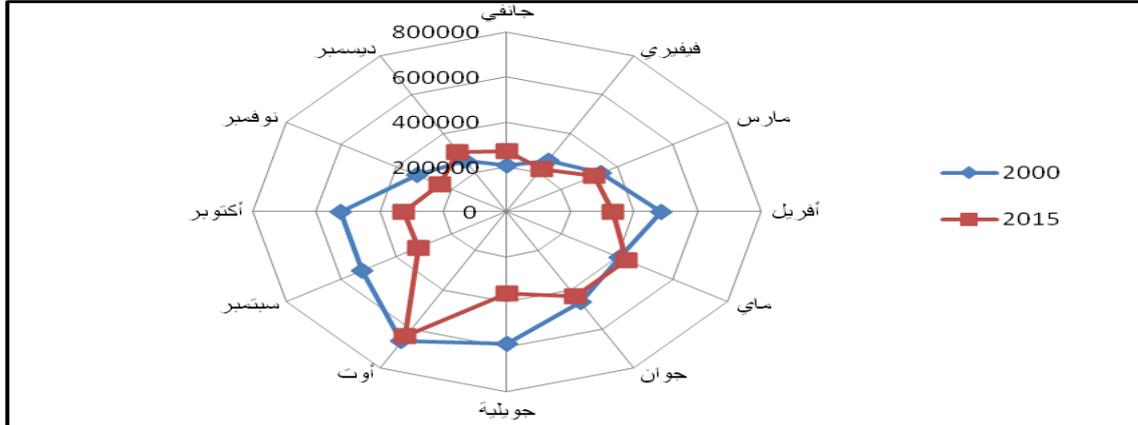
الوجهات	تونس - قرطاج	نابل - الحمامات	سوسة	جربة - جرجيس	قفصة - توزر	بنزرت - باجة
السياح الأجانب	406 090	238 648	410072	465 371	24 197	12 636
% الإجمالي	19.4	11.4	19.6	22.3	1.2	0.6
ت. المغتربون	12 100	7 233	18 039	1 741	16	203
% من الإجمالي	22.6	13.5	33.6	3.2	0.03	0.4
الوجهات	القيروان	طبرقة - عين الدراهم	المهدية	سبيطلة - القصرين	ياسمين - الحمامات	صفاقس
السياح الأجانب	9 280	43 068	57 355	2 056	209 443	45 067
% من الإجمالي	0.4	2.1	2.7	0.1	10.0	2.2
ت. المغتربون	269	69	1 075	0	8 196	620
% من الإجمالي	0.5	0.1	2.0	0.0	15.3	1.2
الوجهات	قابس	المنستير - صقانس	قبلي	تطاوين	جنوب تونس	المجموع
السياح الأجانب	15 161	110 561	28 235	4 370	121	2089478
% من الإجمالي	0.7	5.3	1.4	0.2	0.0	49.7
ت. المغتربون	140	3 158	130	515	7 868	53 625
% من الإجمالي	0.3	5.9	0.2	1.0	14.7	4.6

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015, P32 -P 41.*

وتذكر الأبحاث أن الإنتعاش السياحي في تونس ينحصر في الفترة الممتدة من شهر ماي إلى غاية شهر سبتمبر وهو ما يعرف بالموسم المرتفع أو الموسم الصيفي، وهذا ما يتضح لنا من خلال الشكل (3-16) إذ سجل هذا الموسم نسبة 52.4% سنة 2000 و52.2% سنة 2015 من حركة السياحة الدولية الوافدة. وهو الواقع الذي يؤكد إنخفاض الحجوزات إلى 47% خارج هذه الفترة. وترجع هذه الموسمية في النشاط السياحي التونسي بشكل كبير إلى عدم التنوع الكافي في المنتج السياحي الذي أصبح حبيس النمط الشاطئ، رغم سعيها إلى تجاوز موسمية الإقبال بتشجيع السياح على زيارة البلد خارج الفترات التقليدية التي تعتمد على الشمس والبحر. إلا أنها تبقى الوجهة السياحية المفضلة للسياحة الشاطئية المتوسطة.

الشكل (3-16): التوزيع الشهري لسياح الوافدين إلى تونس لسنتي 2000-2015



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 15.

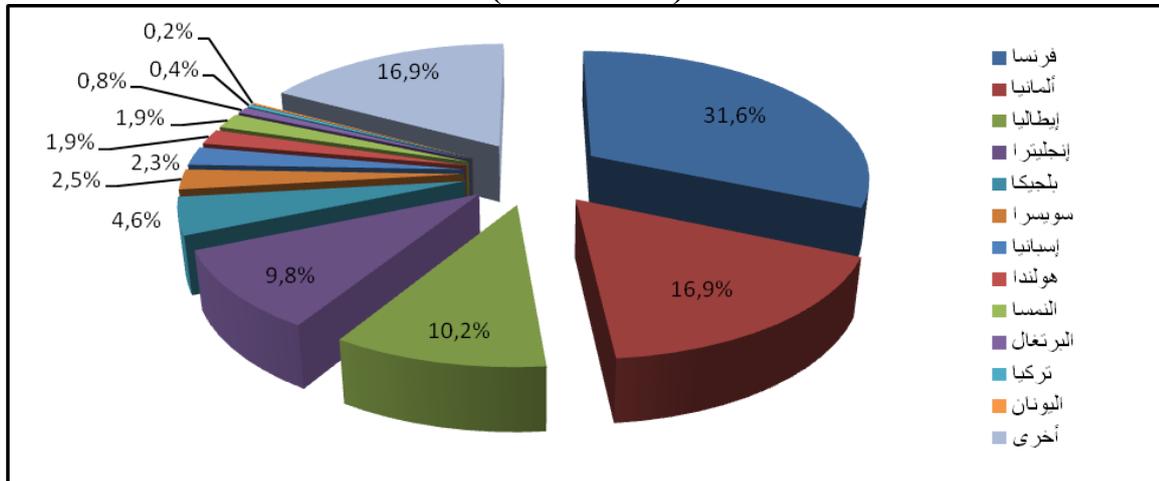
2-1-2- الأسواق المصدرة للسياح إلى تونس:

تعد السوق السياحية التونسية سوقاً واعده عريباً ودولياً، لما تتميز به من تنوع في جنسيات الوافدين إليها للأغراض السياحية، والذي يدل على إزدهار وتطور النشاط السياحي في تونس من جهة وتحديدًا للعلاقات السياحية والإقتصادية مع مختلف دول العالم من جهة ثانية.

وقد تم تقسيم الأسواق المصدرة للسياح إلى تونس إلى نفس الأسواق المشار إليها سابقاً والتي نستعرضها على النحو التالي:

- **السوق الأوروبية:** تعتبر أوروبا المصدر الأول للسياحة في تونس، إذ تعتمد على السياحة الكثيفة التي تستقطب غالبية الأوروبيين، وقد إستحوذت على 53.5% كمتوسط نسبي للفترة (2000-2015). والشكل التالي يوضح نصيب عينة من دول أوروبا من إجمالي حركة السياحة الأوروبية الوافدة إلى تونس للفترة المذكورة سابقاً.

الشكل (3-17): التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في تونس من منطقة أوروبا للفترة (2015-2000)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 23.

من معطيات الشكل والملحق 23 يتضح لنا أن السياحة الأوروبية شكلت القاعدة الواسعة ضمن أكثر من خمسة ملايين سائح إستقبلتهم تونس سنة 2000 بنسبة 71.5%، لتراجع سنة 2015 إلى نسبة 24.3% وذلك لأسباب قد أشرنا إليها سابقاً. ويُفسّر ذلك بالقرب من السوق الأوروبية، حيث لا تفصل بينها وبين العاصمة التونسية سوى سويغات قليلة، وهذه ميزة وفرتها وسيلة النقل الجوية التونسية التي تعمل باستمرار على تنويع إتجاهاتها صوب حل العواصم الأوروبية، إلى جانب وجود شبكة طيران مكثفة بينهما، مما يتيح الإستجابة للطلب على سياحة المؤتمرات والرحلات العائلية القصيرة المدى، بالإضافة إلى تميزها بعرض سياحي بأسعار تفضيلية يؤدي إلى إستقطاب الطبقات المتوسطة الأوروبية.

فقدت السوق الأوروبية مكانتها الرائدة منذ سنة 2013 بصفتها أول مزوّد للسياح بالنسبة للوجهة التونسية. وقد تراجع عدد الوافدين من هاته السوق سنة 2014 بنسبة 3%، بينما عرف تراجع حاد سنة 2015 بلغ 53.6% بتسجيله 1 304 253 وافد مقابل 2 809 850 وافد سنة 2014. ويعود هذا التراجع الملحوظ إلى الظرف الأمني الصعب الذي مرت به تونس بإعتبار هجمات سنة 2015. وقصد الحد من التداعيات السلبية للأحداث المذكورة، واصلت تونس برنامجها الترويجي بميزانية قدرت بـ 16 752 139 أورو* على مستوى الأسواق الأوروبية وذلك ب¹:

- تنظيم 128 رحلة إستطلاعية لفائدة 956 صحفي يمثلون مختلف وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمكتوبة.
- تنظيم 43 رحلة إستطلاعية لفائدة 1123 صحفي من وكلاء الأسفار ومتعهدي الرحلات.
- المشاركة في 109 معرض وصالون سياحي دولي وجهوي.

* عهدت تونس مهمة إنجاز الحملات الإشهارية إلى وكالة الإتصال "Publicis Conseil" بموجب العقد المبرم بينها وبين الديوان الوطني التونسي للسياحة للسنوات 2014 و2015 و2016، وقد تم تقسيم الحملات الترويجية في السوق الأوروبية إلى أربعة تتمثل في:

- **الحملة التكتيكية:** وقع إطلاق هذه الحملة بعد 4 أسابيع فقط من العملية الإراهية التي وقعت بمتحف باردو وكانت ترمي بالأساس إلى إحتواء الأزمة والحد من الحجزات الملعاة. وقد تم الإعتماد خلال هذه الحملة التي شملت 7 أسواق على شخصيات أوروبية مشهورة وأخرى غير مشهورة لبعث رسائل قوية تستهدف طمأنة الحرفاء.

- **الحملة الدعائية الوطنية:** تم إطلاق هذه الحملة عقب الإنتهاء من الحملة التكتيكية بحيث شملت 20 بلداً أوروبياً. وتهدف هذه الحملة إلى خلق الطلب وتدعيم حضور الوجهة التونسية خلال فترة الحجزات الخاصة بالموسم الصيفي. هذا وقد تم إيقاف هذه الحملة مباشرة بعد الأحداث التي شهدتها مدينة سوسة سنة 2015.

- **الحملة الرقمية "Brand Content":** في إطار العمل على تبديد مخاوف السائح الأوروبي، تم رسم إستراتيجية جديدة ترمي إلى إنتاج مجموعة من الأفلام القصيرة تتراوح مدتها بين 6 و8 دقائق تنطرق إلى عديد المواضيع كالمنتوج السياحي والموروث الثقافي والعادات والتقاليد مع تسجيل شهادات وإستجابات حية لبعض السياح الذين إختاروا تونس كوجهة سياحية. وتم تنزيل هذه الأفلام والتي يبلغ عددها 15 فيلماً مترجمة إلى 10 لغات مختلفة على أهم محركات البحث على الأنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي.

- **الحملة الخاصة بحصول تونس على جائزة نوبل للسلام:** وقع إطلاق هذه الحملة خلال شهر ديسمبر 2015 في 10 دول أوروبية وذلك بالإعتماد على فيلم ترويجي يبرز نجاح تونس في مسارها الإنتقالي الديمقراطي وتضامن شعوب العالم مع هذه التجربة الفريدة من نوعها.

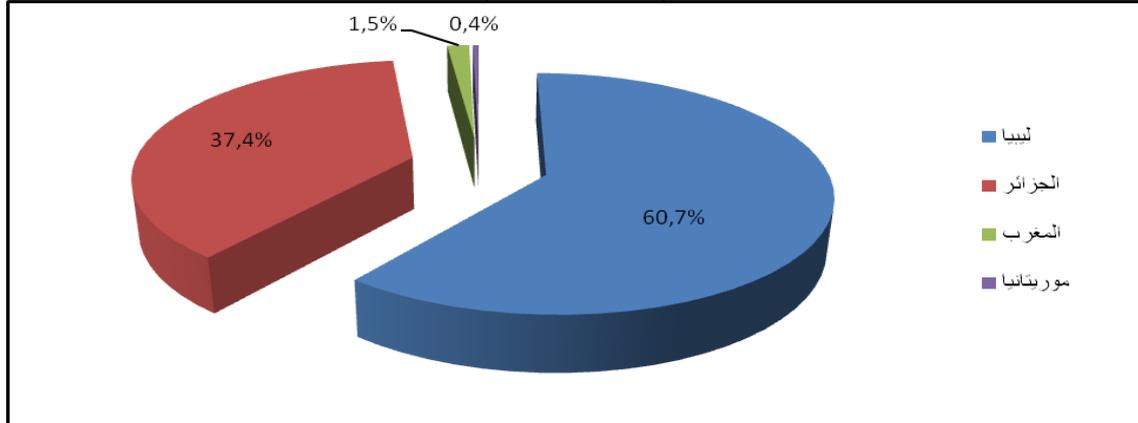
¹ الديوان الوطني التونسي للسياحة، التقرير السنوي 2015، مرجع سبق ذكره، ص 35.

- المشاركة في تمويل 51 حملة إشهارية مشتركة مع أبرز متعهدي الرحلات الأوروبية.
 - تنظيم 133 عمليات خاصة وسهرات سياحية تونسية ولقاءات مع شبكات بيع مختصة وورشات عمل.
- تأتي السوق الفرنسية في صدارة الأسواق السياحية المتدفقة إلى تونس بوزن نسبي بلغ 31.6% خلال الفترة (2000-2015). إلا أن مردوديتها قد تراجعت بصفة ملحوظة مطلع سنة 2011 وتواصلت سلسلة نتائجها السلبية خلال سنوات 2012 و2013. ونظراً لإستقرار الوضع السياسي والمصادقة على الدستور وإنشاء حكومة جديدة سنة 2014، كان من المنتظر والمتوقع أن تشهد هاته السوق إنتعاشة وأن تساهم هاته المؤشرات الإيجابية في إستعادة ثقة متعهدي الرحلات في الوجهة التونسية، إلا أنه تم تسجيل تراجع في عدد الوافدين بنسبة تناهز 50% وأصبح عدد الفرنسيين لا يتجاوز 720 175 وافداً مقابل 1 385 293 وافداً في السنة المرجعية 2010، ليزيد عمق التدهور إلى 464 665 وافداً سنة 2015. ويبقى عدم ثقة الفرنسيين في الجو العام بتونس وخاصة من الناحية الأمنية وتدهور الوضع البيئي من أهم أسباب عزوفهم عن زيارة الوجهة التونسية، بالإضافة إلى الظرف الإقتصادي الصعب الذي عرفته فرنسا، وتحذير وزارة الخارجية الفرنسية عبر موقعها على الأنترنت رعاياها من السفر إلى عديد الجهات التونسية وخاصة منها مناطق الجنوب التونسي المحاذية للحدود الليبية¹.
- تعتبر ألمانيا هي الأخرى من بين الأسواق الأوروبية الكبرى الوافدة على الوجهة التونسية بوزن نسبي بلغ 16.9% في المتوسط، تليها إيطاليا بـ 10.2%، ثم إنجلترا بـ 9.8%. وتجدر الملاحظة هنا، أن السوق البريطانية هي الوحيدة من بين الأسواق الأوروبية الكبرى التي تعدت إنجازاتها عتبة الإنجازات المسجلة سنة 2010 بنسبة هامة بلغت 20.2% سنة 2014. ويفسر ذلك إلى الجهود المبذولة والمتواصلة من قبل وزارة السياحة بالتعاون مع المهنيين لتشجيع البريطانيين على قضاء عطلة في تونس، إلى جانب إرتفاع قيمة الجنية الإسترليني مقابل الدينار التونسي الذي دعم إثنين من كبرى متعهدي الرحلات "Thomas Cook" و "Tui" اللذان راهنا على الوجهة التونسية، مع إظهار السائح البريطاني لسلوك إيجابي بعيداً عن التأثير بالأحداث التي جدت بتونس².
- لم تشكل باقي الدول الأوروبية المدرجة في الدراسة سوى نسب لم تتجاوز 4.6% كأبعد تقدير والمتمثلة في كل من إسبانيا، تركيا، سويسرا، بلجيكا، هولندا، النمسا، البرتغال واليونان.
- **السوق المغاربية:** تدرج السوق المغاربية ضمن الأسواق السياحية الهامة لهذا البلد، وتأتي في الترتيب الثاني بعد السوق الأوروبية بنسبة بلغت 41% في المتوسط. والشكل التالي يوضح لنا التوزيع النسبي للوافدين المغاربة حسب الجنسية للفترة (2000-2015).

¹ الديوان الوطني التونسي للسياحة، التقرير السنوي 2014، ص 24-25.

² المرجع السابق، ص 25.

الشكل (3-18): التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في تونس من المنطقة المغاربية للفترة (2015-2000)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 24.

تشير بيانات الشكل والملحق 24 أن عدد السياح المغاربة إرتفع من 1 340 075 سائح بنسبة 26.5% سنة 2000 إلى 2 765 896 سائح بنسبة 51.6% سنة 2015. وتمكنت السوق المغاربية من حصولها على المرتبة الأولى من مجموع الإجمالي للوافدين إلى الوجهة التونسية للسنوات 2013 و 2014 و 2015 بعد تراجع السياحة الأوروبية، وذلك رغم التذبذبات التي عرفتتها خلال هذه السنوات بتسجيلها تراجع قدر ب 4.2% سنة 2014 و 10.9% سنة 2015. وقد قامت تونس خلال هذه الأخيرة بالعديد من العمليات الترويجية على هذه السوق وذلك لتعزيز صورتها كوجهة سياحية. ومن أبرز هذه العمليات مشاركتها في 6 معارض وصالونات سياحية وإستضافة 13 صحفي و 58 وكيل أسفار¹.

إحتلت ليبيا النصيب الأكبر من إجمالي السياحة المغاربية بوزن نسبي بلغ في المتوسط 60.7% رغم تراجع مردوديتها في السنوات الأخيرة من الفترة (2015-2000). ويتوافد معظم السياح الليبيين إلى تونس بغرض السياحة العلاجية و السياحة الإستجمام. ويعتبر عامل الحدود المشتركة بين البلدين المفسر الرئيسي لإستحواذها على هذه النسبة. بينما لم يشكل المغريون والموريطانيون إلا نسبة ضئيلة من هذه الحركة تقدر ب 1.5% و 0.4% على التوالي. ويرجع هذا لعدم وجود وسائل مواصلات رخيصة، هذا بالإضافة إلى العامل الإقتصادي حيث يتطلب السفر إلى تونس مبالغ مالية قد لا تتيسر للعديد من الموريطانيين.

تمثل تونس الوجهة المفضلة للكثير من الجزائريين الذين يفضلون قضاء عطلة في هذا البلد المجاور لعدة أسباب، منها أنه يعد من البلدان القليلة التي ما يزال الجزائري يدخلها دون تأشيرة، وكذا قرب المسافة التي توجد بين البلدين، دون أن ننسى الخدمات السياحية التي توجد هناك مقارنة بتلك التي توفرها السياحة الداخلية، وقد سجلت تونس رقم قياسي لعدد الوافدين من السوق الجزائرية ب 1 481 312 سائح سنة 2015 أي بزيادة قدرها

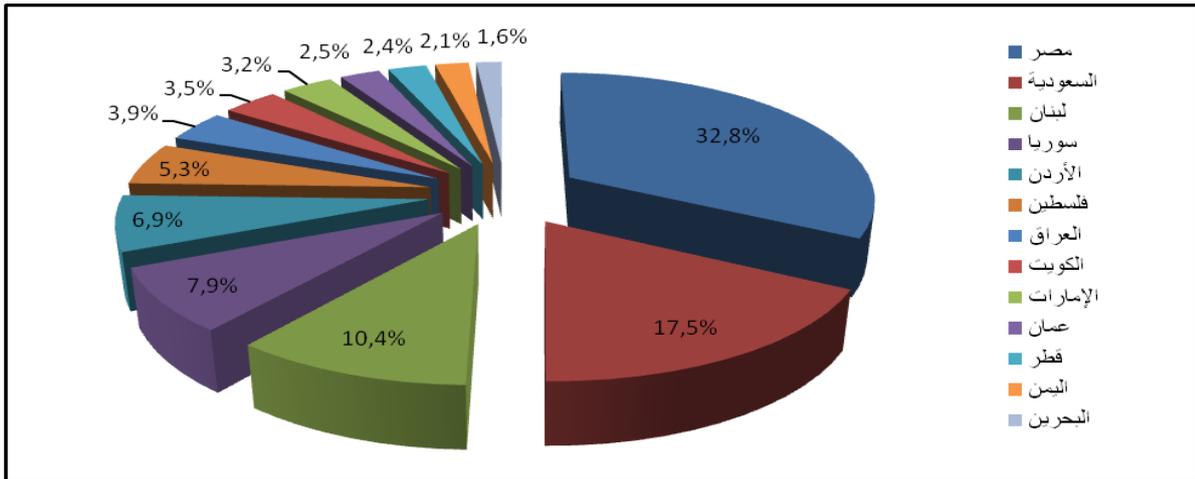
¹ الديوان الوطني التونسي للسياحة، التقرير السنوي 2015، مرجع سبق ذكره، ص 35.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

15.8% مقارنة بسنة 2014. ومن أجل رفع نسبة مساهمة السوق الجزائرية في حركة السياحة الدولية الوافدة إليها، والتي تميزت بالنمو الإيجابي رغم الأوضاع السلبية التي مرت بها. تعاقدت تونس الممثلة بالديوان الوطني للسياحة مع وكالة "Memac Ogilvy Label Tunisie" لإنجاز حملة إخبارية بالسوق الجزائرية لسنوات 2015 و 2016 و 2017. وقد حددت الميزانية الخاصة بسنة 2015 بمبلغ في حدود 700 000 دينار تونسي¹ (حوالي 344 471 دولار**).

- السوق الشرق أوسطية: تستقبل تونس هي الأخرى أعداد متواضعة من السياح الوافدين من هذه المنطقة، بنسبة لم يتجاوز 0.7% من إجمالي السياحة الدولية للفترة الواقعة ما بين 2000 و 2015، وهذا ما يعكس لنا ضعف السياحة العربية البينية إذا ما إستثنينا السياحة المغاربية. والشكل التالي يوضح لنا نصيب الدول العربية من إجمالي السياحة الوافدة من منطقة الشرق الأوسط للفترة المذكورة سابقاً.

الشكل (3-19): التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في تونس من منطقة الشرق الأوسط للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 25.

يتضح من معاينة الشكل والملحق 25 أن مشاركة الأفواج السياحية الوافدة من منطقة الشرق الأوسط شهد إرتفاع من 27 337 سائح سنة 2000 إلى 47 720 سائح سنة 2015، بزيادة قدرت بـ 20 383 سائح. وقد تأثرت معظم دول الشرق الأوسط بالأحداث المشار إليها سابقاً مما نتج عنه تراجع في إجمالي السياحة الوافدة

¹ المرجع السابق، ص 37.

* أشتملت هذه الحملة التي إستهدفت السوق الجزائرية مرحلتين:

- المرحلة الصيفية (جوان): ترمي هذه المرحلة الأولى إلى ضمان نسبة إمتلاء محترمة بالوحدات الفندقية خلال شهري جوان وجويلية من سنة 2015.

- المرحلة الشتوية (ديسمبر): تهدف هذه المرحلة الثانية من الحملة إلى خلق الطلب على الوحدات الفندقية التونسية خلال عطلة الشتاء.

** تم التحويل بناءً على معدل سعر الصرف السنوي لدولار الأمريكي مقابل الدينار التونسي لسنة 2015 والمقدر بـ 1 دولار = 2.0321 دينار تونسي.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

منها بـ 8.6% و 5.0% سنة 2013 و 2015 على التوالي. وتزايد الخبرات التونسية فيما يخص السياحة الأوروبية، في حين لم تصل إلى مرحلة متقدمة فيما يخص السياحة العربية من حيث الجهاز الفني والإداري والأسعار ووسائل الدعاية والترويج وإعداد البرامج.

وفي إطار تعزيز حضور الوجهة التونسية والعمل على رفع حصتها من هذه السوق، شاركت تونس سنة 2015 في 3 معارض وصالونات سياحية بالمملكة العربية السعودية والإمارات قصد مزيد التعريف بالمنتج السياحي التونسي في دول الخليج. كما تمت المشاركة في 3 عمليات خاصة لحث المستثمرين الخليجيين على الاستثمار في الوجهة السياحية التونسية¹.

تحتل مصر، السعودية ولبنان صدارة الدول من حيث التدفقات السياحية الوافدة من هذه المنطقة بتوزيع نسبي إجمالي بلغ 60.7% للفترة (2000-2015). تليها سوريا والأردن وفلسطين والعراق واليمن بـ 26.1%. بينما دول الخليج ذات الدخول الفردية المرتفعة شكلت مجتمعة نسبة 13.2% والموزعة على كل من الكويت بـ 3.5%، الإمارات 3.2%، عمان 2.5%، قطر 2.4%، البحرين 1.6%.

ويرمي التونسيون لإستقطاب السياح الخليجيين بالنظر إلى إمكاناتهم التي تتجاوز ما ينفقه السياح الأوروبيون. ويقدر متوسط إنفاق السائح العربي بـ 250 دولاراً في اليوم عدا الإقامة والنقل، وعلى هذا الأساس وضع التونسيون خططاً لتوسعة حملات الترويج في البلدان الخليجية وتحسين الربط الجوي بين بلدهم ومنطقة الخليج. إذ تمكنت الخطوط التونسية منذ سنة 2007 من فتح رحلات مباشرة إلى كل من الكويت والمناحة وقطر والإمارات العربية المتحدة* بواسطة خطوط مباشرة تعتبر جسراً للرحلات بين منطقة المغرب العربي وتونس².

- **السوق الأمريكية:** لم تساهم هذه السوق (الوم.أ، كندا، البرازيل)** في السياحة التونسية إلا بنسبة متواضعة لم تتجاوز 0.5% في المتوسط، وهذا أقل بكثير مما تحققه فرنسا وحدها. والشكل التالي يوضح النصيب النسبي للوافدين من هذه الدول للفترة (2000-2015).

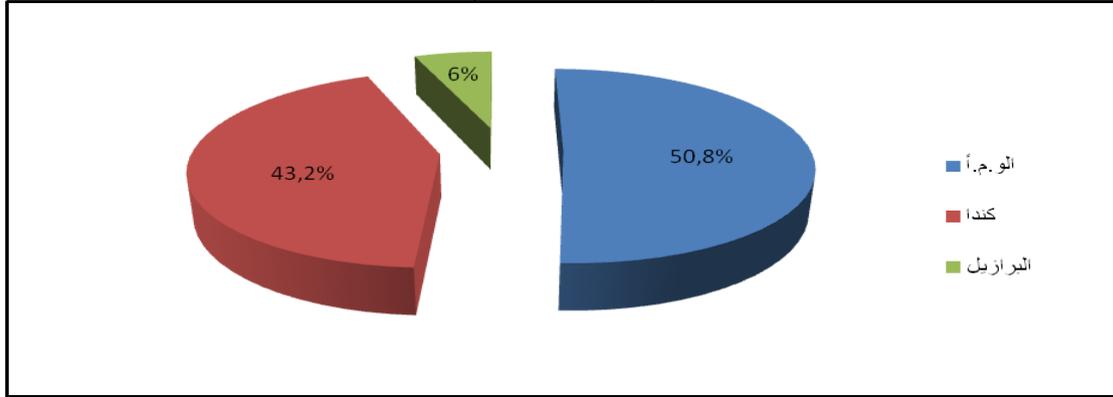
¹ المرجع السابق، ص 36.

* إفتتحت "القطرية" خطاً مباشراً إلى تونس يشمل أربع رحلات في الأسبوع، بينما دشنت "الإماراتية" خطاً مباشراً بين تونس ودبي وهي تسيير أربع رحلات في الأسبوع. كذلك إقتربت "الخطوط الكويتية" من التوصل إلى إتفاق مع السلطات التونسية لمعاودة الرحلات الجوية المباشرة بين تونس والكويت بعد توقف إستمر خمسة عشر عاماً. وفي السياق نفسه أعلنت "طيران الشرق الأوسط" أنها تتهيا لمعاودة تسيير رحلاتها الأسبوعية على خط تونس - بيروت ما أن تتسلم طائراتها الجديدة.

² سميرة الصدي، "الخطوط التونسية" تعزز شبكتها الخليجية برحلات مباشرة إلى الكويت والمناحة، يومية الحياة، العدد 16159، 2 جويلية 2007، الموقع: http://daharchives.alhayat.com/issue_archive/Hayat%20INT/2007/7/2.html

** تحصى إحصاءات هذه السوق الدول الثلاث فقط وذلك حسب ما أتيج لدينا من إحصائيات وفق التصنيف المعتمد من طرف وزارة السياحة والصناعات التقليدية التونسية.

الشكل (3-20): التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في تونس من منطقة أمريكا للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات الملحق 26.

إن تحليل المعلومات الواردة في الشكل والملحق 26 تبين لنا تواضع أرقام السياحة الوافدة من هذه السوق، فهي لم تتجاوز 39 369 سائح ووزن نسبي 0.6% خلال فترة المذكورة سابقا، على الرغم من حركة الدعاية والتنشيط الواسعة التي شهدتها والتي كان من المتوقع أن تؤتي ثمارها في السياحة التونسية. وقد عرفت هذه السوق سلسلة من الانخفاض نتيجة الظروف التي مرت بها تونس، كان أشدها سنة 2011 بـ 38.5% تليه سنة 2013 بـ 15.5% وكان آخرها سنة 2015 بـ 8.6%. ومن ضمن أبرز العمليات التي قامت بها تونس على مستوى سوق أمريكا (الو.م.أ. وكندا) لسنة 2015 تنظيم 11 معرضاً وصالوناً سياحي و3 عمليات إخبارية¹.

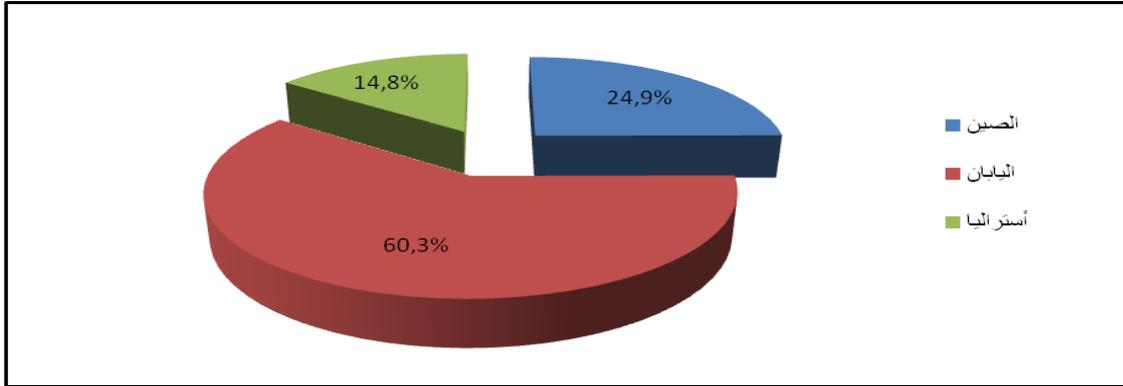
تعتبر الو.م.أ. وكندا من أهم الدول المصدرة للسياح إلى العالم، كما أن السائح الأمريكي يتميز بدخله وإنفاقه المرتفعين، إلا أن السياحة التونسية لا تحظى إلا بنصيب ضعيف من حركة السياحة المغادرة منهما. وقد عرفت حركة السياحة الوافدة من الو.م.أ. من سنة 2000 إلى سنة 2015 إنخفاض قدر بـ 1 675 سائح، وهذا ما ينطبق على كندا التي شهدت هي الأخرى إنخفاض قدر بـ 6 306 سائح في نفس الفترة. وعلى مستوى الوزن النسبي لعدد السياح الوافدين من إجمالي هذه السوق تصدرت الو.م.أ. القائمة بـ 50.8%، تليها كندا بـ 43.2%، وأخيرا البرازيل بنسبة لم تتجاوز 6%.

– السوق الآسيوية والأقيانوسية: لم يختلف الأمر في هذه السوق (اليابان، الصين، أستراليا)* عن السوق الأمريكية، حيث بلغ نصيبها النسبي 0.2% للفترة الواقعة ما بين 2000 و2015. والشكل الموالي يوضح التوزيع النسبي للوافدين من هذه الدول للفترة السابقة.

¹ الديوان الوطني التونسي للسياحة، التقرير السنوي 2015، مرجع سبق ذكره، ص 35.

* تخص إحصاءات هذه السوق الدول الثلاث فقط وذلك حسب ما أتيح لدينا من إحصائيات وفق التصنيف المعتمد من طرف وزارة السياحة والصناعات التقليدية التونسية.

الشكل (3-21): التوزيع النسبي لمصادر حركة السياحة الأجنبية في تونس من منطقة آسيا وأوقيانوسيا للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الملحق 27.

تشير بيانات الشكل والملحق 27 إلى إرتفاع عدد الوافدين من هذه السوق من 11 011 سائح سنة 2000 إلى 13 482 سائح سنة 2014 بمعدل زيادة بطيء بلغ في المتوسط 1.4%. بينما شهدت سنة 2015 إنخفاض حاد زاد في تعميق الهوة بين دول هذه المنطقة كمصدرة للسياح وتونس كمستقبلة لهم، وقد قدر بـ 46.4%. وهذا ما يؤكد على أهمية الجانب الأمني في تحديد المقاصد السياحية. ولتحسين صورة الوجهة السياحية التونسية ركزت جهوداتها في السوق الآسيوية سنة 2015 على الصين واليابان، وذلك من خلال مشاركتها في 9 معارض وصالونات سياحية في الصين و3 معارض وصالونات سياحية باليابان، بالإضافة إلى تنظيم 5 عمليات إشهارية خاصة ودعوة 17 وكيل أسفار و27 صحفي صيني¹.

تعد السوق اليابانية* من أهم الأسواق في هذه المنطقة إذ إستأثرت في المتوسط بـ 60.3% من حركة السياحة الوافدة منها رغم الأرقام الضعيفة المسجلة خلال فترة الدراسة، والتي إنخفضت من 8 343 سائح بوزن نسبي قدر بـ 75.8% سنة 2000 مقابل 2 071 سائح بوزن نسبي قدر بـ 28.7% سنة 2015. وذلك لصالح الصين التي إستحوذت على نسبة 24.9% وزيادة بلغت 2 698 سائح لنفس الفترة. وتبقى النسبة الأقل لدولة أستراليا التي حظيت بـ 14.8%.

أما بالنسبة للسوق الأفريقية (تستثنى منها الدول العربية الأفريقية المشار إليها سابقاً) تعتبر من أقل الأسواق تصديراً للسياح إلى تونس بـ 0.5% خلال فترة الدراسة. وقد بلغ عدد السياح الأفارقة الذين إستقبلتهم تونس سنة 2000 إلى حوالي 11 332 سائح ليرتفع إلى حدود 35 440 سائح سنة 2015 وذلك بمعدل نمو

¹ المرجع السابق، ص 35.

* تعتبر اليابان أقل الدول الصناعية من حيث الإجازات السنوية والعطلات مدفوعة الأجر، والتي يبلغ عددها خلال السنة 55 يوم. وهذا يلعب دور في الحد من مساهمتها في حركة السياحة الدولية ليس على مستوى دولة تونس وإنما على مستوى العالم ككل.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

بلغ في المتوسط 14.2%. وإن ضعف مستوى الحركة السياحية من هذه السوق يعود إلى الأسباب المشار إليها سابقاً والمتمثلة في تدني الدخل لمعظم الدول الأفريقية، إلى جانب الأوضاع الأمنية غير مستقرة فيها.

2-2- الليالي السياحية لغير المقيمين:

2-2-1- التطور الإجمالي لليالي السياحية لغير المقيمين في تونس:

تنعكس حركة السياحة الدولية الوافدة إلى تونس وفتحتها على السوق السياحية العالمية على حجم الليالي السياحية المقضاة في الهياكل الفندقية التونسية، والتي تجاوزت في بعض سنوات الفترة (2000-2015) أكثر من 34 مليون ليلة سياحية وذلك حسب ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (3-22): التطور الإجمالي لليالي السياحية لغير المقيمين في تونس للفترة (2000-2015)

اليالي المقضاة لغير المقيمين					إجمالي الليالي المقضاة	السنوات
معدل الإقامة	%	المجموع	مغتربين	أجانب		
6.2	93.6	33 168 450	/	33 168 450	35 423 862	2000
6.3	93.4	33 005 617	14 532	32 991 085	35 333 940	2001
6.1	90.8	25 897 226	11 456	25 885 770	28 518 561	2002
6.2	90.0	25 301 322	7 036	25 294 286	28 110 684	2003
6.3	91.6	30 664 500	12 328	30 652 172	33 486 829	2004
6.2	92.5	33 587 183	17 239	33 569 944	36 309 734	2005
6.3	92.5	34 086 092	40 660	34 045 432	36 840 125	2006
6.2	92.5	34 545 666	52 942	34 492 724	37 360 681	2007
6.3	92.0	35 048 653	72 984	34 975 669	38 112 352	2008
6.3	91.1	31 556 910	46 812	31 510 098	34 623 504	2009
6.2	90.4	32 136 191	61 407	32 074 784	35 565 104	2010
6.6	83.4	17 207 634	52 787	17 154 847	20 636 847	2011
6.3	86.3	25 920 529	98 884	25 821 645	30 035 419	2012
6.5	85.9	25 761 750	90 137	25 671 613	30 001 358	2013
6.3	85.2	24 787 850	118 570	24 669 280	29 107 239	2014
5.2	69.0	11 170 341	136 195	11 034 146	16 177 556	2015

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapports* (2002, 2005, 2008, 2011, 2012, 2015).

من خلال تحليل بيانات الجدول يلاحظ تذبذب عدد الليالي السياحية (المقيمين وغير المقيمين) المقضاه في الفنادق التونسية بين الفترة والأخرى بسبب الأحداث المشار إليها سابقاً. وهذا أدى إلى إنخفاض حاد في عدد الليالي السياحية خلال سنة 2015 مقارنة بسنة 2000 وذلك بـ 19 246 306 ليلة بما يعادل نسبة 54.33%.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

ويرجع سبب ذلك إلى إنخفاض الليالي السياحية للأجانب بنسبة 66.7%، مما ترتب عنه تراجع في نسبة الأَشغال الفندقية بـ 29.7% لنفس الفترة¹. بينما إنخذت الليالي السياحية للمقيمين والمغتربين إتجاه معاكس بزيادة تقدر بـ 2 751 803 و 121 663 ليلة سياحية. وهذا إن دل على شيء إنما يدل على أهمية السياحة الداخلية وسياحة المغتربين في التصدي للأزمات التي تهمز قطاع السياحة من حين لآخر باعتبارها أقل تأثر مقارنة بالسياحة الأجنبية.

شكل نصيب الليالي السياحية لغير المقيمين في المتوسط ما نسبته 88.8% من إجمالي الليالي السياحية خلال فترة الدراسة. إستحوذت فيها السياحة الأجنبية على النسبة الأكبر بـ 99.7% لنفس الفترة، في حين لم تتجاوز عدد الليالي السياحية للمغتربين 0.3%. وهذا ما يعكس لنا عزوف المغتربين على الإقامة في الفنادق بسبب عادات المبيت عند الأهل والأصدقاء، إلى جانب أهمية السياحة الأجنبية في تحقيق مستويات عالية من الإنفاق السياحي في تونس.

تميز معدل الإقامة الفندقية لغير المقيمين في تونس بنمو ثابت تراوح ما بين 6.1 و 6.5 ليلة لكل سائح خلال فترة الدراسة بإستثناء سنة 2015 التي شهدت إنخفاض إلى حدود 5 ليالي لكل سائح، بينما عرف معدل الإقامة بالبلاد التونسية تذبذبات بسبب الأحداث التي عرفتتها، أدت إلى تراجعها هو الآخر من 6.6 ليلة سنة 2000 إلى 2.7 ليلة لكل سائح وافد إلى تونس سنة 2015.

وبالنسبة لتوزيع الليالي السياحية لغير المقيمين حسب درجة تصنيف الفنادق في تونس سنة 2015 فيتضح لنا من خلال الجدول (3-23) أن حصة الأسد من هذا التوزيع من نصيب الليالي السياحية للأجانب بـ 98.8%، تستحوذ فيها الفنادق المصنفة من فئة أربع نجوم النسبة الأكبر بـ 47.5%، تليها فئة ثلاث نجوم بـ 25.2% وفئة خمس نجوم بـ 14.5%. أما باقي الليالي السياحية والمقدرة بـ 12.8% فهي توزع على باقي الفئات بنسب متفاوتة.

وفيما يتعلق بعدد الليالي السياحية للمغتربين فإنها لم تتجاوز 1.2%، أغلبها يعود للفنادق من صنف أربع نجوم وثلاث نجوم وخمس نجوم بنسبة إجمالية بلغت 88.6%. وهذا نظراً إلى أن مستوى أسعار خدمات هذه الوحدات (ثلاث وأربع نجوم) تتناسب مع شرائح واسعة من السياح الأجانب والمغتربين الوافدين إلى تونس. وقد بلغت نسبة الأَشغال فيها لنفس السنة على التوالي 30.9%، 23.4%، 25.3%، وذلك مقابل 15.3% لفنادق من فئة نجمتين و 11.6% لفئة نجمة واحدة، وأخيراً 15.3% للفنادق غير مصنفة. وتجدر الإشارة هنا أن هذه النسب قد تراجعت بشكل كبير مقارنة بسنة 2000 و 2014².

¹ أنظر الملحق 30.

² أنظر الملحق 30.

الجدول (3-23): توزيع الليالي السياحية لغير المقيمين حسب درجة تصنيف الفنادق في تونس 2015

المجموع	بدون تصنيف	*1	*2	*3	*4	*5	الصف
11 034 146	577 927	123 836	663 337	2 785 287	5 284 072	1 599 687	ل. سياحية للأجانب
98.8	5.3	1.1	6.0	25.2	47.9	14.5	% من الإجمالي
136 195	6 404	1 098	8 108	28 315	73 490	18 780	ل. سياحية للمغتربين
1.2	4.7	0.8	5.9	20.8	54.0	13.8	% من الإجمالي

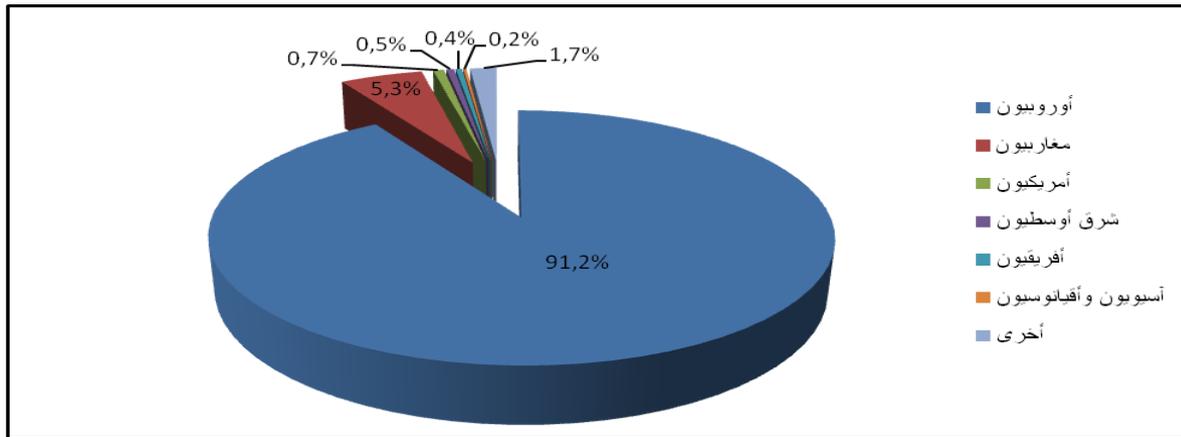
المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015, P 51.*

2-2-2- تطور الليالي السياحية حسب جنسية السياح في تونس:

تختلف عدد الليالي السياحية التي يقضيها السياح الأجانب بإختلاف جنسياتهم. وهذا ما يتضح لنا من خلال الشكل (3-22) الذي يعبر على الوزن النسبي لعدد الليالي السياحية التي قضاها السياح الأجانب في فنادق تونس خلال الفترة (2000-2015).

الشكل (3-22): توزيع الليالي السياحية للأجانب في تونس حسب الجنسية للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات الملحق 28.

تشير بيانات الشكل والملحق 28 أن الأوروبيين يصدون النصيب النسبي الأكبر لعدد الليالي السياحية خلال فترة الدراسة والذي قدر بـ 91.2%، وهذا نتيجة حتمية للسياحة التونسية التي تستقطب غالبية الأوروبيين. وقد عرفت الليالي السياحية للأوروبيين إنخفاض حاد أكثر من أي جنسية أخرى سنة 2015 بـ 23 312 818 ليلة سياحية مقارنة بسنة 2000. وهذا ما شكل خسارة كبيرة للقطاع السياحي التونسي من حيث عائدات السياحة الأوروبية إلى 516.1 مليون دولار تونسي (حوالي 687.7 مليون دولار)¹. وهذا تبعاً لإنخفاض عدد السياح الوافدين من أوروبا نتيجة الأحداث السابقة الذكر.

¹ أنظر الملحق 32.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

تأتي الليالي السياحية للمغاربة في الترتيب الثاني بوزن نسبي بلغ في المتوسط 5.3%، وإن السائح المغربي سجل موقف إيجابي إتجاه الأحداث التي عصفت بقطاع السياحة التونسي محققاً فارق إيجابي قدر بـ 1 384 169 ليلة للفترة الواقعة ما بين 2000 و2015. ونتج عن ذلك فائض في عائدات السياحة المغربية بـ 795.3 مليون دينار تونسي (حوالي 345.8 مليون دولار)¹ خلال نفس الفترة.

تتوزع ما نسبته 3.6% من إجمالي الليالي السياحية للفترة (2000-2015) على باقي الجنسيات بنسب متقاربة وذلك بـ 0.7% للأمريكيين (أمريكيون وكنديون وبرازيليون)، 0.5% للشرق أوسطيين، 0.2% للأسويين وأقيانوسيين (صينيون، يابانيون، أستراليون). أما ما نسبته 1.7% من إجمالي الليالي السياحية تعود لجنسيات أخرى غير مدرجة في التصنيف.

وفيما يتعلق بتوزيع الليالي السياحية على مستوى الدول العشرة الأولى سنة 2015. يظهر لنا من خلال الشكل (3-23) أنها تشكل ما نسبته 87.1% من إجمالي الليالي السياحية الأجنبية وما نسبته 86.1% من إجمالي الليالي السياحية لغير المقيمين. وتبقى أوروبا الرائدة بدخول 8 دول ضمن هذه القائمة. إذ تصدرت الترتيب منافسة فرنسا من حيث حجم التدفقات السياحية الوافدة إلى تونس والمتمثلة في ألمانيا بـ 2 429 921 ليلة تليها فرنسا بـ 1 920 323 ليلة. وعلى الرغم من أن فرنسا احتلت الترتيب الأول من حيث عدد السياح الوافدين إلى تونس سنة 2015، إلا أن السائح الألماني يتميز بطول فترة إقامته الفندقية التي قدرت في المتوسط لنفس السنة بـ 10 ليال، وذلك مقابل 11.1 ليلة كمتوسط مدة إقامته بتونس. بينما السائح الفرنسي لم يتجاوز 6.2 ليلة و4.1 ليلة على التوالي². وتبقى كل من إنجلترا، إيرلندا، بلجيكا، صربيا، إيطاليا، البحر، تتوزع فيما بينها المراكز الأوروبية الأخرى.

وعلى مستوى الدول المغربية كانت الجزائر وليبيا حاضرة في المنافسة، حيث احتلت الجزائر الترتيب الرابع بـ 1 296 570 ليلة سياحية، تليها ليبيا بـ 740 932 ليلة سياحية. وبمقارنة عدد الليالي السياحية التي يقضيها التونسيين في الجزائر نجد أنها لا تمثل سوى 6.2% من إجمالي الليالي السياحية التي يقضيها الجزائريون في تونس. وبذلك يمكن اعتبار تونس الرابع الأكبر من علاقة الجوار والحدود المشتركة بين البلدين، وذلك بسبب ضعف المنتج السياحي الجزائري في إرضاء السائح المحلي، أين يجد غايته في وجهات سياحية أخرى كتونس، فرنسا، إسبانيا، تركيا، إيطاليا*.

¹ أنظر الملحق 31.

² أنظر الملحق 29.

* شهدت سنة 2015 خروج ما يربو عن 3 638 140 جزائري إلى الخارج، وقد إستقطبت تونس لوحدها 1 389 828 جزائري، بينما فرنسا أستقطبت 1 161 162 جزائري، إسبانيا 228 330 جزائري، تركيا 175 870 جزائري، إيطاليا 155 129 جزائري. وتعتبر هذه الدول من أكثر الدول التي تستقطب الجزائريين سنوياً.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

الشكل (3-23): توزيع الليالي السياحية للأجانب على مستوى الدول العشرة الأولى في تونس سنة 2015

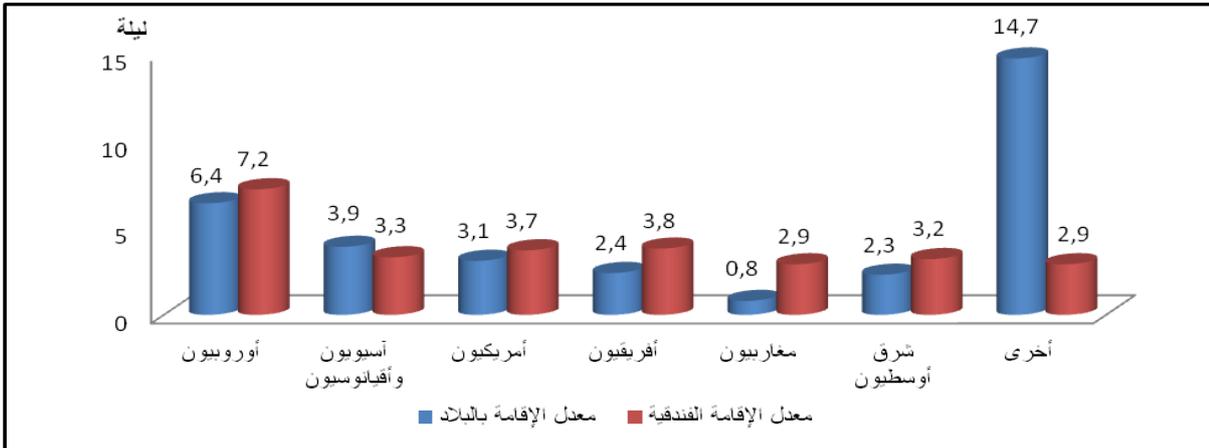


المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015, P 45.*

- وعلى أساس معيار معدل الإقامة لكل سائح حسب الجنسية يظهر لنا الشكل (3 24) أن السياح الوافدين من منطقة أوروبا سنة 2015 تتجاوز مدة إقامتهم الفندقية أسبوع لكل سائح، بينما لم يحقق سياح المناطق الأخرى سوى معدل 3 أيام لكل سائح. أما فيما يخص معدل الإقامة في تونس فإن الأمر لا يختلف كثيراً عن سابقه إذ يستحوذ الأوروبيين على أكبر مدة بجوالي 6 ليالي لكل سائح، ثم سياح آسيا وأقيانوسيا وأمريكا بمعدل 3 ليالي لكل سائح، ويبقى سياح المناطق الأخرى تحقق معدلات أقل من ذلك بقيم متفاوتة فيما بينها.

الشكل (3-24): معدل الإقامة للأجانب في تونس حسب الجنسية سنة 2015



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات الملحق 29.

2-3- عائدات السياحة الدولية:

يعتبر هذا البلد قبلة سياحية مفضلة لدى الملايين من السياح. ومن الطبيعي أن يكون لهذا التزايد في حركة السياحة الدولية إلى تونس انعكاساً إيجابياً على حجم العائدات المسجلة على مستوى هذا القطاع، والتي تتحقق من إنفاق السياح على مختلف السلع والخدمات السياحية، وأيضاً الأنشطة المرتبطة بهذا القطاع، إذ كلما إتسع نطاق الخدمات السياحية كلما إزدادت العائدات المتأتية منها. وهذا ما يلاحظ من واقع بيانات الجدول التالي:

الجدول (3-24): التطور الإجمالي لعائدات السياحة الدولية في تونس للفترة (2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
عائدات السياحة (مليون دولار)	1496	1605	1523	1582	1970	2124	2275	2575
معدل النمو	/	7.3	- 5.1	3.9	24.5	7.8	7.1	13.2
عائد الليلة الواحدة (دولار)	45.1	48.6	58.8	62.5	64.2	63.2	66.7	74.5
متوسط العائد لكل سائح (دولار)	295.8	297.9	300.8	309.3	328.4	333.0	347.4	380.8
نصيب الفرد لكل ساكن (دولار)	154.2	164.0	154.4	159.2	196.7	210.2	223.1	250.0
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عائدات السياحة (مليون دولار)	2953	2773	2645	1914	2227	2191	2359	1354
معدل النمو	14.7	- 6.1	- 4.6	- 27.6	16.3	-1.6	7.7	-42.6
عائد الليلة الواحدة (دولار)	84.3	87.9	81.2	111.2	85.9	85.0	95.2	121.2
متوسط العائد لكل سائح (دولار)	418.9	401.8	383.2	400.0	374.3	349.5	388.7	322.2
نصيب الفرد لكل ساكن (دولار)	283.7	263.5	248.6	177.9	204.6	198.9	211.7	120.1

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد معطيات الجدولين (20-3) و(22-3).

- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition (2002, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2010, 2011, 2014, 2015, 2016).
- World bank, Site: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=TN>.

تشير بيانات الجدول أعلاه أن عائدات السياحة في تونس تميزت بنمو إيجابي في معظم سنوات الفترة (2000-2015). إذ سجلت تطوراً ملحوظاً من 1496 مليون دولار سنة 2000 إلى 2359 مليون دولار سنة 2014 بزيادة قدرت 863 مليون دولار. بينما شهدت بعض السنوات تراجع في قيمة عائدات السياحة خاصة منها سنتي 2011 و2015 على التوالي بنسبة 27.6% و42.6%، وبذلك خسرت تونس أكثر من 2 مليون دولار من مداخلها خلال الفترة المذكورة نتيجة انخفاض عدد السياح الوافدين والليالي السياحية بإعتبار أن هذين المؤشرين من العوامل المحددة لعائدات السياحة الوافدة. بينما يعزى التراجع سنتي 2010 و2013 إلى انخفاض

متوسط إنفاق السائح رغم إرتفاع حركة السياحة الوافدة إلى 81.2 دولار و85.0 دولار مقابل 87.9 دولار و85.9 دولار سنتي 2009 و2012 على التوالي.

إرتفع نصيب الليلة الواحدة من العائدات من 45.1 دولار سنة 2000 إلى 121.2 دولار سنة 2015. ورغم هذا الإرتفاع الذي يظهر جلياً خلال السنة الأخيرة وسنة 2011 وذلك بسبب الأوضاع الأمنية والإقتصادية الصعبة التي مرت بها تونس وكان لها الإنعكاس المباشر على المستوى العام للأسعار فيها. إلا أن هذه الأسعار تبقى تنافسية تريح السائح الأجنبي الذي يجد غايته في الوجهة التونسية تحت شعار ترفيه وإستجمام بأسعار معقولة. وما يؤكد ذلك هو إستحواذها على المرتبة العاشرة عالمياً في منتدى دافوس سنة 2015 من حيث مؤشر تنافسية الأسعار بنقطة بلغت 5.6 من 7.

إرتفع متوسط العائد لكل سائح وافر إلى تونس من 295.8 دولار إلى 322.2 دولار خلال فترة الدراسة. ورغم ذلك يبقى هذا المعدل أقل بكثير من المتوسط العالمي المقدر بـ 1062 دولار للسائح الواحد، والسبب في ذلك يرجع إلى نوعية السياح القادمين إلى تونس، فأغلب الأوروبيين يأتون في شكل مجموعات (سياحة المجموعات). وقد دلت الدراسات أن إنفاقهم يتراجع إلى حدود يفوق 40% مقارنة بالسياح الذين يأتون في شكل غير منظم. كما أن نصيبها لم يتجاوز 0.1% و7.1% من التدفقات السياحية العالمية والإفريقية على التوالي. وهو أقل مما تحققه بعض الدول كمصر والمغرب.

بلغ نصيب الفرد من عائدات السياحة في تونس 154.2 دولار سنة 2000 و120.1 دولار نهاية سنة 2015. وهنا يظهر مدى الفرق الشاسع بين نصيب الفرد من عائدات السياحة في كل من الجزائر وتونس. وبذلك يعتبر هذا القطاع من إحدى الدعائم الأساسية في نهضة تونس، الأمر الذي فتح المجال واسعاً للاستثمار في السياحة، وتوسيع مجال التشغيل لامتصاص البطالة وتحسين مستوى المعيشي للمواطنين.

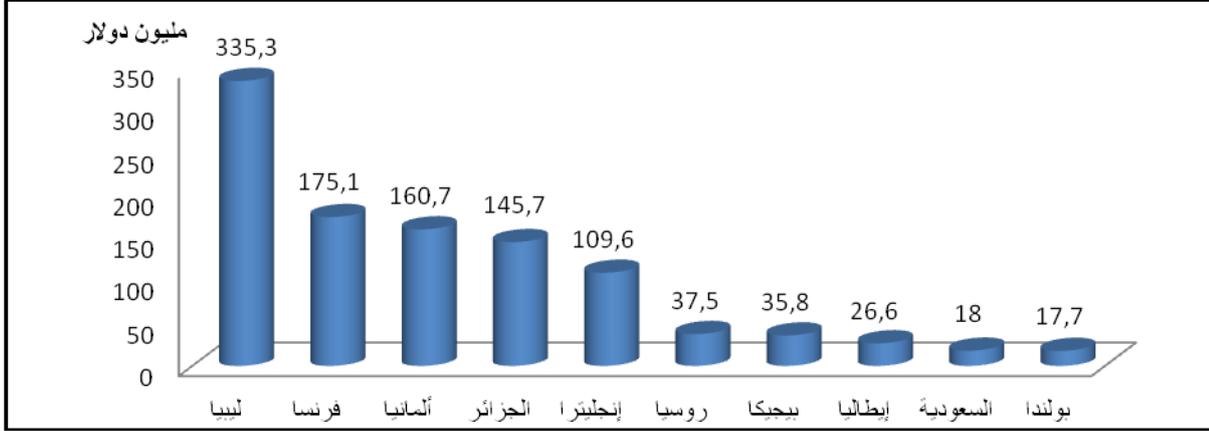
وعلى مستوى التوزيع الدولي لعائدات السياحة في تونس نلاحظ من خلال الشكل (3-25) أن المراكز العشرة الأولى هي تقريباً من نصيب نفس الدول من حيث عدد الليالي السياحية مع تبادل الترتيب فيما بينهم. إذ تبقى دائماً أوروبا الرائدة بحوالي 646.6 مليون دولار، أدرجت منها 7 دول ضمن هذه القائمة وهي فرنسا في الترتيب الثاني بـ 175.1 مليون دولار، تليها ألمانيا 160.7 مليون دولار. بينما الترتيب الخامس، السادس، السابع، الثامن والعاشر كان من نصيب كل من إنجلترا، روسيا، بلجيكا، إيطاليا، بولندا على التوالي.

تأتي الدول المغاربية في الترتيب الثاني بـ 486.0 مليون دولار، إستحوذت منها ليبيا على المركز الأول بـ 335.3 مليون دولار، بينما الجزائر كان من نصيبها المركز الرابع بـ 145.7 مليون دولار. والجديد هنا هو دخول السعودية التصنيف في المركز التاسع بـ 18 مليون دولار رغم أنها لم تكن مدرجة ضمن قائمة الدول العشر من

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

حيث إجمالي الليالي السياحية المقضاة في تونس، وهذا يدل على إرتفاع متوسط إنفاق السائح السعودي الذي قدر سنة 2015 بـ 2 679 دولار¹.

الشكل (3-25): توزيع عائدات السياحة على مستوى الدول العشرة الأولى في تونس سنة 2015



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على معطيات الملحق 31.

المبحث الثالث: الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر وتونس

يفرز أداء قطاع السياحة* آثاراً اقتصادية على مستوى إقتصاديات البلدان السياحية والتي تتوقف بدورها على إمكانيات هذا القطاع، والتي تتمثل في مدى التطور الحضاري والسياحي وتوافر البنية السياحية من عدمه ومن ثم معالم الحركة السياحية وما ينجر عنها من إيرادات أو دخول بالعملة الأجنبية. وفيما يلي نتناول بالدراسة الآثار الاقتصادية للحركة السياحية على الإقتصاد الجزائري والتونسي.

أولاً: الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة في الجزائر

سيتم التركيز في هذا الجزء على معرفة مدى مساهمة هذا القطاع في الإقتصاد الجزائري من خلال ما يلي:

1-1- الميزان السياحي ومساهمته في ميزان المدفوعات التجاري:

يعتبر الميزان السياحي من أهم المؤشرات التي توضح مدى تقدم صناعة السياحة لأية دولة وبالتالي مدى مساهمتها في التنمية الاقتصادية. ويمكن توضيح تطور الميزان السياحي الجزائري خلال الفترة (2000-2015) في الجدول التالي:

¹ أنظر الملحق 31.

* تعددت المفاهيم التي تناولت مصطلح الأداء من الناحية الاقتصادية، والمقصود به في هذا الطرح مدى كفاءة ونجاح أو فشل القطاع السياحي من واقع تلك النتائج التي تم تحقيقها على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية في البلدان المعنية بالدراسة، والتي هي مفرزات لأداء هذا القطاع. ومن التعاريف الأقرب الى هذا الطرح أن الأداء هو تلك المخرجات أو الأهداف أي النتائج التي يسعى النظام الى تحقيقها خلال مدة معينة.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

الجدول (3-25): تطور ميزان السياحة في الجزائر (مليون دولار) للفترة (2000-2015)

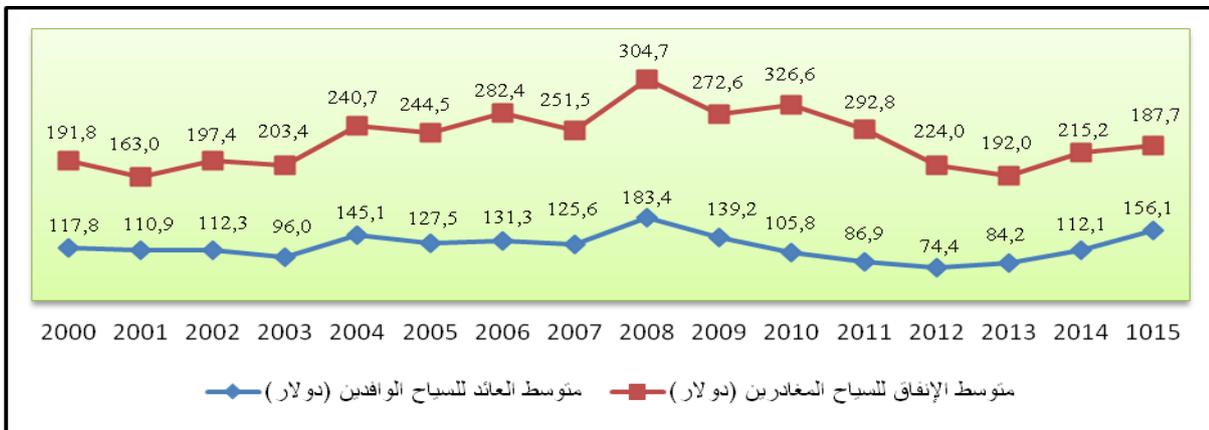
السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
عائدات السياحة الوافدة	102	100	111	112	179	184	215	219
نفقات السياحة المغادرة	193	194	248	255	341	370	381	377
الميزان السياحي	- 91	- 94	- 137	- 143	- 162	- 186	- 166	- 158
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عائدات السياحة الوافدة	325	266	219	208	196	230	258	267
نفقات السياحة المغادرة	469	457	574	502	428	410	611	683
الميزان السياحي	- 144	- 191	- 355	- 294	- 232	- 180	- 353	- 416

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

يُظهر لنا الجدول أعلاه أن الميزان السياحي الجزائري شهد عجز دائم خلال الفترة (2000-2015) رغم تحسن ظروف الطلب السياحي الدولي فيها. وقد سجل سنة 2000 رصيد سالب بـ 91 مليون دولار ليتزايد هذا الرصيد إلى 186 مليون دولار سنة 2005 ثم إلى 355 مليون دولار سنة 2010، ليستقر عند 416 مليون دولار سنة 2015 بفارق 325 مليون دولار للفترة السابقة.

إن الزيادة المستمرة في الرصيد السلبي للميزان السياحي مردها إرتفاع السياحة العكسية¹ بمعدل يفوق السياحة الوافدة، مما ترتب عنه إرتفاع حجم نفقات السياحة المغادرة مقابل عائدات السياحة الوافدة، إذ شكلت سنة 2015 أكثر من ضعفي هذه الأخيرة (2.55). إلى جانب إرتفاع متوسط إنفاق السائح الجزائري في الخارج والذي تراوح ما بين 163 دولار و340.7 دولار خلال فترة الدراسة، وذلك مقارنة بمتوسط عائد السائح الوافد إلى الجزائر والذي تراوح ما بين 74.4 دولار و183.4 دولار خلال نفس الفترة وهذا كما يظهره الشكل التالي:

الشكل (3-26): تطور متوسط الإنفاق المدفوع ومتوسط العائد المحصل في الجزائر للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدولين (3-19) و(3-25) والملحق 32.

¹ أنظر الملحق 32.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

وفي هذا السياق، نشير إلى أن النفقات التي يوجهها الجزائريون للخدمات السياحية في الخارج تفوق تلك المبالغ التي تصرح بها البنوك الجزائرية، إذ تمثل مبالغ لعمليات صرف رسمية وذلك بصرف النظر عن عمليات الصرف التي يلجأ إليها السياح في السوق الموازي، للحصول على موارد مالية إضافية بالعملة الصعبة والتي تتجاوز قيمتها تلك المبالغ المحصل عليها في البنوك.

هذا وينطبق الأمر كذلك على العائدات السياحية المحصلة، حيث تعبر عن مبالغ مالية ناتجة عن عمليات صرف رسمية، والواقع يبين لنا أن معظم السياح خاصة الجزائريون المقيمون بالخارج يلجئون عند دخولهم الجزائر إلى السوق الموازي لتصريف عملاتهم الأجنبية، وذلك للاستفادة من فارق سعر بيع العملة الأجنبية بين هذه السوق والبنوك الجزائرية (على سبيل المثال وصل فارق السعر لكل 100 أورو إلى حدود 9000 دج). وإن هذه العمليات لا تظهر في ميزان المدفوعات، وهذا ما يجعل حساب وتقدير النفقات والعائدات الحقيقية للقطاع السياحي وبالتالي الميزان السياحي غير دقيقة.

وإن تحقيق ميزان سياحي برصيد سالب في الجزائر، أثر على ميزان المدفوعات للدولة سواء بتعميق العجز أو التقليل من الفائض حسب وضعية رصيد ميزان المدفوعات التجاري الذي يمثل الفرق بين الصادرات والواردات الإجمالية، والذي يمكن إظهاره من خلال الجدول التالي:

الجدول (3-26): نسبة تخفيض رصيد الميزان السياحي للفائض التجاري في الجزائر (مليون دولار) للفترة (2015-2000)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الصادرات	22 560	20 000	20 010	26 040	34 090	46 334	54 740	60 490
الواردات	11 710	11 920	14 490	16 240	21 809	19 817	20 520	26 408
الفائض التجاري	10 850	8 080	5 520	9 800	12 281	26 517	34 220	34 082
نسبة التخفيض	0.8	1.2	2.9	1.5	1.3	0.7	0.5	0.5
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الصادرات	78 063	45 175	57 098	72 780	71 439	64 817	55 443	34 313
الواردات	37 980	37 385	38 797	46 801	51 509	54 872	60 246	52 154
الفائض التجاري	40 083	7 790	18 301	25 979	19 930	9 945	-4 803	-17 841
نسبة التخفيض	0.4	2.5	1.9	1.1	1.2	1.8	7.3	2.3

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول (3-25).

- UNCTAD, Site : <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableView/tableView.aspx>.

يتبين لنا من الجدول أن الجزائر حققت فائض تجاري من سنة 2000 إلى غاية سنة 2013 برصيد تراوح ما بين 8 080 مليون دولار و 40 083 مليون دولار، وعليه فإن الميزان السياحي في هذه الحالة إتجه إلى تخفيض

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

هذا الفئاض بنسبة تراوحت ما بين 0.4% و 1.8%. وهنا لا يتم الإكتراث إلى هذا الأمر طالما أن النتيجة النهائية إيجابية، ولكن تبرز خطورة هذا الأمر عند حدوث الحالة العكسية كما تظهره سنتي 2014 و 2015 حيث حققت الجزائر فيهما ميزان تجاري برصيد سلبي قدر على التوالي بـ 4 803 مليون دولار و 17 841 مليون دولار نتيجة الإنخفاض الحاد في أسعار البترول. وهنا إتجه دور الميزان السياحي إلى تعميق فجوة العجز بـ 7.3% و 2.3% للسنتين السابقتين.

وبمقارنة ذلك ما بين الجزائر وتونس والمغرب ومصر، نجد أن ميزان السياحي لهذه الدول يلعب دور إيجابي من خلال تغطية العجز في موازين مدفوعاتهم التجارية. وفي سنة 2015 بلغت نسبة عجز الميزان التجاري في تونس حوالي 4 945 مليون دولار، وقدرت نسبة تغطية هذا العجز برصيد ميزانها السياحي (587 مليون دولار) 11.9%، بينما بلغ العجز التجاري في المغرب بـ 17 655 مليون دولار وقدرت نسبة تغطية هذا العجز برصيد ميزانها السياحي (5 610 مليون دولار) حوالي 31.8%، في حين مصر شهدت عجز بلغ بـ 49 893 مليون دولار بينما نسبة تغطية هذا العجز برصيد ميزانها السياحي (3 261 مليون دولار) بلغ 6.5%¹. وهذا يعكس لنا مدى أهمية هذا القطاع في تحسين رصيد ميزان مدفوعات هذه الدول.

وأما من حيث نسبة العائدات السياحية إلى إجمالي الصادرات من السلع والخدمات في الجزائر، فإنها لم تشكل سوى نسب ضعيفة لم تتجاوز 0.8% على طول الفترة الواقعة ما بين 2000 و 2015. ولكن بالنظر إلى مساهمتها في الصادرات خارج المحروقات نجد أنها أدت دور مهم رغم ضعف هذه الصادرات التي لم تتجاوز 2% من الصادرات الإجمالية. حيث تراوحت هذه النسبة ما بين 9.0% و 24.9% خلال فترة الدراسة، وهذا ما يتضح لنا من خلال الجدول التالي:

الجدول (3-27): الأهمية النسبية للعائدات السياحية إلى إجمالي صادرات الجزائر للفترة (2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
% من إجمالي الصادرات	0.5	0.5	0.6	0.4	0.5	0.5	0.4	0.4
% من الصادرات خارج المحروقات	16.4	16.6	17.2	17.9	16.8	18.2	18.2	16.7
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
% من إجمالي الصادرات	0.4	0.6	0.4	0.3	0.3	0.4	0.5	0.8
% من الصادرات خارج المحروقات	17.8	24.9	21.1	10.1	9.0	11.4	10.0	18.5

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدولين (3-19) و (3-26).

- الديوان الوطني للإحصائيات.

¹ بناءً على البيانات الواردة في: صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2016، الإمارات العربية، ص 500.

-World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD>.

-World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD>.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

وقد احتلت الجزائر من حيث المساهمة في الصادرات الإجمالية حسب تقرير المجلس العالمي للسياحة والسفر المرتبة 177 عالمياً بـ 0.8% ومن المتوقع أن تبقى ثابتة سنة 2026¹. وبمقارنة هذه النتائج مع الدول الثلاث المشار إليها سابقاً يتأكد لنا مرة أخرى ضعف مساهمة هذا القطاع في الإقتصاد الجزائري، حيث تحصلت تونس على المرتبة 91 عالمياً بـ 9.1%² ومصر المرتبة 58 بـ 20.7%³ والمغرب المرتبة 55 بـ 21.2%⁴.

1-2- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة للناتج المحلي الإجمالي لأي دولة بنسب متفاوتة فيما بينها حسب أهمية هذا القطاع في إقتصادياتها. وبالنسبة للجزائر تبقى هذه المساهمة ضعيفة ومحدودة للغاية، حيث لم تتعدى سنة 2015 متوسط المساهمة الإجمالية على مستوى إقليم أفريقيا والمقدرة بـ 8.1%. وهذا ما يظهره الجدول (3-28) الذي يبين المساهمة المباشرة والإجمالية لقطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة (2000-2015).

الجدول (3-28): تطور مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر (مليون. دولار) للفترة (2015-2000)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الناتج المباشر للسياحة	1717.9	1774.5	1889.5	2307.8	3107.9	4001.7	3856.0	4354.1
% من الإجمالي الوطني	3.1	3.2	3.3	3.4	3.6	3.9	3.3	3.2
إجمالي الناتج السياحي	3099.6	3437.6	3799.7	4950.6	6827.6	7891.6	9031.9	10242.3
% من الإجمالي الوطني	5.7	6.3	6.7	7.3	8.0	7.6	7.7	7.6
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الناتج المباشر للسياحة	5321.5	5018.7	5474.1	6553.4	6917.8	7415.4	7191.9	5887.4
% من الإجمالي الوطني	3.1	3.7	3.4	3.3	3.3	3.6	3.3	3.5
إجمالي الناتج السياحي	11634.1	10626.1	11112.8	12862.9	13405.6	14128.9	13815.7	10959.4
% من الإجمالي الوطني	6.8	7.7	6.9	6.5	6.4	6.8	6.3	6.6

Source: World Travel & Tourism Council, Site: <https://www.wttc.org/research>.

يقصد بالمساهمة المباشرة مجموع الإنفاق المباشر داخل بلد بعينه على السياحة من قبل الأفراد المقيمين وغير المقيمين لأغراض الترفيه والأعمال على خدمات الفنادق، الخطوط الجوية، وكالات السفر، خدمات الترفيه والتسلية وغيرها، المرتبطة مباشرة بالعملية السياحية، فضلاً عن الإنفاق الحكومي الفردي المخصص لخدمات القطاع المرتبطة مباشرة بالسياح كالخدمات الثقافية (مثل المتاحف)، أو الترفيهية (مثل المتنزهات الوطنية)⁵.

¹ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Algeria Report, Edition 2016, P8-P11*

² World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia Report, Edition 2016, P 8.*

³ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Egypt Report, Edition 2016, P 8.*

⁴ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Morocco Report, Edition 2016, P 8.*

⁵ World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, World Report, Op .Cit, P 2.*

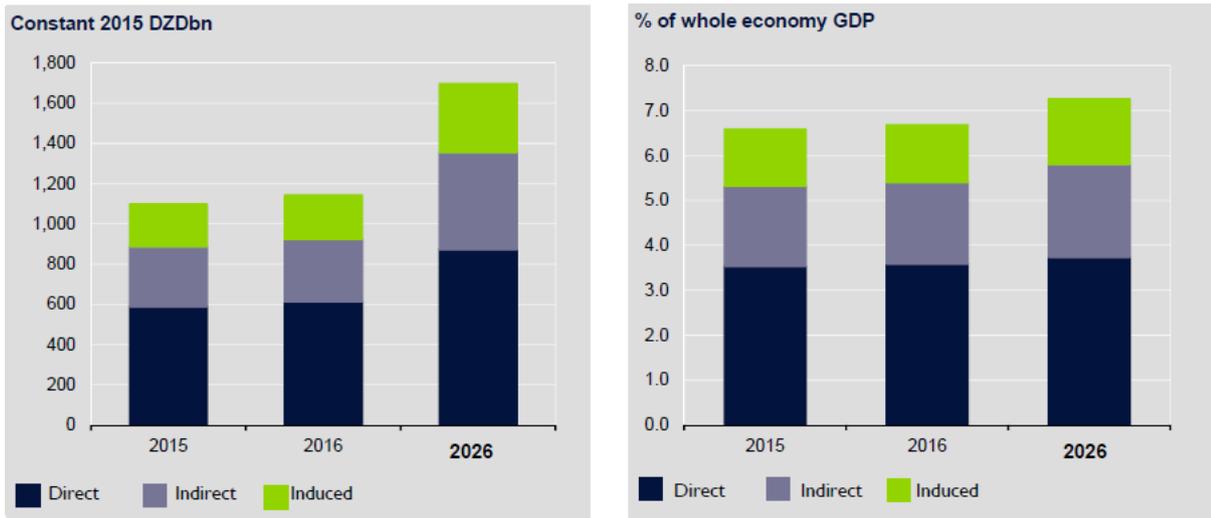
الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

وبلغت المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر 1717.9 مليون دولار سنة 2000، ما يعادل 3.1% لترتفع إلى 5887.4 مليون دولار سنة 2015، ما يعادل 3.5%. ويتوقع المجلس العالمي للسياحة والسفر أن يصل الناتج المباشر للسياحة نهاية سنة 2026 بالأسعار الحقيقية المحلية (سنة الأساس 2015) إلى حدود 873.7 مليار دينار جزائري (8 717.7 مليون دولار) بمساهمة 3.7%.

وبالنسبة للمساهمة الإجمالية فهي تمثل مجموع المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي المشار إليها سابقاً والمساهمة غير مباشرة التي تتمثل في الإنفاق الاستثماري السياحي، والإنفاق الحكومي الجماعي (كخدمات الأمن، خدمات الصحة، خدمات الإدارة... إلخ)، والإنتاج الداخلي للسلع والخدمات من قبل القطاعات المرتبطة مباشرة بالسياح (كشراء الطعام وخدمات التنظيف من قبل الفنادق، خدمات الوقود وخدمات التموين من قبل شركات الطيران، خدمات تكنولوجيا المعلومات من قبل وكلاء السفر)، إلى جانب المساهمة الناتجة عن القطاع والتي تقاس من خلال الناتج المحلي الإجمالي المدعوم من قبل إنفاق جميع الأفراد الذين يعملون بصورة مباشرة وغير مباشرة في قطاع السياحة¹.

ولقد تراوحت المساهمة الإجمالية لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر ما بين 3099.6 مليون دولار و14128.9 مليون دولار خلال الفترة (2000-2015)، وذلك بنسب مساهمة تراوحت ما بين 5.7% و8.0% لنفس الفترة. ويتوقع المجلس العالمي للسياحة والسفر أن يصل الناتج الإجمالي للسياحة نهاية سنة 2026 إلى حدود 1 696.8 مليار دينار جزائري (16 930.8 مليون دولار) بمساهمة 7.3%. وهذا حسب ما يظهره الشكل الموالي:

الشكل (3-27): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر آفاق 2026



Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Algeria Report, Op. Cit, P 3.*

¹ Ibid, P 2.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

وبمقارنة هذه النتائج مع ما حققته بعض الدول العربية غير البترولية والتي يعتبر قطاع السياحة فيها أكبر قطاع مكون للنتائج المحلي كالمغرب، تونس، مصر، الأردن ولبنان، نجد أن هذه المساهمة جد ضعيفة، إذ بلغت نسبة المساهمة الإجمالية سنة 2015 في هذه الدول 17.5%، 12.6%، 11.4%، 20.7%، 22.1% على التوالي، بينما لم تحقق الجزائر إلا ما نسبته 6.6%.

إن ضعف مردودية القطاع السياحي ومحدودية مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي تعود أساساً إلى أن هذا القطاع لم يكن له دور في التنمية الاقتصادية منذ الإستقلال، ومرد ذلك إعتقاد الدولة على قطاع المحروقات بإعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد بوتيرة أسرع، مما إنعكس ذلك على القطاعات الأخرى التي لم يعطي لها الإهتمام المطلوب إلا في وقت متأخر ومن ضمنها قطاع السياحة.

3-1- مساهمة السياحة في التشغيل:

تعد السياحة من بين أكبر القطاعات توفيراً للوظائف فهي صناعة كثيفة العمالة، وتساهم في خلق مناصب شغل بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال القطاعات الداعمة للسياحة. والجدول الموالي يمثل فرص العمل المباشرة والإجمالية التي وفرها قطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة (2000-2015)

الجدول (3-29): تطور مساهمة السياحة في التشغيل في الجزائر للفترة (2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
التشغيل المباشر	154746	166312	180507	180398	227518	258856	239026	225416
% من الإجمالي الوطني	2.5	2.5	2.6	2.7	2.9	3.2	2.7	2.6
إجمالي التشغيل	292386	338318	379321	402762	518107	527950	576257	546193
% من الإجمالي الوطني	4.7	5.1	5.5	6.0	6.6	6.5	6.5	6.4
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
التشغيل المباشر	227665	269187	254091	266571	292238	321382	305910	327306
% من الإجمالي الوطني	2.5	2.8	2.6	2.8	2.9	3.0	2.8	3.0
إجمالي التشغيل	515046	593219	539542	535431	583014	634456	604420	628342
% من الإجمالي الوطني	5.6	6.3	5.5	5.6	5.7	5.9	5.6	5.7

Source: World Travel & Tourism Council, Site: <https://www.wttc.org/research>.

بالنظر إلى معطيات الجدول يتبين لنا أن عدد العمال في القطاع السياحي الجزائري عرف نمواً ملحوظاً في الفترة المذكورة آنفاً، حيث تضاعف ب 2.1 مرة وذلك من سنة 2000 أين بلغ 292 386 عامل بنسبة 4.7% من إجمالي العمالة ليرتفع إلى 628 342 عامل بنسبة 5.7% سنة 2015. وتعتبر هذه النسبة أقل من متوسط المساهمة الإجمالية على مستوى إقليم إفريقيا والمقدرة ب 7.2%.

والأمر ينطبق هو الآخر على حجم المساهمة المباشرة لقطاع السياحة من إجمالي العمالة، إذ شهدت مناصب الشغل المباشر إرتفاع من 154 746 منصب سنة 2000 بنسبة 2.5% إلى حوالي 327 306 منصب

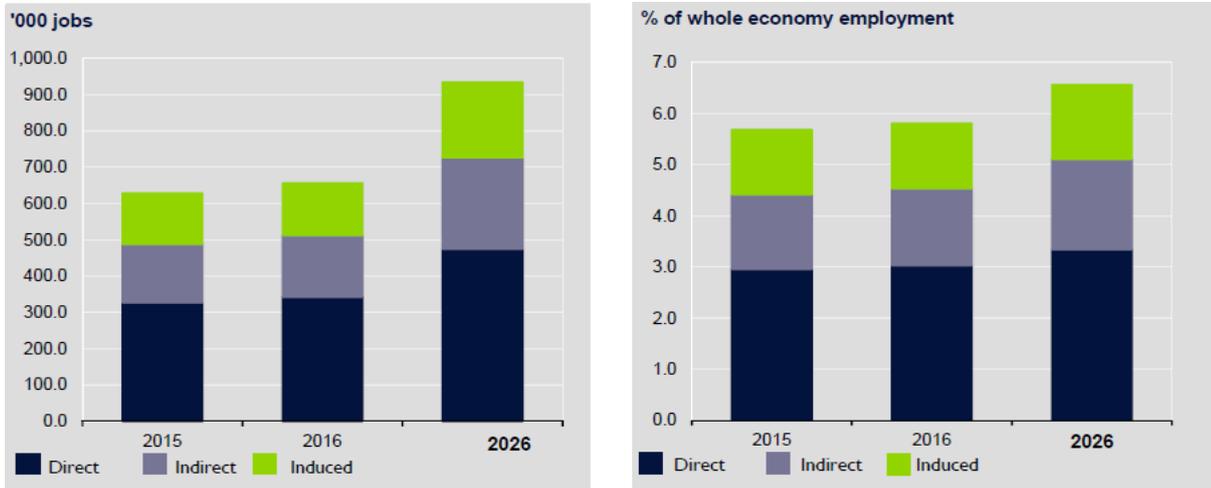
الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

بنسبة 3% وذلك بزيادة قدرت بـ 191 754 منصب خلال الفترة السابقة الذكر. ويجدر الإشارة هنا أن نسبة المساهمة المباشرة في الجزائر لسنة الأخيرة هي نفسها المحصل عليها على مستوى إقليم إفريقيا. وإجمالاً يمكن القول أن هذه الزيادة ترجع إلى الاستقرار الأمني التي تمر به الجزائر منذ بداية الألفينيات، والذي أدى إلى توسع العرض السياحي سواء المباشر كمطاعم سياحية، وكالات سفر، مقاهي، فنادق، أماكن الترفيه، وشركات الطيران أو غير مباشر كالبناء والتجهيزات، الرعاية الصحية، الزراعة، الصناعة والاتصالات وغيرها. وهذا ما استدعى المزيد من اليد العاملة.

إلا أن نسبة العمالة في القطاع السياحي بالنسبة للمجموع العام في الجزائر يبقى غير كافياً وضعيفاً من حيث قدرته في توفير فرص العمل، وهو ما يظهر جلياً من خلال الترتيب الذي حصده الجزائر مقارنة بدول الجوار والمنجز من طرف المجلس العالمي للسياحة والسفر، إذ احتلت الجزائر المرتبة 143 عالمياً من أصل 184 مرتبة. في حين حصدت كل من تونس المرتبة 64 بنسبة مساهمة إجمالية 11.5%، المغرب المرتبة 49 بـ 15.6%، بينما مصر التي تتميز بكثافة سكانية مرتفعت فقد حصدت المرتبة 76 بـ 10.5%.

ويتوقع المجلس أن تبقى هذه المساهمة ضعيفة نهاية سنة 2026، حيث سيصل التشغيل المباشر لقطاع السياحة إلى حدود 474 000 وظيفة بمساهمة 3.3% والتشغيل الإجمالي لقطاع السياحة إلى حدود 934 000 وظيفة بمساهمة 6.3%، وهذا ما يظهر لنا من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-28): مساهمة السياحة في التشغيل في الجزائر آفاق 2026



Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Algeria Report, Op. Cit, P 4.*

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

ثانيا: الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة في تونس

تعتبر السياحة في تونس من القطاعات الأساسية المحركة للاقتصاد بإعتبار نسبة إندماجها المرتفعة والمداخيل الهامة بالعملة الصعبة التي توفرها ومساهمتها في التشغيل والتنمية. وتمثل السياحة في تونس المورد الأول من العملة الصعبة بحيث تفوق مداخيلها مداخيل البترول، وتصل أحيانا نسبة تغطية عجز ميزان المدفوعات بالمداخيل السياحية إلى 97%. ومن هنا سنشير إلى مساهمة هذا القطاع في الإقتصاد التونسي من خلال ما يلي:

1-2- الميزان السياحي ومساهمته في ميزان المدفوعات التجاري:

- للوقوف على واقع الميزان السياحي التونسي وتأثيره الإيجابي على ميزان المدفوعات ندرج الجدول الموالي حول تطور ميزان السياحة في تونس خلال الفترة (2000 2015).

الجدول (3-30): تطور ميزان السياحة في تونس (مليون دولار) للفترة (2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
عائدات السياحة الوافدة	1 496	1 605	1 523	1 582	1 970	2 124	2 275	2 575
نفقات السياحة المغادرة	310	322	303	355	427	452	498	530
الميزان السياحي	1186	1 283	1 220	1 227	1 543	1 672	1 777	2 045
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
عائدات السياحة المستقبلية	2 953	2 773	2 645	1 914	2 227	2 191	2 359	1 354
نفقات السياحة المغادرة	550	478	611	678	673	768	770	767
الميزان السياحي	2403	2 295	2 034	1 236	1 554	1 423	1 589	587

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول (3-24).

- World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?locations=TN>.

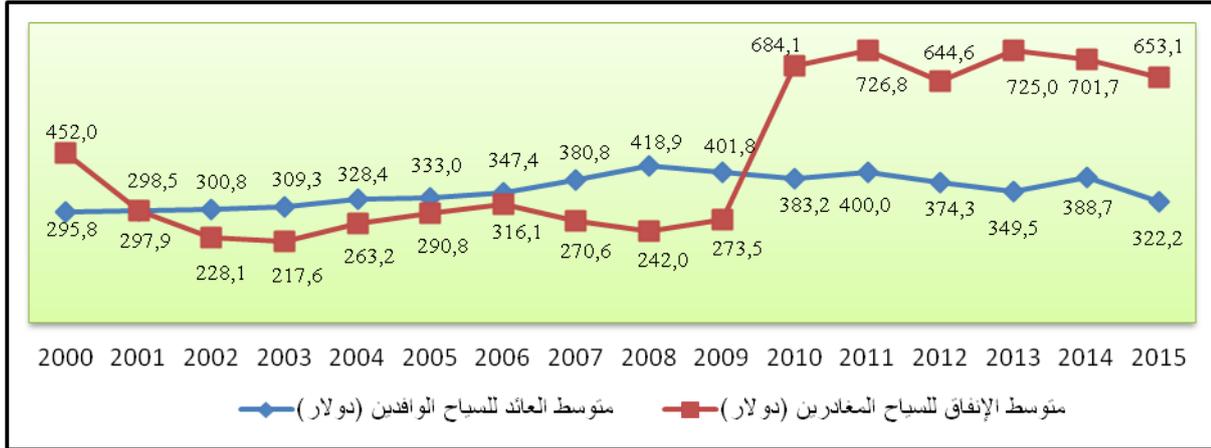
نلاحظ من الجدول أعلاه أن رصيد ميزان السياحة في تونس جاء موجبا طيلة الفترة الواقعة ما بين سنة 2000 وسنة 2015، كما شهد نمو بوتيرة متزايد بإستثناء السنوات الأخيرة، نتيجة الأحداث التي مرت بها تونس والتي أثرت سلباً على التدفقات البشرية والنقدية للقطاع السياحية وما أنجر عنه من إنخفاض في الأداء الإقتصادي له. وقد سجل الميزان السياحي سنة 2000 فائض بـ 1186 مليون دولار ليتزايد هذا الفائض إلى 1 672 مليون دولار سنة 2005 ثم إلى 2 034 مليون دولار سنة 2010 ليتراجع إلى 587 مليون دولار سنة 2015 بنسبة تجاوزت 50% أي بحوالي 599 مليون دولار عن سنة 2000.

وإن تحقيق تونس لفائض في ميزانها السياحي خلال هذه الفترة يعود أساساً إلى إرتفاع عائدات السياحة الوافدة مقابل نفقات السياحة المغادرة، إذ لم تتجاوز 23% كأقصى حد من قيمة هذه العائدات في الظروف العادية خلال فترة الدراسة. ويعود ذلك لإرتفاع تدفق السياح الدوليين إلى تونس مقارنة بالتدفق العكسي لمواطنيها

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

في الخارج¹. هذا إلى جانب إنخفاض متوسط إنفاق السائح التونسي في الخارج الذي تراوح ما بين 228.1 دولار و316.1 دولار، بينما تراوح متوسط العائد ما بين 297.9 دولار و418.9 دولار وذلك للفترة من 2001 إلى 2009. وعلى الرغم من أن الأمور إنعكست ابتداء من سنة 2010 بتفوق متوسط إنفاق السائح التونسي على متوسط العائد المحصل من كل سائح وافد حسب ما يظهره الشكل (3-29)، إلا أن ذلك لم يؤثر على رصيد الإيجابي للميزان السياحي خلال تلك الفترة على غرار تراجعها.

الشكل (3-29): تطور متوسط الإنفاق المدفوع ومتوسط العائد المحصل في تونس للفترة (2000-2015)



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدولين (3-24) و(3-30) والملحق 32.

وعموماً إنخفاض السياحة العكسية وبالتالي النفقات السياحية في تونس مرده إلى الأهمية التي أولتها تونس للتنمية السياحية والترويج لمنتجها السياحي بطريقة فعالة تضمن تكييف العرض مع خصوصيات الطلب الخارجي والمحلي، باعتبار أن السياحة المحلية لا تقل أهمية عن السياحة الدولية، وذلك لتمكين التونسيين من قضاء فترة إجازتهم في وطنهم بدلاً من البحث عن مقاصد سياحية أخرى تلي رغباتهم، وبالتالي الحد من هجرة رؤوس الأموال إلى الخارج لخدمة إقتصاديات الدول الأخرى وتحويلها لخدمة الإقتصاد التونسي.

وإن الرصيد الإيجابي للميزان السياحي يعني المساهمة الإيجابية في ميزان المدفوعات، وباعتبار أن ميزان المدفوعات التجاري في تونس كان برصيد سلمي طيلة فترة الدراسة فإن الميزان السياحي هنا إتجه دوره إلى تقليص نسبة هذا العجز حسب ما يظهر لنا من بيانات الجدول التالي:

¹ أنظر الملحق 32.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

الجدول (31-3): نسبة تغطية رصيد الميزان السياحي للعجز التجاري في تونس (مليون دولار) للفترة (2015-2000)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الصادرات	5 836	6 604	6 859	8 249	9 678	10 691	11 738	15 192
الواردات	8 551	9 492	9 507	11 079	12 817	12 594	14 202	18 024
العجز التجاري	-2 715	-2 888	-2 648	-2 830	-3 139	-1 903	-2 464	-2 832
نسبة التغطية	43.7	44.4	46.1	43.4	49.2	87.9	72.1	72.2
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الصادرات	19 249	14 481	16 493	17 876	17 071	17 146	16 841	14 159
الواردات	23 194	18 117	21 005	22 623	23 102	22 981	23 403	19 103
العجز التجاري	-3 945	-3 636	-4 512	-4 747	-6 031	-5 836	-6 562	-4 945
نسبة التغطية	60.9	63.1	45.1	26.0	25.8	24.4	24.2	11.9

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول (30-3).

- UNCTAD, Site: <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>.

يتبين لنا من الجدول أن تونس حققت عجز في ميزان مدفوعاتها التجاري من سنة 2000 إلى غاية سنة 2015 برصيد تراوح ما بين 1 903 مليون دولار و6 562 مليون دولار. وبلغت نسبة تغطية رصيد الميزان السياحي لهذا العجز نسبة تجاوزت 70% في بعض سنوات الفترة المذكورة آنفاً، إلا أنه ابتداءً من سنة 2011 شهدت هذه التغطية تراجع كبير وصلت فيه إلى حدود 11.9% سنة 2015، ولكن رغم ذلك يبقى رصيد الميزان السياحي يساهم بدرجة كبيرة في تخفيض عجز الميزان التجاري الإجمالي من خلال مساهمته بقسط كبير في الصادرات غير المنظورة.

وعلى ذكر الصادرات، فإن نسبة العائدات السياحية إلى إجمالي الصادرات من السلع والخدمات في تونس تراوحت ما بين 9.6% و20.4% خلال فترة الدراسة بناءً على معطيات الجدول (32-3)، وهذه النسب معتبرة تؤكد أهمية هذا القطاع في الإقتصاد التونسي خاصة في ظل النقص الذي تعانيه من الثروة النفطية والغازية والتي لم تشكل سوى 7.2% من إجمالي الصادرات سنة 2015¹. ويتوقع المجلس العالمي للسياحة والسفر أن تتراجع مساهمة العائدات السياحية في الصادرات الإجمالية التونسية إلى حدود 6.5% سنة 2026².

¹ المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2011-2015)، مرجع سبق ذكره، ص 227.

² World Travel & Tourism Council, *Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia Report, Op. Cit, P 11.*

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

الجدول (3-32): الأهمية النسبية للعائدات السياحية إلى إجمالي صادرات تونس للفترة (2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
% من إجمالي الصادرات	25.6	24.3	22.2	19.2	20.4	19.9	19.4	16.9
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
% من إجمالي الصادرات	15.3	19.1	16.3	10.7	13.0	12.8	14.0	9.6

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدولين (24-3) و(31-3).

2-2- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي:

يعتبر قطاع السياحة في تونس من بين القطاعات الأساسية المكونة للناتج المحلي الإجمالي فيها. والجدول التالي يوضح لنا تطور مساهمة السياحة المباشرة والإجمالية في الناتج المحلي التونسي خلال الفترة (2000-2015).

الجدول (3-33): تطور مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في تونس (مليون دولار) للفترة

(2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
الناتج المباشر للسياحة	1937.3	2021.5	1870.8	2285.5	2858.2	3346.7	3506.3	4018.4
% من الإجمالي الوطني	9.0	9.2	8.1	8.3	9.2	10.4	10.2	10.3
إجمالي الناتج السياحي	4166.7	4358.7	4078.1	4959.1	6059.2	6948.5	7398.5	8330.1
% من الإجمالي الوطني	19.4	19.8	17.6	18.1	19.4	21.5	21.5	21.4
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
الناتج المباشر للسياحة	4018.4	4668.3	4374.9	3543.2	3919.3	3903.0	4171.1	2862.1
% من الإجمالي الوطني	10.3	10.4	9.9	7.7	8.7	8.4	8.8	6.7
إجمالي الناتج السياحي	9539.4	8880.8	8835.1	7400.3	7900.7	7793.7	8306.9	5989.6
% من الإجمالي الوطني	21.3	20.4	20.1	16.2	17.5	16.8	17.5	13.9

Source: World Travel & Tourism Council, Site: <https://www.wttc.org/research>.

يتبين لنا من خلال الجدول أن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي التونسي مساهمة فعالة، حيث وصلت فيها المساهمة الإجمالية إلى أكثر من 20% والمباشرة إلى أكثر من 10% في بعض سنوات الفترة المشار إليها سابقاً. وقد عرف النمو في الناتج السياحي وتيرة مستمرة من سنة 2000 أين بلغ 4166.7 مليون دولار إلى 8835.1 مليون دولار سنة 2010. وهو ما ينطبق على الناتج المباشر الذي عرف زيادة تقدر بـ 2 437.6 مليون دولار لنفس الفترة.

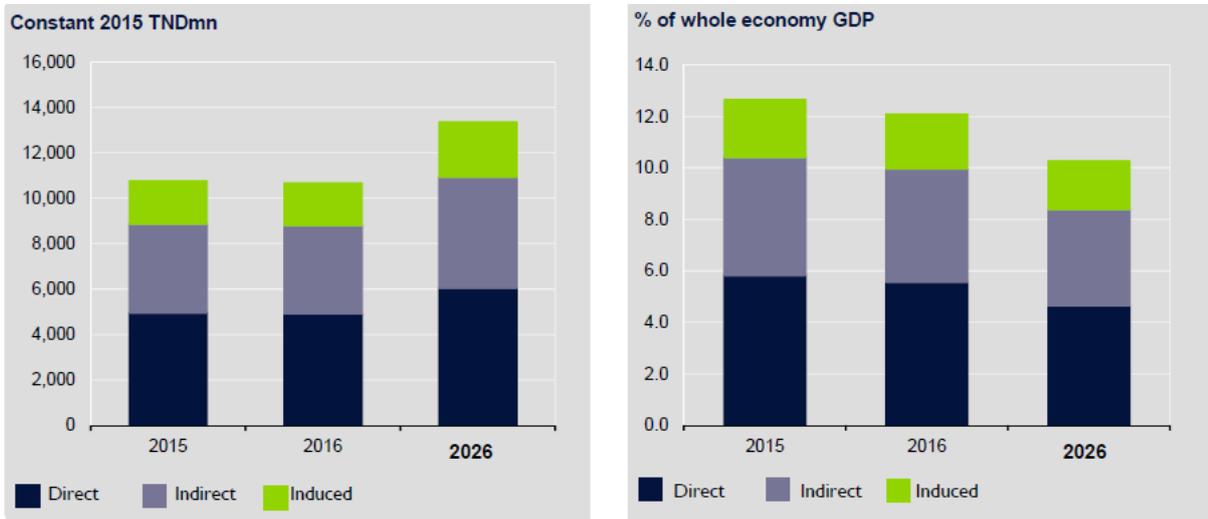
بينما الفترة من 2011 إلى غاية 2015 شكلت فيها التوترات الاجتماعية والأمنية التي إتسمت بها، دوافع رئيسية وراء تراجع الأداء الاقتصادي لقطاع السياحة في تونس، حيث تراجع معدل نمو إجمالي الناتج

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

السياسي إلى 16.2% سنة 2011 و 27.9% سنة 2015، بينما تراجع الناتج المباشر للسياحة إلى 19% و31.9% على التوالي. ورغم ذلك تبقى المساهمة الإجمالية المحققة من قبل القطاع السياحي التونسي سنة 2015 والمقدرة بـ 13.9% أكبر من نظيره العالمي 9.8% والإفريقي 8.1%.

وتشير إحصاءات المجلس العالمي للسياحة والسفر أن المساهمة المباشرة والإجمالية في الناتج التونسي نهاية سنة 2026 ستخفص إلى 4.6% و10.3% وذلك بما يعادل بالأسعار الحقيقية المحلية (سنة الأساس 2015) 6 056.6 مليون دينار تونسي (3 074.4 مليون دولار) و13 365 مليون دينار تونسي (6 784.3 مليون دولار) على التوالي، وهذا ما يظهره الشكل التالي:

الشكل (30-3): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في تونس آفاق 2026



Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia Report, Op. Cit, P 3.*

2-3- مساهمة السياحة في التشغيل:

يعد دور القطاع السياحي في توليد مناصب شغل في تونس واحداً من أهم مبررات الإهتمام بتنمية السياحة فيها، خاصة باعتبارها مقصد سياحي شحيح الموارد الطبيعية. ويعد القطاع مسئولاً عن توليد ما لا يقل عن 19% من إجمالي العمالة في بعض سنوات الفترة (2000-2015) حسب ما هو موضح في الجدول التالي:

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

الجدول (3-34): تطور مساهمة السياحة في التشغيل في تونس للفترة (2000-2015)

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
التشغيل المباشر	215369	223747	200189	211746	238729	273135	280984	291516
% من الإجمالي الوطني	8.0	8.1	7.1	7.4	8.2	9.2	9.1	9.3
إجمالي التشغيل	468975	487780	441140	464177	510940	572498	597300	607722
% من الإجمالي الوطني	17.3	17.7	15.8	16.2	17.4	19.4	19.4	19.3
السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
التشغيل المباشر	298031	290657	295153	226882	265018	258828	278360	207776
% من الإجمالي الوطني	9.3	9.0	8.9	7.2	7.8	7.5	8.0	6.1
إجمالي التشغيل	612729	599397	599397	472590	535866	519670	554525	434037
% من الإجمالي الوطني	19.1	18.5	18.1	14.9	15.8	15.1	15.9	12.7

Source: World Travel & Tourism Council, Site: <https://www.wttc.org/research>.

من خلال معطيات الجدول يتبين لنا أنه خلال الفترة من 2000 إلى غاية 2010 عرف عدد العمالة المباشرة و الإجمالية في القطاع السياحي زيادة قدرت على التوالي بـ 79 784 عامل و 130 422 عامل في القطاع السياحي، بينما شهدت سنوات ما بعد 2010 عدة تذبذبات بسبب تراجع النشاط السياحي والذي كان له تأثيراً مباشراً على إلغاء مناصب الشغل المباشر إلى أكثر من 23% سنة 2011 وأكثر من 25% سنة 2015. ورغم هذا الانخفاض تبقى تونس تحصد نسب مساهمة أفضل من نظيرتها الجزائر، حيث وصل المساهمة المباشرة والإجمالية إلى حدود 9% و 19% خلال بعض سنوات الفترة الواقعة ما بين 2000 و 2015.

وإن اعتماد تونس على قطاع السياحة في التشغيل يرجع إلى إرتفاع الإستثمار في الفنادق والمطاعم والتي تعتبر من أهم المؤشرات التي يمكن الإعتماد عليها في عملية التوظيف. وفي سنة 2015 بلغ عدد الفنادق المصنفة في تونس 592 فندق بجوالي 158 615 طاقة إيواء مستغل و 375 مطعم سياحي، هذا إلى جانب تنوع المنتج السياحي التونسي ما بين سياحة الغولف، فهي تحتوي على 11 ملعب قولف، والسياحة البحرية بتوفير 180 قاعدة بحرية و 21 مركز للغوص البحري، إضافة إلى السياحة العلاجية وذلك بتوفير 59 مركز أستشفائي بمياه البحر و 9 محطات علاج بالمياه المعدنية. هذا إلى جانب الأنواع الأخرى من العرض السياحي التي يمكن حصرها في 963 وكالة سفر، 17 مخيم سياحي، 6 موانئ ترفيهية، 07 موانئ تجارية، 59 متحف وموقع أثرية... الخ¹.

وأما من حيث الجودة والتنوع في التشغيل السياحي وللحصول على كفاءات مهنية في هذا المجال، قامت تونس بإرساء جهاز للتكوين السياحي مع إنشاء أول مدرسة سياحية بولاية بنزرت سنة 1960 في إطار التعاون التونسي الألماني. ومنذ ذلك التاريخ، تواتر نسق إحداث المؤسسات التكوينية مع تطور نسق إحداث المؤسسات

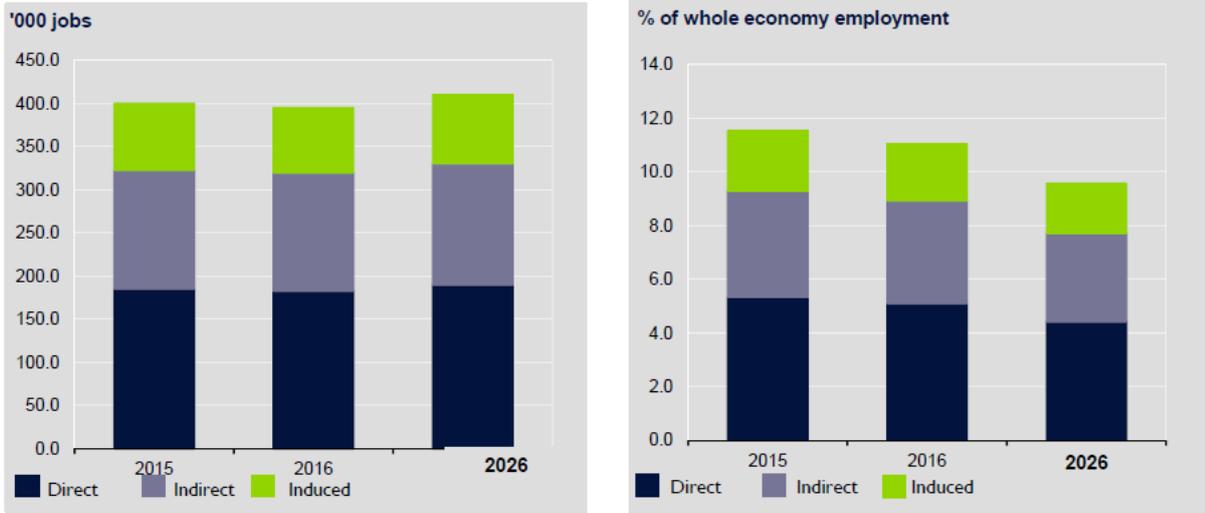
¹ بناءً على البيانات الواردة في: الديوان الوطني التونسي للسياحة، التقرير السنوي 2015، مرجع سبق ذكره، ص 8.

الفصل الثالث: واقع وأهمية قطاع السياحة في الجزائر وتونس

الفندقية وبداية تطور السياحة التونسية ليضم حالياً جهاز التكوين السياحي والفندقي معهداً عالٍ للسياحة وثلاثة مراكز تكوين وأربعة مدارس سياحية موزعة على خمس ولايات¹، إلى جانب 144 مؤسسة خاصة² موزعين على كامل التراب الوطني.

ويتوقع المجلس العالمي للسياحة والسفر بناءً على الأحداث التي مرت بها تونس أن ينخفض عدد المشتغلين في القطاع السياحي نهاية سنة 2026 إلى حدود 410 000 وظيفة بمساهمة 9.6%. وهذا ما ينطبق أيضاً على التشغيل المباشر لقطاع السياحة إلى 190 000 وظيفة بمساهمة 4%، حسب ما يبينه الشكل التالي:

الشكل (31-3): مساهمة السياحة في التشغيل في تونس آفاق 2026



Source: WTTC, *Travel & Tourism Economic Impact, Tunisia Report, Op .Cit, P 4.*

¹ وزارة السياحة والصناعات التقليدية، التكوين المهني السياحي والفندقي، الموقع:

<http://www.tourisme.gov.tn/ar/formations-et-myotiers/formation-professionnelle.html>.

² الديوان الوطني التونسي للسياحة، التقرير السنوي 2015، مرجع سبق ذكره، ص 8.

خلاصة:

يتضح مما سبق، أن الجزائر تزخر بإمكانيات سياحية هامة تتزاح فيها المكونات الجغرافية والتاريخية للبلاد، جعلها تحظى بسبع مواقع صنفت ضمن قائمة التراث العالمي من قبل اليونسكو، وتحتل المرتبة الخمسين على المستوى العالمي من حيث الموارد الثقافية متقدمة بذلك على كل الدول العربية بإستثناء المغرب ومصر. ورغم ذلك يبقى نصيبها من السياحة الدولية ضئيل، وذلك على الرغم من الإنتعاش التدريجي في التدفق السياحي الدولي إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2015). أما من حيث العائدات المالية للقطاع في الجزائر فهي ضعيفة ولا ترقى لمستوى العائدات المحققة من طرف الدول المجاورة سواءً من حيث الحجم، أو متوسط إنفاق السائح الواحد، أو نصيب الفرد الواحد من هذه العائدات، بينما تتسم الليالي السياحية التي يقضيها السياح الوافدين إلى الجزائر بمحدوديتها، وذلك تماشياً مع حجم الطلب السياحي على هذا البلد. وإن هذا إنعكس على مستوى الأداء الإقتصادي لهذا القطاع، ويظهر ذلك جلياً من حيث العجز الدائم للميزان السياحي، أو من حيث المساهمة المباشرة المتدنية في الناتج المحلي الإجمالي والتشغيل الذي لم يتجاوز 3.9% و 3.2% على التوالي خلال سنوات الفترة المشار إليها سابقاً.

وبالنسبة لتونس فهي الأخرى تتمتع بموارد طبيعية وثقافية وتاريخية إلى موارد دينية وغيرها، جعلها تضم سبع مواقع صنفت ضمن قائمة التراث العالمي من قبل اليونسكو، وتحصد مرتبة عالية في عالم السياحة والسفر، فهي من البلدان التي تشهد إقبالاً متزايداً من الزائرين سنوياً، وهذا ما إنعكس على حجم العائدات المسجلة على مستوى هذا القطاع وحجم الليالي السياحية المقضاة في الهياكل الفندقية التونسية، والتي تميزنا بنمو إيجابي في معظم سنوات الفترة (2000-2015). أما على مستوى الأداء الإقتصادي، تعتبر السياحة في تونس من القطاعات الأساسية المحركة للاقتصاد بإعتبار نسبة إندماجها المرتفعة والمداخيل الهامة بالعملة الصعبة التي توفرها ومساهمتها في التشغيل والتنمية. وتمثل السياحة في تونس المورد الأول من العملة الصعبة بحيث تفوق مداخيلها مداخيل البترول، وتصل أحيانا نسبة تغطية عجز ميزان المدفوعات بالمداخيل السياحية إلى 97%، كما أنها من القطاعات الأساسية المكونة للناتج المحلي الإجمالي والمولدة لمناصب شغل بنسبة مباشرة بلغت 10.4% و 9.3% كأبعد تقدير على التوالي في بعض سنوات الفترة (2000-2015).

الفصل الرابع

محددات الطلب السياحي الدولي في

الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

*determinants of international
tourism demand in Algeria and
Tunisia using gravity model*

تمهيد:

تعتمد التنمية السياحية في الدول بصفة عامة على أساس قوي تقوم عليه الخطة السياحية، يتمثل هذا الأساس في تحديد أهم المتغيرات التي تؤثر على الطلب السياحي والتنبؤ بحجم إتجاهات الحركة السياحية الوافدة من مختلف الدول، لذلك فإن تحديد العوامل المؤثرة على حجم الطلب السياحي يعتبر من المهام الرئيسية التي يتولاها المخططون في الدول المضيفة للسياح، وذلك بالإعتماد على النماذج القياسية الإقتصادية.

ومن بين النماذج القياسية الإقتصادية التي أستخدمت لفهم طبيعة ومحددات التدفقات الثنائية مابين الدول، فإن البحوث التحريبية عادة ما إستندت إلى إستخدام نموذج الجاذبية الذي إفتقر في بدايات ظهوره إلى الأسس النظرية، إلا أن الأدبيات الاقتصادية الحديثة أسهمت في تحسينه سواء على المستوى النظري أو البحثي، بما يرجع جزئياً إلى التقدم في أساليب التحليل الإحصائي. حيث تم تحليل العديد من الموضوعات البحثية باستخدام هذا النموذج مثل حركات الهجرة الدولية، تدفقات الاستثمار الأجنبي المباشر، الإندماج الاقتصادي، وخاصة التجارة الدولية وذلك عن طريق تطوير " قانون الجاذبية الأرضية لنيوتن" الذي ينص على أن قوة الجاذبية بين جسمين يعتمد طردياً على كتلتيهما وعكسياً على المسافة الفاصلة بينهما.

ويعتبار السياحة في جوهرها نشاط تجاري فقد أستخدم هذا النموذج لتحديد مختلف العوامل المؤثرة في حركة السياحة الدولية منذ الظهور الأولي له، وعليه فإن بناء نموذج الجاذبية للطلب السياحي تم من خلال تنقيح نموذج الجاذبية للتجارة، عن طريق تحويل المتغيرات بحيث تتناسب مع المتغيرات المرتبطة بالسياحة.

وفي السياق نفسه، نستعرض في هذا الفصل الجانب النظري لهذا النموذج سواء في مجال التجارة الدولية أو في مجال السياحة، ثم النتائج الإحصائية والقياسية لتطبيقه على دالة الطلب لعينة من الدول على الخدمات السياحية في كل من الجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2015). وذلك من خلال ما يلي:

المبحث الأول: مفهوم وتطبيقات نموذج الجاذبية.

المبحث الثاني: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الدولي في الجزائر.

المبحث الثالث: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الدولي في تونس.

المبحث الأول: مفهوم وتطبيقات نموذج الجاذبية

تعد نماذج الجاذبية من الأساليب الكمية التي أستخدمت على نطاق واسع في قياس تدفقات التجارة الدولية بشقيها السلع والخدمات بين الأقاليم الجغرافية منذ عقد الستينات. ولتعرّف على هذا النموذج بشكل واسع، تم تصميم هذا المبحث الذي سنتناول فيه مفهومه وتأصيله نظرياً في مجال التجارة الدولية مع الإشارة إلى أهم إستخداماته والإنتقادات الموجه إليه، بالإضافة إلى مفهومه وتوسعاته في مجال السياحة باعتبارها فئة من فئات التجارة الدولية والتي تمثل موضوع بحثنا، مع تحديد الصيغة الرياضية لنموذج المقترح للقياس وتبيان أسلوب تقديره.

أولاً: مفهوم نموذج الجاذبية وتطبيقاته في مجال التجارة الدولية

أستخدمت نماذج الجاذبية بشكل واسع في الأبحاث النظرية والتطبيقية في مجال التجارة الدولية على المستويين الكلي والجزئي، مما ساهم في تحديد المتغيرات الإقتصادية وغير الإقتصادية التي تفسر حركة تدفق السلع وعوامل الإنتاج بين الدول. وهذا ما نستعرضه على النحو التالي:

1-1- مفهوم نموذج الجاذبية في التجارة الدولية:

بعد إكتشاف نيوتن "Newton" (1687) المعادلة الأساسية لنظريته الجاذبية حول قوى الجذب بين جسمين. لم يقتصر هذا النموذج على الفيزياء فقط، بل أستخدم بكثرة في مختلف العلوم خاصة الإقتصادية منها. ويعود تطبيق مبدأ فيزياء نيوتن على دراسات العلوم الاجتماعية لأول مرة من طرف الاقتصادي كاري "H. Carey" سنة 1860 لتوضيح مجموعة التفاعلات للنشاطات الإنسانية¹. وفي سنة 1885 قام رافنستين "Ravenstien" بتطبيق مفهوم الجاذبية في دراسة الهجرة السكانية. بينما إستخدمه رالي سنة 1931 "Reilly's" ليفسر قوة الجذب في التجارة في المناطق الكبيرة في نموذج المسمى (Reilling model)². وترجع أول محاولة في إستخدم نموذج الجاذبية (Gravity models) قياسياً لدراسة تدفقات التجارة الدولية إلى كل من تنبرجن "Timbergen" (1962) وفيهونين "Pöyhönen" (1963)³. فقد أوضحا

¹ Fred Bonhomme, *un modèle de gravité pour le commerce Canada- Etats-Unis et les effets frontières : Une approche dynamique appliquées de panel sur la période 1990-1999*, Rapport de recherche présenté à la faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de maîtrise ès sciences économiques, Université de Montréal Canada, Février 2004, P10.

² علي محمد علي العبادلة، محددات تدفق التجارة الخارجية لفلسطين (نموذج الجاذبية 1995-2013)، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير في برنامج اقتصاديات التنمية، الجامعة الإسلامية - غزة، فلسطين، 2015، ص 44.

* جون تيمبرجن (1903-1994): خبير اقتصادي هولندي تلقى تعليمه في جامعة ليدن (Leiden)، أصبح أستاذاً في كلية الاقتصاد في روتردام سنة 1933 عمل خلال الفترة 1945-1955 مدير مكتب التخطيط المركزي في هولندا، أما في الفترة 1965-1972 عمل رئيساً لمعهد الأمم المتحدة لبحوث التنمية الاجتماعية وقد تناولت بحوثه نماذج التنمية الاقتصادية، تحصل سنة 1969 على جائزة نوبل في العلوم الاقتصادية لعمله على الطرق الرياضية لتحليل العمليات الاقتصادية.

** فيهونين عالم إقتصادي في مجال التجارة الدولية له كتابه المشهور "نموذج مبدئي لحجم التبادل التجاري بين البلدان" والذي صدر عام 1963.

³ Bernard Guillochon et Annie Kaweck, *Economie internationale -Commerce et Macroéconomie-*, 5^{ème} édition, Dunod, Paris, 2006, P 92.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

أنه أسوة بقانون الجاذبية لنيوتن، فإن حجم التجارة الثنائية بين دولتين يرتبط مع الحجم الإقتصادي للدولتين (مقاساً على أنه الناتج المحلي الإجمالي لهما)، ومع المسافة بينهما (كتعبير عن العوائق الطبيعية بينهما). وقد تم تفسير نموذج الجاذبية بهذا الشكل على أنه تقدم لظروف العرض بالدولة المصدرة وظروف الطلب في الدولة المستوردة. وبذلك يمثل نموذج الجاذبية في التجارة الدولية في حالته العامة دالة إقتصادية قياسية تفسر التدفق السلعي بين قطرين بالتناسب طردياً مع كتلتيهما أي دخلهما الوطني، وعكسياً مع تكاليف النقل التي تفرضها المسافة بين البلدين¹. وكانت الصورة الأساسية للنموذج (*Basic Gravity Model*) كما ظهرت في دراسة تنبرجن على النحو التالي²:

$$T_{ij} = a \cdot \frac{Y_i^{\alpha_1} \cdot Y_j^{\alpha_2}}{D_{ij}^{\alpha_3}}$$

حيث أن:

T_{ij} : حجم التجارة من الدولة i نحو الدولة j (صادرات أو واردات).

a : ثابت الجاذبية.

Y_i : الحجم الاقتصادي للدولة i مقاس بالناتج المحلي الإجمالي لها.

Y_j : الحجم الاقتصادي للدولة j مقاس بالناتج المحلي الإجمالي لها.

D_{ij} : المسافة الجغرافية (بالكيلومترات أو الأميال) بين الدولتين i و j ، وهي مؤشر عن تكلفة النقل والوقت.

ولأغراض التحليل الاقتصادي تتحول هذه المعادلة إلى شكل خطي من خلال توظيف اللوغاريتم الطبيعي

(Ln) وإدخاله إلى طرفي المعادلة، فتصبح على النحو التالي:

$$Ln(T_{ijt}) = Ln(A) + \alpha_1 Ln(Y_{it}) + \alpha_2 Ln(Y_{jt}) - \alpha_3 Ln(D_{ij})$$

ويمكن كتابتها على الشكل التالي:

$$Ln(T_{ijt}) = \alpha_0 + \alpha_1 Ln(Y_{it}) + \alpha_2 Ln(Y_{jt}) - \alpha_3 Ln(D_{ij})$$

حيث: $Ln(a) = \alpha_0$.

يلاحظ في هذه المعادلة الخطية تفسير لوغاريتم تدفقات التجارة من صادرات أو واردات، بثلاث متغيرات والمتمثلة في لوغاريتم حجم اقتصاد الدولة المصدرة ولوغاريتم حجم اقتصاد الدولة المستوردة ولوغاريتم المسافة بينهما. ويمكن استخدام معلمات النموذج α_1 و α_2 و α_3 كمقياس لمرونة التدفقات التجارية لتفسير مستوى أحجام اقتصاديات الدول أو المسافة بينهما، حيث تزيد تدفقات التجارة على وجه التحديد بمعدل α_1 %

¹ Jean- Louis Muécheilli et Thierry Mayer, *Economie internationale*, Edition Dalloz, 2005, P 236.

² Ozan Saray, Kadir Karagoz, *Determinants of Tourist Inflows In Turkey in turkey: Evidence from Panel Gravity Model*, ZKU Journal of Social Sciences, Volume 6, Number 11, 2010, P 38.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

و α_2 % إذا زاد حجم إقتصاد الدولة i و j ب 1% على التوالي، في حين تنخفض هذه التدفقات بين الدولتين i و j ب α_3 % إذا زادت المسافة بينهما بنسبة 1%¹.

وأشارت النتائج التطبيقية إلى أن متغيرات نموذج الجاذبية الأساسي لتبرجن تفسر جزءاً بسيطاً من التغيرات في تدفقات التجارة. لذلك عمد الكثيرون على إدخال العديد من المتغيرات الإضافية، كان أولهم لينمان "Linnemann" سنة 1966 بإدراجه متغير حجم السكان لقياس إقتصاديات الحجم². والواقع أن التقديرات التجريبية قد تضيف متغيرات أخرى مثل دخل الفرد، أسعار الصرف، والمتغيرات الوهمية (*Dummy variables*) لوجود لغة مشتركة أو روابط إستعمارية أو إتفاقيات تجارية فيما بين البلدان التجارية³. لذلك قد تم إدخال عدد من التعديلات على نموذج الجاذبية في عدة دراسات بهدف دعم التأصيل النظري له وهو ما نتج عنه إشتقاق معادلة الجاذبية المعممة (*Generalized Gravity Model*)، عن طريق دمج بعض المتغيرات في النموذج بما يتوافق مع نظرية نسب عناصر الإنتاج لهيكشر-أولين ونموذج ليندر* ونظريات وفيات النطاق والمنافسة الإحتكارية⁴. ويمكن إجمال أهم المتغيرات لنموذج الجاذبية في مجال التجارة الدولية في شكل موسع وفق الصيغة الرياضية الخطية التالية**:

$$\begin{aligned} \ln T_{ij} = & a + \alpha_1 \ln Y_i + \alpha_2 \ln Y_j + \alpha_3 \ln y_i + \alpha_4 \ln y_j + \alpha_5 \ln POP_i + \alpha_6 \ln POP_j \\ & - \alpha_7 \ln D_{ij} + \alpha_8 \ln EX_{ij} + \alpha_9 \ln IDE_i + \alpha_{10} \ln IDE_j + \alpha_{11} \ln Lang_{ij} + \alpha_{12} \ln Border_{ij} \\ & + \alpha_{13} \ln Colomizer_{ij} + \alpha_{14} \ln Regional_{ij} + \alpha_{15} \ln CU_{ij} + \alpha_{16} \ln UN_{ij} \end{aligned}$$

حيث أن:

T_{ij} : حجم التجارة من الدولة i نحو الدولة j (صادرات أو واردات).

a : ثابت الجاذبية.

Y_i, Y_j : الحجم الإقتصادي للدولتين i و j مقاس بالناتج المحلي الإجمالي لهما.

y_i, y_j : نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في الدولتين i و j .

¹ وليد عبد مولا، نماذج الجاذبية لتفسير تدفقات التجارة، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، العدد 97، نوفمبر 2010، ص 3.

² Paulo C.de Sá Porto, *Mercosul and Regional Development in Brazil: A Gravity Model Approach*, Paper prepared for presentation at the Fifth Annual Meeting of the Latin American and Caribbean Economics Association (LACEA), Rio de Janeiro, 12-14 October 2000, P 8.

³ F. G. Santeramo, A. Seccia, G. DeBlasi, D. Carlucci, *Agritourism flows to Italy: An Analysis of Determinants Using the Gravity model approach*, Paper prepared for presentation at the 107th EAAE Seminar "Modeling of Agricultural and Rural Development Policies". Sevilla, Spain, January 29th -February 1st, 2008, P 5.

* الذي ينص على أن التجارة المحتملة بين دولتين تزيد كلما تقارب مستوى الدخل المتوسط بينهما.

⁴ أحمد محمد عزت أحمد، أثر الخدمات اللوجستية على تنمية التجارة العربية البينية (مدخل نموذج الجاذبية)، رسالة مقدمة للحصول على درجة دكتوراه فلسفة في الإقتصاد، جامعة القاهرة، مصر، 2011، ص 78.

** تم صياغة هذا النموذج بعد الإطلاع على العديد من الدراسات التي أدرجت متغيرات إضافية على النموذج الجاذبية الأساسي لتبرجن، مع الإشارة أن كل دراسة تستخدم صيغة معينة وذلك حسب طبيعة والغرض من الدراسة.

POP_i, POP_j : عدد سكان الدولتين i و j .

D_{ij} : المسافة الجغرافية (بالكيلومترات أو الأميال) بين الدولتين i و j .

EX_{ij} : سعر الصرف الحقيقي بين الدولتين i و j .

IDE_i, IDE_j : الإستثمارات الأجنبية المباشرة في الدولتين i و j .

$Lang_{ij}$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذا كانت هناك لغة رسمية مشتركة بين الدولتين i و j و 0 ماعدا ذلك.

$Border_{ij}$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذا كانت هناك حدود مشتركة بين الدولتين i و j و 0 ماعدا ذلك.

$Colomizer_{ij}$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذا ما إشتراك الدولتين i و j في التاريخ الإستعماري و 0 ماعدا ذلك.

$Regional_{ij}$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذا كانت هناك إتفاقيات تجارية بين الدولتين i و j و 0 ماعدا ذلك.

CU_{ij} : متغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذا كانت لكل من الدولة i والدولة j العملة نفسها و 0 ماعدا ذلك.

UN_{ij} : متغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذا كانت الدولتين i و j تنتميان إلى نفس التكتل مثل الإتحاد الأوروبي، إتحاد

دول جنوب شرق آسيا، الإتحاد المغاربي، مجلس التعاون الخليجي، منطقة التجارة الحرة... إلخ، و 0 ماعدا ذلك.

ونظرا لبساطة هذا النموذج الذي عرض في مجال الاقتصاد، فقد تحول إلى أحد أهم النماذج المستخدمة

في التحليل الإحصائي للظواهر المرتبطة بتدفقات السلع والخدمات والتدفقات الإقتصادية الأخرى بين بيئتين

جغرافيتين (الهجرة الدولية، حركة العمالة، الإستثمارات... إلخ)*، نظرا لنجاحه التجريبي في تفسير هذه التدفقات

في الإقتصاد العالمي. حيث يصف ليمر "Leamer" وليفنسون "Levinsohn" نموذج الجاذبية بأنه " من

أوضح وأقوى ما توصل إليه علم الإقتصاد"¹. فهو ذات أهمية تحليلية كبيرة كأداة للربط الوظيفي بين مؤشرات

التدفقات التجارية بين الأقطار وتقديرات عوامل التطور الداخلي للبلدان.

1-2- التأسيس النظري لنموذج الجاذبية في التجارة الدولية:

نتيجة إفتقار نموذج الجاذبية منذ بداية إستخدامه لأسس نظرية على المستوى الإقتصادي. جاءت العديد

من الأبحاث لمحاولة تأصيله نظرياً بالإعتماد على مختلف نظريات التجارة من بين هذه الأعمال نذكر²:

- محاولة **James Anderson**: في سنة 1979 قدم الإقتصادي جامس أندرسون **James Anderson**

نموذج الجاذبية التالي:

* لم يقتصر نموذج الجاذبية في الإقتصاد على قياس حجم التبادل السلعي بين الدول فقط حسب ما جاء به في دراسة تمبرجن، بل عالج ظواهر إقتصادية

أخرى منها تجارة الخدمات (دراسة لـ **Francois** سنة 2001)، السياحة (دراسة لـ **Prideaux** سنة 2005)، الهجرة الدولية (دراسة لـ **Karemera**

and Oguledo and Davis سنة 2000)، الإستثمارات الأجنبية (دراسة لـ **Bergstrand and Egger** سنة 2007). كما أنه لم يقتصر على

الدول فقط بل حتى ما بين المقاطعات والأقاليم داخل الدولة الواحدة.

¹ **Marton Balint, Modèle de gravité appliqué à l'Australie, Rapport de recherche présenté à la faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de maîtrise ès sciences économiques, Université de Montréal, Canada, Avril 2004, P11.**

² ستي حميد، إستخدام نموذج الجاذبية في تقدير الإمكانيات التجارية لدول منطقة المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب)، أطروحة دكتوراه

في العلوم الاقتصادية، جامعة الشلف، الجزائر، 2016 - 2017، ص ص 88-107.

$$F_{ij} = S_{ij}M_j$$

حيث أن:

F_{ij} : تمثل حجم التدفقات التجارية من بلد المنشأ i إلى بلد المقصد j .

S_{ij} : تمثل حصة M_j المنفقة على السلعة من البلد i .

M_j : حجم الدخل الذي ينفقه البلد على كل السلع من بلد المنشأ i .

وقد وضع الإقتصادي جامس أندرسون مجموعة من الشروط على المقدار S_{ij} والتي تتمثل في أن قيمته محصورة بين الصفر والواحد أي أن $0 \leq S_{ij} \leq 1$ ، كما أن قيمته تزداد إذا أنتج البلد i كم متنوع من السلع والتي يرمز لها بالرمز η_i ، أما إذا كانت السلعة عالية الجودة فيرمز لها بالرمز μ_i . بينما تنخفض قيمته وفقاً للعراقيل التجارية بين البلدين الممثلين في بلد المنشأ i إلى المقصد j مثل بعد المسافة الجغرافية D_{ij} .

بناءً على الشروط التي وضعها الإقتصادي جامس أندرسون على المقدار S_{ij} فإن هذا الأخير يعطى وفقاً

للصيغة الرياضية التالية:

$$S_{ij} = \frac{g(\mu_i, \eta_i, D_{ij})}{\sum_e g(\mu_e, \eta_e, D_{ej})}$$

إن الدالة في المقام وهي $g(\mu_e, \eta_e, D_{ej})$ يجب أن تزداد في نتيجتها الأولى، وتنخفض في كل القيم التي يكون فيها المقدار S_{ij} موجب أي S_{ij} وحتى نصل إلى هدفنا، نحتاج إلى نموذج خاص $g(\mu_e, \eta_e, D_{ej})$ للمقام وهنا يجب الإعتماد على النموذج الذي إشتقه الإقتصادي *Bergstrand* والذي إستعمل نموذج *Stiglitz* الذي إعتبر أن المقدار μ_i يساوي الواحد الصحيح أي $\mu_i = 1$ وأن المقدار η_i تناسبية إلى M_i .

وفيما يتعلق بالطريقة الثانية لجامس أندرسون، إفترض أن هناك سلعة واحدة لكل دولة، إذ أن المقدار η_i يساوي الواحد الصحيح أي أن $\eta_i = 1$ ، ولكن يسمح للمقدار μ_i بالتفاوت عبر البلدان الخاضعة لقيود تفاوت تقنية الأسواق. وفيما يخص المسافة الجغرافية، فإن كلا البلدين يعدان تكاليف التجارة الخارجية دالة للبعد المكاني فيما بينهما. وهنا أكد أندرسون أن كل من المقدارين μ_i و η_i سوف يكونا متفاوتين عبر البلدان، وعليه فإن:

$$g(\mu_i, \eta_i) = \sum_{v=1}^{\eta_i} (p_{ijv} / \mu_{ijv})^{1-\alpha}$$

حيث أن:

v : تشير إلى مؤشر تشكيلة معينة من السلع والتي يمكن إحلالها بمرونة الإحلال المعطاة وهي α .

وإذا كانت السلع من نفس البلد ذات تشكيلة متنوعة ولكنها متماثلة في معدل الجودة وفي تكاليف

النقل، فإنه يمكن إسقاط v حيث تصبح العلاقة أعلاه على الشكل التالي:

$$g(\mu_i, \eta_i) = \eta_i \cdot (p_{ij} / \mu_{ij})^{1-\alpha}$$

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

أما الخطوة التالية فتتعلق بسعر الإستلام مقارنة بسعر نفس السلعة في بلد المنشأ، وتكاليف النقل بين البلدين، وهنا إفتراض جامس أندرسون المعادلة التالية:

$$\frac{P_{ij}}{\mu_{ij}} = (P_i / \mu_i) D_{ij}^{\delta}$$

حيث أن:

P_i : يمثل سعر *Free-on-Board*.

مع ملاحظة أنه في معادلة الجاذبية الأساسية كان هناك إفتراض بعيد عن الواقع وهو غياب الإختلافات السعرية، وأن هذا غير واقعي كما يبدو للوهلة الأولى، فالأمر يتطلب بأن تكون أسعار التسليم متفاوتة بشكل متناسب مع نوعية منتجات بلد التصدير، وبمعنى آخر فإن:

$$\frac{P_{ij}}{\mu_{ij}} \approx K$$

والملاحظة المهمة هنا هي أن مستويات نوعية السلع في كل بلد η_i هي من الأمور التي لا يمكن أن نلاحظها بصورة مباشرة، لذلك يجدر بنا هنا أن نعود إلى نموذج *Stiglitz* مرة أخرى للإستفادة من إفتراض أن كل المؤسسات هي من نفس الحجم وفي هذه الحالة يكون:

$$\eta_i = M_i / \alpha$$

حيث أن:

α : حجم المؤسسة.

ولتعظيم الإفتراضات الأخرى، فإن: $\theta = \delta(\alpha - 1) \geq 0$ لنحصل على:

$$g(\mu_i, \eta_i) = M_i D_{ij}^{-\theta} / qK^{\alpha-1}$$

وهذا يدل عليه حصص السوق للمصدرين i في البلد j : $S_{ij} = M_i D_{ij}^{-\theta} R_j$ مع العلم $R_j = 1 / \sum_e M_e D_{ej}^{-\theta}$

بعد عملية التعويض نحصل على:

$$F_j = R_j \cdot \frac{M_i M_j}{D_{ij}^{\theta}}$$

بإستبدال المقدار R_j بثابت الجاذبية G ويجعل $\theta = 1$ نحصل على نموذج الجاذبية بصيغته البسيطة كما يلي:

$$F_j = G \cdot \frac{M_i M_j}{D_{ij}}$$

- محاولة *Alan V. Deardorff*: في محاولة أخرى لإيجاد الأسس النظرية لنموذج الجاذبية من خلال نظريات التجارة، قدم *Alan V. Deardorff* سنة 1995 نموذج الجاذبية من خلال معالجته لحالتين تتمثلان في عدم وجود قيود على التجارة ووجود قيود على التجارة.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

فبالنسبة للحالة الأولى، وفي ظل نموذج التجارة الخارجية لهكشر- أولين ووجود توازن التجارة وفي حالة غياب أي شكل من أشكال قيود التجارة مع أي دولة، وبافتراض تماثل وتجانس تفضيلات المستهلكين، فإن الدخل في أي دولة ولتكن يعطى وفقاً للعلاقة التالية:

$$Y_i = PX_i$$

حيث أن:

X_i : تمثل إنتاج الدولة i . P : تمثل السعر.

ومع تجانس تفضيلات المستهلكين فإن أي دولة ولتكن الدولة j سوف تنفق نفس الجزء من دخلها وليكن B_k على أي سلعة ولتكن السلعة K ، وعليه فإن إستهلاك الدولة j من السلعة k يساوي ما يلي:

$$Y_i = \frac{B_k Y_j}{P_k}$$

أما الكمية الإجمالية العالمية المنتجة من السلعة K تساوي: $X_k^w = \sum_i X_{ik}$.

أما فيما يخص نسبة مساهمة الدولة i في الكمية العالمية المنتجة من السلعة K فتساوي: $\gamma_{ik} = \frac{X_{ik}}{X_k^w}$.

بتعويض الكمية العالمية المنتجة X_k^w من السلعة K بما تساوي فنحصل على: $\gamma_{ik} = \frac{X_{ik}}{\sum_i X_{ik}}$.

بالنسبة لمشتريات أو إستهلاك الدولة j للسلعة K من الدولة i يساوي: $C_{jki} = \gamma_{ik} C_{jk}$.

بتعويض إستهلاك الدولة j من السلعة K أي تعويض C_{jk} بما تساويه نحصل على: $C_{jki} = \gamma_{ik} \frac{B_k Y_j}{P_k}$.

نشير إلى أن نسبة مساهمة السلعة K في الدخل الإجمالي العالمي Y^w تساوي: $\tau_k = \frac{P_k X_k^w}{Y^w}$.

الجزء B_k من الدخل الذي سوف ينفق على السلعة K من طرف كل دولة يجب أن يساوي نسبة مساهمة

السلعة K في الدخل الإجمالي العالمي Y^w وهذا يعبر عنه بالعلاقة التالية: $B_k = \tau_k$.

بتعويض نسبة τ_k مساهمة السلعة K في الدخل الإجمالي العالمي Y^w نحصل على: $B_k = \frac{P_k X_k^w}{Y^w}$.

وإن صادرات الدولة i إلى الدولة j المعبر عنها بـ T_{ij} تساوي $T_{ij} = \sum_k P_k C_{jki}$.

وبالتعويض C_{jki} بما يساويها بالإضافة إلى مختلف العلاقات الأخرى نحصل على:

$$\begin{aligned} T_{ij} &= \sum_k P_k \gamma_{ik} \frac{B_k Y_j}{P_k} = \sum_k \gamma_{ik} B_k Y_j = \sum_k \frac{X_{ik}}{\sum_k X_{ik}} \frac{P_k X_k^w}{Y^w} Y_j \\ &= \sum_k P_k X_{ik} \frac{Y_j}{Y^w} = \frac{Y_i Y_j}{Y^w} \end{aligned}$$

بوضع $A = \frac{1}{Y^w}$ والتعويض في العلاقة أعلاه، تصبح على شكل نموذج الجاذبية في صيغته البسيطة التي لا

تتضمن المسافة وهذا في إطار عدم وجود قيود على التجارة، كما تظهره العلاقة التالية:

$$M_{ji} = AY_i Y_j$$

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

أما في حالة وجود عوائق على التجارة مثل تكاليف النقل التي تخفض من حجم التدفقات التجارية بين الدولة المصدرة i والدولة المستوردة j ، ويتم التعبير عن هذه التكاليف بعامل المسافة التي تفصل بينهما ويرمز لها بـ t_{ij} . وإذا ما أدرجنا هذا العامل على العلاقة أعلاه نتحصل على الصيغة البسيطة لنموذج الجاذبية متضمناً المسافة وذلك كما يلي:

$$M_{ji} = A \frac{Y_i Y_j}{t_{ij}}$$

- محاولة **Eventt-Keller**: إضافة إلى العمل الذي قام به *Alan V. Deardorff*، وهذا محاولة منه لإيجاد إطاراً نظرياً لنموذج الجاذبية إنطلاقاً من نموذج التجارة الخارجية لهكشر- أولين البسيط $2 \times 2 \times 2$ ، نجد أن كل من *Eventt-Keller* سنة 1998 قد حاولا اشتقاق صيغة لنموذج الجاذبية إنطلاقاً من نموذج التجارة الخارجية لهكشر- أولين ومن ثم إعطاء إطاراً نظرياً لهذا النموذج، وهذا في ظل مجموعة من الفرضيات تتمثل في:

- وجود دولتين i و j ، وإنتاج سلعتين X و Z .
- وجود عنصري للإنتاج هما العمل L ورأس المال K .
- الدولة i ذات وفرة نسبية في عنصر رأس المال والسلعة X كثيفة عنصر رأس المال. والدولة j ذات وفرة نسبية في عنصر العمل والسلعة Z كثيفة عنصر العمل.
- تماثل وتطابق تفضيلات المستهلكين وعدم وجود تكاليف النقل، بالإضافة إلى توازن التجارة.
- تبعاً لنظرية لهكشر- أولين فإن الدولة i تقوم بتصدير السلعة X كثيفة عنصر رأس المال إلى الدولة j وتقوم باستيراد من هذه الأخيرة السلعة Z كثيفة عنصر العمل. وواردات الدولة i من الدولة j والتي يرمز لها بـ M_{ij} تعطى وفقاً للعلاقة التالية:

$$M_{ij} = S^i (P_x N_x^j X^j + N_z^j Z^j)$$

أما واردات الدولة j من الدولة i فتعطى بالعلاقة التالية:

$$M_{ji} = S^j (P_x N_x^i X^i + N_z^i Z^i)$$

وفي ظل التوازن فإن المقدار $(P_x N_x^j X^j + N_z^j Z^j)$ يساوي الناتج المحلي الإجمالي للدولة j الذي يرمز له بالرمز Y_j ، أما المقدار $(P_x N_x^i X^i + N_z^i Z^i)$ يساوي الناتج المحلي الإجمالي للدولة i الذي يرمز له بالرمز Y_i . بالتعويض، فإن واردات الدولة i من الدولة j تصبح كما يلي:

$$M_{ij} = S^i Y_j$$

وبافتراض أن الدولة i تطلب منتجات الدولة j كنسبة من منتجات العالم فإن:

$$M_{ji} = \frac{Y_i}{Y_w} Y_j = \frac{1}{Y_w} Y_i Y_j$$

بوضع $A = \frac{1}{Y_w}$ والتعويض في العلاقة أعلاه، حيث تصبح على شكل نموذج الجاذبية في صيغته البسيطة التي لا تتضمن المسافة، وذلك كما يلي:

$$M_{ji} = AY_i Y_j$$

إضافة إلى هذه المحاولات في تدعيم نموذج الجاذبية من الناحية النظرية هناك محاولات أخرى نذكر منها محاولة *Helpman* سنة 1984، ومحاولة *Bergstand* خلال الفترة 1985 و 1989، محاولة *Deardorff* سنة 1995 ومحاولة *Van Wincoop* سنة 2001.

1-3-1- إستخدامات وعيوب نموذج الجاذبية:

1-3-1-1- إستخدامات نموذج الجاذبية:

يعد نموذج الجاذبية أحد الأساليب الكمية الشائعة في الدراسات التجريبية لمعالجة الموضوعات المرتبطة بالتجارة الدولية، ويمكن أن نشير إلى ثلاث إستخدامات لهذا النموذج فيما يلي:

- **قياس أثر الحدود:** إن التجارة الثنائية بين المقاطعات أو الدول التي تشترك في الحدود تكون أكبر نتيجة انخفاض تكاليف النقل مقارنة بالحالة العكسية. ولقياس ذلك يستخدم عادة نموذج الجاذبية من خلال إدراجه كمتغير وهمي يأخذ القيمة 1 أو 0 حسب الحالة. ومن بين الدراسات التي كان لها إسهامات كبيرة في هذا المجال دراسة جون ماكالموم "*John McCallum*" سنة 1995 والتي قام من خلالها باستخدام نموذج الجاذبية بغرض قياس أثر الحدود على حجم التبادل التجاري بين بعض المقاطعات الكندية (الحدود المحلية) وحجم التبادل التجاري بين بعض المقاطعات الكندية والأمريكية (الحدود الدولية) والتي هي من نفس الحجم الإقتصادي وتفصلها نفس المسافة الجغرافية. وقد توصل أن حجم التبادل التجاري في الحالة الأولى يفوق 20 مرة حجم التبادل التجاري في الحالة الثانية¹.

- **خلق التجارة مقابل تحويل التجارة:** يعتبر نموذج الجاذبية من أفضل النماذج الاقتصادية التي تستخدم لتقييم أثر الاتفاقيات الإقليمية في تعزيز التدفقات التجارية بين الدول المنتمية لهذه التكتلات. ويتم إستخدام معادلة الجاذبية في معالجة موضوع الإقليمية بإعتبار أن الدولتين i و j قد وقعتا إتفاقية إقليمية، ويشار إلى هذا في نموذج الجاذبية بمتغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذا كان الدولتين في الإتفاقية و 0 إذا كان الدولتين خارج نطاق الإتفاقية، وعليه إذا كانت الإشارة المقدرة للمتغير موجبة فإن هناك خلقاً للتجارة نتيجة الإقليمية، بينما لو كانت الإشارة المقدرة للمتغير سالبة فإن هناك تحويل للتجارة. ويتم إجراء هذا الإختبار لكي نصور التجارة المحتملة كنتيجة لأنظمة التكامل الإقليمي².

¹ John McCallum, *National Borders Matter: Canada-U.S. Regional Trade Patterns*, *The American Economic Review*, Vol. 85, No. 3, Jun 1995, p 616.

² علي محمد علي العبدلة، مرجع سبق ذكره، ص 46.

- تقدير التجارة المحتملة: يفسر نموذج الجاذبية التجارة الثنائية بين عينة من الدول في شكل معادلة، والتي يتم استخدامها في عملية المحاكاة للحصول على التجارة الثنائية المحتملة بين أي زوجين من الدول¹. ويسمح لنا ذلك بحساب الإمكانيات التجارية بينهما، والتي تعرف على أنها الفرق بين حجم المبادلات التجارية الحقيقية أوالمشاهدة وحجم المبادلات التجارية المتحصل عليها من خلال عملية المحاكاة باستخدام نموذج الجاذبية المقدر².

1-3-2- عيوب نموذج الجاذبية:

لقد ظهرت مجموعة من المشاكل المرتبطة بتطبيق نموذج الجاذبية والتي لا تقلل من أهمية النموذج والقدرة التفسيرية التي يتصف بها، وإنما تجعل القياس القائم على النموذج أقل دقة فقط، نذكر منها:

- **معدل التدفق التجاري صفر:** غالباً ما يواجه تقدير نموذج الجاذبية في مجال التجارة مشكلة عدم وجود تصدير أو إستيراد في بعض السنوات بين بعض الدول. وبالتالي تأخذ تلك المشاهدات قيمة الصفر، ولكن التقدير في هذه الحالة يعطي نتائج غير منطقية تماماً ولا يتبع التوزيع الطبيعي، لأنه يتم التعامل مع الصفر كقيمة عند حساب معاملات الإنحدار والمتوسطات، وتزداد المشكلة تعقيداً إذا تم إدراج اللوغاريتم إلى متغيرات نموذج الجاذبية، حيث لا يمكن الحصول على لوغاريتم سالب، وهو ما ينطبق أيضاً على الحالة التي يكون فيها صافي التبادل التجاري بالسالب $[Ln(0) \text{ or } Ln(-Y) = \infty]$ ³. للتغلب على هذه المشكلة يتم إما التخلص من هذه الملاحظات، أو إضافة عامل ثابت موجب صغير إلى حجم التجارة في جميع المشاهدات قبل أخذ اللوغاريتم (عادة تضاف القيمة 1 فيصبح المتغير التابع $T_{ij} + 1$)⁴، ويتم تقدير النموذج في هذه الحالة بأسلوب بانيل توبيت "*Tobit Panel*" بإعتبار الأسلوب الأمثل للتغلب على مشكلة وجود بيانات صفرية أو سالبة⁵.

- **قياس المسافة:** من أهم إسهامات التي جاء بها نموذج الجاذبية في مجال التجارة الدولية هو إدراجه لتكاليف النقل كمتغير هام لتفسير حجم التبادل التجاري بين الدول. إلا أن هذه التكلفة لا تقاس ببيانات فعلية وإنما بالمسافة الجغرافية. وأعتبر هذا بديل غير كافي لتكاليف النقل لثباتها مما لا يسمح ذلك بقياس التغيرات في تكاليف السفر على مر الزمن. ويجدر الإشارة هنا أن هناك عدد قليل من الدراسات التي إستخدمت بيانات فعلية في هذا

¹ علاوي محمد حسن، تحليل تدفقات التجارة العربية البينية باستخدام نموذج الجاذبية *Gravity Model*، مجلة الباحث، العدد 10، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012، ص 13.

² Ben Slimane Karima, Ayadi Mohamed et Rejeb Med Salah, *Analyse sectoriel du potentiel de commerce dans la zone Méditerranéenne, Colloque Ouverture et émergence en Méditerranée, Rabat, 2008, P P 13-14.*

³ عماد شحاتة، الآثار الاقتصادية للتجارة الخارجية بين مصر والكوميسا باستخدام نموذج الجاذبية للتحليل المكاني، المجلة المصرية للإقتصاد الزراعي، مجلد 21، العدد 4، ديسمبر 2011، ص 10.

⁴ Bc. Bozena Bobkova, *Gravity model estimation using panel data- is logarithmic transformation advisable?*, Research report submitted to the Institute of Economic Studies in order to obtain a Master's degree in Economics, Charles University in Prague, Czech Republic, 2011-2012, P 18.

⁵ عماد شحاتة، مرجع سبق ذكره، ص 10.

المجال منها دراسة ليماو و فينابلز "Limao and Venables" سنة 2001 ودراسة ل كومبس و لافوركاد "Combes and Lafourcade" سنة 2005.¹

- **تعدد العلاقات الخطية:** فضمن فروض نموذج الإنحدار المتعدد أنه لا توجد أي علاقة خطية بين المتغيرات التفسيرية في النموذج. خصوصاً تلك التي تتضمن بيانات سلاسل زمنية، وعلى الرغم من وجود عدد من الدراسات السابقة لإختبار تعدد العلاقات الخطية فإن أي منها لم يلقى قبولاً واسعاً، وواحداً من تلك الاختبارات يشترط العدد المرتبط ببيانات المتغيرات، وعندما يزيد هذا العدد عن 20 أو 30 يدل ذلك على وجود تعدد للعلاقات الخطية.²

- **البيانات المستخدمة في النموذج:** سواء باستخدام بيانات مقطعية أو بيانات سلاسل زمنية مقطعية، فهناك صعوبة في جمع هذه البيانات عبر فترة زمنية طويلة، وهذا كان يشكل قيداً لإستخدام النموذج في الماضي، حيث إقتصر إستخدامه على الدول المتقدمة فقط.³

بالإضافة إلى أن البعض يظن أن إستعمال المتغيرات الوهمية التي يضمها نموذج الجاذبية في غالب الأحيان يؤدي إلى سوء صياغته، إلى جانب التشكيك أصلاً في مدى ملائمة النموذج الخطي للجاذبية، وذلك لإحتمال إنحياز تقديرات المرونة الحقيقية من خلال تقدير معالم النموذج الخطي باستخدام طريقة المربعات الصغرى العادية.⁴ وبالرغم من هذه الإنتقادات فقد تم إختيار نموذج الجاذبية فضلاً عن غيره من أساليب التقدير في العديد من الدراسات لتحديد الأهمية النسبية للمتغيرات المؤثرة في التدفقات الثنائية بين الدول مدفوعاً بالتطور الهام في منهجيات الاقتصاد القياسي المختلفة لعدة إعتبرات من بينها:⁵

- القوة التفسيرية لنموذج الجاذبية* حال توفر البيانات اللازمة لتقديره.

- إمكانية إدراج أكبر قدر ممكن من المتغيرات الاقتصادية والطبيعية في نموذج الجاذبية. وهو ما يمكن معه إدراج متغيرات مثل العوامل المؤسسية والمسافات الجغرافية ومدى وجود حدود مشتركة.

- يرتكز نموذج الجاذبية على أساس نظري صريح، حيث يمكن تطويره ليتوافق مع فروض نظريات التجارة الدولية التقليدية والحديثة. فمن الممكن إشتقاقه من نظريات النفقات النسبية لريكاردو، ونسب عناصر الإنتاج لهيكشر- أولين، ووفرات النطاق والمنافسة الاحتكارية.

¹ Peter A. G. van Bergeijk and Steven Brakman, *The Gravity Model in International Trade: Advances and Applications*, First Edition, Cambridge University Press, 2010, United Kingdom, P 14.

² علاوي محمد لحسن، مرجع سبق ذكره، ص 14.

³ المرجع السابق، ص 14.

⁴ وليد عبد مولا، مرجع سبق ذكره، ص 4.

⁵ أحمد محمد عزت أحمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 75-76.

* على المستوى التجريبي، نموذج الجاذبية يعطي تقديرات قوية جداً ويوفر ملاءمة جيدة للبيانات التي تمت ملاحظتها. وفي الواقع، فإن معظم تقديرات أحجام التجارة الثنائية فيما يتعلق بالنتائج المحلي الإجمالي والمسافة والمتغيرات التفسيرية الأخرى قد أعطت قيم لمؤشر التحديد (R^2) تراوحت ما بين 0.65% و 0.95%، تبعاً لمواصفات المعادلة.

ثانيا: مفهوم نموذج الجاذبية وتطبيقاته في مجال السياحة

باعتبار السياحة في جوهرها نشاط تجاري فقد أستخدم هذا النموذج لتحديد مختلف العوامل المؤثرة في حركة السياحة الدولية منذ الظهور الأولي له. وللإطلاع أكثر، سنتناول هنا مفهوم نموذج الجاذبية في مجال السياحة، ومتغيراته من خلال عينة من الدراسات السابقة، مع تحديد النموذج المقترح للدراسة وفقاً لما يلي:

2-1- مفهوم نموذج الجاذبية للطلب السياحي:

من الممكن أن يجادل البعض أن هناك حاجة لإستخدام هيكل مختلف لمعادلات نموذج الجاذبية في تجارة الخدمات عنها في تجارة السلع، بسبب إختلاف الخصائص المهمة بينهما. إلا أن العديد من الباحثين لم يروا أن هناك سبب للفصل، حجتهم في ذلك أن نظريات التجارة الدولية مثل نظرية هيكرش- أولين ونظرية التجارة الحديثة التي تتحدث عن المنافسة غير الكاملة، تغطي كلها السلع والخدمات، ومن دون شك أن نموذج الجاذبية ليس إستثناء. ولهذا فهو قابل للإستخدام في تجارة الخدمات مثلما هو قابل للإستخدام في تجارة السلع¹.

وبما أن السياحة يمكن إعتبارها نوعاً خاصاً من التجارة في الخدمات، فقد تم الإعتماد على هذا النموذج في تحليل حركة المسافرين والسياح الدوليين منذ الظهور الأولي له في الستينيات والسبعينيات من القرن الماضي*. إلا أنه قد تم تجاهل هذا النموذج في الأدب السياحي خلال فترة الثمانينات والتسعينات، نتيجة إفتقاره إلى خلفية نظرية في هذا المجال، إذ أعتبر أن الدعم النظري لنموذج الجاذبية في مجال التجارة الدولية غير صالح لتدفقات السياحة الدولية، ومع ذلك وبفضل نجاحه في تقديمه أقوى التفسيرات فيما يتعلق بالتجارة الدولية، فإن هذا النموذج قد أعيد ظهوره ضمن أدبيات الطلب السياحي خلال العقد الماضي. والواقع أن الدراسة التي جاء بها الباحثين كيمورا ولي "Kimura and Lee" سنة 2006 والتي بينا من خلالها أن تقدير نموذج الجاذبية في مجال تجارة الخدمات يعطى نتائج أفضل منها في مجال تجارة السلع. أتاح فرصة أكبر لتطبيق هذا النموذج في نمذجة وتحليل الطلب السياحي فيما بين الدول، هذا إلى جانب دراسة لكيوم "Keum" سنة 2010 والتي قدم من خلالها أدلة تجريبية تدعم نموذج الجاذبية من حيث قابلية التطبيق في مجال التجارة والسياحة، وذلك في محاولة منه

¹ Fukunari Kimua, Hyun-Hoon Lee, *The Gravity Equation in International Trade in Services*, this paper was presented at the european trade study group conference, university of nottingham, United Kingdom, september 9-11, 2004, PP 3-4.

* تجدر الإشارة أن من بين الدراسات التي إعتمدت على نموذج الجاذبية في تفسير حركة السياحة الدولية مع الظهور الأولي له دراسة Quandt and Baumol سنة 1969 بعنوان *The demand for abstract transport modes: Some hopes*، دراسة Durden and Silberman سنة 1975 بعنوان *The determinants of Florida tourists flows: A gravity model approach*، دراسة Malamud سنة 1973 بعنوان *Gravity model calibration of tourist travel to Las Vegas*، دراسة Gordon and Edwards سنة 1973 بعنوان *Holiday trip generation*.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

لتقدم أساس نظري لنموذج الجاذبية في تفسيره للتدفقات السياحية بالإعتماد على النظريات التجارية النموذجية "نموذج ليندر"¹.

وعليه فإن بناء نموذج الجاذبية للطلب السياحي تم من خلال تنقيح نموذج الجاذبية للتجارة، عن طريق تحويل المتغيرات بحيث تتناسب مع المتغيرات المرتبطة بالسياحة. فالسياحة كمنتج تصديري بين أي بلدين لا تعتمد على ظروف العرض والطلب فقط، ولكن هناك عوامل أخرى تؤثر على مستوى السياحة بين البلدين، فهناك عوامل إيجابية تساعد على تنشيط حركة السياحة، أو سلبية تثبط الحركة السياحية بين الدول. ومن بين هذه العوامل تكاليف النقل والعوائق غير الكمية التي لها دور في التأثير على حجم السياحة بين الدول، كعائق اللغة أو الجوار مثلاً. وبذلك تم تحديد الصيغة العامة لنموذج الجاذبية في مجال السياحة على النحو التالي*:

$$TD_{ij} = K \cdot \frac{M_i M_j}{D_{ij}}$$

TD_{ij} : حجم الطلب السياحي بين المقصد i والمصدر j .
 K : ثابت الجذب.

M_i : عامل جذب حركة السياحة في المقصد i .

M_j : عامل توليد حركة السياحة من المصدر j .

D_{ij} : المسافة بين المقصد i والمصدر j .

من هذه العلاقة، يتضح لنا أن نموذج الجاذبية للطلب السياحي يفسر تدفق السياحة بين أي بلدين على أنه دالة في مختلف العوامل التي تؤثر على حجم السياحة بينهما، بغض النظر عن طبيعة هذه العوامل، أكانت إيجابية أم سلبية.

2-2- متغيرات نموذج الجاذبية للطلب السياحي:

هناك العديد من المتغيرات التي تضمنها نموذج الجاذبية لتقدير دالة الطلب السياحي بين الدول. وللتعبير عموماً عن حجم هذا الطلب كمتغير تابع أو مفسر يتم الإعتماد على ثلاث مؤشرات كمية تتمثل في عدد السياح الوافدين أو عدد الليالي السياحية التي قضاها، أو عائدات السياح**. وتعد المقاربة النقدية الأكثر ملائمة لنمذجة الطلب السياحي في بعده الإقتصادي إلا أن المقياس الأكثر استخدام هو المؤشر الأول نظراً لصعوبة الحصول على

¹ Clive Morley, Jaume Rosselló, Maria Santana-Gallego, *Gravity models for tourism demand: theory and use*, *Annals of Tourism Research* 48, A Social Sciences Journal, 2014, P 2.

* سبق وأن أشرنا إلى هذه العلاقة في الفصل الأول ص 40.

** هناك مؤشرات أخرى أقل استخدام كمقياس لحجم الطلب السياحي منها ما هو كمي كعدد الزوار لمناطق الجذب السياحي - زوار المتاحف على سبيل المثال- ومنافذ بيع الترخية، ونوعي كدرجة التحسن في الطرق السريعة المؤدية إلى المقاصد السياحية، درجة إهتمام الحكومة بالتخطيط والتنمية الإقليمية للسياحة والتعاون مع الدول المجاورة أو ذات الإهتمام المشترك في مجال السياحة.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

البيانات النسبية لعائدات السياح، إلى جانب صعوبة الحصول على جميع الصفقات ذات الطابع السياحي¹. وقد أشار سونغ ولي في دراستهما "Song and Li" سنة 2008، أن الإعتماد على هذا المؤشر يسمح بإمكانية التمييز بين التغير في العرض والنفقات على المرافق السياحية وعدد السياح الوافدين². وقد سبقهما في ذلك ليم "Lim" في دراسة أعدها سنة 1997 والتي حاول فيها تلخيص بعض المتغيرات المستخدمة في تحليل الطلب السياحي منذ الستينيات، إذ وجد أن ما نسبته 51% من الدراسات إعتمدت على مؤشر عدد السياح (الوافدين أو المغادرين) كمتغير تابع، يليه مؤشر الإنفاق السياحي (عائدات أو مدفوعات) بنسبة 49%³. وفيما يتعلق بالمتغيرات المستقلة أو المفسّرة فهي تتمثل في مختلف العوامل الإقتصادية والمالية والثقافية والإجتماعية والبيئية والسياسية التي يمكن إستخدامها لمحاولة تفسير تدفقات السياحة الدولية. ونستند هنا للإشارة إلى هذه المتغيرات على عينة من الدراسات السابقة على النحو التالي:

دراسة لـ "M. Hafiz M. Hanafiah and M. Fauzi M. Harun". هدفت هذه الدراسة إلى تقدير دالة الطلب السياحي في ماليزيا بالإعتماد على قائمة بيانات لعدد السياح الوافدين من سبع دول خلال الفترة (1993-2007). تمثلت في أستراليا، هونغ كونغ، إندونيسيا، المملكة المتحدة، تايلاندا، تاوان والصين، وقد احتوى نموذج الجاذبية المعتمد على سبع متغيرات تفسيرية تمثلت في الدخل الفردي وحجم السكان في الدول المصدرة للسياح إلى ماليزيا، المسافة بينهما كمقياس عن تكاليف السفر، سعر الصرف العملة الماليزية مقابل عملات هذه الدول، مؤشر أسعار الإستهلاك في ماليزيا كمقياس لأسعار الخدمات السياحية، إلى جانب إدراج الأزمة الإقتصادية الآسيوية لسنة 1997 كمتغير وهمي، وذلك حسب المعادلة التالية⁴:

$$\begin{aligned} \text{Log}TA_{im} = & \alpha + \beta_1 \text{Log}GNI_{im} + \beta_2 \text{Log}CPI_{im} + \beta_3 \text{Log}CPI_{mas} \\ & + \beta_4 \text{Log}ER_{im} + \beta_5 \text{Log}POP_{im} + \beta_6 \text{Log}DIS_{im} + \beta_7 EC_{im} + u_i \end{aligned}$$

حيث:

TA_{im} : عدد السياح الوافدين إلى ماليزيا من الدولة i .

GNI_{im} : نصيب الفرد من الدخل الوطني الإجمالي في الدولة i .

CPI_{im} : نسبة مؤشر أسعار الإستهلاك في ماليزيا إلى مؤشر أسعار الإستهلاك في الدولة i .

CPI_{mas} : مؤشر أسعار الإستهلاك في ماليزيا.

¹ ناريمان بن عبد الرحمان، أثر سعر الصرف على الطلب السياحي الأجنبي: دراسة حالة إقليم الأهقار بالجزائر خلال الفترة (1999-2012)، مجلة الباحث، العدد 16، جامعة ورقلة، الجزائر، 2016، ص 81.

² Azer Dilanchiev, *Tourism Demand in Georgia: Gravity Model Analysis*, 7th Silk Road International Conference "Challenges and Opportunities of Sustainable Economic Development in Eurasian Countries, Tbilisi - Batumi, Georgia, 24-26 May 2012, P 409.

³ Wim Naudé, Andrea Saayman, *Determinants of tourist arrivals in Africa: a panel data regression analysis*, Research Unit for People, Policy and Performance (Workwell), North-West University, Potchefstroom Campus, South Africa, 2005, P 369.

⁴ M. Hafiz M. Hanafiah and M. Fauzi M. Harun, *Tourism Demand in Malaysia: A cross-sectional pool time-series analysis*, International Journal of Trade, Economics and Finance, Vol. 1, No. 1, June 2010, P 81.

ER_{im} : سعر الصرف العملة الماليزية مقابل عملة الدولة i .

POP_{im} : عدد سكان الدولة i .

DIS_{im} : المسافة بين ماليزيا والدولة i .

EC_{im} : متغير وهمي يمثل الأزمة الاقتصادية لسنة 1997.

u_i : حد الخطأ العشوائي، Log : تعبر على اللوغاريتم، m : كينيا، i : الدول المصدرة للسياح إلى كينيا.

دراسة لـ "Simon Kiarie". وقد حاول من خلالها تحديد العوامل الرئيسية المؤثرة على الطلب السياحي الوافد إلى كينيا من تسع أسواق رئيسية شكلت حوالي 70% من نزلاء الفنادق الدوليين سنة 2007، وهي المملكة المتحدة، ألمانيا، إيطاليا، فرنسا، سويسرا، الو.م.أ، كندا، اليابان والهند، وذلك باستخدام نموذج الجاذبية بتطبيق أسلوب معطيات بانيل الديناميكي خلال الفترة (1987-2006). وقد ضم نموذج الدراسة عدد من المتغيرات المفسرة تتمثل في الدخل الفردي الممثل بنصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي كقياس على مستوى البنية التحتية والبنية الاقتصادية في كينيا، الدخل الفردي الممثل بنصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي كقياس عن القدرة الشرائية في الدول المصدرة للسياح إليها، الأسعار النسبية بين كينيا وهذه الدول كقياس عن إختلاف مستوى التكاليف المعيشية، المسافة بينهما، رسوم التأشيرة على السياح الوافدين إلى كينيا من هذه الدولة والظروف الأمنية التي شهدتها كينيا في بعض سنوات فترة الدراسة، بينما المتغير التابع تم قياسه بعدد الليالي التي قضاها السياح في الفنادق، وهذا ما تظهره العلاقة التالي¹:

$$\begin{aligned} \ln HBN_{kit} = & \alpha_0 + \alpha_1 \ln HBN_{kit-1} + \alpha_2 \ln GDP_{it} + \alpha_3 \ln GDP_{kt} \\ & + \alpha_4 \ln DIST_{ki} + \alpha_5 \ln P_{kit} + \alpha_6 \ln VISA_{it} + \beta_1 INSEC_t + u_{kit} \end{aligned}$$

حيث:

HBN_{kit} : عدد الليالي الفندقية المقضاة في كينيا من طرف سياح الدولة i في السنة t .

HBN_{kit-1} : عدد الليالي الفندقية المقضاة في كينيا من طرف سياح الدولة i في السنة $t-1$.

GDP_{it} : نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في الدولة i في السنة t .

GDP_{kt} : نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي في كينيا في السنة t .

$DIST_{ik}$: المسافة بين العاصمة الاقتصادية لكينيا والدولة i مقاسة بالكيلومترات.

P_{kit} : تكاليف المعيشة في كينيا مقابل الدولة i في السنة t .

$VISA_{it}$: رسوم التأشيرة المفروضة على السياح الوافدين إلى كينيا من الدولة i في السنة t .

$INSEC_t$: متغير وهمي يعبر عن السنوات التي عرفت توترات أمنية في كينيا بالقيمة 1 و 0 بخلاف ذلك.

u_{kit} : حد الخطأ العشوائي، Ln : تعبر على اللوغاريتم، k : كينيا، i : الدول المصدرة للسياح إلى كينيا.

¹ Simon Kiarie, *Estimating Inbound Tourism Demand for Kenya: The Gravity Approach*, the kenya institute for public policy reasearch and analysis, Discussion Paper No 94, 2009, P 19.

دراسة لـ "Murat Genç" التي إستخدم فيها معادلة الجاذبية لغرض معرفة محددات التدفقات السياحية إلى نيوزيلندا، مع التركيز على أثر الهجرة الدولية في حركة السياحة الدولية الوافدة، وقد إعتد في ذلك على سلسلة من البيانات غير متوازنة (*unbalanced panel data*) لـ 190 دولة تتداولها نيوزيلندا بين سنتي 1981 و2006، وقد أدرج الباحث إضافة إلى المتغيرات التفسيرية المشار إليها سابقاً في النموذج كل من عامل اللغة والهجرة والنتائج المحلي الإجمالي العالمي. ويمكن تلخيص هذه المتغيرات النحو التالي¹:

$$\begin{aligned} \ln TA = & \alpha_0 + \alpha_1 \ln mig + \alpha_2 \ln nzgdp + \alpha_3 \ln gdp + \alpha_4 \ln wgdg \\ & + \alpha_5 \ln dist + \alpha_6 \ln rer + \alpha_7 \ln dlan + \alpha_8 \ln dmig + \varepsilon_i \end{aligned}$$

حيث:

TA: عدد السياح الوافدين إلى نيوزيلندا من كل دولة من دول المصدر.

mig: عدد المهاجرين في نيوزيلندا من كل دولة من دول المصدر.

nzgdp: الناتج المحلي الإجمالي في نيوزيلندا.

gdp: الناتج المحلي الإجمالي لكل دولة من دول المصدر.

wgdg: الناتج المحلي الإجمالي العالمي.

dis: المسافة بين عاصمة كل دولة من دول المصدر وعاصمة نيوزيلندا.

rer: سعر الصرف الحقيقي.

dlan: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذ لم تستخدم اللغة الإنجليزية على نطاق واسع في دول المصدر.

dmig: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذ لم يكن هناك مهاجرين من دول المصدر في نيوزيلندا.

ε_i : حد الخطأ العشوائي و \ln : تعبر على اللوغاريتم.

دراسة لـ "Roperto Jr Deluna and Narae Jeon". والتي هدفا من خلالها إلى تحديد العوامل المؤثرة على طلب الخدمات السياحة الفلبينية من 24 دولة للفترة الواقعة ما بين سنتي 2001 و2012، باستخدام نموذج الجاذبية مقدراً ببيانات بانيل -التأثيرات العشوائية-، وتشمل هذه العوامل الدخل وحجم السوق المعبر عنه بعدد السكان في دول مصدر السائح والمسافة الفاصلة بينهما، والأسعار النسبية وهي عبارة عن النسبة بين مؤشري أسعار الإستهلاك في الدولة المصدرة والمستقبلة للسياح كمقياس عن تكاليف المعيشة وأسعار السلع والخدمات في الفلبين وغيرها من الوجهات السياحية المنافسة مثل ماليزيا وإندونيسيا وتايلند، هذا إلى جانب إدراج

¹ Murat Genç, *Migration and Tourism Flows to New Zealand*, University of Otago, Dunedin, New Zealand, 30 April 2010, P 4.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

متغيرات أخرى منها ما هو مولّد لتدفقات السياحة إلى الفلبين مثل وجود رحلات طيران مباشرة، الإشتراك في اللغة والتاريخ الإستعماري والعضوية في رابطة ASEAN، ومنها ما هو مثبّط مثل وجود صراعات وحروب. وهذا حسب المعادلة التالية¹:

$$\begin{aligned} \ln TD_{ijt} = & \beta_0 + \beta_1 \ln GDP_{jt} + \beta_2 \ln POP_{jt} - \beta_3 \ln Dist_{ijt} + B_4 \ln TCPI_{ijt} + \beta_5 \ln TCPI_{mjt} \\ & + \beta_6 \ln TCPI_{inj} + \beta_7 \ln TCPI_{thj} + \beta_8 \ln RREER_{jit} + D_1 DF_{ijt} + D_2 Conf_{ijt} + D_3 Cal_{jt} \\ & + D_4 lang_j + D_5 CC + D_6 ASEAN + \varepsilon_{ijt} \end{aligned}$$

حيث:

TD_{ijt} : الطلب على الخدمات السياحية في الفلبين مقاس بعدد السياح الوافدين من الدولة j في السنة t .

GDP_{jt} : الدخل مقاس بالنتائج المحلي الإجمالي للفترة t بالدولار الأمريكي للدولة j .

POP_{jt} : عدد السكان في الدولة j للفترة t كمقياس عن حجم السوق.

$Dist_{ijt}$: المسافات الثنائية بين مانيلا (عاصمة الفلبين) وعاصمة الدولة j مقاسة بالكيلومترات.

$TCPI_{ijt}$: السعر النسبي للسياحة كمقياس عن التكاليف المعيشية في الفلبين في السنة t .

$TCPI_{mjt}$: السعر النسبي للسياحة كمقياس عن التكاليف المعيشية في الوجهة المنافسة ماليزيا في السنة t .

$TCPI_{inj}$: السعر النسبي للسياحة كمقياس عن التكاليف المعيشية في الوجهة المنافسة إندونيسيا في السنة t .

$TCPI_{thj}$: السعر النسبي للسياحة كمقياس عن التكاليف المعيشية في الوجهة المنافسة تايلندا في السنة t .

$RREER_{jit}$: معدل سعر الصرف الحقيقي النسبي بين الفلبين والدولة j في السنة t .

DF_{ijt} : متغير وهمي يأخذ القيمة 1 لوجود رحلات مباشرة بين الفلبين و الدولة j و 0 بخلاف ذلك.

$Conf_{ijt}$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 لوجود صراعات بين الفلبين و الدولة j في سنة معينة و 0 بخلاف ذلك.

Cal_{jt} : متغير وهمي يأخذ القيمة 1 لوجود كوارث طبيعية مثل الأعاصير والزلازل، أو حروب في الدولة j في سنة معينة و 0 بخلاف ذلك.

$lang_j$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذا كانت الدولة j تعتبر اللغة الإنجليزية من لغاتها الرسمية و 0 بخلاف ذلك.

CC : متغير وهمي يأخذ القيمة 1 لوجود علاقات إستعمارية بين الفلبين و الدولة j و 0 بخلاف ذلك.

$ASEAN$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 إذا كانت الدولة j عضو في رابطة دول جنوب شرق آسيا و 0 بخلاف ذلك.

ε_{ijt} : حد الخطأ العشوائي، \ln : تعبر على اللوغاريتم، i : الفلبين، j : الدول المصدرة للسياح إلى الفلبين.

¹ Roperto Jr Deluna and Narae Jeon, *Determinants of International Tourism Demand for the Philippines: An Augmented Gravity Model Approach*, University of Southeastern Philippines, School of Applied Economics, MPRA Paper No. 55294, March 2014, P 10.

دراسة لـ "*Wim Naudé and Andrea Saayman*". وكان الهدف من هذا البحث تفسير محددات السياحة إلى إفريقيا بأقسامه (إجمالي الطلب، الطلب الأمريكي، الأوروبي، الأفريقي) مع مراعاة العوامل النموذجية الموجودة في القارة، مثل عدم الاستقرار السياسي والاجتماعي والضعف الهيكلي والمؤسسي. ولأجل ذلك إستخدمت بيانات لـ 43 دولة إفريقية مع عينة من الأسواق الدولية المصدرة للسياح إليها خلال الفترة الممتدة ما بين 1996 و2000، وتمثل المتغيرات المستقلة المدرجة في النموذج، الأسعار في أفريقيا مقارنة بالأسعار في الدول المصدرة للسياح، الدخل الفردي في الدول المصدرة للسياح، البنية التحتية للسياحة مقاسة بعدد الغرف الفندقية المتوفرة، قضايا الصحة مقاس بنسبة إنتشار مرض الملاريا في أفريقيا سنة 1994، تكاليف النقل الجوي المقاسة بالمسافة الجغرافية، البنية التحتية للاتصالات والتسويق مقاسة بعدد مستعملي الأنترنت، مستوى التنمية مقاسة بمعدل التحضر (نسبة الساكنين بالمدن من إجمالي السكان)، معدل الوفيات في إفريقيا، متوسط سعر الغرفة الفندقية الواحدة والمستوى المعيشي في إفريقيا، إضافة إلى مؤشر الإستقرار السياسي والحدود الجغرافية والواجهة البحرية كمتغيرات وهمة¹.

وبصفة عامة، يمكن تقسيم المتغيرات الداخلة في معادلة الجاذبية لتفسير الطلب السياحي إلى ثلاث مجموعات من المتغيرات. الأولى متغيرات تتعلق بالعرض والطلب بالدولتين منها الناتج المحلي الإجمالي وحجم السكان. والثانية عوامل من شأنها إعاقاة حركة السياحة ومنها تكلفة النقل والتحيز للطلب السياحي الداخلي والتباين الثقافي والعزلة الجغرافية. والثالثة العوامل المتعلقة بتعزيز حركة السياحة مثل اللغة والحدود والديانة المشتركة. ويمكن إجمال أهم المتغيرات المفسرة التي تم الإعتماد عليها في دراسة الطلب السياحي بناءً على عينة النماذج السابقة ونماذج أخرى تم الإطلاع عليها، مع تحديد نوع الطلب السياحي المستخدم في الجدول التالي:

¹ Wim Naudé and Andrea Saayman, Op .Cit, P 378.

الجدول (1-4): أهم المتغيرات المدرجة في نماذج الجاذبية للطلب السياحي

شرحها	المتغيرات
طلب سياحي وافد، طلب سياحي مغادر	نوع الطلب السياحي
عدد السياح، عدد الليالي السياحية، عائدات السياحة	متغيرات قياس الطلب السياحي (المتغير التابع)
المتغيرات الأكثر استخدام	المتغيرات المحددة للطلب السياحي (المتغيرات المستقلة)
الدخل، عدد السكان، طاقات الإيواء السياحي، تكاليف النقل أو المسافة الجغرافية، سعر الصرف النسبي بين الدول المصدرة للسياح والمستقبل لهم، أسعار المنتج السياحي، الأسعار النسبية بين الدول المصدرة للسياح والمستقبل لهم، الظروف الأمنية والإقتصادية والإجتماعية في الدول المصدرة للسياح والمستقبل لهم، التاريخ المشترك، اللغة، الحدود المشتركة، رسوم التأشيرة.	
المتغيرات الأقل استخدام	
حجم التجارة الخارجية، استعمال الأنترنت، تدفقات الهجرة، حجم الإستثمار السياحي، عدد الوفيات النجمة عن الأوبئة، الكثافة السياحية نسبة التنمية الحضرية، ميزانية الترويج السياحي، رأس المال البشري (عدد العمال في القطاع السياحي). التحالفات الإقليمية، الرعاية الصحية.	

المصدر: من إعداد الطالبة بالإطلاع على مختلف نماذج الدراسات السابقة.

- ورغم الإستخدام الواسع لنموذج الجاذبية في تفسير التدفقات السياحية بين مختلف الأقاليم والدول، فإنه لم يخلو من الإنتقادات في هذا المجال بالإضافة إلى ما تمت الإشارة إليه سابقاً نذكر منها¹:
- تفترض هذه النماذج بأن السائح يمتلك معلومات دقيقة عن كلفة السفر وعدد الفرص السياحية التي يمكنه مشاهدتها أثناء اختياره الطريق.
 - إن الوقت المستغرق للرحلة ونوع الفرص السياحية ثابتة في جميع فصول السنة وتحت تأثير جميع الظروف المناخية.
 - إن عامل الجذب السياحي أحتسب على أساس الموقع السياحي ككل. وبمعنى آخر لم تعط أهمية لدرجة التفاوت بين المواقع السياحية المختلفة من حيث شدة جذبها للسائح خاصة عند توزيع السياح ضمن المواقع السياحية الكبيرة التي تمتاز بتعدد منتجاتها وعروضها السياحية.
 - لم تولي نماذج الجاذبية أي إهتمام بصفات وخصائص المجموعة السياحية من حيث تركيبها العمري، الجنسي، الثقافي... إلخ.

¹ موفق عدنان الحميري و نبيل زعل الحوامدة، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون، مرجع سبق ذكره، ص 212.

- إن خبرة وثقافة السائح غالباً ما تكون محدودة حيث إن غالبية السياح يسلكون نفس الطريق للوصول إلى الموقع السياحي وهذا يعني بأن الفرص السياحية المتوفرة سوف تكون متكررة وغير جديدة.
- إن الدالة الأسية لعامل المسافة أو الوقت المستغرق للرحلة قد لا تكون ملائمة في بعض الحالات، وذلك لعدم قدرتها من تقديم نتائج معقولة خاصة في حالة كون مناطق إنطلاق السياح قريبة جداً أو بعيدة جداً عن الموقع السياحي.

2-3- نموذج الجاذبية للطلب السياحي المقترح:

- تحديد متغيرات النموذج: من أجل تقدير الأثر الكمي للمتغيرات الداخلة في دالة الطلب على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2015)، وبناءً على إستعراض الأبعاد النظرية لنموذج الجاذبية، وبالإشارة إلى المتغيرات التي شاع إستخدامها في تقدير هذا النموذج بالنسبة لتفسير تدفقات الأفواج السياحية فيما بين الدول، نتخذ الصيغة الأساسية للنموذج على النحو التالي:

$$TA_{ijt} = a \cdot GNIpc_{jt}^{\alpha_1} \cdot POP_{jt}^{\alpha_2} \cdot RP_{ijt}^{\alpha_3} \cdot REX_{ijt}^{\alpha_4} \cdot HB_{it}^{\alpha_5} \cdot NU_{it}^{\alpha_6} \cdot Dist_{ij}^{\alpha_7} e^{\beta_1 Lang_{ij} + \beta_2 Bord_{ij} + \beta_3 Hist_{ij} + \beta_4 Intc_{it} + \beta_5 Extc_{it}} \cdot \mu_{ijt}$$

وبأخذ اللوغاريتم الطبيعي لكل متغير بغرض القياس والتحليل تصبح المعادلة على الشكل الخطي كالتالي:
 $LnTA_{ijt} = \alpha_0 + \alpha_1 LnGNIpc_{jt} + \alpha_2 LnPOP_{jt} + \alpha_3 LnRP_{ijt} + \alpha_4 LnREX_{ijt} + \alpha_5 LnHB_{it} + \alpha_6 LnNU_{it} + \alpha_7 LnDist_{ij} + \beta_1 Lang_{ij} + \beta_2 Bord_{ij} + \beta_3 Hist_{ij} + \beta_4 Intc_{it} + \beta_5 Extc_{it} + \varepsilon_{ijt}$

وفيما يلي تحديد متغيرات هذا النموذج:

TA_{ijt} : عدد السياح الوافدين من دولة المصدر j إلى دولة المقصد i في السنة t .

$GNIpc_{jt}$: نصيب الفرد من الدخل الوطني الإجمالي في دولة المصدر j في السنة t .

POP_{jt} : عدد سكان دولة المصدر j في السنة t .

RP_{ijt} : السعر النسبي للسياحة بين دولة المصدر j ودولة المقصد i في السنة t .

REX_{ijt} : سعر الصرف الحقيقي لعملة دولة المقصد i مقابل عملة دولة المصدر j في السنة t .

HB_{it} : عدد الأسرة الفندقية بمختلف أنواعها في دولة المقصد i في السنة t .

NU_{it} : عدد مستخدمي الأنترنت في دولة المقصد i في السنة t .

$Dist_{ij}$: المسافة الجغرافية بين عاصمة دولة المقصد i وعاصمة دولة المصدر j بالكيلومترات.

$Lang_{ij}$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 لوجود لغة رسمية مشتركة بين الدولتين i و j و 0 بخلاف ذلك.

$Bord_{ij}$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 لوجود حدود مشتركة بين الدولتين i و j و 0 بخلاف ذلك.

$Colony_{ij}$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 لوجود تاريخ إستعماري بين الدولتين i و j و 0 بخلاف ذلك.

$Intc_{it}$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 في السنة التي شهدت فيها دولة المقصد i توتر أمني و 0 بخلاف ذلك.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

$Extc_{jt}$: متغير وهمي يأخذ القيمة 1 في السنة التي شهدت فيها دولة المصدر j أزمة (أمنية، إقتصادية، طبيعية) و 0 بخلاف ذلك.

ε_{ijt} : حد الخطأ العشوائي، يعبر عن أثر المتغيرات الأخرى التي لم تدخل في النموذج والتي قد تكون غير قابلة للقياس أو غير معروفة. مع افتراض أن قيمه موزعة توزيعاً طبيعياً بتوقع يساوي الصفر وتباين ثابت.

$\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_6$: تمثل معاملات النموذج بالنسبة للمتغيرات التفسيرية الكمية، وبما أن المعادلة في شكل لوغاريتمي مزدوج يمكن تفسيرها كمرونات.

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_5$: تمثل معاملات النموذج بالنسبة للمتغيرات التفسيرية الكيفية التي تم التعبير عنها في صورة $Level$ وليس في صورة Ln .

Ln : تعبر على اللوغاريتم الطبيعي.

i : دولة مقصد السياح الممثلة في الجزائر وتونس $i = Alg, Tun$

j : دولة مصدر السياح الممثلة في عينة الدراسة $j = Fra, Ger, Spa, \dots, Aus$

t : تمثل سنوات الدراسة 2000, 2001, \dots, 2015

وإن تكوين النموذج على النحو السابق بيانه يتسم بعدة مزايا والتي من بينها أنه يتضمن متغيرات مشجعة على السياحة الدولية مثل المتغيرات التي تعكس الحجم الإقتصادي للدولة المصدرة للسياح (نصيب الفرد من الدخل الوطني)، مدى وجود لغة وحدود مشتركة بالإضافة إلى الماضي الإستعماري. كما تضمن النموذج أيضاً متغيرات من شأنها أن تقلص حجم التدفقات السياحية بين الدول مثل المتغير الخاص بالمسافة الجغرافية وهو مؤشر تقريبي لتكاليف النقل بين الدولة المصدرة للسياح والدولة المستقبلة، متغيري الأزمات الداخلية والخارجية بالإعتبار أن هذه الأخيرة حساسة جداً للظروف الأمنية في الدول المصدرة للسياح والمستقبلة لهم. النموذج يعكس لنا أيضاً المنافسة السعرية من خلال المتغير الخاص بسعر الصرف الحقيقي.

- **توصيف متغيرات النموذج:** يتضمن هذا النموذج المقترح مجموعتين من المتغيرات المستقلة. تشمل الأولى عوامل المتعلقة بالطلب على الخدمات السياحية في دولة المصدر. بينما تتضمن الثانية العوامل المتعلقة بالقدرة على العرض بدولة المقصد تلبية لهذا الطلب، ومن تعريف هذه المتغيرات المستقلة بما فيها المتغير التابع، إلى جانب الإستناد إلى النظرية الإقتصادية والدراسات السابقة يمكن إستنتاج إتجاه التأثير المتوقع لكل منهم على النحو التالي:

• **عدد السياح الوافدين $Number\ Tourist\ Arrivals$:** يتمثل في المتغير التابع، وقد إستخدم كمقياس لحجم الطلب على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس، من 31 بلد أجنبي لديها بيانات متاحة لتمثيل الطلب الدولي على الخدمات السياحية في دول المقصد السياحي. مع الإشارة إلى أنه تم إستبعاد السياح المغتربين حيث أن إدراجها قد يؤدي إلى تحيز في النتائج باعتبار أن الغرض الأساسي من عودة المغتربين هو زيارة الأهل والأقارب وليس طلباً للسياحة، مما يعني أن المتغيرات التفسيرية المدرجة في النموذج لا تؤثر بشكل كبير على هذه الحركة.

• نصيب الفرد من الدخل الوطني الإجمالي *Gross national income per capita*: يعتبر هذا المتغير من أكثر المتغيرات التفسيرية استخداماً عند قياس حجم الطلب السياحي، وهو يعكس لنا القدرة الشرائية للسائح، وتم إعماده كبديل عن مستوى الدخل الفردي بإعتبار السياحة نشاط فردي¹. ولأن السياحة ما زالت من الحاجات الرفاهية والكمالية لأغلب فئات المجتمع، فإن زيادة عدد السياح إلى الخارج مرتبط بارتفاع دخول الأفراد وزيادتها عن مستوى الإنفاق الإستهلاكي على ضروريات الحياة. وبالتالي كلما زاد مستوى الدخل في الدول المصدرة للسياح (الدول المستوردة للخدمات السياحية) زاد الطلب على الخدمات السياحية المحلية والمستوردة على حد سواء. وبالتالي من المفترض أن هذه الزيادة تؤدي إلى زيادة تدفق الأفواج السياحية إلى الدول المستقبلة للسياح (الدول المصدرة للخدمات السياحية). وعليه فإن الإشارة المتوقعة بالنسبة للمعلمة α_1 التي تعبر عن مرونة الطلب السياحي بالنسبة للدخل موجبة أي $\alpha_1 > 0$.

• عدد السكان *population*: تؤدي زيادة معدلات النمو السكاني وما يترتب عنها من زيادة في أعداد الناشطين إقتصادياً إلى زيادة الطلب على الخدمات السياحية خاصة إذا ما صاحب هذه الزيادة الديمغرافية معدلات دخل مرتفعة ووعي سياحي مرتفع، ومنه فإن أغلب النماذج السابقة تتفق على أن متغير عدد السكان من بين المتغيرات التي تؤثر في عدد السياح المتجهين للخارج في أي دولة. وعليه فإن الإشارة المتوقعة بالنسبة للمعلمة α_2 التي تعبر عن مرونة الطلب السياحي بالنسبة لحجم السكان موجبة أي $\alpha_2 > 0$.

• السعر النسبي للسياحة *Relative Price of Tourism*: يعتبر هذا المتغير هو الآخر من بين أكثر المتغيرات استخداماً لقياس الطلب السياحي، ويشمل سعر جميع السلع والخدمات التي تم شراؤها من قبل السياح في بلد المقصد². وبالتالي فهو يعكس تكاليف المعيشة والمستوى العام للإسعار بما فيها أسعار الخدمات السياحية (مثل خدمة المبيت) في الدولة المستقبلة للسياح مقارنة بالدول المصدرة لهم³. وكلما كان السعر النسبي للسياحة مرتفع بمعنى إرتفاع تكاليف المعيشة بشكل عام في دول مقصد السياح مقارنة بدول مصدر السياح، سيؤثر هذا على قراره للسفر إلى هذه الوجهة ويدفعهم إلى البحث عن بدائل سياحية أرخص، أو التوجه إلى ممارسة السياحة المحلية. مما يؤدي ذلك إلى إنخفاض حجم التدفقات السياحية بإتجاه هذه الدولة. وعليه فمن المتوقع أن تكون إشارة المعلمة α_3 التي تعبر عن مرونة الطلب السياحي بالنسبة للسعر سالبة أي $\alpha_3 < 0$. وتجدد الإشارة هنا أن هذا المؤشر ما هو إلا النسبة بين الرقم القياسي لإسعار الإستهلاك في الدولة المصدرة للسياح والمستقبلة لهم وذلك وفق العلاقة التالية⁴:

¹ Joel Hinaunye Eita, André C. Jordaan and Yolanda Jordaan, *An econometric analysis of the determinants impacting businesses in the tourism industry*, African Journal of Business Management, Vol 5(3), 4 February 2011, P 669.

² Mohamed Abbas, Mohamed Ali Ibrahim, *The Determinants of International Tourism Demand for Egypt: Panel Data Evidence*, European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, 2011, P 54.

³ Siti Shuhada Ahmad Kosnan, Normaz Wana Ismail, *Demand Factors for International Tourism in Malaysia: 1998-2009*, Prosiding Perkem VII, JILID 1, 2012, P 47.

⁴ Roperto Jr Deluna and Narae Jeon, *Op. Cit*, P 6.

$$RP_{ijt} = \left(\frac{CPI_{it}}{CPI_{jt}} \right)$$

حيث: CPI_{it} الرقم القياسي لأسعار الإستهلاك في دولة المقصد i في السنة t مع إعتبار سنة الأساس 2010.

CPI_{jt} الرقم القياسي لأسعار الإستهلاك في دولة المصدر j في السنة t مع إعتبار سنة الأساس 2010.

• **سعر الصرف الحقيقي *real exchange rate***: يعبر سعر صرف الحقيقي لعملة دولة مقصد السائح مقابل عملة دولة مصدر السائح عن القدرة الحقيقية لمبلغ من عملة هذه الأخيرة على إقتناء كميات من السلع والخدمات في سوق البلد المضيف. وبذلك فهو يعتبر أيضاً مؤشراً يقارن به السائح بين أسعار السلع والخدمات وكذا التغيرات في القوة الشرائية لعملته من دولة لأخرى¹. وإن العلاقة بين حجم الطلب السياحي وهذا المتغير يمكن تفسيره على أن إرتفاع سعر صرف عملة الدولة المضيفة (إنخفاض قيمة عملة السائح)، يؤدي إلى إنخفاض القوة الشرائية لعملة السائح في سوق البلد المضيف، ومن ثم ينتج عن ذلك إحصام الكثير من الأفراد عن السفر وممارسة النشاط السياحي فيها، أو إنخفاض فترة إقامة السائح منعكسة في عدد الليالي التي يقضيها، أو التوجه إلى مناطق سياحية أخرى والعكس صحيح. وعليه فإن الإشارة المتوقعة بالنسبة للمعلمة α_4 التي تعبر عن مرونة الطلب السياحي بالنسبة لسعر الصرف سالبة أي $\alpha_4 < 0$. وإن سعر الصرف الحقيقي المعتمد في الدراسة ما هو إلا دمج سعر الصرف الإسمي مع الأسعار النسبية وفقاً للعلاقة التالية:

$$REX_{ijt} = NEX_{ijt} \left(\frac{CPI_{jt}}{CPI_{it}} \right)$$

حيث: NEX_{ijt} سعر الصرف الإسمي لعملة دولة المقصد i مقابل عملة دولة المصدر j في السنة t .

CPI_{jt} و CPI_{it} تم الإشارة إليهما سابقاً.

• **عدد الأسرة الفندقية *hotel beds***: يندرج هذا المتغير ضمن مؤشرات العرض السياحي، إذ يعكس لنا القدرة الإيوائية للبلد المضيف، وبالتالي فهو يستخدم كمقياس للبنية التحتية السياحية (وهي تشمل أماكن الإقامة بما فيها النقل والمرافق والخدمات الأخرى)²، والتي يتم التعبير عليها إما بعدد الغرف الفندقية أو عدد الأسرة. وتعتبر القدرة على توفير الإقامة في أي دولة عنصراً حاسماً في جذب الأفواج السياحية إليها، كما تتيح لها فرصة تقديم أسعار أرخص (بافتراض ثبات العوامل الأخرى)، إلى جانب القدرة على المنافسة في قطاع السياحة³. وعليه فإن الإشارة المتوقعة للمعلمة α_5 التي تعبر عن مرونة الطلب السياحي بالنسبة للبنية التحتية للسياحية موجبة أي $\alpha_5 > 0$.

¹ سعيد عبد العزيز علي عثمان ومحمد جابر حسن السيد فراج، تداعيات الأزمة المالية العالمية على قطاع السياحة المصري (السناريوهات المحتملة والحلول المقترحة)، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الإسكندرية، العدد 2، المجلد 46، 2009، ص 28.

² Joel Hinaunye Eita, André C. Jordaan and Yolanda Jordaan, Op .Cit, P 370.

³ Chokri Ouerfelli, *La Demande Touristique Européenne en Tunisie*, Document de travail - Economie (1991-2003) from Laboratoire d'Analyse et des Techniques Economiques LATEC, UMR 5601 - CNRS, Université de Bourgogne , P 3.

• عدد مستخدمي الإنترنت *Number of Internet users*: تم إعتقاد هذا المتغير كقياس للبنية التحتية للإتصالات في الدول المضيفة¹. وعلى الرغم من عدم وجود معيار موحد لقياس أثر البنية التحتية للإتصالات على حجم الطلب السياحي في أي دولة، إلا أنه في غالب الأحيان يعتمد على عدد مستخدمي الإنترنت في البلاد كبديل عن ذلك. وهذا المؤشر لا يقيس فقط مستوى الإطلاع الثقافي لشعوب البلد على الثقافات الأخرى (السياحة العكسية)، وإنما يشير أيضاً إلى درجة التطور التكنولوجي للبلد ومدى إستعماله للتكنولوجيا الحديثة في مختلف المجالات خاصة ما يهم السائح منها، كإستخدام الفنادق والمطاعم في البلد المضيف لشبكة الإنترنت من أجل الحجوزات. وبالتالي يعتبر توفر وسائل الإتصال من العوامل التي يعتمد عليها السائح في إتخاذ قراره بشأن وجهته السياحية. وبالتالي فإن الإشارة المتوقعة للمعلمة α_6 والتي تعبر عن مرونة الطلب السياحي بالنسبة للبنية التحتية للإتصالات موجبة بمعنى $\alpha_6 > 0$.

• **المسافة الجغرافية *Geographic Distance***: يعتمد الطلب على الصادرات السياحية للدولة ما على بعد تلك الدولة عنها بسبب تكاليف النقل التي تم إعتقاد عامل المسافة كبديل عنها² في ظل غياب البيانات الفعلية لهذه التكاليف. وتعتبر المسافة عائق طبيعي يعمل كمؤثر سلبي على حجم التدفقات السياحية بين الدولتين. ويمكن تفسير هذا الأثر السلبي عبر الإرتباط بين المسافات الجغرافية وأربعة من أشكال التكاليف على السياحة وهي تكلفة النقل، تكلفة الزمن المستغرق للوصول، تكاليف الإتصال، تكاليف تدليل تباين الثقافات³. وبالتالي فإن الإشارة المتوقعة للمعلمة α_7 التي تعبر عن مرونة الطلب السياحي بالنسبة للمسافة سالبة أي $\alpha_7 < 0$. ونشير هنا أنه يتم حساب هذه المسافة بين عواصم الدول بإعتبارها مركز تجاري وإقتصادي تتم فيها معظم المعاملات.

• **اللغة المشتركة *Common language***: أثبت العديد من الدراسات التطبيقية أهمية هذا العامل في خلق وتعزيز حركة التدفقات السياحية فيما بين الدول. إذ يدل هذا العامل على درجة التقارب الثقافي وسهولة التخاطب بين السياح وسكان البلد المضيف، مما يخفف من أثر العوامل المعيقة لحد الحركة مثل البعد الجغرافي. ويتم التعبير عن عامل اللغة في النموذج بمتغير وهمي يأخذ القيمة 1 في حالة وجود لغة مشتركة بين دولة المصدر ودولة المقصد والقيمة 0 في الحالة العكسية. ومنه فإن الإشارة المتوقعة لهذه المعلمة موجبة أي $\beta_1 > 0$.

• **الحدود المشتركة (التجاور الجغرافي) *Common Borders***: يعكس لنا هذا العامل الطبيعي مدى تنوع وسائل النقل المتاحة لدى السائح لإستخدامها في رحلته السياحية. ويُفترض أن وجود حدود مشتركة بين دولتين يؤدي إلى مزيد من تدفقات السياحة بينهما، بشرط وجود بنية تحتية مشتركة للنقل. وهنا تجدر الإشارة إلى أن

¹ Wim Naudé and Andrea Saayman, Op .Cit, P 379.

² G. Santeramo, A. Seccia, G. De Blasi, D. Carlucci, *Agritourism flows to Italy: an Analysis of Determinants Using the Gravity Model Approach*, Paper prepared for presentation at the 107th EAAE Seminar "Modeling of Agricultural and Rural Development Policies". Sevilla, Spain, January 29th -February 1st, 2008, P 6.

³ أحمد محمد عزت أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 81.

تضمنين متغير مستقل للمسافات الجغرافية بين الشركاء لا يغن عن تضمين متغير مستقل للحوار. خاصة حال إدراج المسافات الجغرافية على أنها المسافة بين مراكز الدولتين. وهو ما قد يبالغ في حساب المسافة الفعالة بين الدولتين¹. ويتم التعبير كذلك عن هذا العامل في النموذج بمتغير وهمي يأخذ القيمة 1 في حالة وجود حدود مشتركة بين دولة المصدر ودولة المقصد والقيمة 0 في الحالة العكسية. ويتوقع أن تكون إشارة معلمة هذا المتغير موجبة بمعنى $\beta_2 > 0$.

• **التاريخ الاستعماري *colonial History***: سبق وأن أشرنا إلى أهمية هذا العامل في زيادة الأفواج السياحية بين الدول، إذ يؤدي الإشتراك في التاريخ الاستعماري إلى سهولة الربط الثقافي والتاريخي بين الدول. وبالتالي نتوقع أن يكون لهذا العامل المعبر عنه بمتغير وهمي يأخذ القيمة 1 في حالة وجود ماضي استعماري و0 بخلاف ذلك أثراً إيجابياً على تدفق الأفواج السياحية بين الدول أي بـ $\beta_3 > 0$.

• **الأزمات الداخلية *Internal Crises***: تتخلل فترة الدراسة سنوات شهدت فيها دول المقصد السياحي توترات أمنية من شأنها أن تقلص من حجم الطلب السياحي فيها، نتيجة توجه السياح إلى مواقع أخرى بديلة، لأن السائح يبحث دائماً عن الأمن والمتعة خلال رحلته السياحية. وباعتبار أن قطاع السياحة حساس جداً لظروف الأمن، من المتوقع أن إشارة معلمة هذا العامل الذي تم تمثيله بمتغير وهمي يأخذ القيمة 1 في السنوات التي تخللتها عدم إستقرار أمني سالبة بمعنى $\beta_4 < 0$ ².

• **الأزمات الخارجية *External Crises***: قد تتعرض الدول المصدرة للسياح إلى أزمات إقتصادية أو أمنية أو طبيعية تحد من رغبة الأفراد على مزاولة النشاط السياحي، مما يكون لهذا الأثر السلبي على حجم الطلب السياحي بالنسبة للدول المضيفة. وتجدر الإشارة هنا أنه نظراً لصعوبة حصر جميع هذه الأزمات في عينة الدراسة الممثلة في 31 دولة خلال الفترة الواقعة ما بين 2000 و2015، تم الإقتصار على ثلاث أزمات خارجية كان لها تداعياتها على حركة السياحة على المستوى العالمي. تتمثل في أحداث 11 سبتمبر سنة 2001، أحداث سنة 2003، الأزمة المالية العالمية 2008-2009*³. وبالتالي من المتوقع أن معلمة هذا العامل الذي تم التعبير عنه هو الآخر بمتغير وهمي يأخذ القيمة 1 في هذه السنوات المذكورة ذات إشارة سالبة أي $\beta_5 < 0$ ³.

ويمكن تلخيص الإشارات المتوقعة لمعلمات النموذج في الجدول التالي:

¹ المرجع السابق، ص 81.

² أنظر الملحقين 33 و34.

* تداعيات الأزمة على قطاع السياحة على المستوى العالمي كان له أثر واضح سنة 2009 لذا سنعطي لهذه السنة 1 ونستثني سنة 2008.

³ أنظر الملحق 35.

الجدول (2-4): الإشارات المتوقعة لمعاملات النموذج

المتغيرات	المعامل	الإشارة المتوقعة	المتغيرات	المعامل	الإشارة المتوقعة
$GNlpc_{jt}$	α_1	+	$Dist_{ij}$	α_7	-
POP_{jt}	α_2	+	$Lang_{ij}$	B_1	+
RP_{jt}	α_3	-	$Bord_{ij}$	B_2	+
REX_{ijt}	α_4	-	$Colony_{ij}$	B_3	+
HB_{it}	α_5	+	$Intc_{it}$	B_4	-
NU_{it}	α_6	+	$Extc_{jt}$	B_5	-

المصدر: من إعداد الطالبة.

- عينة الدراسة ومصادر البيانات: تغطي الدراسة تدفقات الأفواج السياحية إلى الجزائر وتونس خلال الفترة الواقعة ما بين سنة 2000 و2015 بالنسبة لـ 31 دولة من أربعة مناطق أساسية يتوافد منها السياح، وتمثل في منطقة أوروبا التي تضم 12 دولة بنسبة 38.7% من إجمالي عينة الدراسة، المنطقة العربية التي تضم دول الشرق الأوسط والدول المغاربية بما يعادل 45.2% من إجمالي العينة بحجم 14 دولة، بينما النسبة الباقية والمقدرة بـ 16.1% فتعود إلى منطقة أمريكا، آسيا وأقيانوسيا والمشكلة من 5 دول. والجدول (3-4) يظهر لنا قائمة الدول حسب كل سوق.

الجدول (3-4): دول عينة الدراسة *

عينة الدول ورمزها	الأسواق المصدرة للسياح
فرنسا (Fra)، ألمانيا (Ger)، إسبانيا (Spa)، إنجلترا (Eng)، إيطاليا (Ita)، تركيا (Tur) سويسرا (Swi)، بلجيكا (Bel)، هولندا (Hol)، النمسا (Ast)، البرتغال (Por)، اليونان (Grc)	السوق الأوروبية
الجزائر (Alg) **، تونس (Tun) ***، المغرب (Mor)، ليبيا (Lib)، موريتانيا (Mau)، مصر (Egy)، لبنان (Leb)، الأردن (Jor)، السعودية (Sau)، اليمن (Yem)، قطر (Qat)، الإمارات (Emi)، عمان (Oma)، الكويت (Kuw)، البحرين (Bah)	السوق العربية
الو.م.أ (USA)، كندا (Can)، البرازيل (Bra)	السوق الأمريكية
اليابان (Jap)، أستراليا (Aus)	السوق الآسيوية والأقيانوسية

المصدر: من إعداد الطالبة.

* تم إستبعاد كل من العراق، فلسطين، سوريا، الصين من عينة الدراسة لعدم توفر البيانات الإحصائية لبعض المتغيرات المدرجة في النموذج.

** متعلق بنموذج الجاذبية للطلب على الخدمات السياحية في تونس.

*** متعلق بنموذج الجاذبية للطلب على الخدمات السياحية في الجزائر.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

وبالنسبة لمصادر البيانات المتعلقة بمتغيرات نموذج الجاذبية المعتمد عليه في عملية التقدير، فقد تم الحصول على جزء منها والخاص بنصيب الفرد من الدخل الوطني، عدد السكان، عدد مستخدمي الإنترنت، المؤشر العام لأسعار الاستهلاك وسعر الصرف الإسمي لعملات عينة الدراسة مقابل الدولار الأمريكي (المعطيات الأولية لحساب السعر النسبي للسياحة وسعر الصرف الحقيقي) من قاعدة بيانات البنك الدولي (<http://data.worldbank.org/indicator>). بينما عدد الأسرة مصدرها وزارتي السياحة التونسية والجزائرية بما فيها المتغير التابع المعبر عنه بعدد السياح الوافدين. وفيما يتعلق بمتغير المسافة والمتغيرات الوهمية الأخرى الممثلة في اللغة المشتركة، الحدود المشتركة، التاريخ الإستعماري، تم الحصول عليها من قاعدة معطيات مركز الدراسات المستقبلية والمعلومات الدولية CEII الذي وضعه Mayer and Zignago سنة 2005¹. وفيما يتعلق بمتغيري الأزمات الداخلية والخارجية تم تحديدها من مواقع مختلفة وقد أشرنا إلى ذلك سابقاً. ولتقدير هذا النموذج يستخدم في ذلك أسلوب الدمج بين السلاسل الزمنية والمكونة من 16 سنة والناجئة عن تغطية الفترة السنوية من 2000 إلى 2015 والبيانات المقطعية التي تعبر عن عدد دول الدراسة وباللغة 31 دولة بالنسبة لإجمالي العينة، وبذلك يكون عدد المشاهدات المعتمد عليها في التحليل 496 مشاهدة كأبعد تقدير. وقبل إيجاد معادلة الجاذبية للطلب السياحي الإجمالي بما فيها الأسواق في كل من الجزائر وتونس سنشير إلى هذا الأسلوب بشيء من الإيجاز في الجزء الموالي.

ثالثاً: أسلوب تقدير نموذج الجاذبية

طبقاً للإطار النظري للدراسة يُقترح تطبيق نموذج لبيانات السلاسل الزمنية المقطعية (*panel Data*) لإختبار أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع. والمقصود ببيانات البائل هي المشاهدات المقطعية مثل الدول أو السلع، المرصودة عبر فترة زمنية معينة، أي دمج البيانات المقطعية مع الزمنية. وقد إكتسبت نماذج البائل إهتماماً كبيراً خصوصاً في الدراسات الاقتصادية، نظراً لأنها تأخذ في الإعتبار أثر تغير الزمن وأثر تغير الإختلاف بين الوحدات المقطعية على حد سواء، الكامن في بيانات عينة الدراسة. وهناك ثلاث أساليب لتحليل البيانات من خلال هذا النموذج، سنحاول هنا الإشارة إليها بإيجاز مع تحديد أسلوب المفاضلة بينها على النحو التالي:

3-1- أساليب البائل لتحليل البيانات:

- نموذج الإنحدار المجمع (*Pooled Regression Model*): يقترح المنهج الحديث الصيغة الأساسية لإنحدار معطيات بانل بالشكل التالي²:

$$Y_{it} = B_{0i} + \sum_{j=1}^k B_j X_{j(it)} + \varepsilon_{it}$$

¹ يرد وصف مفصل للبيانات ومصادرها في الملحق 36.

² يحي زكريا الجمال، إختيار النموذج في نماذج البيانات الطولية الثابتة والعشوائية، المجلة العراقية للعلوم الإحصائية، العدد 21، 2012، ص 270.

حيث:

i : مؤشر يعبر عن الوحدات المفردة N $1, 2, \dots, N$.

t : مؤشر يعبر عن الزمن T $1, 2, \dots, T$.

Y_{it} : متجه عمودي ذو البعد $(NT \times 1)$ ويمثل قيم المتغير التابع الخاص بالفرد i في الزمن t .

$X_{j(it)}$: تمثل قيم المتغير المستقل j للفرد i في الفترة الزمنية t .

B_j : متجه معاملات الإنحدار، وهو متجه عمودي ذو البعد $(k \times 1)$ للمعاملات المراد تقديرها.

ε_{it} : متجه الخطأ العشوائي ذو البعد $(NT \times 1)$ للفرد i خلال الفترة t .

B_{0i} : الحد الثابت للفرد i .

ونشير هنا بالنسبة للحد الثابت B_{0i} الذي يمثل الأثر الفردي ويكون ثابتاً عبر الزمن t وخاص بكل وحدة مقطعية i . إذا كانت B_{0i} هي نفسها عبر جميع الوحدات المقطعية، فإن هذا النموذج يعامل كنموذج كلاسيكي مدمج، يأخذ الشكل $Y = XB + \varepsilon$ ويقدر بطريقة المربعات الصغرى العادية (OLS)، وفي هذه الحالة تعطي طريقة المربعات الصغرى العادية مقدرات متنسقة وكفؤة لـ B_0, B_j . أما في حالة إختلاف الأثر الفردي عبر الوحدات المقطعية، فإن النموذج يتفرع إلى نموذجين أساسيين هما نموذج التأثيرات الثابتة الذي يعتبر B_{0i} مجموعة من الحدود الثابتة الخاصة بكل فرد i ، ونموذج التأثيرات العشوائية الذي يعتبر B_{0i} ضمن عنصر الخطأ العشوائي المركب.

- نموذج الآثار الثابتة (**Fixed Effect Model**): في نموذج الآثار الثابتة يتم التعامل مع الآثار المقطعية أو الزمنية كقواطع تعبر عن الإختلافات الفردية مثل الدول أو الزمنية مثل السنوات، أي أن النموذج يسمح بوجود قواطع تتفاوت حسب كل وحدة مقطعية أو حسب كل فترة زمنية، وذلك من أجل إحتواء العوامل أو الآثار غير الملحوظة سواء أكانت ذات بعد مقطعي أو زمني والتي هي في الواقع متغيرات غير ملحوظة.

ولتقدير نموذج الآثار الثابتة يتم استخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المتغيرات الصورية *Least Squares Dummy Variables* والتي يرمز لها بالرمز *LSDV*، وذلك لتجنب حالة التعددية الخطية التامة¹. ويكون في هذه الحالة عدد المتغيرات الصورية التي تستخدم لتقدير هذه القواطع أو الثوابت $(N-1)$ لتمثيل الأفراد و $(T-1)$ لتمثيل الزمن. ويعتمد نموذج الآثار الثابتة على إفتراض مفاده أن هذه الآثار الخاصة بالأفراد، أو تلك الخاصة بالسنوات مرتبطة بالمتغيرات المفسرة أو على الأقل بإحداها². $Cov(X_{it}, B_{0i} \text{ and } \gamma_t) \neq 0$. ويمكن بيان هذا النموذج على النحو التالي:

¹ William. H. Greene, *Econometric Analysis*, 5th Edition, prentice Hall, New Jersey, 2003, P 287.

² عابد بن عابد العبدلي، محددات التجارة البينية للدول الإسلامية باستخدام منهج تحليل البائل، مجلة دراسات إقتصادية إسلامية، مجلد 16، العدد 1، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، السعودية، 2010، ص 19.

$$Y_{it} = \alpha_1 + \sum_{d=2}^n \alpha_d D_d + \sum_{j=1}^k B_j X_{j(it)} + \varepsilon_{it}$$

حيث:

$$\sum_{d=2}^n \alpha_d D_d : \text{يمثل هذا المقدار التغير في المجاميع المقطعية لمعلمة القطع } B_0 .$$

D_i : متغير صوري للفرد i يأخذ القيمة 1 إذا كان المراد معرفة قيمة الحد الثابت للفردة المقصودة i والقيمة 0 إذا كان المراد معرفة قيمة الحد الثابت لفرد آخر.

α_i : معامل إنحدار المتغير الصوري للفرد i .

مع الإشارة أن حد الخطأ العشوائي يجب أن يتبع التوزيع الطبيعي بمتوسط مقداره صفر وتباين ثابت لجميع المشاهدات المقطعية.

- نموذج الآثار العشوائية (*Random Effet Model*): على خلاف نموذج الآثار الثابتة، يتعامل نموذج الآثار العشوائية مع الآثار المقطعية والزمنية على أنها معالم عشوائية، وليست معالم ثابتة، ويقوم هذا الافتراض على أن الآثار المقطعية والزمنية هي متغيرات عشوائية مستقلة بوسط معدوم وتباين ثابت، وتضاف كمكونات عشوائية في حد الخطأ العشوائي للنموذج. وبالمقارنة فإن نموذج الآثار الثابتة يفترض أن كل دولة أو كل سنة تأخذ قطعاً مختلفاً، في حين أن نموذج الآثار العشوائية يفترض أن كل دولة أو كل سنة تختلف في حدها العشوائي¹. وتقوم فكرة نموذج الآثار العشوائية على معاملة الحد الثابت B_{0i} في النموذج كمتغير عشوائي بمعنى:

$$B_{0i} = \mu + v_i$$

حيث:

v_i : حد الخطأ في مجموعة البيانات المقطعية للفرد i .

u : المتغير العشوائي.

وبتعويض الحد الثابت في النموذج التجميعي، نتحصل على العلاقة التالية:

$$Y_{it} = \mu + v_i + \sum_{j=1}^k B_j X_{j(it)} + \varepsilon_{it}$$

من خلال هذه المعادلة يظهر لنا أن النموذج التجميعي يحتوي على مركبتين للخطأ العشوائي هما v_i و ε_{it} ، لهذا يطلق على نموذج الآثار العشوائية بنموذج مكونات الخطأ *Error Components Mod Generalized Least Squares* التي يرمز لها بالرمز *GLS*. كما يقوم هذا النموذج على افتراض أساسي هو عدم ارتباط الآثار العشوائية مع المتغيرات المفسرة في النموذج $Cov(X_{it}, B_{0i} \text{ and } \gamma_t) = 0$.

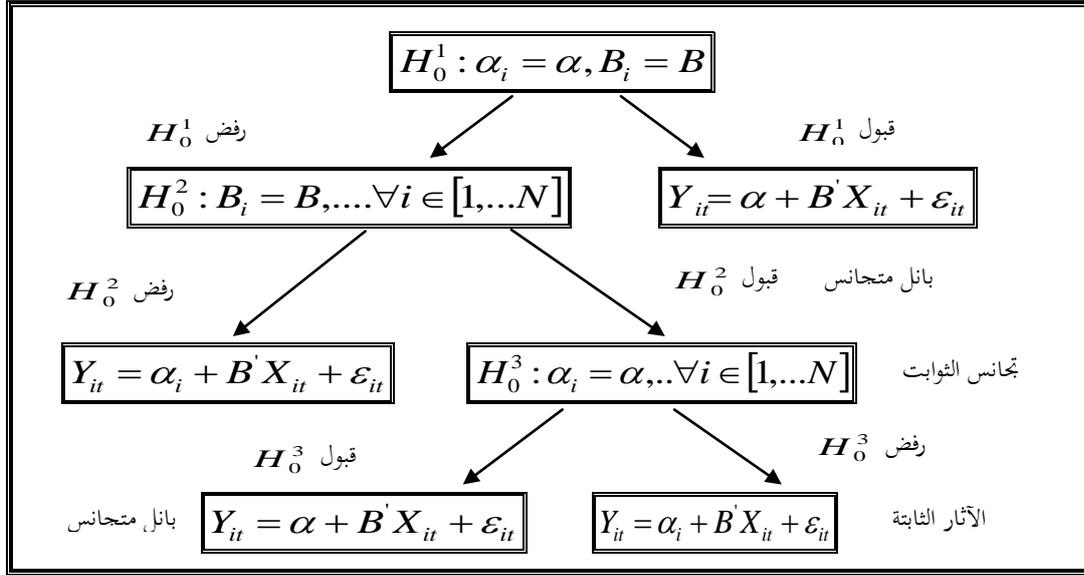
¹ المرجع السابق، ص 19.

3-2- المفاضلة بين أساليب بانل لتحليل البيانات:

لمعرفة النموذج الملائم لبيانات الدراسة يتم تطبيق إختبارات التحديد والتي تتمثل فيما يلي:

- إختبار التجانس لـ (Hsiao): يعد إختبار التشخيص (التجانس أو عدم التجانس) من أهم الإختبارات التي يجب إجراؤها لتحديد هيكل معطيات بانل، لذا إقترح Hsiao سنة 1986 عدة إجراءات للإختبار تسمح بتحديد الحالة التي يكون عليها من بين عدة حالات مختلفة، ويعتمد هذا الإختبار على مجموعة متفرقة من الإختبارات والفرضيات الفرعية الموضحة في الشكل التالي:

الشكل (1-4): مراحل إختبار Hsiao للتجانس



Source : Régis Bourbonnais, *Econométrie – Manuel et Exercices Corrigés*, 8^e Edition Dunod, Paris, 2011, P 347.

حيث إنطلاقاً من النموذج الأساسي الخاص بمعطيات البانل $(Y_{it} = B_{0i} + B_i'X_{it} + \epsilon_{it})$ يمكن تحديد أربع حالات تتمثل في¹:

- حالة التجانس التام، حيث يكون تساوي أو تطابق تام بين المعاملات الثابتة ومعاملات المتغيرات المفسرة لكل البيانات المقطعية، أي $\alpha_i = \alpha, B_i = B, \forall i \in [1, N]$ ، وهذا يعني من الناحية الإقتصادية أن تأثير المتغيرات المفسرة يكون نفسه بالنسبة لجميع العينات وكذا العوامل الثابتة الأخرى تكون نفسها.

- حالة عدم التجانس الكلي، حيث يكون هناك إختلاف بين الثوابت α_i وبين معاملات المتغيرة B_i من عينة لأخرى، وبالتالي نقول أنه يوجد نموذج مختلف، وفي هذه الحالة يتم رفض صيغة البيانات المقطعية (معطيات بانل).

- حالة تجانس الثوابت α_i وإختلاف معاملات B_i الخاصة بالمفردات المدروسة، وهذا معناه من الناحية الإقتصادية أن كل العوامل الثابتة الأخرى التي تفسر الظاهرة المدروسة تكون نفسها بالنسبة لجميع المفردات، في

¹ Régis Bourbonnais, Op. Cit, P 344.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

حين يكون هناك تباين في تأثير المتغيرات المفسرة في النموذج، أي يوجد أكثر من نموذج مختلف، وبالتالي نرفض صيغة البيانات المقطعية.

- حالة عدم تجانس α_i الثوابت وتجانس معاملات المتغيرات المفسرة B_i في العينات المدروسة، وبالتالي لهذا النموذج آثار فردية، وتعني هذه الحالة من الناحية الإقتصادية تساوي مساهمة المتغيرات المفسرة في تفسير الظاهرة المدروسة بين مفردات الدراسة، مع وجود إختلاف في مساهمة تفسير العوامل الأخرى والمثلة في الحد الثابت*.

- اختبار هوسمان (**Hausman**): يقوم إختبار هوسمان المقترح سنة 1978 على الإختلاف الجوهرى بين الآثار الثابتة والعشوائية وهو المدى الذي يرتبط فيه الأثر الفردي بالمتغيرات المستقلة، فتستند فرضية العدم على عدم وجود ذلك الإرتباط وعندها تكون كل من مقدرات الآثار الثابتة والعشوائية متسقة ولكن مقدرة الآثار العشوائية هي الأكثر كفاءة، بينما تحت الفرضية البديلة القائلة بوجود الإرتباط فإن مقدرة التأثيرات الثابتة هي فقط المتسقة والأكثر كفاءة. ويحسب الإختبار وفق الصيغة التالية¹:

$$W = (\hat{B}_{LSDV} - \hat{B}_{GLS}) [Var(\hat{B}_{LSDV}) - Var(\hat{B}_{GLS})]^{-1} (\hat{B}_{LSDV} - \hat{B}_{GLS})$$

حيث:

$\hat{B}_{LSDV} - \hat{B}_{GLS}$: تمثل الفرق بين مقدرات الآثار الثابتة والآثار العشوائية.

$Var(\hat{B}_{LSDV}) - Var(\hat{B}_{GLS})$: تمثل الفروق بين مصفوفة التباين لمقدرات الآثار الثابتة والآثار العشوائية.

وتتبع إحصائية H توزيع χ^2 بدرجة حرية مقدارها K (عدد المتغيرات المستقلة). حيث أن نموذج الآثار العشوائية هو النموذج الملائم لبيانات الدراسة (قبول الفرض العدمي)، إذا كانت إحصائية H أقل أو تساوي قيمة χ^2 عند مستوى معنوية 5%، أو إذا كانت القيمة الإحتمالية للإختبار أكبر أو تساوي 5%. بينما يكون نموذج الآثار الثابتة هو النموذج الملائم (قبول الفرض البديل) في الحالة العكسية.

* سنتطرق إلى الصيغ الرياضية لهذه الحالات في الجانب التطبيقي.

¹ J. Héricourt, J. Reynaud, *Econométrie*, Edition Dunod, Paris, 2007, P 170-171.

المبحث الثاني: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الدولي في الجزائر

بعد أن تم في المبحث السابق بناء نموذج الجاذبية فيما يتعلق بالطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر مع تحديد عينة الدراسة، سيتم في هذا المبحث تقدير وتحليل النموذج لدول الدراسة مجتمعة، ثم نقوم بدراسة الأسواق على إنفراد من أجل معرفة خصائص كل مجموعة على حدى، وذلك خلال (2000-2015).

أولاً: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب السياحي في الجزائر

لمعرفة أثر متغيرات الجاذبية على حركة السياحة الوافدة إلى الجزائر من دول الدراسة مجتمعة خلال الفترة (2000-2015)، نقوم أولاً بدراسة الخصائص الإحصائية لبيانات المتغيرات مع تحديد النموذج الملائم لها للتقدير، ثم تحليل النتائج المحصل عليها وذلك على النحو التالي:

1-1- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لإجمالي عينة الدراسة:

يوضح الجدول (4-4) الخصائص الإحصائية للمتغيرات نموذج الجاذبية الخاص بإجمالي الطلب السياحي في الجزائر للفترة (2000-2015)، حيث يظهر المتوسط والوسيط، أكبر قيمة وأقل قيمة والانحراف المعياري.

الجدول (4-4): الخصائص الإحصائية لمتغيرات إجمالي عينة الدراسة في الجزائر ل (2000-2015)

NU_{it}	HB_{it}	REX_{ijt}	RP_{ijt}	POP_{jt}	$GNIpc_{jt}$	TA_{ijt}	المقاييس
4408937	86123.69	0.938380	1.023852	42806939	25533.22	16460.66	Mean
3395089	85755.50	0.015525	1.000000	16413645	23225.00	2606.000	Median
15230924	102244.0	24.37295	3.653465	3.21E+08	88480.00	575300.0	Maximum
152800.0	66523.00	0.002274	0.618655	592267.0	420.0000	0.000000	Minimum
4171279	10787.14	3.798111	0.203669	63320560	19734.69	59065.58	Std.Dev
496	496	496	496	496	496	496	Observations
31	31	31	31	31	31	31	Cross section
/	$Extc_{jt}$	$Intc_{it}$	$Colony_{ij}$	$Bord_{ij}$	$Lang_{ij}$	$Dist_{ij}$	المقاييس
/	0.187500	0.312500	0.064516	0.129032	0.580645	3695.559	Mean
/	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	1.000000	2718.831	Median
/	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	16998.09	Maximum
/	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	642.7219	Minimum
/	0.390706	0.463980	0.245918	0.335574	0.493952	3397.624	Std.Dev
/	496	496	496	496	496	496	Observations
/	31	31	31	31	31	31	Cross section

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

بالنظر إلى الإحصاءات الواردة أعلاه، والمتعلقة بالمقاييس الإحصائية للمتغيرات الجاذبية لإجمالي عينة الدراسة والمثلة في 31 دولة بعدد مشاهدات 469 مشاهدة، نلاحظ أن عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2015) والذي يمثل المتغير التابع بلغ أقصاها سنة 2015 بمقدار 575 300 سائح من دولة تونس، بينما أقل قيمة كانت من نصيب هولندا، حيث لم تستقبل الجزائر ولا وافد من هذه الدولة (0 سائح)

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

وذلك سنة 2007. وقد بلغ متوسط عدد الوافدين إلى الجزائر ما يعادل 16 460 سائح في الفترة الواقعة ما بين سنة 2000 وسنة 2015، وذلك بإختراف معياري كبير قدر بـ 59 064 سائح وهو يدل على إختلاف عدد الوافدين بين المقاطع العرضية بشكل كبير.

أما بالنسبة للمتغيرات المستقلة، فبدءاً بالمتغيرات المتعلقة بدول الطلب السياحي والممتلة في كل من الدخل الفردي وحجم السكان، نلاحظ أن أقصى قيمة لهما بلغت 88 480 دولار و $3.21E+08$ نسمة لسنتي 2013 و 2015 في كل سويسرا والو.م.أ على التوالي. بينما متغيري الأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار الجزائري مقابل عملات الدول المصدرة للسياح اللذان يعكسان مستوى الأسعار وتكاليف المعيشة بين البلد المصدر والجزائر، قد بلغا أقصى قيمة لهما سنتي 2000 و 2008 بقيمة قدرت لكل منهما 3.65 و 24.37 ليرة لكل 1 دينار جزائري، وذلك بالنسبة لتركيا ولبنان على التوالي. وفيما يخص المتغيرات المتعلقة بالعرض السياحي في الجزائر المعبر عنها بعدد الأسرة وإستخدام الأنترنت، بلغت قيمتهما العظمى 102 244 سرير، 15 230 924 مستخدم في سنة 2015 لكل منهما. أما متغير المسافة الجغرافية التي يعكس تكاليف النقل، بلغ أقصاه 16 998.09 كم وهي المسافة التي تفصل بين عاصمة الجزائر وعاصمة أستراليا.

وفيما يتعلق بالقيم الدنيا، فقد قدرت بالنسبة لمتغيري الدخل الفردي وحجم السكان ما مقداره 420 دولار و 592 267 نسمة سنة 2000، وهما تخصان كل من دولة اليمن وقطر على التوالي. في حين بلغت القيمة الدنيا للأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي ما يعادل 0.61 و 0.002 ليرة لكل 1 دينار جزائري، لكل من اليمن وتركيا وذلك سنتي 2015 و 2000 على التوالي. بينما قدرت قيمة كل من عدد الأسرة وإستخدام الأنترنت 66 523 سرير و 152 800 مستخدم لسنتي 2001 و 2000 على التوالي. أما أقصر مسافة جغرافية كانت بين عاصمة الجزائر وعاصمة تونس بـ 642.7219 كلم.

فيما يخص المتغيرات الوهمية الممتلة في اللغة والحدود المشتركة، الماضي الإستعماري، الأزمات الداخلية والخارجية، نلاحظ أنها تأخذ القيمة 0 كقيمة دنيا لها والقيمة 1 كقيمة قصوى لها خلال الفترة (2000-2015)، ويتبين لنا أيضاً من خلال المتوسط أن ما نسبته 58% من التدفقات الثنائية تحدث بين البلدان التي تتقاسم لغة مشتركة مع الجزائر، و 12.9% بين البلدان التي لها حدود مشتركة مع الجزائر، و 6.4% بين البلدان التي لها تاريخ إستعماري مشترك مع الجزائر، في حين أن ما نسبته 31.2% من سنوات فترة الدراسة حدثت فيها أزمات داخلية في الجزائر، بينما 18.7% من هذه السنوات أشرنا فيها إلى حدوث أزمات خارجية.

1-2- إختبارات تحديد النموذج الملائم:

- إختبارات التجانس: تتمثل مراحل هذا الإختبار في:

• إختبار التجانس الكلي: في هذه المرحلة كل من فرضية العدم والفرضية البديلة تأخذان الصيغة التالية:

$$\begin{cases} H_0 : \alpha_{0j} = \alpha_0 \text{ and } \alpha_{kj} = \alpha_k \forall j \in [1, \dots, 31] \\ H_1 : \exists (i, j) \in [1, \dots, 31] / \alpha_{0i} \neq \alpha_{0j} \text{ or } \alpha_{ki} \neq \alpha_{kj} \end{cases}$$

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

ولإجراء هذا الإختبار نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر والتي تعطى وفقاً للعلاقة التالية:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR) / [(N-1)(K+1)]}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(360.63 - 43.92) / (31-1)(12+1)}{43.92 / 31*16 - 31(12+1)} = 1.72$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 37.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{\nu_1=39, \nu_2=93}^{0.05} = 1.35$ أقل من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 1.72$ فإنه يتم رفض فرضية العدم التي مضمونها تساوي الحدود الثابتة وتساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول، أي رفض فرضية ملائمة النموذج التجميعي لمعطيات الدراسة. وهذا ما يسمح لنا بالانتقال إلى المرحلة الثانية المتمثلة في إختبار تجانس معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول.

• إختبار تجانس معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول: في هذه المرحلة كل من فرضية العدم والفرضية البديلة تصاغان على الشكل التالي:

$$\begin{cases} H_0 : \alpha_{kj} = \alpha_k \forall j \in [1, \dots, 31] \\ H_1 : \exists (i, j) \in [1, \dots, 31] / \alpha_{ki} \neq \alpha_{kj} \end{cases}$$

ولإجراء هذا الإختبار نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر والتي تعطى وفقاً للعلاقة التالية:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{FEM} - SCR) / (N-1)K}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(100.42 - 43.92) / (31-1)12}{43.92 / 31*16 - 31(12+1)} = 0.34$$

SCR_{FEM} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الآثار الفردية الثابتة والموضحة في الملحق 37.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{\nu_1=36, \nu_2=93}^{0.05} = 1.35$ أكبر من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 0.34$ فإنه يتم قبول فرضية العدم التي مضمونها تساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول. وهذا ما يسمح لنا بالانتقال إلى المرحلة الثالثة المتمثلة في إختبار تجانس الحدود الثابتة.

• إختبار تجانس الحدود الثابتة: في هذه المرحلة كل من فرضية العدم والفرضية البديلة تأخذان الصيغة التالية:

$$\begin{cases} H_0 : \alpha_{0j} = \alpha_0 \forall j \in [1, \dots, 31] \\ H_1 : \exists (i, j) \in [1, \dots, 31] / \alpha_{0i} \neq \alpha_{0j} \end{cases}$$

ولإجراء هذا الإختبار نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر والتي تعطى وفقاً للعلاقة التالية:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR_{FEM}) / (N-1)}{SCR_{FEM} / N(T-1) - k} = \frac{(360.63 - 100.42) / (31-1)}{100.42 / 31(16-1) - 12} = 39.4$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 37.

SCR_{FEM} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الآثار الفردية الثابتة والموضحة في الملحق 37.

أما إحصائية فيشر المجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{v_1=30, v_2=453}^{0.05} = 1.49$ أقل من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 39.4$ فإنه يتم رفض فرضية العدم التي مضمونها تجانس الحدود الثابتة بمعنى وجود الآثار الفردية للدول، ومنه فإن النموذج الملائم لمعطيات الدراسة هو نموذج الآثار الفردية.

- إختبار هوسمان: بعدما تم التأكد من وجود تأثيرات فردية من خلال إختبار التجانس، لا بد من فحص طبيعة هذا الأثر، بحيث يجب معرفة ما إذا كانت من نوع الآثار الثابتة أو العشوائية. أي الإختبار بين نموذج الآثار الثابتة ونموذج الآثار العشوائية، وذلك من خلال إختبار هوسمان المبني على الفرضيتين التاليتين:

H_0 : نموذج الآثار العشوائية هو النموذج الملائم.

H_1 : نموذج الآثار الثابتة هو النموذج الملائم.

والجدول التالي يوضح لنا نتائج إختبار هوسمان لتحديد النموذج الأكثر ملائمة.

الجدول (5-4): نتائج إختبار هوسمان

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Pool: ALG			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	10.160126	8	0.2540

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 9.

تشير نتائج إختبار هوسمان أن الإحتمال المقابل لإحصائية هذا الإختبار أكبر من مستوى المعنوية 5% أي $prob = 0.2540 > 0.05$ ، وعليه نرفض الفرضية البديلة ونقبل فرضية العدم بمعنى أن نموذج الآثار العشوائية هو المناسب لبيانات نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب على الخدمات السياحية في الجزائر عن نموذج الآثار الثابتة.

1-3- تحليل نتائج نموذج الآثار العشوائية:

إن نتائج عملية تقدير نموذج الجاذبية للطلب على خدمات السياحة في الجزائر لإجمالي عينة الدراسة الممثلة في 31 دولة من مختلف الأسواق المصدرة للسياح إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2015)، بالإعتماد على أسلوب الآثار العشوائية بإعتباره أفضل أسلوب للتقدير، يلخصها الجدول التالي:

الجدول (6-4): مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالآثار العشوائية لإجمالي عينة الدراسة في الجزائر للفترة (2015-2000)

<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable	<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable		
-6.2705	*-1.3283	<i>Dist_{ij}</i>	0.5369	^{n.s} 6.6002	<i>C</i>		
1.1143	^{n.s} 0.4167	<i>Lang_{ij}</i>	2.0916	**0.2311	<i>GNIpc_{jt}</i>		
2.8656	*1.5983	<i>Bord_{ij}</i>	4.5508	*0.4887	<i>POP_{jt}</i>		
3.1986	*2.0148	<i>Colony_{ij}</i>	-0.7422	^{n.s} -0.1650	<i>RP_{ijt}</i>		
-0.1322	^{n.s} -0.0074	<i>Intc_{it}</i>	-0.5750	^{n.s} 0.1389	<i>REX_{ijt}</i>		
0.8204	^{n.s} 0.0502	<i>Extc_{jt}</i>	-0.2438	^{n.s} -0.3028	<i>HB_{it}</i>		
49.3698		<i>F – stat</i>	2.5983	*0.3174	<i>NU_{it}</i>		
0.0000		<i>Prob(F – sta)</i>	0.5508		<i>R²</i>		
1.2199		<i>D – Watson</i>	0.5397		<i>R²</i>		
الآثار العشوائية للدول							
<i>Tun</i>	<i>Mor</i>	<i>Lib</i>	<i>Mau</i>	<i>Egp</i>	<i>Leb</i>	<i>Jor</i>	<i>Sau</i>
1.5725	-1.2069	-0.1120	-0.2535	0.8464	0.3277	1.8152	-0.0645
<i>Yem</i>	<i>Qat</i>	<i>Emi</i>	<i>Oma</i>	<i>Kuw</i>	<i>Bah</i>	<i>Fra</i>	<i>Ger</i>
-0.5796	-0.2466	-1.0399	-0.8213	-0.7341	-0.3706	0.5312	0.6991
<i>Spa</i>	<i>Eng</i>	<i>Ita</i>	<i>Tur</i>	<i>Swi</i>	<i>Bel</i>	<i>Hol</i>	<i>Ast</i>
0.2227	0.3259	0.5032	0.5312	-0.5351	0.3961	-0.8617	-0.510
<i>Por</i>	<i>Grc</i>	<i>USA</i>	<i>Can</i>	<i>Bra</i>	<i>Jap</i>	<i>Aus</i>	/
-0.1187	-0.9352	0.6474	1.1089	-1.0969	0.4992	1.1566	-

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الملحق 37. * معنوي عند 1%، ** معنوي عند 5%، ^{n.s} غير معنوي.

ويمكن صياغة نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب على الخدمات السياحية في الجزائر من 31 دولة على الشكل اللوغارتمي كالتالي:

$$\begin{aligned} \ln TA_{ijt} = & 6.600 + 0.231 \ln GNIpc_{jt} + 0.488 \ln POP_{jt} - 0.165 \ln RP_{ijt} + 0.138 \ln REX_{ijt} \\ & - 0.302 \ln HB_{it} + 0.317 \ln NU_{it} - 1.328 Dist_{ij} + 0.416 Lang_{ij} + 1.598 Bord_{ij} + 2.014 Colony_{ij} \\ & - 0.007 Intc_{it} + 0.050 Extc_{jt} \end{aligned}$$

على ضوء نتائج التقدير الموضحة في الجدول (6-4)، نجد أن متغيرات الجاذبية الممثلة في الدخل الفردي وحجم السكان للدول المصدرة للسياح إلى الجزائر، مستخدمي الأنترنت في الجزائر، المسافة الجغرافية والمتغيرات الوهمية الممثلة في الحدود المشتركة والتاريخ الإستعماري المشترك، كان لها أثر معنوي في حجم الطلب على الخدمات السياحية الجزائرية خلال الفترة (2015-2000)، بينما يظهر غياب الأثر المعنوي للسعر النسبي

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

للسياحة بين الجزائر وهذه الدول، سعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار الجزائري مقابل عملات هذه الدول، إلى جانب عدد الأسرة، الأزمات الداخلية والخارجية.

ومن حيث القوة التفسيرية للنموذج، تفسر هذه المتغيرات نحو 53% من التغيرات الحاصلة في حركة السياحة الوافدة إلى الجزائر، وهذا وفقاً لمعامل التحديد المصحح R^2 ، بينما ترجع النسبة الباقية والمقدرة بـ 47% إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، وبالتالي فهو نموذج ذات قوة تفسيرية مقبولة. هذا إلى جانب ثبوت المعنوية الكلية للنموذج، إذ أن القيمة الإحصائية لإحصائية فيشر المحسوبة $F_{cat} = 0.000$ أقل من حد المعنوية 5% وبالتالي فإن معاملات النموذج تختلف عن الصفر.

من بين المتغيرات التي كان لها سلوك يتوافق مع النظرية الاقتصادية والإشارات المتوقعة، نذكر متغير الدخل الفردي الذي يعكس لنا القدرة الشرائية للسائح الوافد إلى الجزائر، حيث يظهر بأثر إيجابي معنوي عند مستوى 1% ولكن يبقى هذا الأثر ضعيف وغير مرن، إذ أن الزيادة في الدخل الفردي بـ 1% يترتب عنه الزيادة بمعدل لا يتجاوز 0.23%. وهذا ما ينطبق على متغير حجم السكان الذي كان لها تأثير أكبر نسبياً مقارنة بالدخل الفردي، حيث أن الزيادة في حجم السكان بـ 1% في دول العينة يؤدي إلى زيادة عدد السياح الوافدين بـ 0.48%، وذلك عند مستوى معنوية 5% و 1% على التوالي.

إتخذ متغير عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر الذي يعكس لنا مستوى البنية التحتية للإتصالات وهو مؤشر من مؤشرات العرض السياحي، العلاقة الإيجابية المتوقعة ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى 5% بأثر غير مرن، إذ يساهم في جذب الأفواج السياحية بمعدل لا يتجاوز 0.31% في حالة إرتفاع مستوى البنية التحتية للإتصالات في الجزائر بـ 1%.

وفيما يتعلق بالمتغير الخاص بالمسافة الجغرافية الذي أستخدم كبديل عن نفقات النقل كان له أثر سلبي معنوي مرن عند مستوى 1% وهو ما يتفق مع التوقعات النظرية، حيث أن الزيادة في المسافة بين الجزائر وكل دولة بمعدل 1% يترتب عنه إنخفاض في حركة السياحة الوافدة بـ 1.32%، وهذا يدل على الأفواج السياحية المتأتية من الدول البعيدة تكون أقل من نظيرتها في الدول القريبة، لهذا نجد أن السوق المغاربية والأوروبية من أكثر الأسواق تصدير للسياح إلى الجزائر بسبب القرب الجغرافي الذي يترتب عنه إنخفاض في تكاليف الرحلة السياحية إلى الجزائر بشكل عام، بخلاف الأمر بالنسبة للسوق الشرق الأوسطية والأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية.

وبالنسبة للمتغيرات الوهمية المتمثلة في التاريخ الإستعماري والحدود المشتركة كان لهما أثر إيجابي معنوي عند مستوى 1%، وبالتالي فهي تعتبر محددات رئيسية للطلب على الخدمات السياحية في الجزائر. وتقدر مساهمتهما على التوالي 1.59 و 2.01، وعلى الرغم من أن الدول التي لها علاقة بمهذين العاملين لا يمثلان سوى 0.06% من إجمالي العينة لكل منهما، مما يدل على أهمية الربط التاريخي والجغرافي في تدفق الأفواج السياحية فيما بين الدول.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

أن نتائج المتغيرات المتمثلة في عدد الأسرة التي تعكس لنا البنية التحتية للسياحة، السعر النسبي للسياحة وسعر الصرف الحقيقي اللذان يعكسان مستوى الأسعار وتكاليف المعيشة في الجزائر مقارنة بالدول المصدرة للسياح إليها، عامل اللغة الذي يعبر على الروابط الثقافية بين بلد المصدر وبلد الوجهة السياحية، بما فيها الأزمات الداخلية والخارجية التي تعكس لنا مدى أهمية العامل الأمني والإقتصادي سواء في البلد المصدر أو المستورد على الحركة الوافدة، لم تكن ذات دلالة إحصائية على الرغم من أنها تعتبر من المحددات الرئيسية للطلب السياحي حسب ما أظهرته العديد من الدراسات. وتفسير ذلك يعود إلى طبيعة الحركة الوافدة إلى الجزائر والتي يغلب عليها غرض الأعمال، وبالتالي يمكن إعتبارها حركة عمالة مؤقتة، وهذا النوع هو أقل حساسية إتجاه هذه العوامل. وهنا نذكر أنه في سنة 2015 على سبيل المثال بلغ عدد الوافدين من السوق الأوروبية لغرض الأعمال 63.9%، السوق الشرق الأوسطية 81.4%، السوق الأمريكية 95.8%، السوق الآسيوية والأقيانوسية 97.8%.

تشير نتائج التقدير أيضاً إلى وجود آثار فردية لدول الدراسة على نفاذية السياح إلى الجزائر، إذ أن التأثير الثابت على حركة السياحة الوافدة يختلف من دولة إلى أخرى، حيث يتضح أن الدول المسؤولة عن زيادة تلك الحركة من السوق العربية تأتي تونس أولاً بنسبة 1.57%، تليها الأردن بـ 1.18%، ثم تأتي كل من مصر ولبنان بـ 0.84% و 0.32% على التوالي. بينما الدول العربية الأخرى المسؤولة عن تراجع السياح هي المغرب 1.20%، موريطانيا 0.25%، ليبيا 0.11%، إلى جانب دول الشرق الأوسط الأخرى والمتمثلة في الإمارات 1.03%، عمان 0.82%، الكويت 0.73%، اليمن 0.57%، البحرين 0.37%، قطر 0.24%، السعودية 0.06%. وهنا نذكر أن السوق الشرق الأوسطية من أقل الأسواق تصديراً للسياح إلى الجزائر، إذ بلغ المتوسط النسبي للأفواج السياحية من هذه السوق خلال الفترة الواقعة ما بين 2000 و 2015 ما مقداره 4.8% من إجمالي الحركة السياحية الوافدة إلى الجزائر.

أما بالنسبة للسوق الأوروبية التي تعتبر المصدر الأول للسياح إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2015) بمتوسط نسبي بلغ 42.9%. تأتي ألمانيا في مقدمة الدول الأوروبية التي كان لها الأثر الإيجابي في زيادة عدد السياح الوافدين بنسبة 0.69%، ثم تليها كل من فرنسا بـ 0.53%، إيطاليا بـ 0.50%، بلجيكا بـ 0.39%، إنجليترا بـ 0.32%، إسبانيا بـ 0.22%، بينما الدول الأوروبية التي كان لها أثر تخفيض عدد السياح الوافدين إلى الجزائر هي اليونان، هولندا، سويسرا، تركيا، النمسا، البرتغال، وذلك بنسبة 0.93%، 0.86%، 0.53%، 0.51%، 0.11% على التوالي. أما فيما يتعلق بعينة الدول الممثلة للسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية، ساهمت أستراليا في زيادة الحركة السياحية الوافدة إلى الجزائر بنسبة 1.15%، تليها كندا بـ 1.10%، الو.م.أ بـ 0.67%، اليابان 0.49%، بينما البرازيل كان لها الأثر في التخفيض بنسبة 1.09%. ونذكر هنا أن هذين السوقين من أقل الأسواق تصديراً للسياح إلى الجزائر بمتوسط نسبي بلغ 1.6% و 4.8% على التوالي خلال الفترة (2000-2015).

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

ثانيا: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأوروبي في الجزائر

لمعرفة أثر متغيرات الجاذبية على حركة السياحة الوافدة إلى الجزائر من السوق الأوروبية خلال الفترة (2000-2015)، نقوم أولاً بدراسة الخصائص الإحصائية لبيانات المتغيرات مع تحديد النموذج الملائم لها للتقدير، ثم تحليل النتائج المحصل عليها وذلك على النحو التالي:

2-1- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول الأوروبية:

يوضح الجدول (4-7) الخصائص الإحصائية للمتغيرات نموذج الجاذبية الخاص بالطلب السياحي الأوروبي في الجزائر للفترة (2000-2015)، حيث يظهر المتوسط والوسيط، أكبر قيمة وأقل قيمة والانحراف المعياري.

الجدول (4-7): الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول الأوروبية في الجزائر للفترة (2000-2015)

REX_{ijt}	RP_{ijt}	POP_{jt}	$GNIpc_{jt}$	TA_{ijt}	المقاييس
0.012275	1.007225	37137026	34289.69	17260.88	Mean
0.011442	0.961520	28753894	32820.00	6095.000	Median
0.031134	3.653465	82534176	88480.00	171314.0	Maximum
0.002274	0.767790	7184250	3550.000	0.000000	Minimum
0.004536	0.252932	27755165	16367.12	35817.62	Std.Dev
192	192	192	192	192	Observations
12	12	12	12	12	Cross section
/	$Colony_{ij}$	$Bord_{ij}$	$Lang_{ij}$	$Dist_{ij}$	المقاييس
/	0.1666667	0.000000	0.250000	1525.202	Mean
/	0.000000	0.000000	0.000000	1606.662	Median
/	0.100000	0.000000	0.100000	2614.675	Maximum
/	0.000000	0.000000	0.000000	706.8757	Minimum
/	0.373652	0.000000	0.434145	486.2978	Std.Dev
/	192	192	192	192	Observations
/	12	12	12	12	Cross section

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

يتبين لنا من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول، أن متوسط عدد السياح الوافدين من السوق الأوروبية البالغ عددها 12 دولة بعدد مشاهدات 192 مشاهدة، قدر بـ 17 260.88 سائح في الفترة (2000-2015)، وذلك بإنحراف معياري 35 817.62 سائح، وعاد النصيب الأكبر من الوافدين الأوروبيين سنة 2009 من فرنسا بـ 171 314 سائح، بينما كانت سنة 2007 ذا النصيب الأقل في عدد الوافدين الأوروبيين حيث بلغ عددهم آنذاك 0 سائح من دولة هولندا.

أما بالنسبة للمتغيرات المستقلة المتعلقة بالدول الأوروبية التي تتطلب الخدمات السياحية الجزائرية والمثلة في كل من الدخل الفردي وحجم السكان، نلاحظ أن أقصى قيمة لهما بلغت 88 480 دولار و 82 534 176

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

نسمة لسنتي 2013 و 2003 في كل سويسرا وألمانيا على التوالي. بينما متغيري الأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار الجزائري مقابل عملات عينة الدول الأوروبية المصدرة للسياح، قد بلغا أقصى قيمة لهما سنتي 2000 و 2015 بقيمة قدرت لكل منهما 3.65 و 0.03 ليرة لكل 1 دينار جزائري، وذلك بالنسبة لتركيا لكل منهما على التوالي. أما متغير المسافة الجغرافية بلغ أقصاه 2 614.675 كم وهي المسافة التي تفصل بين عاصمة الجزائر وعاصمة تركيا. بالنسبة للمتغير عدد الأسرة ومستخدمي الأنترنت التي لم ترد بيانتهما في هذا الجدول، قد أشرنا إليهما في الجدول (4-4).

وفيما يتعلق بالقيم الدنيا، فقد قدرت بالنسبة لمتغيري الدخل الفردي وحجم السكان ما مقداره 3550 دولار و 7 184 250 نسمة سنتي 2001 و 2000، وهما تخصان كل من دولة تركيا وسويسرا على التوالي. في حين بلغت القيمة الدنيا للأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي ما يعادل 0.76 و 0.002 ليرة لكل 1 دينار جزائري، لكل من سويسرا وتركيا وذلك سنة 2000 لكل منهما على التوالي. أما أقصر مسافة جغرافية كانت بين عاصمة الجزائر وعاصمة إسبانيا بـ 706.8757 كلم.

فيما يخص المتغيرات الوهمية المثلة في اللغة، الماضي الإستعماري، نلاحظ أنها تأخذ القيمة 0 كقيمة دنيا لها والقيمة 1 كقيمة قصوى لها خلال الفترة (2000-2015)، ويتبين لنا أيضاً من خلال المتوسط أن ما نسبته 25% من التدفقات الثنائية تحدث بين الدول الأوروبية التي تتقاسم لغة مشتركة مع الجزائر، و 16.6% بين الدول الأوروبية التي لها لها تاريخ إستعماري مشترك مع الجزائر. ونشير هنا أن متغير الحدود المشتركة تم حذفه من النموذج المتعلق بتقدير دالة الطلب السياحي من السوق الأوروبية باعتبار أنه لا توجد حدود مشتركة بين الجزائر وعينة الدول الأوروبية (أدنى قيمة وأعظم قيمة تأخذ 0)، بينما الأزمات الداخلية والخارجية هي الأخرى أشرنا إليها في الجدول (4-4).

2-2- إختبارات تحديد النموذج الملائم:

- إختبارات التجانس: تتمثل مراحل هذا الإختبار في:

• إختبار التجانس الكلي: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك على النحو التالي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR) / [(N-1)(K+1)]}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(70.71 - 31.97) / (12-1)(11+1)}{31.97 / 12 * 16 - 12(11+1)} = 0.43$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 38.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{\nu_1=132, \nu_2=48}^{0.05} = 1.50$ أكبر من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 0.43$ فإنه يتم قبول فرضية العدم التي مضمونها تساوي الحدود الثابتة وتساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول، أي قبول فرضية ملائمة النموذج التجميعي لمعطيات الدراسة.

2-3- تحليل نتائج النموذج التجميعي:

إن نتائج عملية تقدير نموذج الجاذبية للطلب الأوروبي على خدمات السياحة في الجزائر لعينة مكونة من 12 دولة أوروبية خلال الفترة (2000-2015)، بالإعتماد على الأسلوب التجميعي بإعتباره أفضل أسلوب للتقدير، يوضحها الجدول التالي:

الجدول (4-8): مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالنموذج التجميعي لعينة الدول الأوروبية في الجزائر للفترة (2015-2000)

<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable	<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable
-8.5299	*-1.3656	<i>Dist</i> _{ij}	-1.1950	^{n.s} -31.0000	<i>C</i>
8.0017	*1.4411	<i>Lang</i> _{ij}	-1.3930	****-0.2237	<i>GNIpc</i> _{jt}
/	/	<i>Bord</i> _{ij}	15.7989	*1.0627	<i>POP</i> _{jt}
5.0009	*1.2057	<i>Colony</i> _{ij}	-3.8205	*-2.0490	<i>RP</i> _{ijt}
-0.3814	^{n.s} -0.0440	<i>Intc</i> _{it}	-2.6098	*-0.6547	<i>REX</i> _{ijt}
0.8496	^{n.s} 0.1087	<i>Extc</i> _{jt}	0.9781	^{n.s} 2.5499	<i>HB</i> _{it}
92.6376		<i>F – stat</i>	0.3096	^{n.s} 0.0798	<i>NU</i> _{it}
0.0000		<i>Pr ob</i> (<i>F – sta</i>)		0.8498	<i>R</i> ²
1.3907		<i>D – Watson</i>		0.8407	\overline{R}^2

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الملحق 38. * معنوي عند 1%، **** معنوي عند 20%، ^{n.s} غير معنوي.

وعليه فإن نموذج الجاذبية للطلب الأوروبي على الخدمات السياحية في الجزائر من 12 دولة يأخذ الصيغة اللوغارتمية التالية:

$$\begin{aligned} \ln TA_{ijt} = & -31.000 - 0.223 \ln GNIpc_{jt} + 1.062 \ln POP_{jt} - 2.049 \ln RP_{ijt} - 0.654 \ln REX_{ijt} \\ & + 2.549 \ln HB_{it} + 0.079 \ln NU_{it} - 1.365 \ln Dist_{ij} + 1.441 \ln Lang_{ij} + 1.205 \ln Colony_{ij} - 0.044 \ln Intc_{it} \\ & + 0.108 \ln Extc_{jt} \end{aligned}$$

يتضح لنا من خلال الجدول (4-8)، نتائج تقدير نموذج الجاذبية بالنسبة للسياحة الأوروبية والتي تشكل النصيب الأكبر من السياحة الوافدة إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2015). وتظهر النتائج معنوية تأثير متغيرات النموذج المتمثلة في الدخل الفردي، حجم السكان، السعر النسبي للسياحة بين الجزائر وعينة الدول الأوروبية، سعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار الجزائري مقابل عملات هذه الدول، المسافة الجغرافية، اللغة والماضي الإستعماري، في حين نلاحظ غياب أثر المتغيرات الأخرى وهي عدد الأسرة ومستخدمي الإنترنت في الجزائر، الأزمات الداخلية والخارجية.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

وبالنسبة للقوة التفسيرية للنموذج، فإن هذه العوامل تفسر 84% من التغيرات الحاصلة في عدد السياح الوافدين من تلك الدول، وهذا حسب معيار معامل التحديد المصحح \bar{R}^2 ، بينما ترجع النسبة الباقية والمقدرة بـ 16% إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، وبالتالي فهو نموذج ذات قوة تفسيرية جيدة. ومن حيث المعنوية الكلية للنموذج يظهر إختبار فيشر أن القيمة الإحتمالية لإحصائية فيشر المحسوبة $F_{cal} = 0.000$ أقل من حد المعنوية 5% وبالتالي أن معاملات النموذج تختلف عن الصفر.

من بين المتغيرات التي كان لها سلوك لا يتوافق مع النظرية الإقتصادية والإشارات المتوقعة، متغير الدخل الفردي الأوروبي الذي يظهر بأثر سلبي معنوي عند مستوى 20%*، حيث أن السياحة الوافدة من أوروبا إلى الجزائر تنخفض بـ 0.22% في حالة زيادة القوة الشرائية للفرد الأوروبي بـ 1%، ويعود تفسير ذلك إلى أن الوافد الأوروبي يعتبر الخدمات السياحية الجزائرية بمثابة خدمات رديئة ينخفض الطلب عليها عند زيادة دخله الفردي، ويلجأ إلى طلب الخدمات السياحية من مقاصد أخرى، تكون فيها ذات جودة أفضل من نظيرتها في الجزائر، ومن بين هذه المقاصد نذكر على سبيل المثال تونس والمغرب بإعتبار أن لهما نفس الخصائص الطبيعية والمميزات الثقافية والتاريخية نسبياً.

ويبدو أن الأمر يختلف فيما يتعلق بمتغير حجم السكان الذي كان ذو علاقة إيجابية مرنة ومعنوية عند مستوى 1%، إذ تساهم هذه الأخيرة في زيادة حركة السياحة الوافدة من أوروبا بـ 1.06% عند زيادتها بـ 1%، وهي النسبة الأكبر دائماً مقارنة بالسوق العربية (0.16) والسوق الأمريكية، الآسيوية والأفريقيانية (6.73-). أما بالنسبة لمتغيري السعر النسبي للسياحة وسعر الصرف الحقيقي، كان لهما الأثر السلبي المعنوي عند مستوى 1% وهذا ما يتفق مع العلامة المتوقعة لكل منهما، حيث أن إرتفاع تكاليف المعيشة النسبية بين الجزائر ودول العينة بـ 1% ينجم عنه إنخفاض في عدد السياح الوافدين (أثر مرن) بـ 2.04%، أما الزيادة في القيمة الحقيقية للدينار الجزائري مقابل عملات دول الدراسة بـ 1% يترتب عنه التراجع في حركة السياحة الوافدة بـ 0.65%.

ويشير معامل المسافة الجغرافية أنه ذو أثر سلبي معنوي مرن عند مستوى 1%، حيث أنه يساهم في تخفيض الحركة السياحية الوافدة من أوروبا بـ 1.36% عند زيادته بـ 1%، و هي النسبة الأقل مقارنة بالسوق العربية (3.35%) والسوق الأمريكية، الآسيوية والأفريقيانية (21.52%). وهذا يعود إلى القرب الجغرافي بين الجزائر ومعظم دول القارة الأوروبية، الذي يترتب عنه إنخفاض تكلفة الرحلة السياحية للوافد من أوروبا بشكل عام إلى الجزائر.

وتشكل العوامل الثقافية والتاريخية الممثلة في اللغة والعلاقات الإستعمارية المشتركة بين عينة من الدول داخل السوق الأوروبية والجزائر عوامل محفزة وجاذبة للتدفقات الأفواج السياحية من تلك الدول إليها، فهما يحملان العلامة الإيجابية المتوقعة عند مستوى 1% بمساهمة قدرت بـ 1.44 و 1.20 على التوالي. وكتأكيد لأهمية

* نظراً لأهمية هذا المتغير في تفسير حجم التدفقات السياحية فيما بين الدول، تم رفع مستوى معنويته إلى حدود 20%.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

هذين العاملين نشير إلى أن فرنسا (تتشارك مع الجزائر في اللغة والماضي الإستعماري) تعبر المصدر الأول للسياح إلى الجزائر بمتوسط نسبي بلغ 60.2% خلال الفترة الواقعة من 2000 إلى 2015. إن غياب معنوية متغيرات الجاذبية الأخرى المتمثلة في البنية التحتية للسياحة، البنية التحتية للإتصالات، الأزمات الداخلية والخارجية، يرجع دائماً إلى نوع الحركة الوافدة من السوق الأوروبية التي تعود نسبة كبيرة منها لغرض الأعمال، فقد بلغ عدد الوافدين لهذا الغرض سنة 2015 من فرنسا ما نسبته 46.7%، إسبانيا 79.4%، تركيا 78.8%، إيطاليا 88.5%، ألمانيا 77.5%، إنجلترا 84.5%، بلجيكا 73.5%، هولندا 79.6%، سويسرا 70.9%، البرتغال 90.5%، اليونان 90.1%، النمسا 83.4%.

ثالثاً: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي العربي في الجزائر

لمعرفة أثر متغيرات الجاذبية على حركة السياحة الوافدة إلى الجزائر من السوق العربية خلال الفترة (2000-2015)، نقوم أولاً بدراسة الخصائص الإحصائية لبيانات المتغيرات مع تحديد النموذج الملائم لها للتقدير، ثم تحليل النتائج المحصل عليها وذلك على النحو التالي:

3-1- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول العربية:

يوضح الجدول (4-9) الخصائص الإحصائية للمتغيرات نموذج الجاذبية الخاص بالطلب السياحي العربي في الجزائر للفترة (2000-2015)، حيث يظهر المتوسط والوسيط، أكبر قيمة وأقل قيمة والانحراف المعياري.

الجدول (4-9): الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول العربية في الجزائر للفترة (2000-2015)

REX_{ijt}	RP_{ijt}	POP_{jt}	$GNIPc_{jt}$	TA_{ijt}	المقاييس
1.948525	1.051654	14687198	14747.98	20946.32	Mean
0.042069	1.013004	5709435	7015.000	1300.500	Median
24.37295	2.057207	93778172	82750.00	575300.0	Maximum
0.002786	0.618655	592267.0	420.0000	8.000000	Minimum
5.474486	0.174017	20817807	17871.45	80920.30	Std.Dev
224	224	224	224	224	Observations
14	14	14	14	14	Cross section
/	$Colony_{ij}$	$Bord_{ij}$	$Lang_{ij}$	$Dist_{ij}$	المقاييس
/	0.000000	0.285714	1.000000	3381.087	Mean
/	0.000000	0.000000	1.000000	3648.333	Median
/	0.000000	1.000000	1.000000	5469.943	Maximum
/	0.000000	0.000000	1.000000	642.7219	Minimum
/	0.000000	0.452766	0.000000	1563.051	Std.Dev
/	224	224	224	224	Observations
/	14	14	14	14	Cross section

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

يظهر لنا من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول، أن متوسط عدد السياح الوافدين من السوق العربية البالغ عددها 14 دولة بعدد مشاهدات 224 مشاهدة يفوق متوسط عدد الوافدين من أوروبا، حيث قدر بـ 20 946.32 سائح في الفترة (2000-2015)، وذلك بإخلاف معياري 80 920.3 سائح، وعاد النصيب الأكبر من الوافدين العرب سنة 2015 من تونس بـ 575 300 سائح، بينما كانت سنة 2003 ذا النصيب الأقل في عدد الوافدين العرب حيث بلغ عددهم آنذاك 8 سياح من دولة عمان.

أما بالنسبة للمتغيرات المستقلة المتعلقة بالدول العربية التي تطلب الخدمات السياحية الجزائرية والمثلة في كل من الدخل الفردي وحجم السكان، نلاحظ أن أقصى قيمة لهما بلغت 82 750 دولار و 93 778 172 نسمة لسنتي 2014 و 2015 في كل قطر ومصر على التوالي. بينما متغيري الأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار الجزائري مقابل عملات عينة الدول العربية المصدر للسياح، قد بلغا أقصى قيمة لهما سنتي 2006 و 2008 بقيمة قدرت لكل منهما 2.05 و 24.37 ليرة لكل 1 دينار جزائري، وذلك بالنسبة لليمن ولبنان على التوالي. أما متغير المسافة الجغرافية بلغ أقصاه 5 469.943 كم وهي المسافة التي تفصل بين عاصمة الجزائر وعاصمة عمان. بالنسبة للمتغير عدد الأسرة ومستخدمي الأنترنت التي لم ترد بيانتهما في هذا الجدول، قد أشرنا إليهما في الجدول (4-4).

وفيما يتعلق بالقيم الدنيا، فقد قدرت بالنسبة لمتغيري الدخل الفردي وحجم السكان ما مقداره 420 دولار و 592 267 نسمة سنة 2000 لكل منهما، وهما تخصان كل من دولة اليمن وقطر على التوالي. في حين بلغت القيمة الدنيا للأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي ما يعادل 0.61 و 0.002 دينار لكل 1 دينار جزائري، لكل من اليمن والكويت وذلك سنة 2015 لكل منهما على التوالي. أما أقصر مسافة جغرافية كانت بين عاصمة الجزائر وعاصمة تونس بـ 642.7219 كلم.

فيما يخص المتغيرات الوهمية المثلة في الحدود المشتركة، نلاحظ أنها تأخذ القيمة 0 كقيمة دنيا لها والقيمة 1 كقيمة قصوى لها خلال الفترة (2000-2015)، ويتبين لنا أيضاً من خلال المتوسط أن ما نسبته 28.5% من التدفقات الثنائية تحدث بين الدول العربية التي تتقاسم الحدود الجغرافية مع الجزائر. ونشير هنا أن متغير اللغة المشتركة تم حذفه من النموذج المتعلق بتقدير دالة الطلب السياحي من السوق العربية، وذلك لتفادي مشكلة التعدد الخطي بإعتبار أن هذه الأخيرة تأخذ القيمة 1 في كل المقاطع العرضية والسنوات، والأمر ينطبق على متغير التاريخ الإستعماري المشترك لأنه لا توجد أي علاقة إستعمارية بين الجزائر وعينة الدول العربية (أدنى قيمة وأعظم قيمة تأخذ 0)، بينما الأزمات الداخلية والخارجية هي الأخرى أشرنا إليها في الجدول (4-4).

3-2- إختبارات تحديد النموذج الملائم:

- إختبارات التجانس: تتمثل مراحل هذا الإختبار في:

- إختبار التجانس الكلي: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك على النحو التالي:

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR) / [(N-1)(K+1)]}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(109.04 - 10.54) / (14-1)(10+1)}{10.54 / 14 * 16 - 14(10+1)} = 4.6$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 39.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{\nu_1=14, \nu_2=70}^{0.05} = 1.45$ أقل من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 4.6$ فإنه يتم رفض فرضية العدم التي مضمونها تساوي الحدود الثابتة وتساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول، أي رفض فرضية ملائمة النموذج التجميعي لمعطيات الدراسة. وهذا ما يسمح لنا بالانتقال إلى المرحلة الثانية المتمثلة في إختبار تجانس معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول.

• إختبار تجانس معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك كما يلي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{FEM} - SCR) / (N-1)K}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(37.82 - 10.54) / (14-1)10}{10.54 / 14 * 16 - 14(10+1)} = 1.39$$

SCR_{FEM} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الآثار الفردية الثابتة والموضحة في الملحق 39.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{\nu_1=13, \nu_2=70}^{0.05} = 1.42$ أكبر من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 1.39$ فإنه يتم قبول فرضية العدم التي مضمونها تساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول. وهذا ما يسمح لنا بالانتقال إلى المرحلة الثالثة المتمثلة في إختبار تجانس الحدود الثابتة.

• إختبار تجانس الحدود الثابتة: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك على النحو التالي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR_{FEM}) / (N-1)}{SCR_{FEM} / N(T-1) - k} = \frac{(109.04 - 37.82) / (14-1)}{37.82 / 14(16-1) - 10} = 28.97$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 39.

SCR_{FEM} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الآثار الفردية الثابتة والموضحة في الملحق 39.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{\nu_1=13, \nu_2=200}^{0.05} = 1.85$ أقل من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 28.97$ فإنه يتم رفض فرضية العدم التي مضمونها تجانس الحدود الثابتة بمعنى وجود الآثار الفردية للدول، ومنه فإن النموذج الملائم لمعطيات الدراسة هو نموذج الآثار الفردية.

- إختبار هوسمان: بعد التأكد من وجود تأثيرات فردية من خلال إختبار التجانس، لا بد من فحص طبيعة هذا الأثر، بحيث يجب معرفة ما إذا كانت من نوع الآثار الثابتة أو العشوائية من خلال هذا الإختبار الذي تظهر نتائجه في الجدول التالي:

الجدول (4-10): نتائج اختبار هوسمان

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Pool: ALG			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	9.586246	8	0.2953

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 9.

تُظهر لنا نتائج الجدول أن الإحتمال المقابل لإحصائية اختبار هوسمان أكبر من مستوى المعنوية 5% أي $prob = 0.2953 > 0.05$ ، وعليه نرفض الفرضية البديلة ونقبل فرضية العدم التي مضمونها أن نموذج الآثار العشوائية هو الأسلوب الملائم لبيانات نموذج الجاذبية للطلب العربي على الخدمات السياحية في الجزائر.

3-3- تحليل نتائج نموذج التأثيرات العشوائية:

إن نتائج عملية تقدير نموذج الجاذبية للطلب العربي على خدمات السياحة في الجزائر لعينة مكونة من 14 دولة عربية تمثل كل من السوق المغربية والسوق الشرق الأوسطية خلال الفترة (2000-2015)، بالإعتماد على أسلوب الآثار العشوائية بإعتباره أفضل أسلوب للتقدير، يظهرها الجدول التالي:

الجدول (4-11): مخرجات نموذج الجاذبية المتعلقة بالآثار العشوائية لعينة الدول العربية في الجزائر للفترة (2015-2000)

<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable	<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable	
-5.417	*-3.3515	<i>Dist_{ij}</i>	1.1134	^{n.s} 18.894	<i>C</i>	
/	/	<i>Lang_{ij}</i>	1.9158	**0.0438	<i>GNIpc_{jt}</i>	
4.0040	*1.0447	<i>Bord_{ij}</i>	1.9720	**0.1619	<i>POP_{jt}</i>	
/	/	<i>Colony_{ij}</i>	0.9221	^{n.s} 0.2444	<i>RP_{ijt}</i>	
1.2145	^{n.s} 0.0929	<i>Intc_{it}</i>	0.3719	^{n.s} 0.1129	<i>REX_{ijt}</i>	
0.2662	^{n.s} 0.0220	<i>Extc_{jt}</i>	0.5244	^{n.s} 0.8792	<i>HB_{it}</i>	
43.9596		<i>F – stat</i>	1.8045	***0.2955	<i>NU_{it}</i>	
0.0000		<i>Pr ob(F – sta)</i>	0.6736		<i>R²</i>	
0.9232		<i>D – Watson</i>	0.6582		<i>R⁻²</i>	
الآثار العشوائية للدول						
<i>Tun</i>	<i>Mor</i>	<i>Lib</i>	<i>Mau</i>	<i>Egp</i>	<i>Leb</i>	<i>Jor</i>
0.5406	-1.0812	-0.2821	0.8278	0.9522	-0.3862	0.5911
<i>Sau</i>	<i>Yem</i>	<i>Qat</i>	<i>Emi</i>	<i>Oma</i>	<i>Kuw</i>	<i>Bah</i>
0.9123	-0.0921	-0.1904	-0.2617	-0.3319	-0.6055	-0.5877

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الملحق 39. * معنوي عند 1%، ** معنوي عند 5%، *** معنوي عند 10%، ^{n.s} غير معنوي.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

ويأخذ نموذج الجاذبية للطلب العربي على الخدمات السياحية في الجزائر من 14 دولة الصيغة اللوغارتمية

التالية:

$$\begin{aligned} \ln TA_{ijt} = & 18.894 + 0.043 \ln GNIPC_{jt} + 0.161 \ln POP_{jt} + 0.244 \ln RP_{ijt} + 0.112 \ln REX_{ijt} \\ & + 0.879 \ln HB_{it} + 0.295 \ln NU_{it} - 3.351 \ln Dist_{ij} + 1.044 \ln Bord_{ij} + 0.092 \ln Intc_{it} + 0.022 \ln Extc_{jt} \end{aligned}$$

تظهر نتائج تقدير نموذج الجاذبية بالنسبة للسياحة الوافدة من السوق العربية والمبية في الجدول (4-11) أن متغيرات النموذج والمتمثلة في الدخل الفردي وحجم السكان لعينة الدول العربية ومستخدمي الأنترنت في الجزائر، بما في ذلك المسافة الجغرافية والحدود المشتركة لها أثر معنوي في الطلب العربي على الخدمات السياحية الجزائرية، بينما السعر النسبي للسياحة بين الجزائر وهذه الدول، سعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار الجزائري مقابل عملات هذه الدول، إلى جانب عدد الأسرة والأزمات الداخلية والخارجية لم يكن لها أثر معنوي. وتجدر الإشارة هنا أن السوق العربية هي دمج بين السوق المغاربية والتي تشكل ثاني أكبر مصدر للسياح إلى الجزائر بعد السوق الأوروبية خلال الفترة (2000-2015) بما نسبته 40.2% في المتوسط، والسوق الشرق الأوسطية التي لم تتجاوز حركة السياحة الوافدة منها كمتوسط نسبي خلال نفس الفترة 4.8%.

وبالنسبة للقوة التفسيرية للنموذج فهي جيدة، وهذا ما يعكسه معامل التحديد المصحح \bar{R}^2 والبالغ مقداره 65%، أما معاملات النموذج فهي تختلف عن الصفر وفقاً لما يشير إليه إختبار فيشر من خلال القيمة الإحتمالية لإحصائية فيشر المحسوبة $F_{cal} = 0.000$ ، إذ يتضح أنها أقل من حد المعنوية 5% وبالتالي فإن النموذج معنوي ككل.

من بين المتغيرات التي كان لها سلوك يتوافق مع النظرية الإقتصادية والإشارات المتوقعة بالنسبة للسوق العربية، متغير الدخل الفردي الذي تبين أن له علاقة إيجابية معنوية عند مستوى 5% مع حجم الطلب السياحي في الجزائر من عينة الدول العربية، ولكن بأثر ضعيف وغير مرن، إذ أن الزيادة في الدخل الفردي بـ 1% يترتب عنه زيادة في عدد السياح الوافدين بـ 0.04%. كما يتضح لنا كذلك أن الطلب السياحي في الجزائر يستجيب للتغير في حجم السكان لعينة الدول العربية عند مستوى 5% مع الإشارة المتوقعة، إذ يؤدي إرتفاع هذه الأخيرة بـ 1% إلى الزيادة في حركة السياحة العربية الوافدة إلى تونس بـ 0.16%، ولكن يبقى هذا التأثير غير مرن وأقل من نظيره في السوق الأوروبية.

ومن حيث مستوى البنية التحتية للإتصالات المعبر عنها بعدد مستخدمي الأنترنت كان لها تأثير إيجابي غير مرن ودلالة إحصائية عند مستوى 10%. حيث أن الزيادة في استخدام الأنترنت بـ 1% يترتب عنه الزيادة في عدد السياح العرب بـ 0.29%.

وبالنسبة للعوامل الطبيعية الممثلة في المسافة الجغرافية والحدود المشتركة، لهما دور يتوافق مع ما تم توقعه عند مستوى 1%، حيث يظهر لنا أن الطلب السياحي العربي في الجزائر يستجيب للزيادة في تكاليف النقل التي

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

تفرضها المسافة الفاصلة بين الجزائر وعينة الدول العربية، إذ تساهم هذه الأخيرة في تخفيض حركة السياحة العربية الوافدة بـ 3.35% عند زيادتها بـ 1%. بينما عامل الحدود الذي يعكس لنا تنوع وسائل النقل بالإضافة إلى القرب الجغرافي قدرت مساهمته بـ 1.04، وهنا نشير أن الدول المغاربية التي تملك حدود مشتركة مع الجزائر وتشكل 28.6% من إجمالي العينة، تحتل الصدارة من حيث عدد السياح الوافدين إلى الجزائر مقارنة بالدول العربية الأخرى خلال الفترة الواقعة ما بين سنة 2000 و2015.

إن غياب معنوية متغيرات الجاذبية الأخرى المتمثلة في البنية التحتية للسياحة، السعر النسبي للسياحة، سعر الصرف الحقيقي، الأزمات الداخلية والخارجية، يرجع دائماً إلى نوع الحركة الوافدة من السوق العربية خاصة السوق الشرق الأوسطية التي شكلت فيها عدد الوافدين لغرض الأعمال 81.4% سنة 2015، بينما السوق المغاربية فقد بلغ عدد الوافدين لهذا الغرض في نفس السنة من موريطانيا 82.6%، ليبيا 48.2%، المغرب 34.9%، في حين تعتبر تونس البلد الوحيد الذي إنخفضت فيه هذه النسبة إلى حدود 3.1%.

إن الدول المسؤولة في السوق العربية عن زيادة حجم الطلب السياحي إلى الجزائر من خلال ما تظهره الآثار الفردية هي مصر بـ 0.95%، السعودية 0.91%، موريطانيا 0.87%، الأردن 0.59%، تونس 0.53%. ويرجع تفسير هذا الأثر الإيجابي لبعض هذه الدول إلى عامل الحدود المشتركة بالإضافة إلى قربها الجغرافي من الجزائر (مصر، تونس، موريطانيا). في حين أن الدول العربية الأخرى التي تشكل الأغلبية كان لها عامل تخفيض للأفواج السياحية وهي المغرب بـ 1.08%، الكويت 0.6%، البحرين 0.58%، لبنان 0.38%، عمان 0.33%، ليبيا 0.28%، الإمارات 0.26%، قطر واليمن 0.19% و 0.09% على التوالي.

رابعاً: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأمريكي، الآسيوي والأقيانوسي في الجزائر

لمعرفة أثر متغيرات الجاذبية على حركة السياحة الوافدة إلى الجزائر من السوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية خلال الفترة (2000-2015)، نقوم أولاً بدراسة الخصائص الإحصائية لبيانات المتغيرات مع تحديد النموذج الملائم لها للتقدير، ثم تحليل النتائج المحصل عليها وذلك على النحو التالي:

4-1- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية:

يوضح الجدول (4-12) الخصائص الإحصائية للمتغيرات نموذج الجاذبية الخاص بالطلب السياحي الأمريكي، الآسيوي والأقيانوسي في الجزائر للفترة (2000-2015)، حيث يظهر المتوسط والوسيط، أكبر قيمة وأقل قيمة والانحراف المعياري. ونشير هنا أنه تم الدمج بين السوقين نظراً للخصائص الطبيعية والإقتصادية المتشابهة بينهما نسبياً كحجم السكان، المسافة الجغرافية، الدخل الفردي.

الجدول (4-12): الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية في الجزائر للفترة (2000-2015)

REX_{ijt}	RP_{ijt}	POP_{jt}	$GNIpc_{jt}$	TA_{ijt}	المقاييس
0.332625	0.985914	1.35E+08	34716.38	1980.313	Mean
0.019885	0.978784	1.28E+08	38760.00	1435.000	Median
2.184600	1.340547	3.21E+08	65640.00	5014.000	Maximum
0.008518	0.686126	19153000	2940.000	56.0000	Minimum
0.663569	0.124261	1.05E+08	17013.92	1613.188	Std.Dev
80	80	80	80	80	Observations
5	5	5	5	5	Cross section
/	$Colony_{ij}$	$Bord_{ij}$	$Lang_{ij}$	$Dist_{ij}$	المقاييس
/	0.000000	0.000000	0.200000	9784.938	Mean
/	0.000000	0.000000	0.000000	7922.073	Median
/	0.000000	0.000000	1.000000	16998.09	Maximum
/	0.000000	0.000000	0.000000	6402.091	Minimum
/	0.000000	0.000000	0.402524	3947.788	Std.Dev
/	80	80	80	80	Observations
/	5	5	5	5	Cross section

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 9.

يتضح لنا من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول، أن متوسط عدد السياح الوافدين من السوق الأمريكية والآسيوية والأقيانوسية البالغ عددها 5 دول بعدد مشاهدات 80 مشاهدة أقل بكثير من متوسط عدد الوافدين من السوق العربية والسوق الأوروبية، حيث قدر بـ 1 980.313 سائح في الفترة (2000-2015)، وذلك بإنحراف معياري 1 613.188 سائح، وهو يدل على عدم وجود إختلاف نسبي كبير لعدد الوافدين في هذه السوق بين المقاطع العرضية، وقد كانت سنة 2000 ذات النصيب الأقل للوافدين من هذه السوق بـ 56 سائح من دولة البرازيل، بينما بلغ عددهم ذروته في سنة 2012 بـ 5 014 سائح من الو.م.أ. أما بالنسبة للمتغيرات المستقلة المتعلقة بالدول الممثلة عن هذه السوق التي تطلب الخدمات السياحية الجزائرية والممثلة في كل من الدخل الفردي وحجم السكان، نلاحظ أن أقصى قيمة لهما بلغت 65 640 دولار و 3.21E+08 نسمة لسنتي 2013 و 2015 في كل أستراليا والو.م.أ على التوالي. بينما متغيري الأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار الجزائري مقابل عملات عينة الدول الممثلة عن هذه السوق، قد بلغا أقصى قيمة لهما سنتي 2000 و 2001 بقيمة قدرت لكل منهما 1.34 و 2.18 ين لكل 1 دينار جزائري، وذلك بالنسبة للبرازيل واليابان على التوالي. أما متغير المسافة الجغرافية بلغ أقصاه 16 998.09 كم وهي المسافة التي

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

تفصل بين عاصمة الجزائر وعاصمة أستراليا. بالنسبة للمتغير عدد الأسرة ومستخدمي الأنترنت التي لم ترد بيانتهما في هذا الجدول، قد أشرنا إليهما في الجدول (4-4).

وفيما يتعلق بالقيم الدنيا، فقد قدرت بالنسبة لمتغيري الدخل الفردي وحجم السكان ما قيمته 2 940 دولار و 19 153 000 نسمة سنتي 2003 و 2000، وهما تخصصان كل من دولة البرازيل وأستراليا على التوالي. في حين بلغت القيمة الدنيا للأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي ما يعادل 0.68 و 0.008 دولار لكل 1 دينار جزائري، لكل من اليابان والو.م.أ وذلك سنة 2000 و 2015 على التوالي. أما أقصر مسافة جغرافية كانت بين عاصمة الجزائر وعاصمة كندا ب 6 402.091 كلم.

فيما يخص المتغيرات الوهمية الممثلة في اللغة، نلاحظ أنها تأخذ القيمة 0 كقيمة دنيا لها والقيمة 1 كقيمة قصوى لها خلال الفترة (2000-2015)، ويتبين لنا أيضاً من خلال المتوسط أن ما نسبته 20% من التدفقات الثنائية تحدث بين دول أمريكا وآسيا وأقيانوسيا التي تتقاسم لغة مشتركة مع الجزائر. ونشير هنا أن متغير الحدود المشتركة ومتغير التاريخ الإستعماري المشترك تم حذفهما من النموذج المتعلق بتقدير دالة الطلب السياحي من السوق الأمريكية والآسيوية والأقيانوسية باعتبار أنه لا توجد حدود مشتركة ولا تاريخ إستعماري بين الجزائر وعينة الدول الممثلة عن هذه السوق (أدنى قيمة وأعظم قيمة تأخذ 0)، بينما الأزمات الداخلية والخارجية هي الأخرى أشرنا إليها في الجدول (4-4).

4-2- إختبارات تحديد النموذج الملائم:

- إختبارات التجانس: تتمثل مراحل هذا الإختبار في:

• إختبار التجانس الكلي: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك على النحو التالي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR) / [(N-1)(K+1)]}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(5.3-1.4) / (5-1)(10+1)}{1.4 / 5 * 16 - 5(10+1)} = 1.5$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 40.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر ب $F_{v_1=44, v_2=25}^{0.05} = 1.87$ أكبر من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal}=1.5$ فإنه يتم قبول فرضية العدم التي مضمونها تساوي الحدود الثابتة وتساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول، أي قبول فرضية ملائمة النموذج التجميعي لمعطيات الدراسة.

4-3- تحليل نتائج النموذج التجميعي:

إن نتائج عملية تقدير نموذج الجاذبية للطلب الأمريكي والطلب الآسيوي والأقيانوسي على خدمات السياحة في الجزائر لعينة متكونة من 5 دول تمثل السوقين معاً خلال الفترة (2000-2015)، بالإعتماد على الأسلوب التجميعي بإعتباره أفضل أسلوب للتقدير، يبينها الجدول التالي:

الجدول (4-13): مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالنموذج التجميعي لعينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية في الجزائر للفترة (2000-2015)

<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable	<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable
-5.6157	*-21.5278	<i>Dist_{ij}</i>	6.4236	*352.3118	<i>C</i>
-5.1093	*-16.0868	<i>Lang_{ij}</i>	17.6069	*1.4608	<i>GNIpc_{jt}</i>
/	/	<i>Bord_{ij}</i>	-5.1233	*-6.7360	<i>POP_{jt}</i>
/	/	<i>Colony_{ij}</i>	1.3652	^{n.s} 0.5002	<i>RP_{ijt}</i>
-0.9798	^{n.s} -0.0776	<i>Intc_{it}</i>	1.2529	^{n.s} 0.1107	<i>REX_{ijt}</i>
0.8812	^{n.s} 0.0777	<i>Extc_{jt}</i>	-1.1123	^{n.s} -1.6557	<i>HB_{it}</i>
138.4020		<i>F – stat</i>	3.9566	*0.7189	<i>NU_{it}</i>
0.0000		<i>Prob(F – sta)</i>	0.9525		<i>R²</i>
0.6332		<i>D – Watson</i>	0.9456		\overline{R}^2

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الملحق 40. * معنوي عند 1%، ^{n.s} غير معنوي.

وعليه فإن نموذج الجاذبية للطلب الأمريكي، الآسيوي والأقيانوسي على الخدمات السياحية في الجزائر من 5 دولة يأخذ الصيغة اللوغارتمية التالية:

$$\begin{aligned} \ln TA_{ijt} = & 352.311 + 1.460 \ln GNIpc_{jt} - 6.736 \ln POP_{jt} + 0.500 \ln RP_{ijt} + 0.110 \ln REX_{ijt} \\ & - 1.655 \ln HB_{it} + 0.718 \ln NU_{it} - 21.527 \ln Dist_{ij} - 16.086 \ln Lang_{ij} - 0.077 \ln Intc_{it} + 0.077 \ln Extc_{jt} \end{aligned}$$

أكدت نتائج تقدير نموذج الجاذبية بالنسبة للسياحة الوافدة من السوق الأمريكية، السوق الآسيوية والأقيانوسية التي تعتبران من أقل الأسواق تصديراً للسياح إلى الجزائر خلال الفترة (2000-2015)، والموضحة في الجدول (4-13) معنوية تأثير بعض متغيرات النموذج في الطلب على الخدمات السياحية الجزائرية وتمثل في الدخل الفردي وحجم السكان لعينة الدول الممثلة لهذه السوق، مستخدمي الإنترنت في الجزائر، المسافة الجغرافية واللغة المشتركة. في حين يلاحظ غياب أثر سعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار الجزائري مقابل عملات الدول الممثلة للسوقين، السعر النسبي للسياحة بين الجزائر وهذه الدول، إلى جانب عدد الأسرة والأزمات الداخلية والخارجية.

ومن حيث القوة التفسيرية فإن هذه العوامل تفسر حوالي 94% من التغيرات الحاصلة في حجم الطلب السياحي إلى الجزائر من هذه الدول، وهذا حسب ما يظهره معامل التحديد المصحح \overline{R}^2 ، بينما ترجع باقي التغيرات غير المفسرة والمقدرة بـ 6% إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج. كما يشير إختبار فيشر أن معاملات النموذج تختلف عن الصفر، إذ أن القيمة الإحصائية لإحصائية فيشر المحسوبة $F_{cal} = 0.000$ أقل من حد المعنوية 5%.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

من بين المتغيرات التي كان لها سلوك يتوافق مع النظرية الإقتصادية والإشارات المتوقعة بالنسبة للسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية ، متغير الدخل الفردي الذي تبين أن له علاقة إيجابية معنوية عند مستوى 1% مع حجم الطلب السياحي في الجزائر من عينة الدول الممثلة لهذه السوق، وذلك بأثر مرن إذ أن الزيادة في الدخل الفردي بـ 1% يترتب عنه زيادة في عدد السياح الوافدين بـ 1.46%. كما يتضح لنا كذلك أن متغير حجم السكان إنخذت معلمته إتجاه معنوي سلبي مرن عند مستوى 1%، وهذا بخلاف ما هو متوقع من الناحية النظرية، إذ أن الزيادة في عدد سكان الدول الممثلة لهذه السوق والتي تعبر من الدول ذات الحجم السكاني الكبير بإستثناء كندا وأستراليا بـ 1% يترتب عنه إنخفاض في الحركة السياحية الوافدة بـ 6.73%.

إنخذ متغير عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر العلاقة الإيجابية المتوقعة ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى 1% بأثر غير مرن، إذ يساهم في جذب الأفواج السياحية بمعدل لا يتجاوز 0.71% في حالة إرتفاع مستوى البنية التحتية للإتصالات في الجزائر بـ 1%.

أما معلمة المسافة بين الجزائر وعينة الدول الممثلة عن هذه السوق كانت معنوية إحصائياً عند مستوى 1% بعلاقة عكسية مع حجم التدفق السياحي، إذ يتبين أن زيادة البعد بين الجزائر والدول الممثلة عن هذه السوق بـ 1% يترتب عنه إنخفاض كبير في الأفواج السياحية بإتجاه الجزائر بـ 21.52% (أثر سلبي شديد المرونة). ونشير هنا أن عينة الدول لهذه السوق تعتبر الأبعد جغرافياً عن الجزائر مقارنة بعينة دول الأسواق الأخرى، وهي كذلك من أقلها تصديراً للسياح. وبالنسبة للروابط الثقافية الممثلة في اللغة يظهر لنا أنها ذات دلالة إحصائية بإتجاه عكسي عند مستوى 1%، حيث أنها تساهم في تخفيض حركة السياحة الوافدة من هذه السوق إلى الجزائر بـ 16.08%، وهذا يعني أن الدول التي تملك لغة مشتركة مع الجزائر والممثلة في دولة كندا هي أقل تصدير للأفواج السياحية مقارنة بالدول التي لا تملك هذه الخاصية مع الجزائر والممثلة في كل من الو.م.أ، البرازيل، اليابان، أستراليا.

إن غياب معنوية متغيرات الجاذبية الأخرى المتمثلة في البنية التحتية للسياحة، السعر النسبي للسياحة، سعر الصرف الحقيقي، الأزمات الداخلية والخارجية، يرجع دائماً إلى نوع الحركة الوافدة من هذه السوق التي تعود نسبة كبيرة منها لغرض الأعمال، فقد بلغ عدد الوافدين لهذا الغرض سنة 2015 من الو.م.أ ما نسبته 95.8%، كندا 94.9%، البرازيل 93.8%، اليابان 94.1%، أستراليا 96.7%.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

المبحث الثالث: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الدولي في تونس

بعد أن تم في المبحث السابق بناء نموذج الجاذبية فيما يتعلق بالطلب الدولي على الخدمات السياحية في تونس مع تحديد عينة الدراسة، سيتم في هذا المبحث تقدير وتحليل النموذج لدول الدراسة مجتمعة، ثم نقوم بدراسة الأسواق على إنفراد من أجل معرفة خصائص كل مجموعة على حدى، وذلك خلال (2000-2015).

أولاً: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب السياحي في تونس

لمعرفة أثر متغيرات الجاذبية على حركة السياحة الوافدة إلى تونس من دول الدراسة مجتمعة خلال الفترة (2000-2015)، نقوم أولاً بدراسة الخصائص الإحصائية لبيانات المتغيرات مع تحديد النموذج الملائم لها للتقدير، ثم تحليل النتائج المحصل عليها وذلك على النحو التالي:

1-1- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لإجمالي عينة الدراسة:

يوضح الجدول (4-14) الخصائص الإحصائية للمتغيرات نموذج الجاذبية الخاص بإجمالي الطلب السياحي في تونس للفترة (2000-2015)، حيث يظهر المتوسط والوسيط، أكبر قيمة وأقل قيمة والانحراف المعياري.

الجدول (4-14): الخصائص الإحصائية لمتغيرات إجمالي عينة الدراسة في تونس للفترة (2000-2015)

NU_{it}	HB_{it}	REX_{ijt}	RP_{ijt}	POP_{jt}	$GNIpc_{jt}$	TA_{ijt}	المقاييس
2579455	230718.3	51.91268	1.022200	43599222	25538.24	169810.8	Mean
2313056	238495.0	0.851362	0.999980	19956234	23225.00	12546.00	Median
5469980	242146.0	1291.056	3.720315	3.21E+08	88480.00	2236135	Maximum
266727.9	197453.0	0.122607	0.618645	19153000	420.0000	223.0000	Minimum
1857401	13653.87	203.9736	0.204756	1.05E+08	19730.19	369152.5	Std.Dev
496	496	496	496	496	496	496	Observations
31	31	31	31	31	31	31	Cross section
/	$Extc_{jt}$	$Intc_{it}$	$Colony_{ij}$	$Bord_{ij}$	$Lang_{ij}$	$Dist_{ij}$	المقاييس
/	0.187500	0.437500	0.064516	0.064516	0.580645	3509.882	Mean
/	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	1.000000	2088.653	Median
/	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	16362.34	Maximum
/	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	527.6650	Minimum
/	0.390706	0.496579	0.245918	0.245918	0.493952	3334.593	Std.Dev
/	496	496	496	496	496	496	Observations
/	31	31	31	31	31	31	Cross section

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

يظهر لنا من خلال الإحصاءات الواردة أعلاه، والمتعلقة بالمقاييس الإحصائية للمتغيرات الجاذبية لإجمالي عينة الدراسة والمثلة في 31 دولة بعدد مشاهدات 469 مشاهدة، أن عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2000-2015) بلغ أقصاها سنة 2013 بمقدار 2 236 135 سائح من دولة ليبيا، بينما أقل عدد للسياح الوافدين كان سنة 2000 بـ 223 سائح من دولة البحرين. وقد بلغ متوسط عدد الوافدين إلى تونس ما

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

يعادل 169 810.8 سائح في الفترة الواقعة ما بين سنة 2000 وسنة 2015، وذلك بإنحراف معياري كبير قدر بـ 369 152.5 سائح وهو يدل على إختلاف عدد الوافدين بين المقاطع العرضية بشكل كبير.

أما بالنسبة للمتغيرات المستقلة والمتعلقة بدول الطلب السياحي والمثلة في كل من الدخل الفردي وحجم السكان، نلاحظ أن أقصى قيمة لهما بلغت 88 480 دولار و $3.21E+08$ نسمة لسنتي 2013 و 2015 في كل سويسرا والو.م.أ على التوالي. بينما متغيري الأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار التونسي مقابل عملات الدول المصدرة للسياح اللذان يعكسان مستوى الأسعار وتكاليف المعيشة بين البلد المصدر وتونس، قد بلغا أقصى قيمة لهما سنتي 2003 و 2004 بقيمة قدرت لكل منهما 3.72 و 1291.05 ليرة لكل 1 دينار تونسي، وذلك بالنسبة لتركيا ولبنان على التوالي. وفيما يخص المتغيرات المتعلقة بالعرض السياحي في تونس المعبر عنها بعدد الأسرة وإستخدام الأنترنت، بلغت قيمتهما العظمى 242 146 سرير، 5 469 980 مستخدم في سنة 2011 و 2015 على التوالي. أما متغير المسافة الجغرافية بلغ أقصاه 16 362.34 كم وهي المسافة التي تفصل بين عاصمة تونس وعاصمة أستراليا.

وفيما يتعلق بالقيم الدنيا، فقد قدرت بالنسبة لمتغيري الدخل الفردي وحجم السكان ما مقداره 420 دولار و 592 267 نسمة سنة 2000، وهما تخصان كل من دولة اليمن وقطر على التوالي. في حين بلغت القيمة الدنيا للأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي ما يعادل 0.61 و 0.12 ليرة لكل 1 دينار تونسي، لكل من اليمن وتركيا وذلك سنتي 2015 و 2000 على التوالي. بينما قدرت قيمة كل من عدد الأسرة وإستخدام الأنترنت 197 453 سرير و 266 728 مستخدم لسنة 2000 لكل منهما. أما أقصر مسافة جغرافية كانت بين عاصمة تونس وعاصمة ليبيا بـ 527.6650 كلم.

فيما يخص المتغيرات الوهمية المثلة في اللغة والحدود المشتركة، الماضي الإستعماري، الأزمات الداخلية والخارجية، نلاحظ أنها تأخذ القيمة 0 كقيمة دنيا لها والقيمة 1 كقيمة قصوى لها خلال الفترة (2000-2015)، ويتبين لنا أيضاً من خلال المتوسط أن 58% من التدفقات الثنائية تحدث بين البلدان التي تتقاسم لغة مشتركة مع تونس، و 6.4% بين البلدان التي لها حدود مشتركة مع تونس، و 6.4% بين البلدان التي لها تاريخ إستعماري مشترك مع تونس، في حين أن ما نسبته 43.7% من سنوات فترة الدراسة حدثت فيها أزمات داخلية في تونس، بينما 18.7% من هذه السنوات أشرنا فيها إلى حدوث أزمات خارجية.

1-2- إختبارات تحديد النموذج الملائم:

- إختبارات التجانس: تتمثل مراحل هذا الإختبار في:

• إختبار التجانس الكلي: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك على النحو التالي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR) / [(N-1)(K+1)]}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(512.5 - 10.8) / (31-1)(12+1)}{10.8 / 31*16 - 31(12+1)} = 10.75$$

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 41.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر المجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{v_1=39, v_2=93}^{0.05} = 1.35$ أقل من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 10.75$ فإنه يتم رفض فرضية العدم التي مضمونها تساوي الحدود الثابتة وتساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول، أي رفض فرضية ملائمة النموذج التجميعي لمعطيات الدراسة. وهذا ما يسمح لنا بالانتقال إلى المرحلة الثانية المتمثلة في إختبار تجانس معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول.

• إختبار تجانس معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة المجدولة وذلك كما يلي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{FEM} - SCR) / (N-1)K}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(48.39 - 10.8) / (31-1)12}{10.8 / 31 * 16 - 31(12+1)} = 0.83$$

SCR_{FEM} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الآثار الفردية الثابتة والموضحة في الملحق 41.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر المجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{v_1=36, v_2=93}^{0.05} = 1.35$ أكبر من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 0.83$ فإنه يتم قبول فرضية العدم التي مضمونها تساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول. وهذا ما يسمح لنا بالانتقال إلى المرحلة الثالثة المتمثلة في إختبار تجانس الحدود الثابتة.

• إختبار تجانس الحدود الثابتة: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة المجدولة وذلك على النحو

التالي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR_{FEM}) / (N-1)}{SCR_{FEM} / N(T-1) - k} = \frac{(512.5 - 48.39) / (31-1)}{48.39 / 31(16-1) - 12} = 154.7$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 41.

SCR_{FEM} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الآثار الفردية الثابتة والموضحة في الملحق 41.

وبما أن إحصائية فيشر المجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{v_1=30, v_2=453}^{0.05} = 1.49$ أقل من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 154.7$ فإنه يتم رفض فرضية العدم التي مضمونها تجانس الحدود الثابتة بمعنى وجود الآثار الفردية للدول، ومنه فإن النموذج الملائم لمعطيات الدراسة هو نموذج الآثار الفردية.

- إختبار هوسمان: بعد التأكد من وجود تأثيرات فردية من خلال إختبار التجانس، لا بد من فحص طبيعة هذا الأثر، بحيث يجب معرفة ما إذا كانت من نوع الآثار الثابتة أو العشوائية من خلال هذا الإختبار الذي تظهر نتائجه في الجدول التالي:

الجدول (4-15): نتائج اختبار هوسمان

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Pool: TUN			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	24.225999	9	0.0040

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 9.

يتضح لنا من خلال نتائج اختبار هوسمان أن الإحتمال المقابل له أقل من مستوى المعنوية 5% أي $prob = 0.004 < 0.05$ ، وهذا معناه قبول الفرضية البديلة التي مضمونها أن نموذج الآثار الثابتة هو المناسب لإختبار أثر متغيرات نموذج الجاذبية على حجم الطلب السياحي في تونس.

3-1- تحليل نتائج نموذج الآثار الثابتة:

إن نتائج عملية تقدير نموذج الجاذبية للطلب على خدمات السياحة في تونس لإجمالي عينة الدراسة الممثلة في 31 دولة من مختلف الأسواق المصدرة للسياح إلى تونس خلال الفترة (2000-2015)، بالإعتماد على أسلوب الآثار الثابتة بإعتباره أفضل أسلوب للتقدير، يلخصها الجدول التالي:

الجدول (4-16): مخرجات نموذج الجاذبية المتعلقة بالآثار الثابتة لإجمالي عينة الدراسة في تونس للفترة (2015-2000)

<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable	<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable		
2.7513	**1.5956	HB_{it}	-3.4444	*-23.9901	C		
2.5983	*0.3174	NU_{it}	7.1730	*0.4302	$GNIpc_{jt}$		
-6.3256	*-0.1870	$Intc_{it}$	8.2339	*0.8035	POP_{jt}		
-1.8333	***-0.0603	$Extc_{jt}$	-2.8015	*-0.1585	RP_{ijt}		
1161.010		$F - stat$	-2.5144	*-0.1233	REX_{ijt}		
0.0000		$Prob(F - sta)$	0.9897		R^2		
1.2080		$D - Watson$	0.9888		\bar{R}^2		
الآثار الثابتة للدول							
<i>Alg</i>	<i>Mor</i>	<i>Lib</i>	<i>Mau</i>	<i>Egp</i>	<i>Leb</i>	<i>Jor</i>	<i>Sau</i>
1.7823	-0.1610	5.9108	-1.3296	-1.6424	-3.7694	-0.1025	-1.4581
<i>Yem</i>	<i>Qat</i>	<i>Emi</i>	<i>Oma</i>	<i>Kuw</i>	<i>Bah</i>	<i>Fra</i>	<i>Ger</i>
-5.2912	-1.1704	-2.0947	-0.3995	0.0857	0.0208	3.5808	2.7466
<i>Spa</i>	<i>Eng</i>	<i>Ita</i>	<i>Tur</i>	<i>Swi</i>	<i>Bel</i>	<i>Hol</i>	<i>Ast</i>
0.9127	2.5765	2.5169	-0.9555	2.4834	3.0727	1.820	2.3504
<i>Por</i>	<i>Grc</i>	<i>USA</i>	<i>Can</i>	<i>Bra</i>	<i>Jap</i>	<i>Aus</i>	/
1.4274	0.0133	-1.9689	-0.4337	-3.8652	-4.5994	-2.0322	-

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الملحق 41. * معنوي عند 1%، ** معنوي عند 5%، *** معنوي عند 10%.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

في ظل استخدام نموذج الآثار الثابتة لا يمكن إدراج بعض المتغيرات المستقلة التي تتغير مقطوعياً فقط ولا تتغير زمنياً (*time invariant*). فمتغير المسافة الجغرافية والمتغيرات الوهمية الخاصة بمدى وجود حدود ولغة وماضي إستعماري مشتركة تتغير حسب الوحدات المقطعية فقط. وبالتالي تكون مثل هذه المتغيرات ضمن الآثار الثابتة المدرجة في الحد المطلق. ويؤدي تضمينها في النموذج إلى إستحالة التقدير في ظل الإرتباط الخطي بينهما وبين الحد المطلق. ولذلك تم حذف هذه المتغيرات من النموذج، على أن يتم إدراجها ضمن نموذج آخر للتعرف على الوزن النسبي لكل من هذه المتغيرات داخل الحد المطلق. وفقاً للعلاقة التالية¹:

$$FE_{ij} = f(c, Dist_{ij}, Lang_{ij}, Bord_{ij}, Colony_{ij})$$

حيث FE_{ij} تعبر عن الآثار الثابتة، والجدول التالي يوضح لنا نتائج التقدير:

الجدول (4-17): نتائج تقدير المتغيرات التي تتغير على مستوى الوحدات المقطعية فقط

t-statistic	Coefficient	Variable	t-statistic	Coefficient	Variable
5.2081	*1.3967	$Colony_{ij}$	4.6346	*17.0772	C
0.6663		R^2	-4.6964	*-2.1677	$Dist_{ij}$
0.6595		\bar{R}^2	2.7965	*0.3581	$Lang_{ij}$
8.4878		$F - stat$	7.0050	***1.887	$Bord_{ij}$
0.0001		$Prob(F - sta)$	1.6191		$D - Watson$

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 9. * معنوي عند 1%، *** معنوي عند 10%.

ويمكن صياغة نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب على الخدمات السياحية في تونس من 31 دولة على الشكل اللوغارتمي كالتالي:

$$\begin{aligned} \ln TA_{ijt} = & -23.990 + 0.430 \ln GNIPc_{jt} + 0.803 \ln POP_{jt} - 0.158 \ln RP_{ijt} - 0.123 \ln REX_{ijt} \\ & + 1.595 \ln HB_{it} + 0.317 \ln NU_{it} - 0.187 \ln Intc_{it} - 0.060 \ln Extc_{jt} \end{aligned}$$

أما المتغيرات التي لا تتغير عبر الزمن فتأخذ العلاقة التالية:

$$FE_{ij} = 17.077 - 2.167 Dist_{ij} + 0.358 Lang_{ij} + 1.887 Bord_{ij} + 1.396 Colony_{ij}$$

على ضوء نتائج التقدير الموضحة في الجدولين أعلاه، نجد أن متغيرات الجاذبية الممتلة في الدخل الفردي وحجم السكان للدول المصدرة للسياح إلى تونس، السعر النسبي للسياحة بين تونس وهذه الدول، سعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار التونسي مقابل عملات هذه الدول، إلى جانب عدد الأسرة ومستخدمي الإنترنت في تونس، بما في ذلك المسافة الجغرافية والمتغيرات الوهمية كان لها أثر معنوي في حجم الطلب على الخدمات السياحية

¹ Mohammad ALAWIN, Ziad ABU-LILA, *Uncertainty and Gravity Model For International Tourism Demand in Evidence From Panel-Garch Model*, Applied Econometrics and International Development, Vol. 16-1 (2016), P 139.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

التونسية خلال الفترة (2000-2015)، وبالتالي فإن هذه المتغيرات تمثل محددات رئيسية للطلب السياحي في تونس.

تفسر هذه المتغيرات نحو 98% من التغيرات الحاصلة في حركة السياحة الوافدة إلى تونس، وهذا وفقاً لمعامل التحديد المصحح R^2 ، والأمر لا يختلف كذلك بالنسبة للمتغيرات التي لا تتغير عبر الزمن والتي تم اعتبارها ضمن الآثار الثابتة المدرجة في الحد المطلق بمعامل تحديد 65%، مما يعني أن النموذج يتمتع بقوة تفسيرية جيدة. هذا إلى جانب ثبوت المعنوية الكلية للنموذج، إذ أن القيمة الإحصائية لإحصائية فيشر المحسوبة $F_{cat} = 0.000$ أقل من حد المعنوية 5% وبالتالي فإن معاملات النموذج تختلف عن الصفر.

أخذت متغيرات النموذج سلوكاً يتوافق مع النظرية الاقتصادية والإشارات المتوقعة. فبالنسبة للدخل الفردي الذي يعكس لنا القدرة الشرائية للسائح الوافد إلى تونس تؤدي زيادته بـ 1% إلى الزيادة في عدد السياح الوافدين بـ 0.43%. مما يعني إستجابة الطلب السياحي في تونس للتغير في الدخل الفردي بالنسبة للدول المصدرة للسياح إليها. وهذا ما ينطبق على متغير حجم السكان الذي كان لها تأثير أكبر نسبياً مقارنة بالدخل الفردي، إذ أن الزيادة في حجم السكان بـ 1% في دول العينة يؤدي إلى زيادة عدد السياح الوافدين بـ 0.80%.

أخذ متغير السعر النسبي للسياحة ومتغير سعر الصرف الحقيقي اللذان يعكسان مستوى الأسعار وتكاليف المعيشة في تونس مقارنة بالدول المصدرة للسياح إليها، الأثر السلبي المعنوي عند مستوى 1% وهذا ما يتفق مع العلامة المتوقعة لكل منهما، حيث أن إرتفاع تكاليف المعيشة النسبية بين تونس ودول العينة بـ 1% ينجم عنه إنخفاض في عدد السياح الوافدين بـ 0.15%، والأمر لا يختلف عن نظيره سعر الصرف الحقيقي من حيث الإشارة أو القيمة، إذ أن الزيادة في القيمة الحقيقية للدينار التونسي مقابل عملات دول الدراسة بـ 1% يترتب عنه التراجع في حركة السياحة الوافدة بـ 0.12%. وذلك نتيجة لتوجه السياح إلى مقاصد سياحية بديلة أخرى منافسة للسياحة التونسية كالمغرب أو مصر.

وفيما يخص المؤشرات المتعلقة بالعرض السياحي في تونس كان لها هي الأخرى الإشارات المتوقعة. إذ أن متغير عدد الأسرة الذي يمثل البنية التحتية للسياحة كان له أثر إيجابي مرن عند مستوى 5%، ويعتبر هذا المحدد عامل جذب مهم للحركة السياحية إلى تونس، فزيادتها بـ 1% ينجم عنه الزيادة بنسبة أكبر في عدد السياح الوافدين وذلك بـ 1.59%. كما أن عدد مستخدمي الأنترنت في تونس الذي يعكس مستوى البنية التحتية للإتصالات له دلالة إحصائية عند مستوى 1%، ويساهم في جذب الأفواج السياحية بـ 0.31% في حالة إرتفاع مستوى البنية التحتية للإتصالات بـ 1%.

من ناحية أخرى لا يمكن إهمال الدور القوي الذي تلعبه نفقات النقل في تقليص حجم التدفقات السياحية إلى تونس. فالمتغير الخاص بالمسافة الجغرافية الذي أستخدم كمؤشر تقريبي لنفقات النقل كان له أثر سلبي معنوي مرن عند مستوى 1%، حيث أن الزيادة في المسافة بين تونس وكل دولة يترتب عنه إنخفاض في

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

حركة السياحة الوافدة بـ 2.16%، وهو ما يؤكد الإثبات النظري التي تطرقنا إليه في الجانب التحليلي من الفصل الثالث، إذ لاحظنا أنه كلما كانت المسافة كبيرة بين تونس ودول العينة ينخفض حجم الأفواج السياحية المتأتية منها، لذا كانت السوق المغاربية والأوروبية من أكثر الأسواق تصدير للسياح إلى تونس بسبب القرب الجغرافي الذي يترتب عنه إنخفاض في تكاليف الرحلة السياحية إلى تونس بشكل عام، بخلاف الأمر بالنسبة للسوق الشرق الأوسطية والأمريكية، الآسيوية والأفغانوسية.

ويمثل الاستنتاج الأهم في الأثر الإيجابي المعنوي عند مستوى 1% للمتغيرات الوهمية المتمثلة في اللغة والتاريخ الإستعماري ومستوى 10% لمتغير الحدود المشتركة، كمحفزات لتنمية حركة السياحة الوافدة إلى تونس. وتقدر مساهمة اللغة التي تعبر على سهولة التخاطب بين بلد المصدر وبلد الوجهة السياحية في جذب التدفقات السياحية بـ 0.35 ولكنها تعتبر أقل أهمية مقارنة بعامل الحدود والتاريخ الإستعماري حيث بلغت مساهمتهما على التوالي 1.39 و 1.88، وعلى الرغم من أن الدول التي لها علاقة بمهذين العاملين لا يمثلان سوى 0.06% من إجمالي العينة لكل منهما، وهذا يدل على أهمية الربط التاريخ وتنوع وسائل النقل في تدفق الأفواج السياحية فيما بين الدول.

ونظراً لطبيعة الحركة الوافدة إلى تونس والتي تصنف كسياحة ترفيه وإستجمام، فهي ذات حساسية لظروف الأمنية الداخلية، وباعتبار تونس شهدت توترات أمنية من حين إلى آخر البعض منها كان موجّه لضرب قطاع السياحة خاصة أحداث سنة 2015 التي نجم عنها ضحايا سياح أدت إلى تراجع الحركة الوافدة بنسبة 30.7%، وما يثبت ذلك هي معلمة هذا المتغير التي كان لها الأثر السلبي المعنوي عند مستوى 1%، إذ أن الأحداث الأمنية التي مرت بها تونس ساهمت في تخفيض عدد السياح الوافدين إليها بـ 0.18. بينما متغير الأزمات الخارجية المتعلقة بالظروف التي تتعرض لها الدول المصدرة للسياح إلى تونس فهي الأخرى ساهمت في التخفيض بقيمة أقل عن سابقتها إذ لم تتعدى 0.06. وهذا يعني أن الحركة الوافدة إلى تونس شديدة الحساسية إتجاه الظروف الأمنية الداخلية عن هذه الأخيرة.

تشير نتائج التقدير أيضاً إلى وجود آثار فردية لدول الدراسة على نفاذية السياح إلى تونس، إذ أن التأثير الثابت على حركة السياحة الوافدة يختلف من دولة إلى أخرى، حيث يتضح أن الدول المسؤولة عن زيادة تلك الحركة من السوق العربية تأتي ليبيا أولاً بنسبة 5.78%، تليها الجزائر بـ 1.78%، ثم تأتي كل من الكويت والبحرين بنسب ضعيفة قدرت بـ 0.08% و 0.02% على التوالي. بينما الدول العربية الأخرى مسؤولة عن تراجع السياح والتي تمثل الغالبية هي اليمن بـ 5.29%، لبنان 3.79%، الإمارات 2.09%، مصر 1.64%، السعودية 1.45%، موريطانيا 1.32%، قطر 1.17%، عمان 0.39%، المغرب 0.16%. والأثر السلبي لهذه الدول يرجع إما لإنخفاض الدخل الفردي فيها مثل موريطانيا واليمن، أو لتفضيل البعض منها وجهات سياحية أخرى خاصة سكان منطقة الخليج، وهنا نذكر أن السوق الشرق الأوسطية كانت من أقل الأسواق تصديراً

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

للسياح إلى تونس، إذ بلغ المتوسط النسبي للأفواج السياحية من هذه السوق خلال الفترة الواقعة ما بين 2000 و2015 ما مقداره 0.7% من إجمالي الحركة السياحية الوافدة إلى تونس.

أما بالنسبة للسوق الأوروبية التي تعتبر المصدر الأول للسياح إلى تونس خلال الفترة (2000-2015) بمتوسط نسبي بلغ 53.5%.. نلاحظ أن معظم الدول الأوروبية كان لها الأثر الإيجابي في زيادة عدد السياح الوافدين، إذ تأتي في المقدمة فرنسا بنسبة 3.58%، بلجيكا بـ 3.07%، ألمانيا بـ 2.74%، إنجلترا بـ 2.57%، إيطاليا بـ 2.51%، سويسرا بـ 2.48%، النمسا بـ 2.53%، هولندا بـ 1.82%، البرتغال بـ 1.42%، إسبانيا بـ 0.91%، اليونان بـ 0.01%، وتبقى تركيا الدولة الوحيدة التي كان لها أثر تخفيض عدد السياح الوافدين منها إلى تونس بنسبة 0.95%. ويعود تفسير هذا الأثر الإيجابي لعينة الدول الأوروبية إلى عامل القرب الجغرافي بين أوروبا وتونس والذي ينعكس في إنخفاض تكاليف النقل بصفة خاصة وتكاليف الرحلة السياحية بصفة عامة. وهذا بخلاف الوضع بالنسبة لعينة الدول الممثلة للسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية، إذ ساهمت اليابان في تخفيض الحركة السياحية الوافدة إلى تونس بنسبة 4.59%، تليها البرازيل بـ 3.86%، أستراليا بـ 2.03%، الو.م.أ. 1.96%، وأخيراً كندا بـ 0.43%. ونذكر هنا أن هذين السوقين من أقل الأسواق تصديراً للسياح إلى تونس بمتوسط نسبي بلغ 0.5% و0.2% على التوالي خلال الفترة (2000-2015).

ثانياً: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأوروبي في تونس

لمعرفة أثر متغيرات الجاذبية على حركة السياحة الوافدة إلى الجزائر من السوق الأوروبية خلال الفترة (2000-2015)، نقوم أولاً بدراسة الخصائص الإحصائية لبيانات المتغيرات مع تحديد النموذج الملائم لها للتقدير، ثم تحليل النتائج المحصل عليها وذلك على النحو التالي:

1-2- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول الأوروبية:

يوضح الجدول (4-18) الخصائص الإحصائية للمتغيرات نموذج الجاذبية الخاص بالطلب السياحي الأوروبي في تونس لـ (2000-2015)، حيث يظهر المتوسط والوسيط، أكبر قيمة وأقل قيمة والانحراف المعياري.

الجدول (4-18): الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول الأوروبية في تونس للفترة (2000-2015)

REX_{ijt}	RP_{ijt}	POP_{jt}	$GNIpc_{jt}$	TA_{ijt}	المقاييس
0.659993	1.005479	37137026	34289.69	223683.3	Mean
0.607397	0.966336	28753894	32820.00	93351.50	Median
1.598137	3.720315	82534176	88480.00	1395255	Maximum
0.122607	0.781839	7184250	3550.000	1490.000	Minimum
0.249533	0.254510	27755165	16367.12	305373.1	Std.Dev
192	192	192	192	192	Observations
12	12	12	12	12	Cross section
/	$Colony_{ij}$	$Bord_{ij}$	$Lang_{ij}$	$Dist_{ij}$	المقاييس
/	0.166667	0.000000	0.250000	1480.927	Mean
/	0.000000	0.000000	0.000000	1555.170	Median
/	1.000000	0.000000	1.000000	1998.929	Maximum
/	0.000000	0.000000	0.000000	595.3532	Minimum
/	0.373652	0.000000	0.434145	372.9269	Std.Dev
/	192	192	192	192	Observations
/	12	12	12	12	Cross section

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

يتبين لنا من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول، أن متوسط عدد السياح الوافدين من السوق الأوروبية البالغ عددها 12 دولة بعدد مشاهدات 192 مشاهدة، قدر بـ 223 683.3 سائح في الفترة (2000-2015)، وذلك بإنحراف معياري 305 373.1 سائح، وعاد النصيب الأكبر من الوافدين الأوروبيين سنة 2008 من فرنسا بـ 1 395 255 سائح، بينما كانت سنة 2015 ذا النصيب الأقل في عدد الوافدين الأوروبيين حيث بلغ عددهم آنذاك 1 490 سائح من دولة اليونان.

أما بالنسبة للمتغيرات المستقلة المتعلقة بالدول الأوروبية التي تطلب الخدمات السياحية التونسية والمثلة في كل من الدخل الفردي وحجم السكان، نلاحظ أن أقصى قيمة لهما بلغت 88 480 دولار و 82 534 176 نسمة لسنتي 2013 و 2003 في كل سويسرا وألمانيا على التوالي. بينما متغيري الأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار التونسي مقابل عملات عينة الدول الأوروبية المصدر للسياح، قد بلغا أقصى قيمة لهما سنتي 2000 و 2015 بقيمة قدرت لكل منهما 3.72 و 1.59 ليرة لكل 1 دينار تونسي، وذلك بالنسبة لتركيب لكل منهما على التوالي. أما متغير المسافة الجغرافية بلغ أقصاه 1 998.929 كم وهي المسافة التي تفصل بين عاصمة الجزائر وعاصمة تركيا. بالنسبة للمتغير عدد الأسرة ومستخدمي الأنترنت التي لم ترد بيانتهما في هذا الجدول، قد أشرنا إليهما في الجدول (4-14).

وفيما يتعلق بالقيم الدنيا، فقد قدرت بالنسبة لمتغيري الدخل الفردي وحجم السكان ما مقداره 3550 دولار و 7 184 250 نسمة سنتي 2001 و 2000، وهما تخرسان كل من دولة تركيا وسويسرا على التوالي. في حين بلغت القيمة الدنيا للأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي ما يعادل 0.78 و 0.12 ليرة لكل 1 دينار تونسي، لكل من سويسرا وتركيا وذلك سنة 2000 لكل منهما على التوالي. أما أقصر مسافة جغرافية كانت بين عاصمة تونس وعاصمة إيطاليا ب 595.3532 كلم.

فيما يخص المتغيرات الوهمية المثلة في اللغة، الماضي الإستعماري، نلاحظ أنها تأخذ القيمة 0 كقيمة دنيا لها والقيمة 1 كقيمة قصوى لها خلال الفترة (2000-2015)، ويتبين لنا أيضاً من خلال المتوسط أن ما نسبته 25% من التدفقات الثنائية تحدث بين الدول الأوروبية التي تتقاسم لغة مشتركة مع تونس، و 16.6% بين الدول الأوروبية التي لها لها تاريخ إستعماري مشترك مع تونس. ونشير هنا أن متغير الحدود المشتركة تم حذفه من النموذج المتعلق بتقدير دالة الطلب السياحي من السوق الأوروبية بإعتبار أنه لا توجد حدود مشتركة بين تونس وعينة الدول الأوروبية (أدنى قيمة وأعظم قيمة تأخذ 0)، بينما الأزمات الداخلية والخارجية هي الأخرى أشرنا إليها في الجدول (4-14).

2-2- إختبارات تحديد النموذج الملائم:

- إختبارات التجانس: تتمثل مراحل هذا الإختبار في:

• إختبار التجانس الكلي: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك على النحو التالي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR) / [(N-1)(K+1)]}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(98.7 - 5.19) / (12-1)(11+1)}{5.19 / 12 * 16 - 12(11+1)} = 6.45$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 42.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر ب 1.50 $F_{v_1=132, v_2=48}^{0.05}$ أقل من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 6.45$ فإنه يتم رفض فرضية العدم التي مضمونها تساوي الحدود الثابتة وتساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول، أي رفض فرضية ملائمة النموذج التجميعي لمعطيات الدراسة. وهذا ما يسمح لنا بالإنتقال إلى المرحلة الثانية المتمثلة في إختبار تجانس معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول.

• إختبار تجانس معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك كما يلي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{FEM} - SCR) / (N-1)K}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(23.58 - 5.19) / (12-1)11}{5.19 / 12 * 16 - 12(11+1)} = 1.36$$

SCR_{FEM} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الآثار الفردية الثابتة والموضحة في الملحق 42.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

وبما أن إحصائية فيشر المجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{v_1=12, v_2=48}^{0.05} = 1.52$ أكبر من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 1.36$ فإنه يتم قبول فرضية العدم التي مضمونها تساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول. وهذا ما يسمح لنا بالانتقال إلى المرحلة الثالثة المتمثلة في اختبار تجانس الحدود الثابتة.

• اختبار تجانس الحدود الثابتة: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة المجدولة وذلك على النحو التالي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR_{FEM}) / (N - 1)}{SCR_{FEM} / N(T - 1) - k} = \frac{(98.7 - 23.58) / (12 - 1)}{23.58 / 12(16 - 1) - 11} = 48.79$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 42.

SCR_{FEM} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الآثار الفردية الثابتة والموضحة في الملحق 42.

وبما أن إحصائية فيشر المجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{v_1=1, v_2=169}^{0.05} = 1.85$ أقل من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 48.79$ فإنه يتم رفض فرضية العدم التي مضمونها تجانس الحدود الثابتة بمعنى وجود الآثار الفردية للدول، ومنه فإن النموذج الملائم لمعطيات الدراسة هو نموذج الآثار الفردية.

- اختبار هوسمان: بعد التأكد من وجود تأثيرات فردية من خلال اختبار التجانس، لا بد من فحص طبيعة هذا الأثر، بحيث يجب معرفة ما إذا كانت من نوع الآثار الثابتة أو العشوائية من خلال هذا الاختبار الذي تظهر نتائجه في الجدول التالي:

الجدول (4-19): نتائج اختبار هوسمان

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Pool: TUN			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	4.682396	8	0.7909

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 9.

فيما يتعلق ببيانات متغيرات نموذج الجاذبية للطلب الأوروبي على الخدمات السياحية في تونس. تظهر النتائج أن الإحتمال المقابل لإحصائية هوسمان أكبر من مستوى المعنوية 5% أي $prob = 0.7909 > 0.05$ وهذا يعني قبول فرضية العدم أي أن نموذج الآثار العشوائية هو المناسب لهذه البيانات.

2-3- تحليل نتائج نموذج الآثار العشوائية:

إن نتائج عملية تقدير نموذج الجاذبية للطلب الأوروبي على خدمات السياحة في تونس لعينة متكونة من 12 دولة أوروبية خلال الفترة (2000-2015)، بالإعتماد على أسلوب الآثار العشوائية بإعتباره أفضل أسلوب للتقدير، يوضحها الجدول التالي:

الجدول (4-20): مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالآثار العشوائية لعينة الدول الأوروبية في تونس للفترة (2000-2015)

<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable	<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable
-1.7223	***-0.0716	<i>Dist_{ij}</i>	-2.5093	** -47.0887	<i>C</i>
3.6069	*2.3390	<i>Lang_{ij}</i>	4.0598	*0.9684	<i>GNIpc_{jt}</i>
/	/	<i>Bord_{ij}</i>	4.2869	*1.3674	<i>POP_{jt}</i>
3.9153	*1.0286	<i>Colony_{ij}</i>	-6.1042	*-1.4922	<i>RP_{ijt}</i>
-2.2869	** -0.5586	<i>Intc_{it}</i>	-4.1979	*-0.9256	<i>REX_{ijt}</i>
-1.1700	^{n.s} -0.0933	<i>Extc_{jt}</i>	2.2920	**3.1642	<i>HB_{it}</i>
14.5197		<i>F – stat</i>	4.1250	*0.4823	<i>NU_{it}</i>
0.0000		<i>Prob(F – sta)</i>	0.7701		<i>R²</i>
0.8183		<i>D – Watson</i>	0.7377		\overline{R}^2
الآثار العشوائية للدول					
<i>Fra</i>	<i>Ger</i>	<i>Spa</i>	<i>Eng</i>	<i>Ita</i>	<i>Tur</i>
0.8988	0.4390	-1.1926	0.2754	0.4290	-0.8988
<i>Swi</i>	<i>Bel</i>	<i>Hol</i>	<i>Ast</i>	<i>Por</i>	<i>Grc</i>
-0.5214	-0.3773	0.4575	1.3608	0.2679	-1.1383

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الملحق 42. معنوي عند 1%، ** معنوي عند 5%، *** معنوي عند 10%، *n.s* غير معنوي.

وعليه فإن نموذج الجاذبية للطلب الأوروبي على الخدمات السياحية في تونس من 12 دولة يأخذ الصيغة اللوغارتمية التالية:

$$\begin{aligned} \ln TA_{ijt} = & -47.088 + 0.968 \ln GNIpc_{jt} + 1.367 \ln POP_{jt} - 1.492 \ln RP_{ijt} - 0.925 \ln REX_{ijt} \\ & + 3.164 \ln HB_{it} + 0.482 \ln NU_{it} - 0.071 \ln Dist_{ij} + 2.339 \ln Lang_{ij} + 1.028 \ln Colony_{ij} - 0.558 \ln Intc_{it} \\ & - 0.093 \ln Extc_{jt} \end{aligned}$$

يتضح لنا من خلال الجدول (4-20)، نتائج تقدير نموذج الجاذبية بالنسبة للسياحة الأوروبية والتي تشكل النصيب الأكبر من السياحة الوافدة إلى تونس خلال الفترة (2000-2015). وتظهر النتائج معنوية تأثير جميع متغيرات النموذج عدا متغير الأزمات الخارجية، وتتمثل في الدخل الفردي وحجم السكان لعينة الدول الأوروبية، السعر النسبي للسياحة بين تونس وهذه الدول، سعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار التونسي مقابل عملات هذه الدول، إلى جانب عدد الأسرة ومستخدمي الأنترنت في تونس، بما في ذلك المسافة الجغرافية واللغة المشتركة والتاريخ الإستعماري والأزمات الداخلية.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

إن هذه العوامل تفسر ما يربو عن 73% من التغيرات الحاصلة في عدد السياح الوافدين من تلك الدول، وهذا حسب معيار معامل التحديد المصحح R^2 ، بينما ترجع النسبة الباقية والمقدرة بـ 27% إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، وبالتالي فهو نموذج ذات قوة تفسيرية جيدة. وما يؤكد هذه القوة التفسيرية هو المعنوية الكلية للنموذج حسب ما يظهره إختبار فيشر، إذ أن القيمة الإحتمالية لإحصائية فيشر المحسوبة $F_{cat} = 0.000$ أقل من حد المعنوية 5% وبالتالي أن معاملات النموذج تختلف عن الصفر.

تتفق النتائج مع التوقعات النظرية لأن جميع المعاملات لها العلامات المتوقعة. فبالنسبة للدخل الفردي الأوروبي يظهر أنّ له الأثر الإيجابي المعنوي عند مستوى 1%، حيث أن السياحة الوافدة من أوروبا إلى تونس ستزيد بـ 0.96% في حالة زيادة القوة الشرائية للفرد الأوروبي بـ 1%، ونستنتج من هذا، أن الطلب على الخدمات السياحية في تونس من السوق الأوروبية حساس للتغير في الدخل الفردي بمعدل أكبر مقارنة بالسوق العربية (0.09%) والسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية (0.93%)، وبالتالي يمكننا هنا إعتبار أن الخدمات السياحية التونسية هي من الخدمات التي يفضلها السائح الأوروبي، و يرجع هذا ربما إلى إنخفاض تكاليف النقل التي يترتب عنها إنخفاض تكلفة الرحلة السياحية بشكل عام، إلى جانب قصر مدة السفر بإتجاه تونس التي تشعر السائح الأوروبي بالأريحية. كما يبدو أن الأمر لا يختلف فيما يتعلق بمتغير حجم السكان التي كانت هي الأخرى ذات علاقة إيجابية مرنة ومعنوية عند مستوى 1%، إذ تساهم هذه الأخيرة في زيادة حركة السياحة الوافدة من أوروبا بـ 1.36% عند زيادتها بـ 1%، وهي النسبة الأكبر دائماً مقارنة بالسوق العربية (0.33) والسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية (-3.88).

وتمشياً مع الحدس الاقتصادي، تبين أن مستوى الأسعار وتكلفة المعيشة في تونس مقارنة بعينة الدول الأوروبية، التي تقاس من حيث مؤشر السعر النسبي للسياحة ومؤشر سعر الصرف الحقيقي تُأثر بشكل سلبي من على الحركة الأوروبية الوافدة إلى تونس، خاصة فيما يتعلق بمتغير السعر النسبي حيث أن زيادة هذه الأخيرة بـ 1% يصاحبه تراجع في عدد السياح الأوروبيين بـ 1.49%. والأمر ينطبق كذلك على سعر الصرف الحقيقي إذ تؤدي زيادته بنفس النسبة إلى إنخفاض بـ 0.92%. ويرجع تفسير تأثر السوق الأوروبية بهذين المتغيرين أكثر من الأسواق الأخرى هو وجود مقاصد سياحية بديلة لها، تحمل نفس الخصائص مع الوجهة التونسية وهي المغرب التي تعتبر هي الأخرى وجهة سياحية مفضلة للأوروبيين، وبالتالي عند إرتفاع تكاليف المعيشة التي يتحملها السائح في تونس يترتب على السائح الأوروبي تغير وجهته إلى المغرب أو غيرها من البدائل الأخرى.

ويُدرج السائح الأوروبي ضمن المعايير التي يعتمد عليها بشكل كبير في تحديد قراره للسفر إلى تونس مستوى البنية التحتية للسياحة أو ما يعرف بالقدرة على الإقامة والمعبر عنه بعدد الأسرة، إذ كان لهذا المتغير أثر إيجابي شديد المرونة على حركة السياحة الوافدة من السوق الأوروبية عند مستوى معنوية 5%، حيث زيادة هذا الأخير بـ 1% يترتب عنه إرتفاع في حركة السياحة الوافدة بـ 3.16%، أما فيما يتعلق باستخدام الأنترنت كانت

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

هي الأخرى ذات أثر إيجابي معنوي لكن أقل مرونة من سابقتها حيث أن إرتفاها بـ 1% يؤدي إلى المزيد من حركة السياحة الأوروبية بنسبة تقدر بـ 0.48%.

ويشير معامل المسافة الجغرافية أنه ذو أثر سلبي معنوي غير مرن عند مستوى 10%، و هو أقل أثر على الحركة السياحية الوافدة مقارنة بالأسواق الأخرى، إذ لم يتجاوز 0.07% عند زيادته بـ 1%، والسبب يعود في ذلك إلى القرب الجغرافي بين تونس ومعظم دول القارة الأوروبية مما لا يجعل هناك تفاوت كبير في تكاليف النقل منها إلى تونس.

وتشكل العوامل الثقافية والتاريخية الممتلئة في اللغة والعلاقات الإستعمارية المشتركة بين عينة من الدول داخل السوق الأوروبية وتونس عوامل محفزة وجاذبة للتدفقات الأفواج السياحية من تلك الدول إليها، فهما يحملان العلامة الإيجابية المتوقعة عند مستوى 1% بمساهمة قدرت بـ 2.33 و 1.02 على التوالي. وكناكيد لأهمية هذين العاملين نشير إلى أن فرنسا (تشارك مع تونس في اللغة والماضي الإستعماري) تعبر المصدر الأول للسياح إلى تونس بمتوسط نسبي بلغ 31.6% خلال الفترة الواقعة من 2000 إلى 2015.

كما تعتبر السوق الأوروبية من الأكثر الأسواق تأثراً بالظروف الأمنية التي مرت بها تونس، فعلى ذكر أحداث سنة 2015 تراجع عدد السياح الوافدين من أوروبا والليالي السياحية المقضاة بحوالي 53.6% و 61.4% على التوالي. والأمر الذي إنعكس في إرتفاع الأثر السلبي والبالغ 0.55 عند مستوى معنوية 5% للمتغير الأزمات الداخلية في تونس على الحركة الوافدة من هذه المنطقة. وهذا بخلاف متغير الأزمات الخارجية التي لم تكن له دلالة إحصائية.

إن الدول المسؤولة في السوق الأوروبية عن زيادة تصدير السياح إلى تونس من خلال ما تظهره الآثار الفردية هي النمسا بـ 1.36%، فرنسا بـ 0.89%، هولندا بـ 0.45%، ألمانيا بـ 0.43%، إيطاليا بـ 0.42%، إنجليترا بـ 0.27%، البرتغال بـ 0.26%، وتعتبر هذه الدول من الأكثر المناطق الأوروبية تصديراً للسياح إلى تونس بمتوسط نسبي بلغ خلال الفترة (2000-2015) كأدى قيمة 9.8%، بإستثناء هولندا (1.9%) والبرتغال (0.8%) التي تعبران من أسواق الأوروبية الواعدة للسياحة التونسية. بينما الدول الأخرى التي لم يتجاوز نصيبها النسبي 4.6% خلال نفس الفترة كأبعد تقدير، كان لها الأثر السلبي على زيادة الأفواج السياحية منها بإتجاه تونس وهي إسبانيا بـ 1.19%، اليونان بـ 1.13%، تركيا بـ 0.89%، سويسرا بـ 0.52%، بلجيكا بـ 0.37%.

ثالثاً: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي العربي في تونس

لمعرفة أثر متغيرات الجاذبية على حركة السياحة الوافدة إلى الجزائر من السوق العربية خلال الفترة (2000-2015)، نقوم أولاً بدراسة الخصائص الإحصائية لبيانات المتغيرات مع تحديد النموذج الملائم لها للتقدير، ثم تحليل النتائج المحصل عليها وذلك على النحو التالي:

3-1- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول العربية:

يوضح الجدول (4-21) الخصائص الإحصائية للمتغيرات لنموذج الجاذبية الخاص بالطلب السياحي العربي في تونس للفترة (2000-2015)، حيث يظهر المتوسط والوسيط، أكبر قيمة وأقل قيمة والانحراف المعياري.

الجدول (4-21): الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول العربية في تونس للفترة (2000-2015)

REX_{ijt}	RP_{ijt}	POP_{jt}	$GNIpc_{jt}$	TA_{ijt}	المقاييس
107.9630	1.050184	16441538	14759.09	181348.0	Mean
2.609388	1.012639	5709435	7015.000	2906.000	Median
1291.056	2.094849	93778172	82750.00	2236135	Maximum
0.142999	0.618645	592267.0	420.0000	223.000	Minimum
293.3521	0.175746	21424098	17867.14	458917.8	Std.Dev
224	224	224	224	224	Observations
14	14	14	14	14	Cross section
/	$Colony_{ij}$	$Bord_{ij}$	$Lang_{ij}$	$Dist_{ij}$	المقاييس
/	0.000000	0.142857	1.000000	2966.518	Mean
/	0.000000	0.000000	1.000000	3297.487	Median
/	0.000000	1.000000	1.000000	4827.421	Maximum
/	0.000000	0.000000	1.000000	527.6650	Minimum
/	0.000000	0.350711	1.000000	1340.555	Std.Dev
/	224	224	224	224	Observations
/	14	14	14	14	Cross section

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

يظهر لنا من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول، أن متوسط عدد السياح الوافدين من السوق العربية البالغ عددها 14 دولة بعدد مشاهدات 224 مشاهدة أقل من نظيره في السوق الأوروبية، حيث قدر بـ 181348 سائح في الفترة (2000-2015)، وذلك بإنحراف معياري 458 917.8 سائح وهو يدل على إختلاف نسبي لعدد الوافدين بين المقاطع العرضية المختلفة، وعاد النصيب الأكبر من الوافدين العرب سنة 2013 من ليبيا بـ 2 236 135 سائح، بينما كانت سنة 2000 ذا النصيب الأقل في عدد الوافدين العرب حيث بلغ عددهم آنذاك 223 سائح من دولة البحرين.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

أما بالنسبة للمتغيرات المستقلة المتعلقة بالدول العربية التي تطلب الخدمات السياحية التونسية والممثلة في كل من الدخل الفردي وحجم السكان، نلاحظ أن أقصى قيمة لهما بلغت 82 750 دولار و 93 778 172 نسمة لسنتي 2014 و 2015 في كل قطر ومصر على التوالي. بينما متغيري الأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار التونسي مقابل عملات عينة الدول العربية المصدرة للسياح، قد بلغا أقصى قيمة لهما سنتي 2000 و 2004 بقيمة قدرت لكل منهما 2.09 و 1291.05 ليرة لكل 1 دينار تونسي، وذلك بالنسبة لليمن ولبنان على التوالي. أما متغير المسافة الجغرافية بلغ أقصاه 4 827.421 كم وهي المسافة التي تفصل بين عاصمة تونس وعاصمة عمان. بالنسبة للمتغير عدد الأسرة ومستخدمي الأنترنت التي لم ترد بيانتهما في هذا الجدول، قد أشرنا إليهما في الجدول (4-14).

وفيما يتعلق بالقيم الدنيا، فقد قدرت بالنسبة لمتغيري الدخل الفردي وحجم السكان ما مقداره 420 دولار و 592 267 نسمة سنة 2000 لكل منهما، وهما تخرسان كل من دولة اليمن وقطر على التوالي. في حين بلغت القيمة الدنيا للأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي ما يعادل 0.61 و 0.14 دينار لكل 1 دينار تونسي، لكل من اليمن والكويت وذلك سنة 2015 لكل منهما على التوالي. أما أقصر مسافة جغرافية كانت بين عاصمة الجزائر وعاصمة ليبيا بـ 527.6650 كلم.

فيما يخص المتغيرات الوهمية الممثلة في الحدود المشتركة، نلاحظ أنها تأخذ القيمة 0 كقيمة دنيا لها والقيمة 1 كقيمة قصوى لها خلال الفترة (2000-2015)، ويتبين لنا أيضاً من خلال المتوسط أن ما نسبته 14.3% من التدفقات الثنائية تحدث بين الدول العربية التي تتقاسم الحدود الجغرافية مع تونس. ونشير هنا أن متغير اللغة المشتركة تم حذفه من النموذج المتعلق بتقدير دالة الطلب السياحي من السوق العربية، وذلك لتفادي مشكلة التعدد الخطي بإعتبار أن هذه الأخيرة تأخذ القيمة 1 في كل المقاطع العرضية والسنوات، والأمر ينطبق على متغير التاريخ الإستعماري المشترك لأنه لا توجد أي علاقة إستعمارية بين تونس وعينة الدول العربية (أدنى قيمة وأعظم قيمة تأخذ 0)، بينما الأزمات الداخلية والخارجية هي الأخرى أشرنا إليها في الجدول (4-14).

3-2- إختبارات تحديد النموذج الملائم:

- إختبارات التجانس: تتمثل مراحل هذا الإختبار في:

• إختبار التجانس الكلي: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك على النحو التالي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR) / [(N-1)(K+1)]}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(101.12 - 3.38) / (14-1)(10+1)}{3.38 / 14 * 16 - 14(10+1)} = 13.6$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 43.

SCR : مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{v_1=14, v_2=70}^{0.05} = 1.45$ أقل من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 13.6$ فإنه يتم رفض فرضية العدم التي مضمونها تساوي الحدود الثابتة وتساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول، أي رفض فرضية ملائمة النموذج التجميعي لمعطيات الدراسة. وهذا ما يسمح لنا بالانتقال إلى المرحلة الثانية المتمثلة في إختبار تجانس معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول.

• إختبار تجانس معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك كما يلي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{FEM} - SCR) / (N-1)K}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(10.58 - 3.38) / (14-1)10}{3.38 / 14 * 16 - 14(10+1)} = 1.2$$

SCR_{FEM} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الآثار الفردية الثابتة والموضحة في الملحق 43.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{v_1=13, v_2=70}^{0.05} = 1.42$ أكبر من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 1.2$ فإنه يتم قبول فرضية العدم التي مضمونها تساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول. وهذا ما يسمح لنا بالانتقال إلى المرحلة الثالثة المتمثلة في إختبار تجانس الحدود الثابتة.

• إختبار تجانس الحدود الثابتة: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك على النحو

التالي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR_{FEM}) / (N-1)}{SCR_{FEM} / N(T-1) - k} = \frac{(101.12 - 10.58) / (14-1)}{10.58 / 14(16-1) - 10} = 140$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 43.

SCR_{FEM} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الآثار الفردية الثابتة والموضحة في الملحق 43.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{v_1=13, v_2=200}^{0.05} = 1.85$ أقل من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 140$ فإنه يتم رفض فرضية العدم التي مضمونها تجانس الحدود الثابتة بمعنى وجود الآثار الفردية للدول، ومنه فإن النموذج الملائم لمعطيات الدراسة هو نموذج الآثار الفردية.

- إختبار هوسمان: بعد التأكد من وجود تأثيرات فردية من خلال إختبار التجانس، لا بد من فحص طبيعة هذا الأثر، بحيث يجب معرفة ما إذا كانت من نوع الآثار الثابتة أو العشوائية من خلال هذا الإختبار الذي تظهر نتائجه في الجدول التالي:

الجدول (4-22): نتائج إختبار هوسمان

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Pool: TUN			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	7.866929	9	0.5476

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 9.

تشير النتائج أن الإحتمال لإختبار هوسمان أكبر من مستوى المعنوية 5% أي $prob = 0.5476 > 0.05$ ، وهذا يعني قبول فرضية العدم التي تنص على نموذج الآثار العشوائية هو المناسب لإختبار أثر متغيرات نموذج الجاذبية على حجم الطلب السياحي العربي في تونس.

3-3- تحليل نتائج نموذج الآثار العشوائية:

إن نتائج عملية تقدير نموذج الجاذبية للطلب العربي على خدمات السياحة في تونس لعينة مكونة من 14 دولة عربية تمثل كل من السوق المغربية والسوق الشرق الأوسطية خلال الفترة (2000-2015)، بالإعتماد على أسلوب الآثار العشوائية بإعتباره أفضل أسلوب للتقدير، يظهرها الجدول التالي:

الجدول (4-23): مخرجات نموذج الجاذبية المتعلقة بالآثار العشوائية لعينة الدول العربية في تونس للفترة (2015-2000)

<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable	<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable	
-1.6654	***-0.7618	<i>Dist_{ij}</i>	-2.2213	** -15.1783	<i>C</i>	
/	/	<i>Lang_{ij}</i>	1.8798	***0.0905	<i>GNlpc_{jt}</i>	
4.4078	*4.4702	<i>Bord_{ij}</i>	2.9501	*0.3349	<i>POP_{jt}</i>	
/	/	<i>Colony_{ij}</i>	2.7273	*0.1254	<i>RP_{ijt}</i>	
-1.7079	***-0.0758	<i>Intc_{it}</i>	2.3734	*0.1987	<i>REX_{ijt}</i>	
-0.6355	^{n.s} -0.0324	<i>Extc_{jt}</i>	1.9999	**1.7461	<i>HB_{it}</i>	
20.9761		<i>F – stat</i>	1.0497	**0.1696	<i>NU_{it}</i>	
0.0000		Prob(<i>F – sta</i>)	0.6961		<i>R²</i>	
1.5129		<i>D – Watson</i>	0.6725		\overline{R}^2	
الآثار العشوائية للدول						
<i>Alg</i>	<i>Mor</i>	<i>Lib</i>	<i>Mau</i>	<i>Egp</i>	<i>Leb</i>	<i>Jor</i>
1.5085	0.9987	0.8492	-0.8492	0.4733	-0.8057	0.2491
<i>Sau</i>	<i>Yem</i>	<i>Qat</i>	<i>Emi</i>	<i>Oma</i>	<i>Kuw</i>	<i>Bah</i>
0.5673	-2.0247	-0.3918	-0.5504	-0.0109	0.1907	-0.2041

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الملحق 43. *معنوي عند 1%، **معنوي عند 5%، ***معنوي عند 10%، n.s غير معنوي

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

ويأخذ نموذج الجاذبية للطلب العربي على الخدمات السياحية في تونس من 14 دولة الصيغة اللوغارتمية

التالية:

$$\begin{aligned} \ln TA_{ijt} = & -15.178 + 0.090 \ln GNIpc_{jt} + 0.334 \ln POP_{jt} - 0.125 \ln RP_{ijt} + 0.198 \ln REX_{ijt} \\ & + 1.746 \ln HB_{it} + 0.169 \ln NU_{it} - 0.761 \ln Dist_{ij} - 4.470 \ln Bord_{ij} - 0.075 \ln Intc_{it} - 0.032 \ln Extc_{jt} \end{aligned}$$

تظهر نتائج تقدير نموذج الجاذبية بالنسبة للسياحة الوافدة من السوق العربية والمبية في الجدول (4-23) أن متغيرات النموذج والمتمثلة في الدخل الفردي وحجم السكان لعينة الدول العربية، السعر النسبي للسياحة بين تونس وهذه الدول، سعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار التونسي مقابل عملات هذه الدول، إلى جانب عدد الأسرة ومستخدمي الأنترنت في تونس، بما في ذلك المسافة الجغرافية والحدود المشتركة والأزمات الداخلية، لها أثر معنوي في الطلب العربي على الخدمات السياحية التونسية بإستثناء متغير الأزمات الخارجية، وتجدر الإشارة هنا أن السوق العربية هي دمج بين السوق المغاربية والتي تشكل ثاني أكبر مصدر يفد منه السياح إلى تونس بعد السوق الأوروبية خلال الفترة (2000-2015) بما نسبته 41% في المتوسط، والسوق الشرق الأوسطية التي لم تتجاوز حركة السياحة الوافدة منها كمتوسط نسبي خلال نفس الفترة 0.7%.

وبالنسبة للقوة التفسيرية للنموذج فهي جيدة، وهذا ما يعكسه معامل التحديد المصحح \bar{R}^2 والبالغ مقداره 67%، أما معاملات النموذج فهي تختلف عن الصفر وفقاً لما يشير إليه إختبار فيشر من خلال القيمة الإحتمالية لإحصائية فيشر المحسوبة $F_{cat} = 0.000$ إذ يتضح أنها أقل من حد المعنوية 5% وبالتالي فإن النموذج معنوي ككل.

معظم متغيرات النموذج كان لها سلوك يتوافق مع الفرضيات النظرية والمتوقعة لإشارات المعامل، فوفقاً للنتائج تبين لنا العلاقة الإيجابية المعنوية عند مستوى 10% بين متغير الدخل الفردي وقرار السفر إلى تونس من عينة الدول العربية، ولكن بأثر ضعيف وغير مرن، إذ أن الزيادة في الدخل الفردي بـ 1% يترتب عنه زيادة في عدد السياح الوافدين بـ 0.09%. ولتفسير ضعف أثر الدخل الفردي على الحركة السياحية الوافدة من السوق العربية إلى تونس نقسم هذه السوق إلى مجموعتين، المجموعة الأولى تضم الدول المنخفضة الدخل وهي المغرب، موريطانيا، اليمن، مصر، لبنان، الأردن، وإن زيادة الدخل الفردي فيها يترجم في معظمه إلى الإنفاق على الأساسيات وليس على الكماليات والتي تعتبر السياحة من ضمنها، إذ لم يصل الفرد بعد في هذه الدول إلى إشباع جميع حاجياته الضرورية. أما المجموعة الثانية فهي تضم الدول المرتفعة الدخل الممثلة في دول الخليج العربي، وإن هذه الدول عادة يفضل قاطنيها السفر إلى المناطق التي تقدم خدمات سياحية ذات جودة عالية مثل أوروبا.

كما يتضح لنا كذلك أن الطلب السياحي في تونس يستجيب للتغير في حجم السكان لعينة الدول العربية عند مستوى 1% مع الإشارة المتوقعة، إذ يؤدي إرتفاع هذه الأخيرة بـ 1% إلى الزيادة في حركة السياحة العربية الوافدة إلى تونس بـ 0.33%، ولكن يبقى هذا التأثير غير مرن وأقل من نظيره في السوق الأوروبية. والجدير

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

بالإهتمام هنا أن الأسعار النسبية للسياحة في تونس وسعر الصرف الحقيقي للدينار التونسي مقابل عملات عينة الدول العربية كان لهما الأثر الإيجابي المعنوي عند مستوى 1%، وهذا بخلاف ما كان متوقع نظرياً، حيث ينجم عن إرتفاعهما بـ 1% الزيادة في حركة السياحة العربية الوافدة إلى تونس بـ 0.12% و 0.19% على التوالي. ويرجع تفسير ذلك أن السائح العربي يستجيب للزيادة في مستوى الأسعار وسعر الصرف الحقيقي لبلد المقصد عن طريق تخفيض مدة إقامته. فعندما ترتفع الأسعار في بلد المقصد السياحي قد لا يسافر البعض على الإطلاق، في حين أن البعض الآخر يخفف من إرتفاع الأسعار بإقامة قصيرة.

ومن حيث العرض السياحي، فإن نتائج القدرة على الإقامة المعبر عنها بعدد الأسرة و مستوى البنية التحتية للإتصالات المعبر عنها بعدد مستخدمي الأنترنت ذات تأثير إيجابي ودلالة إحصائية عند مستوى 5%. ويبقى متغير القدرة على الإقامة ذو أهمية أعلى من مستوى البنية التحتية للإتصالات من حيث جذب الحركة السياحية العربية إلى تونس، إذ أن الزيادة في المعروض من الأسرة بـ 1% يؤدي إلى زيادة عدد السياح العرب بنسبة أكبر تقدر بـ 1.74% (أثر مرن)، بينما الزيادة في استخدام الأنترنت بـ 1% يترتب عنه الزيادة بـ 0.16% (أثر غير مرن).

ومن ناحية أخرى نجد أن العوامل الطبيعية الممثلة في المسافة الجغرافية والحدود المشتركة، لها دور يتوافق مع ما تم توقعه عند مستوى 10% و 5% على التوالي، حيث يظهر لنا أن الطلب السياحي العربي في تونس يستجيب للزيادة في تكاليف النقل التي تفرضها المسافة الفاصلة بين تونس وعينة الدول العربية، إذ تساهم هذه الأخيرة في تخفيض حركة السياحة العربية الوافدة بـ 0.76% عند زيادتها بـ 1%. بينما عامل الحدود الذي يعكس لنا تنوع وسائل النقل بالإضافة إلى القرب الجغرافي يعتبر عامل مهم في زيادة الحركة السياحية الوافدة من المنطقة العربية، حيث قدرت مساهمته بـ 4.47، وهنا نشير أن الدول العربية التي تملك حدود مشتركة مع تونس وتشكل 0.14% من إجمالي العينة يتمثلان في الجزائر وليبيا، اللذان يحتلان الصدارة من حيث عدد السياح الوافدين إلى تونس بعدد تجاوز المليون وافد خلال بعض سنوات الفترة من 2000 إلى 2015.

وبالنسبة لمتغير الأزمات الداخلية، نجد المنطقة العربية أقل حساسية بالأحداث التي مرت بها تونس خلال الفترة الواقعة ما بين 2000 و 2015 مقارنة بالسوق الأوروبية (0.55) والسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية (0.29)، ففي السوق العربية لم يتجاوز أثرها السلبي المعنوي عند مستوى 10% ما مقداره 0.07، وقد إستطاعت بعض الدول العربية أن تحافظ على معدل الزيادة في ظل الظروف الأمنية التي مرت بها تونس خاصة أحداث سنة 2015 ومن بين هذه الدول نذكر الجزائر، المغرب، الأردن، السعودية، في حين أن الدول العربية الأخرى شهدت إنخفاض طفيف لا يكاد يذكر في معظم الأحوال. في حين لم يظهر الأثر المعنوي لمتغير الأزمات الخارجية، ربما يعود تفسير ذلك أن هذه الأزمات لم تكن لها علاقة بالسوق العربية خاصة أحداث 11 سبتمبر سنة 2001 وأحداث سنة 2003.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

إن الدول المسؤولة في السوق العربية عن زيادة حجم الطلب السياحي إلى تونس من خلال ما تظهره الآثار الفردية هي الدول العربية الأكثر تصدير للسياح إليها منها الجزائر بـ 1.50%، ليبيا بـ 0.84%، السعودية بـ 0.56%، مصر بـ 0.47%، هذا إلى جانب المغرب والأردن والكويت بـ 0.99%، 0.24%، 0.19% على التوالي. ويرجع تفسير هذا الأثر الإيجابي لهذه الدول إلى عامل الحدود المشتركة بالإضافة إلى القرب الجغرافي من تونس للبعض منها. في حين تشكل الدول العربية الأخرى عامل تخفيض للأفواج السياحية إلى تونس وهي موريطانيا بـ 0.84%، لبنان بـ 0.8%، اليمن بـ 2.02%، قطر بـ 0.39%، الإمارات بـ 0.55%، عمان والبحرين بـ 0.01% و 0.20% على التوالي.

رابعاً: تقدير وتحليل نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأمريكي، الآسيوي والأقيانوسي في تونس لمعرفة أثر متغيرات الجاذبية على حركة السياحة الوافدة إلى الجزائر من السوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية خلال الفترة (2000-2015)، نقوم أولاً بدراسة الخصائص الإحصائية لبيانات المتغيرات مع تحديد النموذج الملائم لها للتقدير، ثم تحليل النتائج المحصل عليها وذلك على النحو التالي:

4-1- الخصائص الإحصائية لمتغيرات الجاذبية لعينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية:

يوضح الجدول (4-24) الخصائص الإحصائية للمتغيرات نموذج الجاذبية الخاص بالطلب السياحي الأمريكي، الآسيوي والأقيانوسي في تونس للفترة (2000-2015)، حيث يظهر المتوسط والوسيط، أكبر قيمة وأقل قيمة والانحراف المعياري.

الجدول (4-24): الخصائص الإحصائية لمتغيرات عينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية في تونس للفترة (2000-2015)

REX_{ijt}	RP_{ijt}	POP_{jt}	$GNIPc_{jt}$	TA_{ijt}	المقاييس
17.97812	0.983978	1.35E+08	34716.38	8212.463	Mean
1.160997	0.968654	1.28E+08	38760.00	7903.000	Median
118.4992	1.365075	3.21E+08	65640.00	19306.00	Maximum
0.437222	0.698681	19153000	2940.000	973.0000	Minimum
36.28341	0.120496	1.05E+08	17013.92	6114.587	Std.Dev
80	80	80	80	80	Observations
5	5	5	5	5	Cross section
/	$Colony_{ij}$	$Bord_{ij}$	$Lang_{ij}$	$Dist_{ij}$	المقاييس
/	0.000000	0.000000	0.200000	9900.792	Mean
/	0.000000	0.000000	0.000000	8447.175	Median
/	0.000000	0.000000	1.000000	16362.34	Maximum
/	0.000000	0.000000	0.000000	6919.073	Minimum
/	0.000000	0.000000	0.402524	3472.884	Std.Dev
/	80	80	80	80	Observations
/	5	5	5	5	Cross section

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

يتضح لنا من خلال الإحصاءات الواردة في الجدول، أن متوسط عدد السياح الوافدين من السوق الأمريكية والآسيوية والأقيانوسية البالغ عددها 5 دول بعدد مشاهدات 80 مشاهدة أقل بكثير من متوسط عدد الوافدين من السوق العربية والسوق الأوروبية، حيث قدر بـ 212.463 8 سائح في الفترة (2000-2015)، وذلك بإنحراف معياري 6 114.587 سائح، وهو يدل على عدم وجود إختلاف نسبي كبير لعدد الوافدين في هذه السوق بين المقاطع العرضية، وقد كانت سنة 2001 ذات النصيب الأقل للوافدين من هذه السوق بـ 973 سائح من دولة البرازيل، بينما بلغ عددهم ذروته في سنة 2009 بـ 19 306 سائح من الو.م.أ.

أما بالنسبة للمتغيرات المستقلة المتعلقة بالدول الممثلة عن هذه السوق التي تطلب الخدمات السياحية الجزائرية والممثلة في كل من الدخل الفردي وحجم السكان، نلاحظ أن أقصى قيمة لهما بلغت 65 640 دولار و $3.21E+08$ نسمة لسنتي 2013 و 2015 في كل أستراليا والو.م.أ على التوالي. بينما متغيري الأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار الجزائري مقابل عملات عينة الدول الممثلة عن هذه السوق، قد بلغا أقصى قيمة لهما سنتي 2000 و 2001 بقيمة قدرت لكل منهما 1.36 و 118.49 ين لكل 1 دينار تونسي، وذلك بالنسبة للبرازيل واليابان على التوالي. أما متغير المسافة الجغرافية بلغ أقصاه 16 362.34 كم وهي المسافة التي تفصل بين عاصمة تونس وعاصمة أستراليا. بالنسبة للمتغير عدد الأسرة ومستخدمي الأنترنت التي لم ترد بيانتهما في هذا الجدول، قد أشرنا إليهما في الجدول (4-14).

وفيما يتعلق بالقيم الدنيا، فقد قدرت بالنسبة لمتغيري الدخل الفردي وحجم السكان ما قيمته 2 940 دولار و 19 153 000 نسمة سنتي 2003 و 2000، وهما تخصان كل من دولة البرازيل وأستراليا على التوالي. في حين بلغت القيمة الدنيا للأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي ما يعادل 0.69 و 0.43 دولار لكل 1 دينار تونسي، لكل من اليابان والو.م.أ وذلك سنة 2000 و 2015 على التوالي. أما أقصر مسافة جغرافية كانت بين عاصمة تونس وعاصمة كندا بـ 6 919.073 كلم.

فيما يخص المتغيرات الوهمية الممثلة في اللغة، نلاحظ أنها تأخذ القيمة 0 كقيمة دنيا لها والقيمة 1 كقيمة قصوى لها خلال الفترة (2000-2015)، ويتبين لنا أيضاً من خلال المتوسط أن ما نسبته 20% من التدفقات الثنائية تحدث بين دول أمريكا وآسيا وأقيانوسيا التي تتقاسم لغة مشتركة مع تونس. ونشير هنا أن متغير الحدود المشتركة ومتغير التاريخ الإستعماري المشترك تم حذفهما من النموذج المتعلق بتقدير دالة الطلب السياحي من السوق الأمريكية والآسيوية والأقيانوسية باعتبار أنه لا توجد حدود مشتركة ولا تاريخ إستعماري بين تونس وعينة الدول الممثلة عن هذه السوق (أدنى قيمة وأعظم قيمة تأخذ 0)، بينما الأزمات الداخلية والخارجية هي الأخرى أشرنا إليها في الجدول (4-14).

4-2- إختبارات تحديد النموذج الملائم:

- إختبارات التجانس: تتمثل مراحل هذا الإختبار في:

• إختبار التجانس الكلي: نقوم بحساب قيمة إحصائية فيشر ثم نقارنها بالقيمة الجدولة وذلك على النحو التالي:

$$F_{cal} = \frac{(SCR_{Pooled} - SCR) / [(N-1)(K+1)]}{SCR / NT - N(K+1)} = \frac{(5.07 - 2.23) / (5-1)(10+1)}{2.23 / 5 * 16 - 5(10+1)} = 0.67$$

SCR_{Pooled} : مجموع مربعات البواقي لنموذج الإنحدار التجميعي والموضحة في الملحق 44.

SCR : مجموع مجموع مربعات البواقي لنماذج جميع الدول كل على حدى والموضحة في الملحق 45.

وبما أن إحصائية فيشر الجدولة عند مستوى معنوية 5% والتي تقدر بـ $F_{v_1=44, v_2=25}^{0.05} = 1.87$ أكبر من قيمة فيشر المحسوبة $F_{cal} = 0.67$ فإنه يتم قبول فرضية العدم التي مضمونها تساوي الحدود الثابتة وتساوي معاملات المتغيرات المفسرة بالنسبة لجميع الدول، أي قبول فرضية ملائمة النموذج التجميعي لمعطيات الدراسة.

4-3- تحليل نتائج النموذج التجميعي:

إن نتائج عملية تقدير نموذج الجاذبية للطلب الأمريكي والطلب الآسيوي والأقيانوسي على خدمات السياحة في تونس لعينة مكونة من 5 دول تمثل السوقين معاً خلال الفترة (2000-2015)، بالإعتماد على الأسلوب التجميعي بإعتباره أفضل أسلوب للتقدير، يبينها الجدول التالي:

الجدول (4-25): مخرجات نموذج الجاذبية المتعلق بالنموذج التجميعي لعينة الدول الأمريكية، الآسيوية

والأقيانوسية في تونس للفترة (2000-2015)

<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable	<i>t</i> -statistic	Coefficient	Variable
-3.2231	*-15.2715	<i>Dist_{ij}</i>	2.4922	**186.9976	<i>C</i>
-2.8409	*-9.4874	<i>Lang_{ij}</i>	16.5138	*0.9378	<i>GNIpc_{jt}</i>
/	/	<i>Bord_{ij}</i>	-2.8153	*-3.8834	<i>POP_{jt}</i>
/	/	<i>Colony_{ij}</i>	-3.3141	*-0.3289	<i>RP_{ijt}</i>
-3.6993	*-0.2937	<i>Intc_{it}</i>	-2.3342	**0.2318	<i>REX_{ijt}</i>
-1.1806	^{n.s} -0.1036	<i>Extc_{jt}</i>	2.5552	**1.9819	<i>HB_{it}</i>
94.7922		<i>F - stat</i>	2.3290	**0.4656	<i>NU_{it}</i>
0.0000		<i>Prob(F - sta)</i>	0.9321		<i>R²</i>
1.5243		<i>D - Watson</i>	0.9223		\bar{R}^2

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الملحق 44. * معنوي عند 1%، ** معنوي عند 5%، ^{n.s} غير معنوي.

وعليه فإن نموذج الجاذبية للطلب الأمريكي، الآسيوي والأقيانوسي على الخدمات السياحية في تونس من 5 دولة يأخذ الصيغة اللوغارتمية التالية:

$$\begin{aligned} LnTA_{ijt} = & 186.997 + 0.937LnGNIpc_{jt} - 3.883LnPOP_{jt} - 0.328LnRP_{ijt} - 0.231LnREX_{ijt} \\ & + 1.981LnHB_{it} + 0.465LnNU_{it} - 15.271ln Dist_{ij} - 9.487Lang_{ij} - 0.293Intc_{it} - 0.103Extc_{jt} \end{aligned}$$

أكدت نتائج تقدير نموذج الجاذبية بالنسبة للسياحة الوافدة من السوق الأمريكية، السوق الآسيوية والأقيانوسية التي تعتبران من أقل الأسواق تصديراً للسياح إلى تونس خلال الفترة (2000-2015)، والموضحة في الجدول (4-25) معنوية تأثير جميع متغيرات النموذج في الطلب على الخدمات السياحية التونسية بإستثناء متغير الأزمات الخارجية، وتتمثل في الدخل الفردي وحجم السكان لعينة الدول الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية، السعر النسبي للسياحة بين تونس وهذه الدول، سعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار التونسي مقابل عملات الدول الممثلة للسوقين، إلى جانب عدد الأسرة ومستخدمي الإنترنت في تونس، بما في ذلك المسافة الجغرافية واللغة والأزمات الداخلية.

ومن حيث القوة التفسيرية فإن هذه العوامل تفسر حوالي 92% من التغيرات الحاصلة في حجم الطلب السياحي إلى تونس من هذه الدول، وهذا حسب ما يظهره معامل التحديد المصحح R^2 ، بينما ترجع باقي التغيرات غير المفسرة والمقدرة بـ 8% إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج. كما يشير إختبار فيشر أن معاملات النموذج تختلف عن الصفر، إذ أن القيمة الإحتمالية لإحصائية فيشر المحسوبة $F_{cal} = 0.000$ أقل من حد المعنوية 5%.

سلكت معظم متغيرات النموذج سلوكاً يتوافق مع الفرضيات النظرية والمتوقعة لإشارات المعالم. حيث يتبين لنا العلاقة الإيجابية المعنوية عند مستوى 1% للدخل الفردي الذي يعكس لنا القوة الشرائية للفرد الأمريكي والآسيوي والأقيانوسي، فزيادة هذا الأخير بـ 1% يصاحبه زيادة في حركة السياحة الوافدة من هذه السوق إلى تونس بـ 0.93%، وهي أفضل من نظيرتها في السوق العربية (0.09%) إذ تعتبر هذه السوق (الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية) من الأسواق الواعدة للسياحة التونسية. وفيما يتعلق بمتغير حجم السكان فالأمر يختلف، إذ إتخذت معلمته إتجاه معنوي سلبي مرن عند مستوى 1%، وهذا بخلاف ما هو متوقع من الناحية النظرية، إذ أن الزيادة في عدد سكان الدول الممثلة لهذه السوق والتي تعبر من الدول ذات الحجم السكاني الكبير بإستثناء كندا وأستراليا بـ 1% يترتب عنه إنخفاض في الحركة السياحية الوافدة بـ 3.88%، ويعود تفسير ذلك أن النمو السكاني المتزايد في الدول المصدرة للسياح سوف يؤدي إلى إنخفاض كبير في متوسط الدخل الفردي مما يترتب عنه نقص المدخرات، وبذلك يحاول الفرد توجيه إنفاقه على إستهلاك الأساسيات والتخلي عن الكماليات ومن بينها النشاط السياحي. أو ربما تتوجه تلك الزيادة إلى مقاصد سياحية أخرى دون الوجهة التونسية بسبب إرتفاع الكبير لتكاليف النقل بين عينة دول هذه السوق وتونس والتي تفرضها المسافة الفاصلة بينهما.

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

ويتضح كذلك إستجابة الطلب على الخدمات السياحية التونسية من هذه السوق للتغير في الأسعار النسبية وسعر الصرف الحقيقي بين عملات البلد المصدر والمستقبل، واللذان يعكسان تكاليف المعيشة التي يتحملها السائح في تونس مقارنة بموطنه الأصلي، بأثر سلبي معنوي عند مستوى 1% و5% على التوالي، فإرتفاع السعر النسبي بـ 1% ينجم عنه إنخفاض في حركة السياحة الوافدة من هذه السوق إلى تونس بـ 0.32%، بينما إرتفاع سعر الصرف الحقيقي بنفس النسبة يترتب عنه هو الآخر إنخفاض بـ 0.23%.

ويعتبر مؤشر عدد الأسرة في تونس عامل جذب هام للحركة السياحية المتأتية من هذه السوق، وذلك من خلال أثره الإيجابي والمعنوي المرن عند مستوى 5%، والذي يعني أنه يترتب زيادة في تدفق الأفواج السياحية بنسبة أكبر تقدر بـ 1.98%، من تلك الزيادة الناتجة عن هذا المؤشر وبالبالغة 1%. وبالنسبة للمؤشر الثاني الذي يقيس مستوى العرض السياحي في تونس الممثل في عدد مستخدمي الأنترنت فهو الآخر ظهر بعلاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى 5%، ولكن بأثر أقل مرونة مقارنة بمؤشر الأول، حيث أن زيادته بـ 1% تؤدي إلى الزيادة في عدد السياح الوافدين بـ 0.46%.

أما معلمة المسافة بين تونس وعينة الدول الممثلة عن هذه السوق كانت معنوية إحصائياً عند مستوى 1% بعلاقة عكسية مع حجم التدفق السياحي، وبذلك فهي تنسجم مع منطق النظرية الإقتصادية التي تنص بأن حجم الحركة السياحية ينخفض مع الدول البعيدة بسبب إرتفاع تكاليف النقل التي تؤدي إلى إرتفاع تكلفة الرحلة السياحية. ما يؤكد ذلك هو قيمة هذه المعلمة التي تبين أن زيادة البعد بين تونس والدول المصدرة للسياح من هذه السوق بـ 1% يترتب عنه إنخفاض كبير في الأفواج السياحية بإتجاه تونس بـ 15.27% (أثر سلبي شديد المرونة). ونشير هنا أن عينة الدول لهذه السوق تعتبر الأبعد جغرافياً عن تونس مقارنة بعينة دول الأسواق الأخرى، وهي كذلك من أقلها تصديراً للسياح. وبالنسبة للروابط الثقافية الممثلة في اللغة يظهر لنا أنها ذات دلالة إحصائية بإتجاه عكسي عند مستوى 1%، إذ تساهم في تخفيض حركة السياحة الوافدة من هذه السوق إلى تونس بـ 9.48%، وهذا يعني أن الدول التي تملك لغة مشتركة مع تونس والممثلة في دولة كندا هي أقل تصديراً للأفواج السياحية مقارنة بالدول التي لا تملك هذه الخاصية مع تونس والممثلة في من الو.م.أ، البرازيل، اليابان، أستراليا.

ومن حيث الظروف الأمنية التي شهدتها تونس وتحلت الفترة (2000-2015) يتضح لنا أنها أثرت بشكل سلبي معنوي عند مستوى 1% على الحركة الوافدة من هذه السوق بـ 0.29، في حين أن الأمر لم ينطبق على متغير الأزمات الخارجية إذ لم تكن ذات دلالة إحصائية. وتجدر الإشارة هنا أن الأحداث التي شهدتها تونس سنة 2015 (الأزمات الداخلية) أدت إلى تراجع عدد الوافدين من هذه السوق بـ 8.6% بينما تراجع عدد الليالي السياحية المقضاة بـ 24.4%.

وفي الأخير نشير أنه لا بد من الأخذ في الإعتبار أن هذه النتائج مقيّدة بحدود هذه الدراسة، من حيث حجم العينة والفترة الزمنية، وكذلك بنوعية البيانات المتاحة، وعليه لا يمكن الجزم بحصر محددات الطلب السياحي

الفصل الرابع: محددات الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس باستخدام نموذج الجاذبية

الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس على هذه المتغيرات فقط، فهناك عوامل أخرى، ربما لا تقل أهمية عن عوامل الدراسة، والتي لم نتمكن من إدراجها لعدم توفر بيانات كافية عنها. ولعل أبرز هذه العوامل، على سبيل المثال، ميزانية الترويج السياحي، وجود رحلات مباشرة بين الدولة المصدرة والمستقبلة للسياح، رسوم التأشيرة المفروضة على السياح الوافدين، الهجرة الدولية، الأزمات الأمنية والإقتصادية والطبيعية التي تعرضت لها الدول المصدرة للسياح.

خلاصة:

ينطوي تحليل التدفقات السياحية بين الدول على نظام معقد من العلاقات الاقتصادية والاجتماعية والجغرافية والسياسية، والتي عادة ما يضمها نموذج الجاذبية الذي لقي نجاحاً كبيراً في تفسير مختلف الظواهر الاقتصادية ومنها السياحة الدولية، وذلك على الرغم من كل الإنتقادات المتعلقة بمبرراته النظرية التي وجهت إليه بدايات إستخدامه، إلا أن جاءت العديد من المحاولات والدراسات التي حاولت إيجاد التأسيس النظري لهذا النموذج. ويمكن إرجاع نجاح نموذج الجاذبية في قدرته على إستخدام العديد من المتغيرات المؤثرة على التدفقات السياحية، إلى جانب قوته التفسيرية وتقديراته التي تتماشى في معظم الحالات مع النظرية الاقتصادية.

أظهرت نتائج تقدير دالة الطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2000-2015) باستخدام نموذج الجاذبية بالنسبة لدول الدراسة مجتمعة، أن الدخل الفردي وحجم السكان في الدول المصدر للسياح، إلى جانب عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر، كان لها أثر إيجابي في زيادة الأفواج السياحية، والأمر ينطبق كذلك على المتغيرات الوهمية المثلة في التاريخ الإستعماري والحدود المشتركة، في حين أنّ للمسافة أثر معنوي سلبي على التدفقات السياحية إلى الجزائر، وهذه النتائج تتفق مع النظرية الاقتصادية و الدراسات التطبيقية السابقة، وقد أظهرت النتائج كذلك عدم معنوية تأثير كل من البنية التحتية للسياحة، السعر النسبي للسياحة وسعر الصرف الحقيقي للدينار الجزائري مقابل عملات دول الدراسة، اللغة، الأزمات الداخلية والخارجية، ويعود ذلك إلى أنّ معظم الوافدين إلى الجزائر كان لغرض الأعمال، وهذا النوع هو أقل حساسية إتجاه متغيرات الجاذبية. أما بالنسبة للنتائج التجريبية للأسواق على إنفراد لا يختلف الأمر كثيراً عن هذه النتائج.

تشير نتائج تقدير دالة الطلب الدولي على الخدمات السياحية في تونس خلال الفترة (2000-2015) باستخدام نموذج الجاذبية بالنسبة لدول الدراسة مجتمعة، أن كل المتغيرات كان لها أثر يتوافق من الإشارات المتوقعة، حيث أن الدخل الفردي وحجم السكان في الدول المصدر للسياح، إلى جانب عدد مستخدمي الأنترنت في تونس، البنية التحتية للسياحة، ظهر لها أثر إيجابي في زيادة الأفواج السياحية إلى تونس، والأمر ينطبق كذلك على المتغيرات الوهمية المثلة في اللغة، التاريخ الإستعماري والحدود المشتركة، في حين أنّ للمسافة والأسعار النسبية للسياحة وسعر الصرف الحقيقي للدينار التونسي مقابل عملات دول الدراسة، الأزمات الداخلية والخارجية، كان لها أثر معنوي سلبي على التدفقات السياحية إلى تونس، ويعود تفسير ذلك إلى أنّ معظم الوافدين إلى تونس كان لغرض الترفيه والإستجمام، وهذا النوع هو أكثر حساسية إتجاه متغيرات الجاذبية. أما بالنسبة للنتائج التجريبية للأسواق على إنفراد لا يختلف الأمر كثيراً عن هذه النتائج.

الخاتمة

حققت السياحة الدولية نمواً متسارعاً إعتباراً من عقد الستينيات، وإستطاعت بعض الدول أن تستفيد بشكل متزايد من النمو السياحي العالمي. بينما يحاول البعض الآخر الإستفادة من النمو السياحي العالمي ومن التطورات السريعة في النقل الجوي والبحري والجوي. فلقد أضحت السياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والإستثمار والتشييد والتسويق والترويج. وهي صناعة متعددة المراحل تتفاعل مع قطاعات الإقتصاد الأخرى، وبالتالي تعتبر عاملاً مساعداً لعملية التنمية الإقتصادية خصوصاً في مجال البنية التحتية للإقتصاد.

ومما لا شك فيه أن مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل مباشر على زيادة الإنتاجية في القطاعات التي تتصل به والخدمات التي تتفاعل معه، ومنها مرافق النقل، شبكات الإتصال، خدمات الكهرباء والمياه، وحتى القطاعات المنتجة مثل القطاع الزراعي والصناعي. فلا يكفي تطوير المواقع السياحية الحديثة إذا كان من المتعذر الوصول إليها أو كانت تفتقر للخدمات الأساسية. وعلاوة على ذلك فإن قطاع السياحة يجلب الإستثمار اللازم لتطوير الخدمات الأساسية في المناطق المجاورة للمواقع السياحية، وبالتالي يعطي حافزاً لتنمية القطاعات الأخرى.

فلا جدال في أن هناك علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الإقتصادية بمفهومها العام. فقد إهتمت البلدان المتقدمة بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية قطاع السياحة، مثل النقل والإتصالات، المياه والكهرباء، الخدمات الصحية. كما قامت هذه البلدان بتوفير أسباب الجذب السياحي الإضافية لتلبية إحتياجات مختلف فئات السياح. وبفضل الجهود التي بذلتها للتوسع في تسويق السياحة وترويجها، إزداد عدد السياح الوافدين إليها.

أما البلدان النامية ورغم تمتعها بميزة نسبية من حيث جذب السياح، لا سيما من حيث مواقع السياحة الثقافية وأسعارها المنخفضة، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها، لأن قطاع السياحة في هذه البلدان لا يزال يواجه قيوداً كبيرة منها قلة الإستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية ونقص الكوادر البشرية المتخصصة، بل أهم من ذلك الإفتقار إلى سياسة موجهة لتنمية السياحة وتسويقها. وبإختصار يمكن القول أن القطاع السياحي في البلدان النامية لم يلقى الإهتمام اللازم الذي يستحقه كقطاع إقتصادي هام مدر للعمليات الأجنبية.

ولقد تسارع تطوير قطاع السياحة في الوطن العربي خلال السنوات القليلة الماضية في إطار الجهود المبذولة لتنويع الإقتصاد، إلا أنه لا يخفى على أحد أن قطاع السياحة في الوطن العربي عرضة للتأثيرات بالتطورات السياسية السائدة في المنطقة ولا سيما التطورات في العامل الأمني. وسيظل غياب الأمن والسلام الشامل عائقاً رئيسياً أمام تنمية قطاع السياحة وتوسيعه في بلدان المنطقة. وتشكل ضعف البنية التحتية والخدمات الأساسية المتصلة بها عائقاً آخر أمام سرعة نمو السياحة في المنطقة. وفي الوقت ذاته، يعتبر ظهور أسواق سياحية جديدة في جميع أنحاء العالم، ولا سيما في منطقة آسيا، مصدراً للمنافسة الحادة للأسواق السياحية في البلدان العربية. فقد

تمكن الإقتصادات الآسيوية السريعة النمو النجاح في توسيع أسواقها السياحية التي تعبر حالياً أسرع الأسواق السياحية نمواً في العالم.

تعتبر الجزائر من بين الدول العربية التي لا يزال قطاعها السياحي ضعيف ودون المستوى المطلوب، ولم يرتقي بعد إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه، على الرغم من تمتعها ببعض المزايا والمقومات السياحية خاصة الثقافية منها، وهذا ما يظهر جلياً من خلال ضعف مساهمته في تحسن المستوى المعيشي لعدد من فئات المجتمع عن طريق توفير مناصب شغل، الزيادة الضئيلة في الناتج المحلي الإجمالي، تقليص الفائض أو تعميق العجز للميزان التجاري. ويرجع أسباب الأداء الضعيف لهذا القطاع إلى عدم تلقيه الإهتمام الكافي من طرف السلطات العمومية، وتخصيص إمكانيات محدودة من أجل ترفيته وتطويره، ولعل أهم سبب أدى إلى إهمال القطاع هو إكتفاء الجزائر ولمدة طويلة بالمداحيل النفطية.

إستطاعت تونس من أن تدعم مكانتها في أسواق الشرق الأوسط، وذلك على الرغم من المنافسة المتزايدة والحادة من المغرب من ناحية، ومصر من ناحية أخرى. وهذا يرجع إلى الأولوية التي حظي بها القطاع في تونس ضمن سياستها التنموية في إطار التنمية الشاملة، مما كان له إنعكاساً إيجابياً على الوضع الإقتصادي والإجتماعي لهذا البلد من خلال المساهمة الفعالة لهذا القطاع في توفير النقد الأجنبي للحزينة التونسية. إلا أن الوضع عرف تغييراً كبيراً نتيجة الظروف التي شهدتها هذه الدولة بعد أحداث جانفي 2011، حيث أضحى من الصعب إعادة إعلاء السمعة الأمنية لتونس جراء الصراعات الداخلية وعدم الاستقرار السياسي الحاصلين داخلها، مما أدى هذا إلى تراجع كبير في مؤشرات الطلب السياحي في هذا البلد وما ترتب عنها من إنخفاض في أهميته الإقتصادية.

- نتائج البحث:

- ويمكن إجمال أهم النتائج النظرية والتجريبية التي تم التوصل إليها في هذا البحث فيما يلي:
- السياحة ظاهرة إنسانية ونشاطاً اجتماعياً، تتيح من خلالها إمكانية الإستمتاع بفضاءات سياحية متنوعة ومفيدة لتحقيق أكبر قدر ممكن من الراحة والترفيه والتعرف على ثقافات ومعارف جديدة. وقد كان للتطور الإقتصادي والإجتماعي الذي شهده العالم خلال السنوات الماضية، أثر كبير على زيادة الحركة السياحية الدولية وتطوير القطاع السياحي ونموه في العديد من دول العالم.
- يتميز الطلب السياحي ببعض السمات والخصائص، فمنها ما يتصل بطبيعة الدول المصدرة للسائحين والظروف المختلفة التي تمر بها الدول المستقبلة لهم، فكلما إتصفت الدول المصدرة أو المستقبلة بالاستقرار والأمن والبعد عن المشكلات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، إتجه الطلب السياحي نحو الزيادة مع توافر العوامل الأخرى المشجعة على السياحة والسفر.
- وتعتبر صناعة السياحة من الأنشطة الاقتصادية التي ترتفع درجة تأثيرها على التنمية الاقتصادية، وذلك عن طريق تدعيم إيرادات الدولة من العملات الأجنبية والذي من شأنه المساهمة في تحسين وضعية موازين مدفوعاتها

وتنوع مصادر الدخل، هذا إضافة إلى الفرص التي توفرها للحصول على مناصب العمل ومن ثم المساهمة في إمتصاص معدلات البطالة بين مختلف فئات المجتمع.

• تعتبر السياحة صادرات غير منظورة، حيث أنها لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر فالمستهلك يقوم بالحصول على المنتج بنفسه ومن مكان إنتاجه دون أن تتحمل الجهة المصدرة أي نفقات نقل خارج حدودها.

• ظهرت العديد من المنظمات والهيئات الخاصة بالسياحة، والتي تعمل على التنسيق فيما بينها في مجال التخطيط والبحوث والتسويق العالمي للسياحة، إلى جانب حرصها على تدعيم التدريب ونظم المعلومات فيما بينها، وأصدرت في ذلك كتباً ومنشورات متعددة، تعمل على إيضاح المستجدات العالمية في قوانين السياحة ونظمها تحت مسؤولية جهات معنية لمتابعة هذه المعلومات

• تتركز السياحة الدولية في عدد محدود من المقاصد السياحية سواء من حيث عدد الوافدين أو الإيرادات المتأتية من السياحة، حيث تذهب في القسم الأكبر منها نحو القارة الأوروبية تليها الأمريكيتين، وإستطاعت منطقة آسيا والباسفيك خلال السنوات الأخيرة من رفع حصتها من السياحة الدولية، بينما يبقى عدم الإستقرار في إقليم الشرق الأوسط وإقليم أفريقيا من معوقات صناعة السياحة وتدني نصيبها من السوق السياحية الدولية.

• تشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة إلى أن عدد السياح الوافدين إلى الدول العربية يشكل نسبة ضئيلة من إجمالي السياح على المستوى العالمي، حيث بلغ حوالي 82 مليون سائح سنة 2015 بنسبة 6.9% من عدد السياح في العالم، وهي تتركز في خمس دول عربية شكلت في المتوسط حوالي 73% من جملة حركة السياح الوافدة إلى الدول العربية خلال الفترة (2000-2015). وتمثل في السعودية، البحرين، الإمارات، المغرب ومصر.

• تظهر بيانات السياحة العربية البينية إلى تواضع نسبتها التي تراوحت ما بين (44.3%-48.3%) خلال الفترة 2005 و2014، وذلك مقارنة بنظيراتها في الأقاليم الأخرى، حيث بلغت هذه النسبة في أوروبا 87% وفي آسيا والباسفيك نحو 78% والأمريكيتين 75%.

• تباين الدول العربية في درجة التنافسية السياحية، فمن خلال مؤشر تنافسية السياحة والسفر الصادر عن المنتدى الإقتصادي العالمي سنة 2015، إحتلت الإمارات المرتبة 24 عالمياً بقيمة 4.43، تليها كل من قطر والبحرين بـ 4.09، 3.85 على التوالي، ويبقى الترتيب الأخير من نصيب الجزائر، موريطانيا واليمن بـ 2.93، 2.64، 2.62 على التوالي.

• رغم إمتلاك الجزائر مقومات ثقافية جعلتها تحصد المرتبة 50 عالمياً من حيث مؤشر الموارد الثقافية متقدمة على كل الدول العربية بإستثناء المغرب ومصر، إلا أن هذا لم يؤهلها بأن تكون مقصد سياحي عالمي، نظراً لضعف البنية التحتية فيها (مواصلات، إتصالات، فنادق... إلخ)، هذا إلى جانب إرتفاع أسعار منتجاتها السياحية مقارنة بنوعيتها.

- مع التحسن النسبي في الجانب الأمني في الجزائر مع بداية الألفينات، بدأ التدفق السياحي الدولي في الجزائر يعرف نوع من الإنتعاش التدريجي، حيث شهد وتيرة متزايدة لكن بشكل طفيف خلال الفترة (2000-2015)، إذ إرتفع من 865 984 سائح سنة 2000 إلى 1 709 994 سائح سنة 2015، أي تضاعف بـ 1.97 مرة.
- تحتل السياحة الأوروبية جزء كبير من حجم التدفقات السياحية الدولية في الجزائر، إذ تستأثر بحوالي 42.9% كمتوسط نسبي للفترة الواقعة ما بين (2000-2015)، مما سمح لها بتصدّر قائمة الأسواق المصدر للسياح إلى الجزائر، وتحتل فرنسا قائمة الدول الأوروبية بنسبة مساهمة 60.2%.
- تأتي السياحة المغاربية في المرتبة الثانية من حيث حجم التدفقات السياحية الدولية بعد السياحة الأوروبية، فهي تمثل 40.2% كمتوسط نسبي من إجمالي السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة ما بين (2000-2015). تحتل تونس صدارة الدول المغاربية من حيث عدد الوافدين المغاربة إلى الجزائر بوزن نسبي قدره 83.5% في المتوسط.
- إن السياحة العربية الوافدة من منطقة الشرق الأوسط لم تحقق إلا نسبة ضعيفة من إجمالي السياحة الدولية في الجزائر للفترة (2000-2015) مقارنة بمثلتها المنطقة المغاربية، حيث لم تتجاوز 4.8%. تستأثر فيها كل من مصر وسوريا بالنصيب الأكبر من مجموع السياحة العربية بمتوسطات قدرت على التوالي بـ 28.2% و 33.3%.
- تحتل السوق الأمريكية التصنيف الأخير من بين الأسواق الأخرى، فهي لم تتجاوز من حيث إجمالي السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر ما نسبته 1.6% في المتوسط للفترة (2000-2015). وتعتبر الو.م.أ وكندا من أهم الدول الأمريكية المرسل للسياح إلى الجزائر بنسب 41.6% و 36.9% على التوالي، رغم تواضع حجم التدفقات السياحية الوافدة منهما.
- تعد سوق آسيا عدا العربية وأوقيانوسيا من بين الأسواق الأقل تصدير للسياح إلى الجزائر بترتيب تشاركته مع الدول العربية غير مغاربية والمتمثل في المركز الرابع، وقد بلغت مشاركة الأفواج السياحية الوافدة من منطقة آسيا غير العربية وأوقيانوسيا حوالي 4.8% من إجمالي السياحة الدولية إلى الجزائر للفترة (2000-2015). تحتل الصين صدارة السياح الوافدين من هذه المنطقة بنسبة 24.6%.
- تتسم الليالي السياحية التي يقضيها السياح الوافدين إلى الجزائر بمحدوديتها، وذلك تماشياً مع حجم الطلب السياحي على هذا البلد، حيث لم يتجاوز نصيب الليالي السياحية لغير المقيمين في المتوسط 11.6% من إجمالي الليالي السياحية للفترة (2000-2015)، وتمثل الليالي السياحية التي قضاها الأوروبيون الوزن النسبي الأكبر بـ 57.1%، تليها الليالي السياحية التي قضاها المغاربة بـ 13.2%، تليها الليالي السياحية التي قضاها سياح الشرق الأوسط وآسيا وأوقيانوسيا وأمريكا بوزن نسبي بلغ في المتوسط بـ 10.6%، 7.4%، 3.1% على التوالي.
- تبقى العائدات المالية للقطاع السياحي في الجزائر ضعيفة وهذا على الرغم من النمو المتزايد لها في بعض سنوات الفترة (2000-2015)، كما أنها لا ترقى لمستوى العائدات المحققة من طرف الدول المجاورة، فهي لم تتجاوز

19.7% من عائدات السياحة في تونس، و3.4% من عائدات السياحة في المغرب، و3.8% من عائدات السياحة في مصر سنة 2015.

• مستوى الأداء الإقتصادي في الجزائر لهذا القطاع هو الآخر يتميز بالضعف، ويظهر ذلك جلياً من حيث العجز الدائم للميزان السياحي، أو من حيث المساهمة المباشرة المتدنية في الناتج المحلي الإجمالي والتشغيل الذي لم يتجاوز 3.9% و3.2% على التوالي خلال سنوات الفترة (2000-2015).

• استطاعت تونس أن تستغل المقومات الطبيعية والتاريخية والثقافية التي تتمتع بها لتصبح من أهم البلدان السياحية الرئيسية في حوض البحر الأبيض المتوسط، وتحصد مرتبة عالية في عالم السياحة والسفر، وهذا بسبب الإهتمام الذي توليه لهذا القطاع منذ بداية إستقلالها.

• إن حجم التدفقات السياحية الوافدة إلى تونس عرفت نمو إنحصر بين الإرتفاع والإنخفاض خلال الفترة (2000-2015)، حيث تراجمت من 5 057 513 سائح سنة 2000 إلى 4 201 967 سنة 2015 بمعدل نمو سالب قدر بـ 16.9%. وذلك نتيجة لعوامل داخلية أو خارجية أثرت على الوجهات التي تنبعث منها الأفواج السياحية إلى تونس.

• تعتبر أوروبا المصدر الأول للسياحة في تونس، إذ تعتمد على السياحة الكثيفة التي تستقطب غالبية الأوروبيين، وقد إستحوذت على 53.5% كمتوسط نسبي للفترة (2000-2015)، وتأتي السوق الفرنسية في صدارة الأسواق السياحية المتدفقة إلى تونس بوزن نسبي بلغ 31.6%.

• تأتي السوق المغاربية في الترتيب الثاني بعد السوق الأوروبية بنسبة بلغت 41% في المتوسط للفترة (2000-2015). تحتل ليبيا النصيب الأكبر من إجمالي السياحة المغاربية بوزن نسبي بلغ في المتوسط 60.7% رغم تراجع مردوديتها في السنوات الأخيرة من الفترة المشار إليها سابقاً.

• تستقبل تونس أعداد متواضعة من السياح الوافدين من هذه المنطقة الشرق أوسطية، بنسبة لم يتجاوز 0.7% من إجمالي السياحة الدولية للفترة الواقعة ما بين 2000 و2015. تحتل مصر، السعودية ولبنان صدارة الدول من حيث التدفقات السياحية الوافدة من هذه المنطقة بتوزيع نسبي إجمالي بلغ 60.7%.

• لم تساهم السوق الأمريكية في السياحة التونسية إلا بنسبة متواضعة لم تتجاوز 0.5% في المتوسط خلال الفترة (2000-2015). تعتبر الو.م.أ وكندا من أهم الدول المصدرة للسياح إلى تونس من هذه السوق وذلك بوزن نسبي بلغ 50.8%، و43.2% على التوالي.

• لم يختلف الأمر في السوق الآسيوية والأقيانوسية عن السوق الأمريكية، حيث بلغ نصيبها النسبي 0.2% للفترة الواقعة ما بين 2000 و2015. وتعد السوق اليابانية من أهم الأسواق في هذه المنطقة إذ إستأثرت في المتوسط بـ 60.3% من حركة السياحة الوافدة منها، رغم الأرقام الضعيفة المسجلة خلال فترة الدراسة.

- تنعكس حركة السياحة الدولية الوافدة إلى تونس وتفتحها على السوق السياحية العالمية على حجم الليالي السياحية المقضاة في الهياكل الفندقية التونسية، والتي تجاوزت في بعض سنوات الفترة (2000-2015) أكثر من 34 مليون ليلة سياحية. وإن الأوروبيين يحصدون النصيب النسبي الأكبر لعدد الليالي السياحية خلال فترة الدراسة والذي قدر بـ 91.2%، تليها الليالي السياحية للمغاربة في الترتيب الثاني بوزن نسبي بلغ في المتوسط 5.3%، بينما تتوزع ما نسبته 3.6% من إجمالي الليالي السياحية على باقي الجنسيات بنسب متقاربة.
- إن التزايد في حركة السياحة الدولية إلى تونس كان له انعكاساً إيجابياً على حجم العائدات المسجلة على مستوى هذا القطاع، حيث تميزت بنمو إيجابي في معظم سنوات الفترة (2000-2015). وعلى مستوى التوزيع الدولي لعائدات السياحة في تونس لسنة 2015 إستحوذت ليبيا المركز الأول، تليها فرنسا في المركز الثاني، وباقي المراكز توزع بالترتيب على ألمانيا، الجزائر، إنجلترا، روسيا، إيطاليا، السعودية وبولندا.
- وتمثل السياحة في تونس المورد الأول من العملة الصعبة بحيث تفوق مداخيلها مداخيل البترول، وتصل أحيانا نسبة تغطية عجز ميزان المدفوعات بالمداخيل السياحية إلى 97%، كما أنها من القطاعات الأساسية المكونة للنتائج المحلي الإجمالي والمولدة لمناصب شغل بنسبة مباشرة بلغت 10.4% و 9.3% كأبعد تقدير على التوالي في بعض سنوات الفترة (2000-2015).
- يعتبر نموذج الجاذبية من أشهر النماذج الذي أستخدم في قياس محددات الطلب السياحي الدولي، يقوم على إفتراض أن حجم الطلب السياحي بين دولتين يتوقف على قوى تشجع على قيام وزيادة الحركة السياحية مثل قوى العرض في الدولة المصدرة للسياحة وقوى الطلب للدولة المستوردة للسياحة. وقوى تحول أو تعيق الحركة السياحة كنفقات النقل، إختلاف اللغة، وجود توترات أمنية في البلد المضيف.
- إن النموذج المناسب لبيانات الدراسة من أجل تقدير دالة الطلب على الخدمات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2000-2015) بالنسبة لإجمالي العينة والسوق العربية هو النموذج العشوائي، وبالنسبة للسوق الأوروبية والسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية هو النموذج التجميعي، وذلك وفقاً لإختبارات التحديد.
- تتميز القوة التفسيرية للنموذج الجاذبية في حالة الجزائر بأنها جيدة على العموم، رغم إختلافها من سوق إلى أخرى، حيث قدرت بالنسبة لإجمالي العينة بـ 53%، السوق الأوروبية بـ 84%، السوق العربية بـ 65%، السوق الآسيوية والأقيانوسية بـ 94%.
- تشير النتائج التجريبية أن متغيرات الجاذبية بالنسبة للجزائر المثلة في الدخل الفردي وحجم السكان للدول المصدرة للسياح إلى الجزائر، السعر النسبي للسياحة بين الجزائر وهذه الدول، سعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار الجزائري مقابل عملات هذه الدول، إلى جانب عدد الأسرة ومستخدمي الأنترنت في الجزائر، بما في ذلك المسافة الجغرافية والمتغيرات الوهمية إتخذت سلوكاً لا يتوافق مع النظرية الإقتصادية والإشارات المتوقعة في معظمها. سواء تعلق الأمر بإجمالي العينة أو الأسواق.

- إن النموذج المناسب لبيانات الدراسة من أجل تقدير دالة الطلب على الخدمات السياحية في تونس خلال الفترة (2000-2015) بالنسبة لإجمالي العينة يتمثل في النموذج الثابت، بينما الأسواق يتمثل في النموذج العشوائي وذلك وفقاً لإختبارات التحديد.
- تتميز القوة التفسيرية للنموذج الجاذبية في حالة تونس بأنها جيدة على العموم، رغم إختلافها من سوق إلى أخرى، حيث قدرت بالنسبة لإجمالي العينة بـ 98%، السوق الأوروبية بـ 73%، السوق العربية بـ 67%، السوق الآسيوية والأقيانوسية بـ 58%.
- تشير النتائج التجريبية أن متغيرات الجاذبية بالنسبة لتونس الممثلة في الدخل الفردي وحجم السكان للدول المصدرة للسياح إلى تونس، السعر النسبي للسياحة بين تونس وهذه الدول، سعر الصرف الحقيقي لعملة الدينار التونسي مقابل عملات هذه الدول، إلى جانب عدد الأسرة ومستخدمي الأنترنت في تونس، بما في ذلك المسافة الجغرافية والمتغيرات الوهمية إتخذت سلوكاً يتوافق مع النظرية الإقتصادية والإشارات المتوقعة. سواء تعلق الأمر بإجمالي العينة أو الأسواق.

- إختبار فرضيات البحث:

إنطلاقاً من فرضيات البحث التي تدور حول معرفة محددات الطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر وتونس خلال الفترة الواقعة ما بين سنة 2000 و 2015 بإستخدام نموذج الجاذبية، يمكن إتخاذ القرار بشأن نفيها أو إثباتها كما يلي:

• الفرضية الأولى:

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود أثر إيجابي للدخل الفردي الذي يعكس لنا القدرة الشرائية للسائح في الدول المصدرة للسياح على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر بالنسبة لإجمالي العينة والسوق العربية والسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية، بينما تُنفى في حالة السوق الأوروبية.

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود أثر إيجابي للدخل الفردي الذي يعكس لنا القدرة الشرائية للسائح في الدول المصدرة للسياح على الطلب الدولي للخدمات السياحية في تونس بالنسبة لإجمالي العينة وكل الأسواق.

• الفرضية الثانية:

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود أثر إيجابي لحجم السكان في الدول المصدرة للسياح على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر بالنسبة لإجمالي العينة، السوق العربية والسوق الأوروبية، بينما تُنفى في حالة السوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية.

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود أثر إيجابي لحجم السكان في الدول المصدرة للسياح على الطلب الدولي للخدمات السياحية في تونس بالنسبة لإجمالي العينة، السوق العربية والسوق الأوروبية، بينما تُنفى في حالة السوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية.

• **الفرضية الثالثة:**

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود أثر سلبي للسعر النسبي للسياحة وسعر الصرف الحقيقي على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر بالنسبة للسوق الأوروبية، بينما تُنفى في حالة إجمالي العينة وباقي الأسواق. ثبوت الفرضية التي تنص على وجود أثر سلبي للسعر النسبي للسياحة وسعر الصرف الحقيقي على الطلب الدولي للخدمات السياحية في تونس بالنسبة لإجمالي العينة، السوق الأوروبية والسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية، بينما تُنفى في حالة السوق العربية.

• **الفرضية الرابعة:**

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود أثر إيجابي لمؤشر البنية التحتية للإتصالات على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر بالنسبة لإجمالي العينة، السوق العربية و السوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية، بينما تُنفى في حالة السوق الأوروبية. وفيما يتعلق بمؤشر البنية التحتية للسياحة لم تثبت الفرضية بالنسبة لإجمالي العينة وكل الأسواق.

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود أثر إيجابي لمؤشرات العرض السياحي الممثلة في البنية التحتية للسياحة والبنية التحتية للإتصالات على الطلب الدولي للخدمات السياحية في تونس بالنسبة لإجمالي العينة وكل الأسواق.

• **الفرضية الخامسة:**

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود علاقة عكسية وطردية للمسافة الجغرافية والحدود المشتركة على التوالي والطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر بالنسبة لإجمالي العينة وكل الأسواق.

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود علاقة عكسية وطردية للمسافة الجغرافية والحدود المشتركة على التوالي والطلب الدولي على الخدمات السياحية في تونس بالنسبة لإجمالي العينة وكل الأسواق.

• **الفرضية السادسة:**

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود علاقة طردية بين العوامل الثقافية والتاريخية الممثلة في اللغة والماضي الإستعماري والطلب الدولي على الخدمات السياحية في الجزائر بالنسبة لإجمالي العينة والأسواق. بينما تنفي هذه الفرضية فيما يتعلق بعامل اللغة بالنسبة لإجمالي العينة والسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية.

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود علاقة طردية بين العوامل الثقافية والتاريخية الممثلة في اللغة والماضي الإستعماري والطلب الدولي على الخدمات السياحية في تونس بالنسبة لإجمالي العينة والأسواق. بينما تنفي هذه الفرضية فيما يتعلق بعامل اللغة بالنسبة للسوق الأمريكية، الآسيوية والأقيانوسية.

• **الفرضية السابعة:**

عدم ثبوت الفرضية التي تنص على وجود أثر سلبي للأزمات الداخلية والخارجية على الطلب الدولي للخدمات السياحية في الجزائر بالنسبة لإجمالي العينة والأسواق.

ثبوت الفرضية التي تنص على وجود أثر سلبي للأزمات الداخلية على الطلب الدولي للخدمات السياحية في تونس بالنسبة لإجمالي العينة والأسواق. كما ثبتت الفرضية التي تنص على وجود أثر سلبي للأزمات الخارجية بالنسبة لإجمالي العينة، وتنفي في حالة الأسواق.

- توصيات البحث:

بناء على النتائج المتوصل إليها من الجزء النظري والتجريبي للبحث، نقدم مجموعة من التوصيات التي من خلالها يمكن للجزائر ترقية منتجاتها السياحية ومواكبة دول الجوار من حيث أهمية هذا القطاع في إقتصادياتها ولتونس بزيادة الطلب الدولي على خدماتها السياحية ورفع نصيبها من السياحة الدولية على الساحة العالمية:

- توفير عنصري الأمن والأمان للسائح، حيث يأتي أمن السائح في مقدمة الأسس التي تركز عليها أي صناعة سياحية ناجحة، وذلك من خلال إدراجه كأحد أهم الأهداف الأساسية لتخطيط والإدارة للسياحين، مع تكثيف التواجد الأمني بالمناطق السياحية.

- تنشيط السياحة الصحراوية من خلال فتح خطوط جوية مباشرة بين المدن الصحراوية وبعض المدن الأجنبية وذلك للتخلص من ثلوث السياحة الساحلية في الجزائر وتونس البحر، الشمس، الشواطئ وتهيئتها سياحياً من خلال توفير المرافق والهياكل السياحية الضرورية، هذا إلى جانب إنعاش السياحة الداخلية لمواجهة نقص السياحة الدولية في حالة الأزمات، من خلال توفير وتحسن مستوى النقل البري والجوي بين المناطق الداخلية. وتعتبر كل من السياحة الصحراوية والسياحة الداخلية كأحد أهم المخارج من الأزمة التي يعيشها القطاع السياحي في ظل عدم الاستقرار الأمني نتيجة الهجمات الإرهابية التي تعصف بالبلدين من حين إلى آخر.

- تطوير السياحة الرقمية التي تعتبر أحد أكبر نقاط ضعف القطاع السياحي في الجزائر وتونس، من خلال:

- تجميع المعطيات السياحية (عروض، أسعار، خرائط، تقارير...).

- رقمنة المعطيات المجمعة باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية.

- نشر المعلومات المجمعة إلكترونياً عبر الواب، وعبر الوسائط الإلكترونية المتعددة، وبأكثر من لغة.

- تزويد الهيئات والوكالات والداووين والمؤسسات السياحية والفندقية بوصلة أنترنت موزعة شبكياً ومتوافقة مع

حجمها (بريد إلكتروني، الهاتف والفاكس).

- زيادة الإهتمام بالأسواق الأخرى لأن التركيز على السوق الأوروبية كان له الأثر السلبي الواضح في تونس سنوات التوتر الأمني خاصة سنة 2015، وذلك بتفعيل المنتج السياحي في هذه الأسواق والقيام بحملات دعائية تحترم خصوصية كل سوق، وهذه الحملات تتم بعد دراسة كل الأسواق وتستهدف الحملات الدعائية والتسويقية إقامة علاقات مهنية بين المهنيين، والمختصين من الصحفيين في مجال السياحة، والحضور المكثف في الفعاليات السياحية والمعارض الدولية، لأن السياحة لا يمكن تطويرها من وراء مكتب وإنما تحتاج إلى تحرك وإتصال وعلاقات عامة ومتابعة الأسواق.

- إقامة تكتل سياحي بين الجزائر وتونس (التسويق لوجهة المقصد السياحي الأعظم) نتيجة التشابه الجغرافي والطبيعي والثقافي بينهما، من أجل تعزيز حركة السياحة الدولية الوافدة إليهما، ويكون ذلك من خلال:
 - محاولة إستحداث هيئة خاصة بريادة الأعمال في المجال السياحي في دول المقصد بإشراك كل المتعاملين في هذا المجال، لتهتم بصياغة إستراتيجيات تهدف إلى توحيد السياسات السياحية فيهما.
 - إعداد خطة مشتركة للتسويق التكاملي السياحي للوجهة العظمى باستخدام الأساليب التقليدية والإلكترونية بعرض كل المقومات المتوفرة في هذين الدولتين مع بعضها البعض بصورة تكاملية.
 - محاولة توحيد المعايير السياحية في دول المقصد الأعظم المتعلقة بالموارد المادية، البشرية والتكنولوجية.
 - التعاون والتنسيق السياحي الكامل بين دول المقصد الأعظم لتخطيط وتصميم برامج سياحية جيدة، تنافس البرامج التي تقدمها الدول الأخرى ووضع سياسات تسويقية موحدة تلتزم بها دول المقصد الأعظم لتسويق برامجها السياحية في الأسواق السياحية الخارجية.
 - تنظيم قاعدة بيانات مشتركة تضم المقومات السياحية المتوفرة في دول المقصد.
- دعم وتعزيز الإستثمار في البنى التحتية والتجهيزات الأساسية والتقنيات الحديثة في الإتصالات ونظم المعلومات، إذ يعد ضعفها أهم تحد يواجه كفاءة التسويق السياحي خاصة في الجزائر، وهذا يسمح بتطوير العرض السياحي كماً وكيفاً.
- العمل على تعزيز تنافسية قطاع السياحة والسفر من خلال ضمان وجود بنية تحتية متطورة، وهذا يتطلب إعادة النظر بواقع تلك البنى بالشكل الذي يتناسب ومرحلة التطور التي يمر بها القطاع السياحي في الجزائر وتونس.
- تشجيع القطاع الخاص على الإستثمار في القطاع السياحي من أجل إقامة المحطات السياحية المتكاملة عن طريق:
 - تشجع وتقديم حوافز للمستثمرين الذين يقومون بإنجاز المحطات السياحية، وأبرز هذه الحوافز هو توفير الأرض بأثمان معقولة لا تشوبها الإحتكارات العقارية.
 - تقديم الدولة تشجيعات وحوافز جبائية (ضريبية) مثل توفير إستيراد المعدات والتجهيزات بكلفة جبائية دنيا.
 - تقديم الدولة تشجيعات جبائية أخرى مثل الإعفاء من الضرائب على الأرباح التي تتولد عن مثل هذه المشاريع.
 - تتكفل الدولة بإقامة المرافق العامة من توصيل المياه والكهرباء وخطوط الهاتف إلى المناطق السياحية.
- العمل على توفير الخدمات السياحية بالأسعار المعقولة عن طريق تحديد جهة سياحية مسؤولة عن مراقبة الأسعار، وفتح باب المنافسة في تقديم الخدمات السياحية، إلى جانب الرقابة على نوع الخدمة التي تقدم للسائح في الفنادق المختلفة والأماكن السياحية، ومتابعة التطورات العالمية التي تُستحدث في مجال أداء ونوعية الخدمات السياحية.

- تطوير أجهزة الإحصاء السياحي ونظم المعلومات السياحية السريعة ودعمها بكافة الوسائل الحديثة لنقل المعلومات وبرمجة البيانات والقرارات السياحية والفندقية.

- آفاق البحث:

- تُثار العديد من القضايا التي تحتاج إلى مزيد من البحث والتوسع في مجال السياحة، لهذا نقترح مجموعة من العناوين التي تكون مواضيع أبحاث علمية في المستقبل.
- أساليب القياس الكمية المستخدمة في دراسة أبعاد ظاهرة السياحة من المنظور الجغرافي: حالة دول شمال أفريقيا.
- دراسة إمكانية التكامل السياحي بين الجزائر وتونس والمغرب.
- أثر الاستثمار في البنية التحتية والفوقية على حركة السياحة الدولية: دراسة مقارنة بين المغرب، الجزائر، تونس.
- تطوير السياحة الرقمية كآلية لتجاوز أزمة القطاع السياحي في الدول العربية.
- محددات التدفق السياحي العربي البيئي.
- نمذجة الطلب السياحي في عينة من الدول النامية باستخدام معطيات بانل الديناميكي *Dynamic Panel*.

قائمة الملاحق

الملحق 01: تطور حركة السياحة الدولية الوافدة وتوزيعها الجغرافي للفترة (1990-2015)

السنوات	المجموع العالمي	أوروبا	الأمريكتان	آسيا والباسفيك	أفريقيا	الشرق الأوسط
عدد السياح (مليون)						
1990	435	261.5	92.8	55.9	14.8	9.2
1995	527	304.5	108.9	82.1	18.7	12.7
2000	684	392.6	128.2	110.1	27.9	24.9
2005	809	453.2	133.3	154.0	34.8	33.7
2010	950	485.5	150.4	205.1	50.8	58.2
2011	995	516.4	156.0	218.2	49.4	54.9
2012	1 035	534.4	162.7	233.5	52.9	51.7
2013	1 087	566.4	167.5	249.8	54.4	48.4
2014	1 134	580.2	181.9	264.3	55.3	52.4
2015	1 186	607.7	192.6	279.2	53.5	53.3
الحصة السوقية (%)						
السنوات						
1990	100	60.1	21.4	13.0	3.4	2.1
1995	100	57.8	20.7	15.6	3.5	2.4
2000	100	57.4	19.0	16.0	4.0	3.6
2005	100	56.0	16.5	19.0	4.3	4.2
2010	100	51.1	15.8	21.6	5.3	6.1
2011	100	51.9	15.7	21.9	5.0	5.5
2012	100	51.6	15.7	22.6	5.1	5.0
2013	100	52.1	15.4	23.0	5.0	4.5
2014	100	51.2	16.0	23.3	4.9	4.6
2015	100	51.2	16.2	23.6	4.5	4.5
معدل النمو (%)						
السنوات						
95-90	3.8	3.0	3.2	7.7	4.7	6.4
00-95	4.9	4.8	3.3	5.9	6.7	11.3
05-00	3.7	3.2	0.8	6.7	5.7	8.2
10-05	3.2	1.5	2.4	5.8	7.4	9.7
11-10	4.7	6.4	3.7	6.4	-2.8	-5.7
12-11	4.0	3.5	4.3	7.0	7.0	-5.8
13-12	5.0	6.0	2.9	7.0	2.8	-6.4
14-13	4.3	2.4	8.6	5.8	1.7	8.3
15-14	4.6	4.7	5.9	5.6	-3.3	1.7
15-90	4.0	3.4	2.9	6.4	5.1	7.0

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2013, P 4.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2014, P 4.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2015, P 4.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, P 4.

الملحق 02: تطور عائدات السياحة الدولية وتوزيعها الجغرافي للفترة (1990-2015)

السنوات	المجموع العالمي	أوروبا	الأمريكتان	آسيا والباسفيك	أفريقيا	الشرق الأوسط
عائدات السياحة (مليار دولار)						
1990	263.6	143.5	69.2	41.2	5.3	4.4
1995	405.8	211.7	100.5	78.1	8.1	7.5
2000	475.9	231.5	136.4	87.6	10.7	9.7
2005	680	348.2	144.6	138.6	21.5	27.6
2010	927	409.3	180.7	255.3	30.4	51.7
2011	1 042	466.7	197.9	298.6	32.7	46.4
2012	1 078	454.0	212.9	329.1	34.3	47.5
2013	1 197	491.7	264.2	360.7	35.5	45.2
2014	1 309	513.5	288.0	420.1	36.1	51.6
2015	1 260	450.7	303.7	418.3	33.1	54.4
الحصة السوقية (%)						
1990	100	54.4	26.2	15.7	2.0	1.7
1995	100	52.2	24.8	19.2	2.0	1.8
2000	100	48.7	28.7	18.4	2.2	2.0
2005	100	51.2	21.2	20.4	3.2	4.0
2010	100	44.1	19.5	27.5	3.3	5.6
2011	100	44.8	19.0	28.6	3.1	4.5
2012	100	42.1	19.8	30.5	3.2	4.4
2013	100	41.1	22.1	30.1	3.0	3.7
2014	100	39.2	22.0	32.1	2.8	3.9
2015	100	35.8	24.1	33.2	2.6	4.3
معدل النمو (%)						
95-90	8.6	7.8	7.5	12.8	8.5	10.7
00-95	3.2	1.8	6.1	2.3	5.6	5.1
05-00	7.1	8.2	1.2	9.2	14.0	20.9
10-05	6.2	3.2	4.5	12.2	6.9	12.6
11-10	12.4	14.0	9.5	17.0	7.6	-10.3
12-11	3.5	-2.7	7.6	10.2	4.9	2.4
13-12	11.0	8.3	24.1	9.6	3.5	-4.8
14-13	9.4	4.4	9.0	16.5	1.7	14.2
15-14	-3.7	-12.2	5.5	-0.4	-8.3	5.4
15-90	6.3	4.6	5.9	9.3	7.3	10.1

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2000, P 9.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2001, P 3.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2006, P 4.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2012, P 5.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2013, P 5.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2014, P 5.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2015, P 5.
- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 2016, P 5.

الملحق 03: ترتيب دول العالم وفقاً لمؤشر تنافسية السياحة والسفر سنة 2015

الرتبة	القيمة	الدول	الرتبة	القيمة	الدول	الرتبة	القيمة	الدول	الرتبة	القيمة	الدول
107	3.22	زامبيا	71	3.68	جورجيا	36	4.25	قبرص	1	5.31	اسبانيا
108	3.20	سوازيلاندا	73	3.65	الأرغواي	37	4.22	التشيك	2	5.24	فرنسا
109	3.20	غامبيا	74	3.63	الفلبين	38	4.22	استونيا	3	5.22	ألمانيا
110	3.18	فنزويلا	75	3.60	فيتنام	39	4.17	سلوفينيا	4	5.12	الو.م.أ
111	3.16	مولدافيا	76	3.59	جامايكا	40	4.16	مالطا	5	5.12	انجلترا
112	3.14	السنگال	77	3.59	الأردن	41	4.14	المجر	6	4.99	سويسرا
113	3.11	باراغواي	78	3.58	كينيا	42	4.10	كوستاريكا	7	4.98	أستراليا
114	3.11	أوغندا	79	3.54	تونس	43	4.09	قطر	8	4.98	إيطاليا
115	3.09	زيمبابوي	80	3.51	غواتيمالا	44	4.08	تركيا	9	4.94	اليابان
116	3.08	قيرغيزستان	81	3.50	دومينيكان	45	4.08	روسيا	10	4.92	كندا
117	3.05	كوت ديفوار	82	3.50	مقدونيا	46	4.08	بربادوس	11	4.86	سنغافورة
118	3.03	إثيوبيا	83	3.49	مصر	47	4.08	بولندا	12	4.82	النمسا
119	3.03	طاجيكستان	84	3.48	أذربيجان	48	4.08	جنوب إفريقيا	13	4.68	هونغ كونغ
120	3.01	غانا	85	3.48	كازاخستان	49	4.05	بلغاريا	14	4.67	هولندا
121	2.99	مدغشقر	86	3.46	الرأس الأخضر	50	4.04	اندونيسيا	15	4.64	البرتغال
122	2.95	الكاميرون	87	3.44	بوتان	51	4.04	شيلي	16	4.64	نيوزيلندا
123	2.93	الجزائر	88	3.42	بوتسوانا	52	4.02	الهند	17	4.54	الصين
124	2.92	الغابون	89	3.42	أرمينيا	53	4.01	لاتفيا	18	4.54	أيسلندا
125	2.92	باكستان	90	3.41	هندوراس	54	4.00	سيشيل	19	4.53	أيرلندا
126	2.90	ملاوي	91	3.41	السلفادور	55	3.91	بورتوريكو	20	4.52	التروبيج
127	2.90	بنغلادش	92	3.37	نيكاراغوا	56	3.90	موريشيوس	21	4.51	بلجيكا
128	2.87	مالي	93	3.35	تنزانيا	57	3.90	الأرجنتين	22	4.47	فنلندا
129	2.82	ليسوتو	94	3.35	لبنان	58	3.88	بيرو	23	4.45	السويد
130	2.81	موزامبيق	95	3.34	صربيا	59	3.88	ليتوانيا	24	4.43	الإمارات
131	2.79	نيجيريا	96	3.33	لاو	60	3.85	البحرين	25	4.41	ماليزيا
132	2.77	سيراليون	97	3.32	ايران	61	3.84	سلوفاكيا	26	4.38	لوكسمبورغ
133	2.75	هايتي	98	3.32	روندا	62	3.81	المغرب	27	4.38	الدنمارك
134	2.72	ميانمار	99	3.31	منغوليا	63	3.80	سيريلانكا	28	4.37	البرازيل
135	2.70	بروندي	100	3.29	بوليفيا	64	3.80	السعودية	29	4.37	كوريا
136	2.67	بوركينافاسو	101	3.28	سورينام	65	3.79	عمان	30	4.36	المكسيك
137	2.64	موريتانيا	102	3.27	نيبال	66	3.78	رومانيا	31	4.36	اليونان
138	2.62	اليمن	103	3.26	الكويت	67	3.75	الجبل الأسود	32	4.35	تايوان
139	2.60	أنغولا	104	3.26	غيانا	68	3.73	كولومبيا	33	4.30	كرواتيا
140	2.58	غينيا	105	3.24	كمبوديا	69	3.71	ترينيداد وتوباغو	34	4.28	بنما
141	2.43	تشاد	106	3.22	ألبانيا	70	3.69	ناميبيا	35	4.26	تايلاندا

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness, Report 2015*, p 5.

الملحق 04: المراكز العشرة الأولى في مؤشرات التنافسية السياحية سنة 2015

نتائج المؤشر الثاني: سياسات السياحة والسفر والظروف المناسبة						نتائج المؤشر الأول: البيئة التمكينية								
الاستدامة البيئية	تنافسية الأسعار	الانفتاح الدولي	تحديد أولويات للسياحة والسفر	نتيجة المؤشر ككل		الدول	جاهزية تكنولوجيا المعلومات	الموارد البشرية وسوق العمل	الصحة والنظافة	الأمن والسلامة	بيئة العمل	نتيجة المؤشر ككل		الدول
				الرتبة	القيمة							الرتبة	القيمة	
4.31	3.82	5.25	5.95	1	4.83	سنغافورة	6.37	5.43	6.31	6.70	5.60	1	6.08	فنلندا
5.16	4.60	4.15	5.13	2	4.76	المجر	6.22	5.30	6.41	6.31	6.08	2	6.07	هونغ كونغ
4.94	3.77	4.55	5.62	3	4.72	نيوزيلندا	6.03	5.64	6.50	6.32	5.76	3	6.05	سويسرا
4.92	3.59	4.38	5.89	4	4.70	أيسلندا	6.09	5.16	6.26	6.46	5.73	4	5.94	لوكسمبورغ
5.31	3.69	4.53	5.25	5	4.69	أيرلندا	5.98	5.49	5.44	6.40	6.13	5	5.89	سنغافورة
4.25	5.15	4.10	5.27	6	4.69	بنما	5.44	5.23	5.97	6.61	6.05	6	5.86	قطر
4.73	4.62	3.65	5.76	7	4.69	استونيا	5.70	5.09	6.97	6.47	4.94	7	5.84	النمسا
4.61	4.22	3.93	5.89	8	4.66	اسبانيا	6.14	5.24	6.17	6.10	5.44	8	5.82	النرويج
3.11	6.11	3.55	5.61	9	4.59	اندونيسيا	5.88	5.49	6.07	6.54	4.96	9	5.79	أيسلندا
4.17	4.22	3.94	6.03	10	4.59	مالطا	6.18	5.47	6.11	5.88	5.28	10	5.79	الدنمارك

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness, Report 2015*.

الملحق 04: تابع

نتائج المؤشر الرابع: الموارد الثقافية والطبيعية				نتائج المؤشر الثالث: البنية التحتية						
الموارد الثقافية	الموارد الطبيعية	نتيجة المؤشر ككل		الدول	البنية التحتية للخدمات السياحية	البنية التحتية للنقل الأرضي والبحري	البنية التحتية للنقل الجوي	نتيجة المؤشر ككل		الدول
		الرتبة	القيمة					الرتبة	القيمة	
6.44	5.05	1	5.74	الصين	6.35	6.00	5.03	1	5.79	سويسرا
6.56	4.80	2	5.68	فرنسا	6.58	5.54	4.91	2	5.68	اسبانيا
5.31	6.01	3	5.66	البرازيل	6.30	4.67	5.95	3	5.64	الو.م.أ
6.69	4.59	4	5.64	إسبانيا	6.15	5.78	4.98	4	5.64	فرنسا
6.51	4.60	5	5.55	إيطاليا	5.17	6.44	5.26	5	5.63	سنغافورة
5.90	4.79	6	5.34	إنجلترا	5.97	4.11	6.75	6	5.61	كندا
5.13	5.31	7	5.22	أستراليا	5.61	5.99	4.93	7	5.51	ألمانيا
6.00	4.41	8	5.20	ألمانيا	5.46	5.06	5.91	8	5.48	الإمارات
4.92	5.18	9	5.05	المكسيك	6.83	5.42	4.01	9	5.42	النمسا
4.79	5.27	10	5.03	الو.م.أ	4.05	6.45	5.42	10	5.31	هونغ كونغ

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness, Report 2015*.

الملحق 05: تطور عدد السياح الوافدين إلى الدول العربية (بالآلاف) للفترة (2000-2015)

2015	2014	2013	2012	2011	2010	2005	2000	الدول العربية	
17994	18259	15772	14276	17498	10850	8037	6585	العدد	السعودية
22.0	22.7	21.5	19.9	25.0	14.8	16.3	18.3	النسبة	
12000	10452	9163	8062	6732	11952	3914	3869	العدد	البحرين
14.7	13.0	12.5	11.3	9.6	16.3	7.9	10.7	النسبة	
11657	10560	9990	8977	9318	7432	7126	3907	العدد	الإمارات
14.3	13.1	13.6	12.5	13.3	10.1	14.5	10.9	النسبة	
10177	10283	10046	9375	9342	9288	5843	4278	العدد	المغرب
12.5	12.8	13.7	13.1	13.4	12.6	11.9	11.8	النسبة	
9328	9628	9174	11196	9497	14051	8244	5116	العدد	مصر
11.4	12.0	12.5	15.6	13.6	19.1	16.8	14.2	النسبة	
6477	7032	4687	5794	5337	5458	5143	4616	العدد	الأردن
7.9	8.7	6.4	8.3	7.6	7.4	10.5	12.8	النسبة	
5359	6069	6269	5950	4785	6903	6378	5058	العدد	تونس
6.6	7.5	8.5	8.5	6.8	9.4	13.0	14.1	النسبة	
2930	2826	2611	2346	2057	1700	913	378	العدد	قطر
3.6	3.5	3.6	3.2	2.9	2.3	1.9	1.1	النسبة	
2163	1519	1392	1241	1018	1441	891	571	العدد	عمان
2.7	1.9	1.9	1.7	1.5	2.0	1.8	1.6	النسبة	
1710	2301	2733	2634	2395	2070	1443	866	العدد	الجزائر
2.1	2.9	3.7	3.6	3.4	2.8	2.9	2.4	النسبة	
1518	1355	1274	136	1655	2168	1140	673	العدد	لبنان
1.9	1.7	1.7	1.9	2.4	2.9	2.3	1.9	النسبة	
220	198	307	300	269	207	104	78	العدد	الكويت
0.3	0.2	0.4	0.4	0.5	0.3	0.2	0.2	النسبة	
81533	80482	73418	71517	69903	73520	49176	35995	العدد	الاجمالي
6.9	7.1	6.8	6.9	7.0	7.4	5.2	5.3	النسبة من الإجمالي العالمي	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- جامعة الدول العربية، النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، 2016.

- World Bank site: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>.- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2016, P P 11 -12.- Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, **International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges**, Ankara, 2015, P 48.

الملحق 06: تطور عائدات السياحة في الدول العربية (بالمليون دولار) للفترة (2000-2015)

2015	2014	2013	2012	2011	2010	2005	2000	الدول العربية	
16038	13969	12389	10924	9204	8577	3218	1063	القيمة	الإمارات
26.1	22.2	21.00	17.9	16.4	14.6	10.2	6.3	النسبة	
10130	9263	8690	8400	9317	7536	5149	3418	القيمة	السعودية
16.5	14.7	14.7	13.8	16.6	12.8	16.3	20.2	النسبة	
6857	6576	6373	6825	6797	8026	5532	742	القيمة	لبنان
11.2	10.5	10.8	11.2	12.1	13.7	17.5	4.4	النسبة	
6065	7979	7253	10826	9333	13633	6851	4657	القيمة	مصر
9.9	12.7	12.3	17.7	16.6	23.2	21.6	27.5	النسبة	
6003	7056	8201	8491	9101	8176	4610	2280	القيمة	المغرب
9.8	11.2	13.9	13.9	16.2	13.9	14.6	13.5	النسبة	
5035	4591	3456	2857	1170	584	760	128	القيمة	قطر
8.2	7.3	5.8	4.7	2.1	1.0	2.4	0.7	النسبة	
4065	5537	5145	5123	4351	4390	1441	935	القيمة	الأردن
6.6	8.8	8.7	8.4	7.7	7.5	4.5	5.5	النسبة	
2510	1915	1865	1742	1766	2163	920	854	القيمة	البحرين
4.1	3.1	3.2	2.9	3.2	3.7	2.9	5.0	النسبة	
2359	3042	2863	2931	2529	3477	2143	1977	القيمة	تونس
3.9	4.8	4.8	4.8	4.5	5.9	6.8	11.7	النسبة	
1540	1949	1913	1781	1571	1256	401	377	القيمة	عمان
2.5	3.1	3.2	2.9	2.9	2.1	1.3	2.2	النسبة	
499	615	619	780	644	574	413	394	القيمة	الكويت
0.8	1.0	1.0	1.3	1.2	1.0	1.3	2.3	النسبة	
269	347	326	295	300	324	184	102	القيمة	الجزائر
0.4	0.6	0.6	0.5	0.5	0.6	0.6	0.7	النسبة	
61370	62842	59093	60975	56083	58716	31622	16927	القيمة	الإجمالي
4.9	4.8	5.2	5.7	5.4	6.3	4.7	3.6	النسبة من الإجمالي العالمي	

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- World Bank site: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD>.
- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2016, P P 11 -12
- Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, **International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges**, Ankara, 2015, P 49.

الملحق 07: مؤشرات التنافسية السياحية للدول العربية سنة 2015

نتائج المؤشر الثاني: سياسات السياحة والسفر والظروف المناسبة						نتائج المؤشر الأول: البيئة التمكينية								
الاستدامة البيئية	تنافسية الأسعار	الانفتاح الدولي	تحديد أولويات للسياحة والسفر	نتيجة المؤشر ككل		الدول العربية	جاهزية تكنولوجيا المعلومات	الموارد البشرية وسوق العمل	الصحة والنظافة	الأمن والسلامة	بيئة العمل	نتيجة المؤشر ككل		الدول العربية
				الرتبة	القيمة							الرتبة	القيمة	
3.92	4.63	3.24	5.46	1	4.31	الأردن	5.44	5.23	5.97	6.61	6.05	1	5.86	قطر
4.22	5.61	2.38	4.91	2	4.28	تونس	5.76	5.15	5.28	6.60	5.90	2	5.74	الإمارات
4.39	4.95	2.77	4.97	3	4.27	الإمارات	5.76	4.71	5.17	5.33	5.53	3	5.30	البحرين
3.99	6.19	2.17	4.56	4	4.23	مصر	4.83	4.27	5.37	6.38	5.29	4	5.23	سلطنة عمان
4.09	4.94	2.56	5.27	5	4.21	المغرب	5.29	4.46	5.10	5.99	5.21	5	5.21	السعودية
4.32	5.33	1.93	4.89	6	4.12	قطر	5.01	4.26	5.43	5.76	4.69	6	5.03	الكويت
4.07	5.33	2.07	4.51	7	3.99	سلطنة عمان	4.17	4.56	5.53	5.79	4.86	7	4.98	الأردن
3.29	4.84	2.50	5.22	8	3.96	لبنان	4.03	4.05	4.54	5.83	4.73	8	4.64	المغرب
3.73	5.33	2.34	4.14	9	3.88	البحرين	3.94	4.31	5.16	4.86	4.42	9	4.54	تونس
4.15	4.82	2.94	3.12	10	3.76	موريتانيا	3.62	3.99	6.04	3.81	3.76	10	4.24	لبنان
3.41	5.49	1.49	4.50	11	3.72	السعودية	3.80	4.12	5.40	3.40	4.11	11	4.17	مصر
3.51	5.50	1.51	2.74	12	3.32	الجزائر	3.09	4.04	4.97	4.90	3.78	12	4.15	الجزائر
2.92	5.99	1.34	2.80	13	3.26	اليمن	2.18	2.30	3.03	5.06	3.46	13	3.21	موريتانيا
2.95	5.04	1.75	3.03	14	3.19	الكويت	2.29	3.31	3.84	2.86	3.58	14	3.18	اليمن

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness, Report 2015*.

الملحق 07: تابع

نتائج المؤشر الرابع: الموارد الثقافية والطبيعية				نتائج المؤشر الثالث: البنية التحتية						
الموارد الثقافية	الموارد الطبيعية	نتيجة المؤشر ككل		الدول العربية	البنية التحتية للخدمات السياحية	البنية التحتية للنقل الأرضي والبحري	البنية التحتية للنقل الجوي	نتيجة المؤشر ككل		الدول العربية
		الرتبة	القيمة					الرتبة	القيمة	
2.51	3.11	1 (45)	2.81	المغرب	5.46	5.06	5.91	1 (8)	5.48	الإمارات
2.40	2.45	2 (65)	2.42	مصر	4.74	5.53	3.52	2 (33)	4.59	البحرين
1.91	2.68	3 (69)	2.30	السعودية	4.81	4.79	4.17	3 (34)	4.59	قطر
1.97	2.51	4 (75)	2.24	الإمارات	4.44	3.66	3.79	4 (51)	3.96	السعودية
2.05	2.04	5 (90)	2.04	الجزائر	4.53	4.25	2.98	5 (54)	3.92	سلطنة عمان
1.45	2.59	6 (93)	2.02	سلطنة عمان	4.44	3.48	2.86	6 (68)	3.59	المغرب
1.58	2.36	9 (99)	1.97	تونس	5.18	3.10	2.46	7 (69)	3.58	لبنان
1.48	2.12	10 (114)	1.80	قطر	4.37	3.52	2.61	8 (73)	3.41	الأردن
1.45	2.03	11 (123)	1.74	اليمن	4.54	3.02	2.53	9 (76)	3.36	تونس
1.27	2.05	12 (127)	1.66	الأردن	3.84	3.61	2.51	10 (77)	3.32	الكويت
1.33	1.92	13 (131)	1.63	البحرين	3.60	2.84	2.93	11 (86)	3.13	مصر
1.11	2.12	14 (132)	1.61	موريتانيا	2.78	2.55	1.59	12 (128)	2.31	اليمن
1.47	1.71	15 (133)	1.59	لبنان	2.03	2.56	1.98	13 (133)	2.19	الجزائر
1.17	1.87	16 (137)	1.52	الكويت	2.37	1.96	1.59	14 (139)	1.97	موريتانيا

Source: World Economic Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness, Report 2015*.

* الأرقام بين الأقواس تعبر عن الترتيب العالمي.

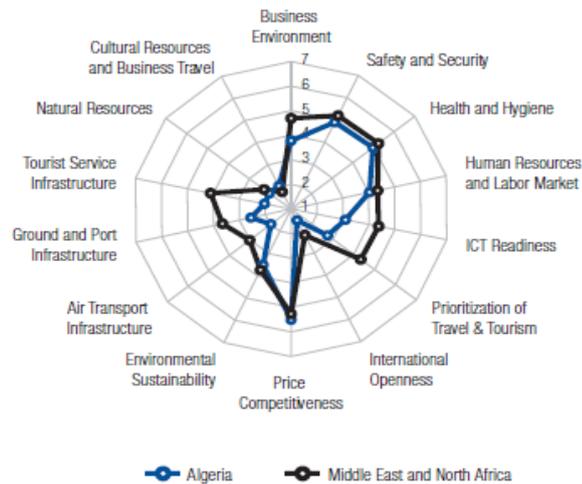
الملحق 08: مؤشرات تنافسية السياحة والسفر للجزائر سنة 2015

Algeria

The Travel & Tourism Competitiveness Index

Rank (out of 141) Score (1-7)

Travel & Tourism Competitiveness Index	123	2.93
Enabling Environment	99	4.15
Business Environment	121.....	3.78
Safety and Security	95.....	4.90
Health and Hygiene.....	84.....	4.97
Human Resources and Labour Market.....	109.....	4.04
ICT Readiness.....	105.....	3.09
T&T Policy and Enabling Conditions	135	3.32
Prioritization of Travel & Tourism	139.....	2.74
International Openness.....	137.....	1.51
Price Competitiveness.....	10.....	5.50
Environmental Sustainability.....	113.....	3.51
Infrastructure	133	2.19
Air Transport Infrastructure	113.....	1.98
Ground and Port Infrastructure.....	121.....	2.56
Tourist Service Infrastructure.....	138.....	2.03
Natural and Cultural Resources	90	2.04
Natural Resources.....	127.....	2.04
Cultural Resources and Business Travel	50.....	2.05



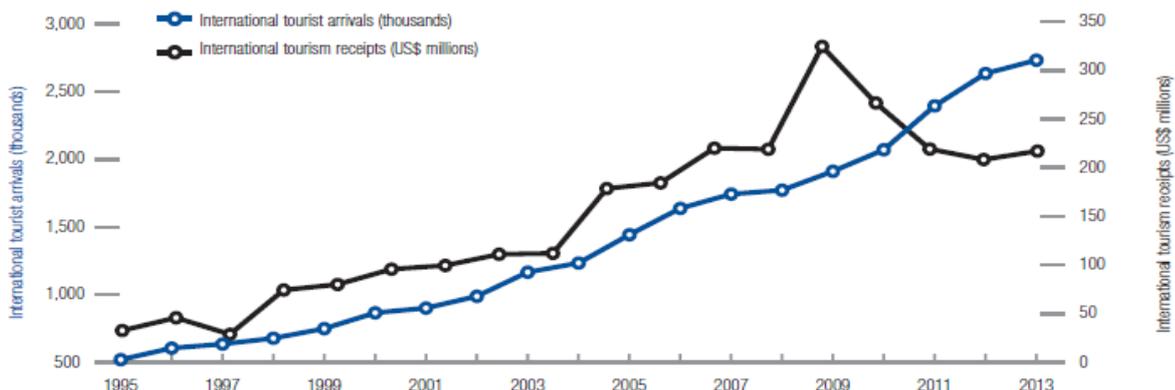
Travel & Tourism Key Indicators and Economic Impact

Int'l tourist arrivals (thousands), 2013	2,733
Int'l tourism receipts (inbound US\$ millions), 2013	217.0
Growth (%) in Int'l outbound travel spending*	n/a
Average spending per Int'l tourist (US\$), 2013.....	79.4

Population (millions), 2013	39.2
Surface area (1,000 square kilometres), 2013	2,381.7
Gross domestic product per capita (PPP\$), 2013	13,788
Real GDP growth (%), 2013.....	2.8

T&T industry economic impact, 2014 estimates	Absolute value	Percent of total	Growth forecast
T&T Industry GDP (US\$ millions).....	7,115.6	4.0	3.8
T&T Industry employment (1,000 jobs)	364.0	3.5	2.8

Evolution of the T&T Industry Over Time



الملحق 08: تابع

Algeria

The Travel & Tourism Competitiveness Index in detail

INDICATOR	VALUE	RANK/141
Business Environment	3.8	121
1.01 Property rights [†]	3.7.....	97
1.02 Impact of rules on FDI [†]	3.3.....	126
1.03 Efficiency of legal framework settling disputes [†]	3.2.....	108
1.04 Efficiency of legal framework challenging regs. [†]	2.9.....	104
1.05 No. of days to deal with construction permits*.....	204.....	104
1.06 Construction permits cost (%)*.....	0.7.....	35
1.07 Extent of market dominance [†]	3.3.....	108
1.08 No. of days to start a business*.....	22.....	102
1.09 Cost to start a business (% GNI/capita)*.....	11.0.....	80
1.10 Effect of taxation on incentives to work [†]	3.3.....	95
1.11 Effect of taxation on incentives to invest [†]	3.5.....	85
1.12 Total tax rate (% profit)*.....	72.7.....	137
1.12a Labour and contributions tax rate (% profit)*.....	30.6.....	123
1.12b Profit tax rate (% profit)*.....	6.6.....	24
1.12c Other taxes rate (% profit)*.....	35.6.....	134
Safety and Security	4.9	95
2.01 Business costs of crime and violence [†]	4.0.....	93
2.02 Reliability of police services [†]	4.1.....	74
2.03 Business costs of terrorism [†]	3.8.....	127
2.04 Index of terrorism incidence*.....	5.7.....	125
2.05 Homicide rate*.....	1.....	9
Health and Hygiene	5.0	84
3.01 Physician density per 1,000 pop.*.....	1.2.....	75
3.02 Access to improved sanitation (% pop.)*.....	95.0.....	54
3.03 Access to improved drinking water (% pop.)*.....	84.0.....	110
3.04 Hospital beds per 10,000 pop.....	17.0.....	90
3.05 HIV prevalence (% pop.)*.....	0.1.....	1
3.06 Malaria incidence per 100,000 pop.*.....	0.2.....	10
Human Resources and Labour Market	4.0	109
<i>Qualification of the labour force</i>	5.1.....	73
4.01 Primary education enrolment rate (%)*.....	97.3.....	41
4.02 Secondary education enrolment rate (%)*.....	97.6.....	44
4.03 Extent of staff training [†]	3.4.....	117
4.04 Treatment of customers [†]	3.6.....	124
<i>Labour market</i>	2.9.....	136
4.05 Hiring and firing practices [†]	3.1.....	119
4.06 Ease of finding skilled employees [†]	3.6.....	90
4.07 Ease of hiring foreign labour [†]	3.7.....	106
4.08 Pay and productivity [†]	3.3.....	121
4.09 Female labour force participation (% to men)*.....	0.2.....	141
ICT Readiness	3.1	105
5.01 ICT use for B2B transactions [†]	3.4.....	136
5.02 Internet use for B2C transactions [†]	2.9.....	136
5.03 Individuals using internet (%)*.....	16.5.....	107
5.04 Broadband internet subs. per 100 pop.*.....	3.3.....	87
5.05 Mobile telephone subs. per 100 pop.*.....	100.8.....	91
5.06 Mobile broadband subs. per 100 pop.*.....	0.0.....	130
5.07 Mobile network coverage (% pop.)*.....	99.2.....	62
5.08 Quality of electricity supply.....	4.0.....	90
Prioritization of Travel & Tourism	2.7	139
6.01 Government prioritization of T&T industry [†]	3.8.....	130
6.02 T&T gov't expenditure (% gov't budget)*.....	1.1.....	130
6.03 Effectiveness of marketing to attract tourists [†]	3.0.....	134
6.04 Comprehensiveness of T&T data (0-120 best)*.....	40.0.....	117
6.05 Timeliness of T&T data (0-21 best)*.....	0.0.....	129
6.06 Country Brand Strategy rating (1-10 best)*.....	38.6.....	135

INDICATOR	VALUE	RANK/141
International Openness	1.5	137
7.01 Visa requirements (0-100 best)*.....	2.0.....	135
7.02 Openness of bilateral ASA (0-38)*.....	6.3.....	121
7.03 No. of regional trade agreements in force*.....	2.0.....	113
Price Competitiveness	5.5	10
8.01 Ticket taxes, airport charges (0-100 best)*.....	83.8.....	44
8.02 Hotel price index (US\$)*.....	185.7.....	81
8.03 Purchasing power parity*.....	0.4.....	24
8.04 Fuel price levels (US\$ cents/litre)*.....	29.0.....	6
Environmental Sustainability	3.5	113
9.01 Stringency of environmental regulations [†]	2.8.....	132
9.02 Enforcement of environmental regulations [†]	2.6.....	132
9.03 Sustainability of T&T development [†]	3.2.....	129
9.04 Particulate matter (2.5) concentration (µg/m ³).....	7.7.....	66
9.05 No. of envtl. treaty ratifications (0-27 best)*.....	18.....	87
9.06 Baseline water stress (0-5 worst)*.....	3.4.....	106
9.07 Threatened species (% total species)*.....	6.5.....	93
9.08 Forest cover change (% average per year)*.....	-2.4.....	58
9.09 Wastewater treatment (%) *.....	34.6.....	49
9.10 Coastal shelf fishing pressure (tonnes per km ²)*.....	0.1.....	43
Air Transport Infrastructure	2.0	113
10.01 Quality of air transport infrastructure [†]	3.0.....	127
10.02 Airline dom. seat kms per week (millions)*.....	20.7.....	42
10.03 Airline int'l. seat kms per week (millions)*.....	157.4.....	67
10.04 Departures per 1,000 pop.*.....	1.4.....	90
10.05 Airport density per million urban pop.*.....	1.2.....	61
10.06 No. of operating airlines*.....	26.0.....	82
Ground and Port Infrastructure	2.6	121
11.01 Quality of roads.....	3.1.....	107
11.02 Quality of railroad infrastructure.....	2.7.....	64
11.03 Quality of port infrastructure [†]	2.8.....	116
11.04 Quality of ground transport network [†]	3.8.....	105
11.05 Railroad density (km/surface area)*.....	0.2.....	86
11.06 Road density (km/surface area)*.....	⊗.....	129
11.07 Paved road density (km/surface area)*.....	⊗.....	98
Tourist Service Infrastructure	2.0	138
12.01 Hotel rooms per 100 pop.*.....	0.1.....	107
12.02 Extension of business trips recommended [†]	3.8.....	136
12.03 Presence of major car rental companies [†]	1.....	120
12.04 ATMs accepting Visa cards per million pop.*.....	8.0.....	137
Natural Resources	2.0	127
13.01 No. of World Heritage natural sites*.....	1.....	76
13.02 Total known species*.....	434.....	87
13.03 Total protected areas (% total territorial area)*.....	7.4.....	97
13.04 Natural tourism digital demand (0-100 best)*.....	5.....	102
13.05 Quality of the natural environment [†]	3.4.....	128
Cultural Resources and Business Travel	2.0	50
14.01 No. of World Heritage cultural sites*.....	7.....	33
14.02 No. of oral and intangible cultural expressions*.....	5.....	22
14.03 No. of large sports stadiums*.....	15.0.....	28
14.04 No. of international association meetings*.....	4.3.....	108
14.05 Cult./entert. tourism digital demand (0-100 best)*.....	4.....	93

الملحق 09: مؤشرات تنافسية السياحة والسفر لتونس سنة 2015

Tunisia

The Travel & Tourism Competitiveness Index

	Rank (out of 141)	Score (1-7)
Travel & Tourism Competitiveness Index	79	3.54
Enabling Environment	75	4.54
Business Environment	71.....	4.42
Safety and Security	98.....	4.86
Health and Hygiene	76.....	5.16
Human Resources and Labour Market.....	87.....	4.31
ICT Readiness	76.....	3.94
T&T Policy and Enabling Conditions	50	4.28
Prioritization of Travel & Tourism	44.....	4.91
International Openness.....	103.....	2.38
Price Competitiveness.....	7.....	5.61
Environmental Sustainability.....	59.....	4.22
Infrastructure	76	3.36
Air Transport Infrastructure	77.....	2.53
Ground and Port Infrastructure.....	94.....	3.02
Tourist Service Infrastructure.....	61.....	4.54
Natural and Cultural Resources	99	1.97
Natural Resources.....	105.....	2.36
Cultural Resources and Business Travel	70.....	1.58



Travel & Tourism Key Indicators and Economic Impact

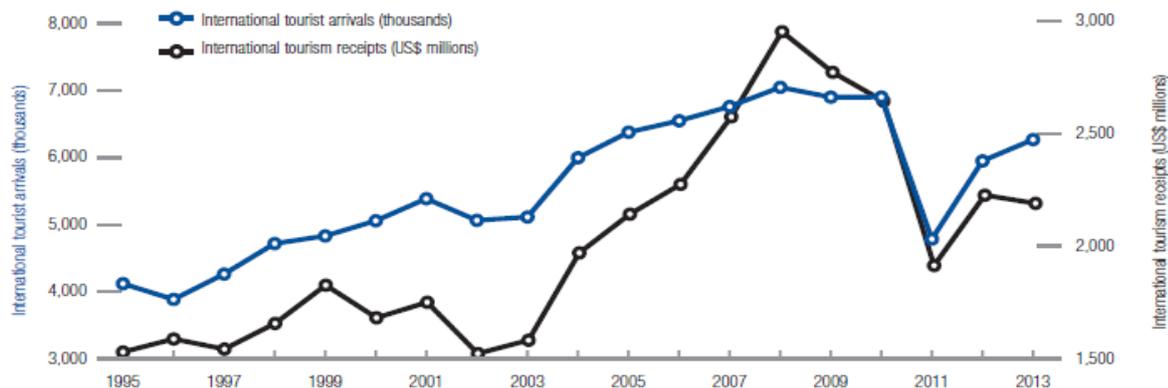
Int'l tourist arrivals (thousands), 2013	6,269
Int'l tourism receipts (Inbound US\$ millions), 2013	2,190.4
Growth (%) In Int'l outbound travel spending*	1.93
Average spending per Int'l tourist (US\$), 2013.....	349.4

Population (millions), 2013	10.9
Surface area (1,000 square kilometres), 2013	163.6
Gross domestic product per capita (PPP\$), 2013	10,998
Real GDP growth (%), 2013	2.3

T&T industry economic impact, 2014 estimates

	Absolute value	Percent of total	Growth forecast
T&T Industry GDP (US\$ millions).....	3,400.7	7.3	3.6
T&T Industry employment (1,000 jobs)	227.9	6.6	1.0

Evolution of the T&T Industry Over Time



الملحق 09: تابع

Tunisia

The Travel & Tourism Competitiveness Index in detail

INDICATOR	VALUE	RANK/141
Business Environment	4.4	71
1.01 Property rights [†]	4.0.....	76
1.02 Impact of rules on FDI [†]	4.6.....	49
1.03 Efficiency of legal framework settling disputes [†]	3.6.....	75
1.04 Efficiency of legal framework challenging regs. [†]	3.4.....	63
1.05 No. of days to deal with construction permits*.....	93.....	25
1.06 Construction permits cost (€)*.....	2.6.....	85
1.07 Extent of market dominance [†]	3.7.....	77
1.08 No. of days to start a business*.....	11.....	59
1.09 Cost to start a business (% GNI/capita)*.....	4.2.....	51
1.10 Effect of taxation on incentives to work [†]	3.6.....	69
1.11 Effect of taxation on incentives to invest [†]	3.8.....	68
1.12 Total tax rate (% profit)*.....	62.4.....	125
1.12a Labour and contributions tax rate (% profit)*.....	25.2.....	112
1.12b Profit tax rate (% profit)*.....	15.4.....	59
1.12c Other taxes rate (% profit)*.....	21.8.....	129
Safety and Security	4.9	98
2.01 Business costs of crime and violence [†]	3.6.....	105
2.02 Reliability of police services [†]	4.1.....	70
2.03 Business costs of terrorism [†]	3.3.....	131
2.04 Index of terrorism incidence*.....	6.6.....	113
2.05 Homicide rate*.....	2.....	53
Health and Hygiene	5.2	76
3.01 Physician density per 1,000 pop.*.....	1.2.....	74
3.02 Access to improved sanitation (% pop.)*.....	90.0.....	71
3.03 Access to improved drinking water (% pop.)*.....	97.0.....	62
3.04 Hospital beds per 10,000 pop.....	21.0.....	74
3.05 HIV prevalence (% pop.)*.....	0.1.....	1
3.06 Malaria incidence per 100,000 pop.*.....	S.L.....	n/a
Human Resources and Labour Market	4.3	87
<i>Qualification of the labour force</i>	5.5.....	50
4.01 Primary education enrolment rate (%)*.....	98.9.....	13
4.02 Secondary education enrolment rate (%)*.....	91.1.....	65
4.03 Extent of staff training [†]	3.7.....	98
4.04 Treatment of customers [†]	4.3.....	88
<i>Labour market</i>	3.2.....	130
4.05 Hiring and firing practices [†]	3.5.....	95
4.06 Ease of finding skilled employees [†]	4.3.....	46
4.07 Ease of hiring foreign labour [†]	3.4.....	119
4.08 Pay and productivity [†]	3.6.....	95
4.09 Female labour force participation (% to men)*.....	0.4.....	131
ICT Readiness	3.9	76
5.01 ICT use for B2B transactions [†]	4.0.....	114
5.02 Internet use for B2C transactions [†]	3.6.....	111
5.03 Individuals using internet (%)*.....	43.8.....	78
5.04 Broadband internet subs. per 100 pop.*.....	4.9.....	82
5.05 Mobile telephone subs. per 100 pop.*.....	115.6.....	63
5.06 Mobile broadband subs. per 100 pop.*.....	30.9.....	70
5.07 Mobile network coverage (% pop.)*.....	99.0.....	65
5.08 Quality of electricity supply.....	5.0.....	65
Prioritization of Travel & Tourism	4.9	44
6.01 Government prioritization of T&T industry [†]	6.1.....	23
6.02 T&T gov't expenditure (% gov't budget)*.....	7.4.....	20
6.03 Effectiveness of marketing to attract tourists [†]	4.4.....	74
6.04 Comprehensiveness of T&T data (0-120 best)*.....	64.0.....	77
6.05 Timeliness of T&T data (0-21 best)*.....	19.0.....	16
6.06 Country Brand Strategy rating (1-10 best)*.....	39.0.....	133

INDICATOR	VALUE	RANK/141
International Openness	2.4	103
7.01 Visa requirements (0-100 best)*.....	23.0.....	72
7.02 Openness of bilateral ASA (0-38)*.....	10.2.....	74
7.03 No. of regional trade agreements in force*.....	6.0.....	74
Price Competitiveness	5.6	7
8.01 Ticket taxes, airport charges (0-100 best)*.....	83.1.....	50
8.02 Hotel price index (US\$)*.....	91.1.....	11
8.03 Purchasing power parity*.....	0.4.....	20
8.04 Fuel price levels (US\$ cents/litre)*.....	93.0.....	25
Environmental Sustainability	4.2	59
9.01 Stringency of environmental regulations [†]	3.9.....	85
9.02 Enforcement of environmental regulations [†]	3.5.....	91
9.03 Sustainability of T&T development [†]	4.3.....	78
9.04 Particulate matter (2.5) concentration (µg/m ³)*.....	7.7.....	67
9.05 No. of envtl. treaty ratifications (0-27 best)*.....	19.....	73
9.06 Baseline water stress (0-5 worst)*.....	3.4.....	105
9.07 Threatened species (% total species)*.....	5.3.....	77
9.08 Forest cover change (% average per year)*.....	2.0.....	4
9.09 Wastewater treatment (%)*.....	27.8.....	55
9.10 Coastal shelf fishing pressure (tonnes per km ²)*.....	0.2.....	69
Air Transport Infrastructure	2.5	77
10.01 Quality of air transport infrastructure [†]	4.2.....	77
10.02 Airline dom. seat kms per week (millions)*.....	1.9.....	71
10.03 Airline int'l. seat kms per week (millions)*.....	184.3.....	64
10.04 Departures per 1,000 pop.*.....	3.9.....	65
10.05 Airport density per million urban pop.*.....	1.2.....	62
10.06 No. of operating airlines*.....	45.0.....	47
Ground and Port Infrastructure	3.0	94
11.01 Quality of roads.....	3.7.....	83
11.02 Quality of railroad infrastructure.....	3.3.....	47
11.03 Quality of port infrastructure [†]	3.9.....	83
11.04 Quality of ground transport network [†]	3.7.....	107
11.05 Railroad density (km/surface area)*.....	1.3.....	48
11.06 Road density (km/surface area)*.....	@.....	110
11.07 Paved road density (km/surface area)*.....	@.....	77
Tourist Service Infrastructure	4.5	61
12.01 Hotel rooms per 100 pop.*.....	1.1.....	28
12.02 Extension of business trips recommended [†]	5.7.....	40
12.03 Presence of major car rental companies [†]	5.....	59
12.04 ATMs accepting Visa cards per million pop.*.....	270.8.....	92
Natural Resources	2.4	105
13.01 No. of World Heritage natural sites*.....	1.....	43
13.02 Total known species*.....	398.....	100
13.03 Total protected areas (% total territorial area)*.....	4.8.....	116
13.04 Natural tourism digital demand (0-100 best)*.....	18.....	59
13.05 Quality of the natural environment [†]	3.8.....	107
Cultural Resources and Business Travel	1.6	70
14.01 No. of World Heritage cultural sites*.....	7.....	30
14.02 No. of oral and intangible cultural expressions*.....	0.....	89
14.03 No. of large sports stadiums*.....	6.0.....	52
14.04 No. of international association meetings*.....	14.7.....	76
14.05 Cult./entert. tourism digital demand (0-100 best)*.....	9.....	66

الملحق 10: دخول المتاحف والأماكن الأثرية في تونس سنة 2015

الزوار	المتاحف والأماكن الأثرية	الزوار	المتاحف والأماكن الأثرية
1 674	المسرح الروماني بقرطاج	60 054	مدرج الجم
1 660	جامع سوسة	39 501	متحف باردو
1 654	طربو ماجوس	34 683	متحف قرطاج
1 285	متحف العادات والتقاليد الشعبية بجزيرة	31 407	حمامات أنطونيو
1 188	متحف المهديّة	15 311	القبروان
1 108	متحف نابيل	11 329	دقة
912	متحف العادات والتقاليد الشعبية بصفاقس	11 376	متحف سوسة
760	القصة صفاقس	10 700	قليبية
589	أبو زمعة البلوي	7 621	رباط سوسة
489	متحف العادات والتقاليد الشعبية بالكاف	7 244	رباط المنستير
485	مكثر	6 786	توفات صلامبو
440	متحف دوز	6 176	برج غازي مصطفى بجزيرة
338	جيكتيس بوغرارة	6 081	أذونة
296	بروت الحمامات الجنوبية	5 667	الحمامات
270	متحف العادات والتقاليد الشعبية بالمنستير	5 242	متحف بورقيبة
258	شمتو	5 160	كركوان
252	نيابوليس	4 184	سيطة
163	لمطة	3 309	مسجد عقبة
103	صلقطة	2 905	برج المهديّة
97	رقادة	2 852	متحف الجم
76	متحف جرجيس	2 646	بلاريجية
59	متحف قفصة	2 281	الهورية
2	متحف صفاقس	2 019	أوتيك
304 502	المجموع	1 729	البيوت الرومانية

Source: Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015*, P89.

الملحق 11: توزيع الفنادق والأسرة حسب التصنيف في الجزائر للفترة (2000-2015)

الإجمالي		بدون تصنيف		إجمالي المصنف		نجمة واحدة		نجمتين		3 نجوم		4 نجوم		5 نجوم		السنوات
الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	
67 087	827	29 891	507	37 196	320	2 541	72	5 519	93	21 310	110	3 222	34	4 604	11	2000
66 523	927	32 113	724	34 410	203	2 563	43	4 882	62	19 272	67	3 187	20	4 506	11	2001
72 567	935	41 946	729	30 621	206	2 084	47	5 454	58	14 659	69	3 592	20	4 832	12	2002
77 473	1042	44 381	800	33 092	242	4 212	53	5 424	68	14 740	74	3 757	34	4 959	13	2003
82 034	1057	51 474	851	30 560	206	2 315	42	5 415	62	14 857	67	3 383	22	4 590	13	2004
82 808	1 105	51 913	867	30 895	238	2 315	57	5 800	69	14 807	76	3 383	23	4 590	13	2005
84 869	1 134	56 225	670	28 644	464	2 378	97	5 843	155	11 225	145	3 743	54	5 455	13	2006
84 559	1 140	55 915	674	28 644	466	2 378	97	5 843	157	11 225	145	3 743	54	5 455	13	2007
86 642	1 147	49 162	680	37 480	467	3 967	99	12358	160	15 394	142	1 847	53	3 914	13	2008
88 694	1 151	49 494	680	39 200	471	3 967	101	12660	148	16 128	152	2 531	57	3 914	13	2009
92 377	1 152	58 905	893	33 472	259	3 804	58	8 070	72	14 090	77	3 560	39	3 948	13	2010
92 737	1 184	58 985	915	33 752	269	3 804	58	8 070	74	13 180	60	3 750	64	4 948	13	2011
96 898	1 155	*72 269	942	24 629	213	8 407	116	4 605	46	5 775	38	1 600	5	4 242	8	2012
98 804	1 176	*71 943	930	26 861	246	10639	149	4 605	46	5 775	38	1 600	5	4 242	8	2013
99 605	1 185	*72 490	937	27 115	248	10639	149	4 605	46	5 829	39	1 800	6	4 242	8	2014
102 244	1 195	*74 473	941	27 771	254	11295	158	4 605	46	5 829	39	1 800	6	4 242	8	2015

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

- الديوان الوطني للإحصائيات.

*: يندرج ضمن عدد الفنادق وعدد الأسرة للفئة بدون تصنيف للسنوات 2012، 2013، 2014، 2015 هياكل في طريق التصنيف.

الملحق 12: توزيع الفنادق والأسرة حسب التصنيف في تونس للفترة (2000-2015)

الإجمالي		بدون تصنيف		إجمالي المصنف		نجمة واحدة		نجمتين		3 نجوم		4 نجوم		5 نجوم		السنوات
الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	الأسرة	الفنادق	
197453	736	23 481	207	173972	529	2 995	41	22 640	112	77 007	217	51 209	115	20 121	44	2000
205605	755	25 761	212	179844	543	2 965	41	22 403	115	77 399	217	55 894	124	21 167	46	2001
214319	777	23 726	216	190593	561	2 965	41	22 627	116	78 196	220	62 649	134	24 156	50	2002
222018	790	22 804	217	199214	573	2 987	41	21 902	116	78 371	217	71 245	148	24 709	51	2003
226153	800	22 748	221	203405	579	2 987	41	21 771	116	78 149	215	74 774	153	25 724	54	2004
229837	816	23 100	224	206737	592	2 885	40	22 477	119	77 149	216	76 098	156	28 128	61	2005
231838	825	22 964	222	208874	603	2 989	40	20 655	117	77 126	222	78 955	160	29 158	64	2006
235727	834	20 822	252	214905	582	2 879	39	18 895	117	73 438	208	79 216	157	28 955	61	2007
238495	836	35 112	258	203383	578	2 971	41	19 987	117	77 861	217	74 259	145	28 305	58	2008
239890	856	20 806	224	219084	632	5 249	51	22 609	125	85 379	245	77 138	153	28 709	58	2009
241528	856	23 092	239	218436	617	6 227	59	26 686	132	77 402	211	79 178	156	28 943	59	2010
242146	861	23 095	240	219051	621	6 227	59	26 686	132	77 402	211	79 433	160	29 303	59	2011
241997	846	29 123	270	212874	576	6 895	74	32 027	132	70 739	173	75 291	143	27 922	54	2012
240249	847	27 653	274	212596	573	6 886	72	33 429	132	65 661	166	78 542	149	28 078	54	2013
240077	848	28 037	275	212040	573	6 625	72	33 180	133	63 756	161	79 247	150	29 232	57	2014
241392	862	26 502	271	214890	591	7 560	81	29 424	133	69 525	164	79 957	158	28 424	56	2015

Source: Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapports* (2000,2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015).

الملحق 13: توزيع السياح الأجانب حسب وسيلة النقل في تونس للفترة (2000-2015)

السنوات	جواً (بالألف)	براً (بالألف)	بحراً (بالألف)	المجموع (بالألف)
2000	3 751.5	1 236.0	69.9	5 057.4
2001	3 761.0	1 554.3	72.0	5 387.3
2002	3 065.9	1 920.1	77.5	5 063.5
2003	2 996.6	2 032.8	84.9	5 114.3
2004	3 664.0	2 250.1	84.0	5 998.1
2005	4 052.8	2 232.0	93.6	6 378.4
2006	4 143.6	2 305.0	100.9	6 549.5
2007	4 263.0	2 394.1	104.6	6 761.7
2008	4 371.1	2 575.8	103.4	7 050.3
2009	4 033.9	2 759.1	109.3	6 902.3
2010	4 140.3	2 653.2	109.9	6 903.4
2011	2 405.9	2 289.5	89.9	4 785.3
2012	3 597.3	2 256.8	96.4	5 950.5
2013	3 766.0	2 425.1	77.8	6 268.9
2014	3 448.7	2 531.9	89.4	6 070.0
2015	1 699.8	2 421.7	80.5	4 202.0

- المصدر: المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2011-2015)، نشرة 2016، ص ص 144 - 149.
- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2007-2011)، نشرة 2012، ص ص 154 - 159.
- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2002-2006)، نشرة 2007، ص ص 151 - 154.
- Institut National de la Statistique, *Annuaire Statistique de la Tunisie, Rapport 2001, PP 143- 145.*

الملحق 14: توزيع السياح الأجانب حسب الغرض من الزيارة إلى الجزائر وفقاً للبلد المصدر سنة 2015

الجنسية	الترفيه والاستجمام		أعمال		مهمات		المجموع	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
فرنسا	79 549	53.1	69 945	46.7	175	0.2	149 669	100
إسبانيا	6 652	20.5	25 715	79.4	14	0.1	32 381	100
تركيا	6 535	20.7	24 833	78.8	165	0.5	31 533	100
إيطاليا	2 319	11.2	18 325	88.5	51	0.3	20 695	100
ألمانيا	2 138	22.3	7 412	77.5	12	0.2	9 562	100
إنجلترا	1 182	15.4	6 494	84.5	10	0.1	7 686	100
بلجيكا	1 240	26.3	3 459	73.5	9	0.2	4 708	100
هولندا	304	20.3	1 192	79.6	1	0.1	1 497	100
سويسرا	874	28.8	2 151	70.9	8	0.3	3 033	100
البرتغال	842	9.5	8 028	90.5	2	0.0	8 872	100
اليونان	147	9.9	1 335	90.1	0	0.0	1 482	100
النمسا	187	16.4	949	83.4	2	0.2	1 138	100
الدنمارك	133	17.2	637	82.3	4	0.5	774	100
السويد	461	34.1	892	65.9	0	0.0	1 353	100
فنلندا	126	19.1	526	79.8	7	1.1	659	100
النرويج	46	6.5	658	93.1	3	0.4	707	100
تونس	557 397	96.9	17 857	3.1	46	0.0	575 300	100
المغرب	34 768	65.1	18 663	34.9	6	0.0	53 437	100
ليبيا	10 229	51.8	9 530	48.2	5	0.0	19 764	100
موريتانيا	942	17.4	4 477	82.6	0	0.0	5 419	100
مالي	4 275	43.6	5 482	56.0	37	0.4	9 794	100
النيجر	317	26.6	864	72.6	9	0.8	1 190	100
الو.م.أ	173	4.0	4 102	95.8	7	0.2	4 282	100
كندا	123	4.7	2 487	94.9	11	0.4	2 621	100
البرازيل	20	5.6	332	93.8	2	0.6	354	100
أرجنتين	3	1.1	270	97.5	4	1.4	277	100
المكسيك	7	3.9	174	96.1	0	0.0	181	100
الصين	534	1.1	47 468	98.8	54	0.1	48 056	100
اليابان	103	5.3	1 836	94.1	11	0.6	1 950	100
أستراليا	20	3.3	593	96.7	0	0.0	613	100

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الملحق 15: التوزيع الشهري لسياح الوافدين إلى الجزائر وتونس سنتي 2000-2015

تونس				الجزائر				الأشهر
2015		2000		2015		2000		
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
6.4	269 065	4.1	208 053	7.5	127 865	5.8	50 636	جانفي
5.2	218 161	5.2	262 490	7.5	128 992	5.2	45 209	فيفري
7.5	315 955	6.8	342 423	7.8	132 908	6.1	52 833	مارس
7.9	333 095	9.6	484 034	9.2	157 946	6.5	56 513	أفريل
10.3	434 202	8.1	407 898	9.0	154 143	5.0	43 605	ماي
10.3	432 919	9.2	464 735	8.7	149 582	7.8	67 156	جوان
8.7	365 142	11.6	585 815	10.8	184 687	21.8	189 212	جويلية
15.2	637 286	13.1	664 160	9.5	161 863	18.8	162 913	أوت
7.7	321 946	10.4	527 006	7.6	130 632	7.2	62 559	سبتمبر
7.7	323 185	10.3	521 823	7.7	130 951	4.4	38 143	أكتوبر
5.8	242 641	6.4	324 644	6.4	109 428	6.5	55 904	نوفمبر
7.3	308 370	5.2	264 442	8.2	140 997	4.8	41 301	ديسمبر
100	4 201 967	100	5 057 513	100	1 709 994	100	865 984	المجموع

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2000, P 35.*
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015, P 34.*

الملحق 16: أسواق تصدير السياح الأجانب إلى الجزائر من منطقة أوروبا للفترة (2000-2015)

إيطاليا		إنجلترا		إسبانيا		ألمانيا		فرنسا		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
7.3	7 158	2.3	2 313	7.2	7 048	4.9	4 784	65.8	64 839	2000
7.7	8 260	2.6	2 746	4.3	4 585	6.0	6 444	66.1	70 880	2001
6.9	9 763	2.2	3 127	3.9	5 468	5.8	8 182	68.6	96 626	2002
6.7	10 571	2.9	4 549	5.5	8 600	4.5	7 049	67.5	106 042	2003
5.4	10 642	3.5	6 956	5.6	11 030	3.7	7 306	69.9	138 473	2004
6.0	13 676	3.6	8 126	6.2	14 007	4.1	9 392	67.4	153 398	2005
6.0	15 055	3.2	8 164	6.9	17 427	5.8	14 771	63.8	161 090	2006
6.1	16 554	4.0	10 837	7.3	19 748	3.8	10 177	62.8	170 233	2007
5.8	15 477	3.3	8 703	7.5	20 000	4.1	10 961	63.7	170 538	2008
6.6	18 824	3.3	9 375	8.4	23 746	4.3	12 148	60.4	171 314	2009
7.0	16 886	3.3	8 024	10.6	25 633	3.8	9 244	58.0	140 129	2010
8.7	19 127	3.7	7 992	12.8	28 051	4.3	9 492	51.3	112 241	2011
9.6	23 070	3.1	7 412	13.8	33 049	4.1	9 937	49.9	119 518	2012
9.2	22 460	2.9	7 183	14.1	34 455	4.2	10 188	48.5	118 726	2013
7.9	20 251	3.0	7 757	14.5	37 314	4.3	11 192	47.1	121 272	2014
7.2	20 695	2.7	7 686	11.2	32 381	3.3	9 562	51.8	149 669	2015
7.1	/	3.1	/	8.7	/	4.4	/	60.2	/	المتوسط
النمسا		هولندا		بلجيكا		سويسرا		تركيا		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
0.7	688	0.9	844	2.2	2 163	1.8	1 753	2.1	2 081	2000
1.0	1 120	1.0	1 025	2.2	2 352	1.9	2 086	3.1	3 275	2001
0.9	1 292	0.8	1 159	2.2	3 126	2.0	2 754	2.6	3 622	2002
0.6	959	1.0	1 525	2.4	3 801	1.6	2 558	2.4	3 741	2003
0.3	665	0.8	1 496	2.4	4 769	1.2	2 345	3.0	6 013	2004
0.4	900	0.7	1 536	2.4	5 393	1.3	2 905	3.3	7 548	2005
0.4	959	0.8	2 106	2.7	6 926	1.1	2 887	3.9	9 929	2006
0.4	1 167	0.0	0	2.8	7 646	1.4	3 714	4.2	11 314	2007
0.4	1 095	0.7	1 818	2.3	6 051	1.4	3 694	4.2	11 323	2008
0.4	1 253	0.8	2 217	2.4	6 843	1.3	3 595	4.3	12 140	2009
0.4	1 037	0.7	1 764	2.7	6 414	1.2	2 873	4.0	9 783	2010
0.5	1 121	0.7	1 541	2.7	5 889	1.3	2 822	4.4	9 653	2011
0.5	1 292	0.6	1 490	2.6	6 319	1.3	3 075	4.3	10 369	2012
0.5	1 231	0.6	1 448	2.6	6 244	1.2	2 819	5.9	14 549	2013
0.5	1 399	0.6	1 509	2.3	5 948	1.1	2 912	8.3	21 307	2014
0.4	1 138	0.5	1 497	1.6	4 708	1.1	3 033	10.9	31 533	2015
0.5	/	0.7	/	2.4	/	1.4	/	4.4	/	المتوسط

الملحق 16: تابع

إجمالي أوروبا		أخرى		اليونان		البرتغال		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
56.2	98 563	4.2	4 186	0.3	279	0.4	427	2000
54.6	107 166	3.5	3 753	0.2	241	0.4	399	2001
56.1	140 844	3.5	4 865	0.3	359	0.4	501	2002
51.5	157 102	4.0	6 263	0.3	395	0.7	1 049	2003
53.8	198 230	3.6	7 231	0.2	384	0.5	920	2004
51.6	227 618	3.8	8 648	0.2	518	0.7	1 571	2005
52.8	252 553	4.2	10 536	0.2	549	0.9	2 154	2006
53.0	270 881	5.6	15 252	0.3	763	1.3	3 476	2007
48.1	267 552	4.6	12 341	0.2	584	1.9	4 967	2008
43.3	283 843	5.4	15 324	0.2	581	2.3	6 483	2009
36.9	241 637	5.5	13 186	0.2	525	2.5	6 139	2010
24.3	218 629	6.7	14 568	0.3	548	2.6	5 584	2011
24.4	239 578	6.6	15 830	0.4	960	3.0	7 257	2012
25.4	244 737	6.5	15 818	0.5	1 203	3.4	8 413	2013
27.4	257 584	6.6	16 883	0.6	1 588	3.2	8 252	2014
26.7	288 684	5.7	16 428	0.5	1 482	3.1	8 872	2015
42.9	/	5.1	/	0.3	/	1.7	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الملحق 17: أسواق تصدير السياح الأجانب إلى الجزائر من المنطقة المغاربية للفترة (2000-2015)

إجمالي المغاربة		موريتانيا		ليبيا		المغرب		تونس		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
24.3	42 626	3.5	1 489	11.4	4 851	8.9	3 805	76.2	32 481	2000
23.6	46 290	4.8	2 215	15.1	6 983	7.5	3 485	72.6	33 607	2001
24.6	61 815	4.2	2 591	12.4	7 671	6.2	3 849	77.2	47 704	2002
33.2	101 198	1.6	1 596	9.3	9 391	4.1	4 186	85.0	86 025	2003
32.8	120 938	1.6	1 914	8.3	10 007	4.5	5 424	85.7	103 593	2004
34.8	153 580	2.0	3 028	7.7	11 803	6.5	9 984	83.8	128 765	2005
31.6	151 165	2.7	4 121	8.8	13 353	8.7	13 213	79.7	120 478	2006
27.7	141 818	3.0	4 315	9.5	13 523	10.6	15 101	76.8	108 879	2007
32.5	180 992	2.2	4 043	7.7	13 940	8.2	14 852	81.9	148 157	2008
36.0	236 020	1.9	4 450	6.9	16 359	7.3	17 300	83.9	197 911	2009
43.7	285 968	1.5	4 318	6.8	19 313	6.0	17 115	85.8	245 222	2010
59.2	534 311	0.6	3 445	5.4	28 615	3.2	17 218	90.8	485 033	2011
59.4	583 006	0.8	4 435	4.4	25 850	3.6	21 125	91.2	531 596	2012
61.9	596 784	1.0	5 692	5.2	31 110	4.5	26 760	89.3	533 222	2013
57.4	539 539	1.1	6 001	4.0	21 621	7.0	37 961	87.8	473 956	2014
60.4	653 920	0.8	5 419	3.0	19 764	8.2	53 437	88.0	575 300	2015
40.2	/	2.0	/	7.9	/	6.6	/	83.5	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الملاحق 18: أسواق تصدير السياح الأجانب إلى الجزائر من المنطقة الشرق الأوسطية للفترة (2000-2015)

السعودية		الأردن		لبنان		سوريا		مصر		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
12.2	1 011	8.5	702	8.3	691	29.1	2 417	19.0	1 578	2000
10.4	1 156	7.1	788	10.2	1 127	37.9	4 211	18.7	2 080	2001
5.8	944	4.7	765	9.1	1 485	47.4	7 690	22.2	3 611	2002
6.5	864	5.6	745	9.1	1 207	41.1	5 459	24.5	3 253	2003
4.4	569	7.2	938	17.5	2 277	33.6	4 376	25.2	3 287	2004
4.3	739	7.6	1 318	13.5	2 342	25.0	4 324	38.8	6 721	2005
4.0	954	9.8	2 329	15.3	3 621	16.7	3 951	44.1	10 422	2006
3.3	1 050	8.1	2 549	15.5	4 864	19.6	6 143	40.7	12 752	2007
3.0	911	7.5	2 291	15.7	4 812	25.8	7 899	38.1	11 664	2008
4.4	1 687	7.6	2 887	13.2	5 021	25.2	9 577	39.7	15 048	2009
5.9	1 807	9.1	2 793	12.4	3 815	33.8	10 357	27.8	8 537	2010
4.4	1 444	7.1	2 300	12.0	3 906	38.9	12 641	22.6	7 339	2011
5.1	2 051	8.2	3 288	11.2	4 527	43.1	17 366	21.4	8 639	2012
4.7	1 947	8.7	3 611	10.7	4 425	46.8	19 358	17.2	7 124	2013
3.4	1 991	7.2	4 231	8.2	4 787	55.0	32 117	18.1	10 552	2014
7.4	2 281	12.2	3 756	13.6	4 193	14.6	4 507	33.1	10 225	2015
5.6	/	7.9	/	12.2	/	33.3	/	28.2	/	المتوسط
الإمارات		العراق		قطر		اليمن		فلسطين		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
2.0	165	3.4	281	4.7	389	2.7	226	8.1	673	2000
1.0	111	2.7	299	1.2	131	2.0	225	7.0	777	2001
0.5	84	1.4	226	2.3	373	1.5	238	3.8	610	2002
0.5	63	1.4	182	2.2	288	2.5	328	5.1	680	2003
0.9	121	2.3	303	2.5	328	1.2	151	3.9	514	2004
0.6	108	2.7	462	0.3	59	1.8	314	3.3	569	2005
0.9	211	2.0	463	0.6	145	1.6	384	2.5	602	2006
1.1	353	2.7	833	0.7	207	2.4	747	3.5	1 088	2007
1.1	338	1.5	461	0.5	145	2.0	604	3.5	1 084	2008
1.0	385	1.0	397	0.6	213	2.7	1 028	3.3	1 256	2009
1.1	347	1.7	508	1.8	553	4.0	1 230	4.2	1 294	2010
1.1	358	1.4	443	1.2	400	2.1	684	4.0	1 311	2011
0.9	356	1.1	455	0.6	247	2.5	989	4.5	1 808	2012
1.0	411	1.0	434	1.4	564	3.1	1 283	3.3	1 368	2013
0.7	436	0.9	503	1.1	637	2.1	1 236	2.1	1 238	2014
1.0	311	1.2	361	1.3	408	8.3	2 578	3.9	1 200	2015
1.0	/	1.8	/	1.4	/	2.7	/	4.1	/	المتوسط

الملحق 18: تابع

إجمالي الشرق الأوسط		البحرين		الكويت		عمان		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
4.7	8 294	0.6	52	1.0	83	0.3	26	2000
5.7	11 099	0.7	76	0.8	93	0.2	25	2001
6.5	16 240	0.4	57	0.7	112	0.3	45	2002
4.4	13 271	0.5	70	0.9	124	0.1	8	2003
3.5	13 028	0.4	49	0.7	94	0.2	21	2004
3.9	17 329	0.5	84	1.3	220	0.4	69	2005
4.9	23 652	1.1	255	0.9	206	0.5	109	2006
6.1	31 369	0.5	144	1.1	346	0.9	293	2007
5.5	30 636	0.4	119	0.6	173	0.4	135	2008
5.8	37 939	0.2	90	0.5	192	0.4	158	2009
4.7	30 684	0.6	178	0.7	207	0.8	256	2010
3.6	32 507	0.4	126	0.5	150	0.6	207	2011
4.1	40 318	0.5	200	0.4	157	0.6	235	2012
4.3	41 407	0.6	230	0.7	270	0.9	382	2013
6.2	58 414	0.4	261	0.3	199	0.4	226	2014
2.8	30 894	1.4	430	1.4	426	0.7	218	2015
4.8	/	0.5	/	0.8	/	0.5	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الملحق 19: أسواق تصدير السياح الأجانب إلى الجزائر من منطقة أمريكا للفترة (2000-2015)

إجمالي أمريكا		أخرى		البرازيل		كندا		الو.م.أ.		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
1.8	3 207	12.6	404	1.7	56	44.7	1 435	40.9	1 312	2000
1.6	3 220	9.9	320	1.9	62	43.8	1 409	44.4	1 429	2001
1.8	4 626	15.3	707	2.2	104	42.0	1 941	40.5	1 874	2002
1.6	4 949	10.4	513	1.7	83	45.6	2 255	42.4	2 098	2003
1.8	6 830	10.4	710	2.1	144	38.9	2 655	48.6	3 321	2004
1.8	8 117	12.7	1 030	2.9	233	40.7	3 305	43.7	3 549	2005
2.0	9 724	12.6	1 229	4.1	394	41.3	4 015	42.0	4 086	2006
2.0	10 271	16.1	1 651	4.3	437	40.4	4 152	39.2	4 031	2007
2.0	10 939	21.9	2 392	4.6	501	35.8	3 919	37.7	4 127	2008
2.0	13 120	21.6	2 831	4.5	584	38.2	5 010	35.8	4 695	2009
1.6	10 495	27.6	2 901	5.0	522	30.0	3 151	37.4	3 921	2010
1.4	12 265	24.8	3 045	3.7	458	33.1	4 063	38.3	4 699	2011
1.2	11 844	21.4	2 534	3.8	452	32.5	3 844	42.3	5 014	2012
1.0	9 633	22.8	2 199	3.5	339	30.4	2 925	43.3	4 170	2013
1.1	10 332	24.4	2 519	4.3	446	26.1	2 692	45.2	4 675	2014
0.9	9 643	24.7	2 386	3.7	354	27.2	2 621	44.4	4 282	2015
1.6	/	18.1	/	3.4	/	36.9	/	41.6	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الملحق 20: أسواق تصدير السياح الأجانب إلى الجزائر من منطقة آسيا/أوقيانوسيا وأفريقيا عدا العربية
للفترة (2000-2015)

إجمالي أفريقيا		إجمالي آسيا/ أوقيانوسيا		أخرى		أستراليا		اليابان		الصين		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
10.1	15 770	2.9	5 080	80.4	4 085	3.5	180	16.0	815	/	/	2000
11.8	23 115	2.7	5 339	80.1	4 274	4.1	220	15.8	845	/	/	2001
7.2	18 129	3.8	9 491	87.0	8 257	2.4	230	10.6	1004	/	/	2002
6.6	20 134	2.7	8 260	81.6	6 743	3.4	281	15.0	1 236	/	/	2003
5.5	20 135	2.6	9 401	81.2	7 633	3.5	333	15.3	1 435	/	/	2004
4.5	19 405	3.4	15 157	85.9	13 016	2.8	420	11.4	1 721	/	/	2005
4.7	22 057	4.0	19 207	84.4	16 218	3.5	664	12.1	2 325	/	/	2006
5.8	29 259	5.4	27 590	84.6	23 342	2.3	635	13.1	3 613	/	/	2007
4.9	27 351	7.0	39 227	35.6	13 946	1.5	585	10.7	4 208	52.2	20 488	2008
5.8	38 275	7.1	46 613	43.8	20 406	1.2	560	9.6	4 468	45.4	21 179	2009
6.7	44 032	6.4	42 171	49.0	20 650	1.6	667	7.9	3 325	41.6	17 529	2010
5.4	48 684	6.1	55 246	55.8	30 834	1.2	687	6.5	3 572	36.5	20 153	2011
5.3	52 231	5.6	54 978	46.5	25 553	0.9	474	6.5	3 568	46.2	25 383	2012
2.6	25 358	4.8	46 234	40.5	18 738	1.2	569	5.4	2 483	52.9	24 444	2013
2.6	24 489	5.3	49 767	38.7	19 252	1.2	588	4.6	2 307	55.5	27 620	2014
2.3	24 790	6.9	75 190	32.7	24 571	0.8	613	2.6	1 950	63.9	48 056	2015
5.7	/	4.8	/	63.0	/	2.2	/	10.2	/	24.6	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الملحق 21: توزيع الليالي السياحية للأجانب في الجزائر حسب الجنسية للفترة (2003-2015)

أفريقيون		آسيويون وأقيانوسيون		أمريكيون		شرق أوسطيون		مغربيون		أوروبيون		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
12.4	21 471	5.1	8 826	2.6	4 497	5.1	8 798	13.4	23 259	61.4	106 216	2003
15.1	44 120	4.4	13 006	3.8	11 017	4.3	12 557	11.8	34 622	60.6	177 234	2004
11.2	40 178	5.3	19 062	3.8	13 591	5.4	19 424	14.6	52 240	59.7	214 318	2005
9.4	30 214	6.2	19 779	4.1	13 329	6.2	19 915	13.9	44 598	60.2	193 506	2006
8.3	28 743	7.9	27 267	3.3	11 281	8.5	29 149	11.3	38 959	60.7	209 432	2007
7.7	29 160	8.6	32 659	3.3	12 412	11.1	42 183	11.0	41 487	58.3	220 667	2008
6.8	30 100	8.7	38 844	3.2	14 300	11.6	51 621	10.6	47 267	59.1	263 404	2009
6.4	33 286	8.6	44 946	2.8	14 744	12.3	64 468	11.1	57 811	58.8	307 611	2010
6.0	36 929	7.9	48 654	2.4	14 464	14.6	89 398	11.6	70 828	57.6	352 911	2011
6.1	42 656	7.9	54 902	2.2	15 059	14.4	100 359	13.0	90 814	56.4	392 280	2012
7.4	55 939	8.3	62 610	2.8	20 699	13.9	104 863	12.7	95 326	54.9	413 148	2013
5.7	43 704	8.7	66 379	2.9	21 771	16.4	125 419	18.1	137 755	48.2	367 455	2014
8.8	66 614	8.4	64 025	3.7	28 469	14.3	108 456	18.4	140 019	46.4	352 181	2015
8.6	/	7.4	/	3.1	/	10.6	/	13.2	/	57.1	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

الملحق 22: معدل الإقامة في الفنادق، معدل الإقامة في البلاد، نسبة الحركة للأجانب في الجزائر 2003-2015

نسبة الحركة		معدل الإقامة في البلاد		معدل الإقامة في الفنادق		الجنسية
2015	2003	2015	2003	2015	2003	
0.3	0.2	0.6	0.4	1.8	2.6	فرنسيون
0.9	0.3	2.2	0.9	2.4	2.7	ألمان
0.4	0.4	1.1	0.9	2.5	2.3	إسبان
1.1	0.2	1.8	0.4	1.7	2.5	إنجليز
0.8	0.5	2.3	1.8	2.8	3.4	إيطاليون
0.5	0.4	1.1	0.9	2.4	2.3	أتراك
1.5	0.3	2.5	0.7	1.7	2.1	سويسريون
1.2	0.3	2.0	0.6	1.6	2.2	بلجيكيون
2.4	0.6	5.0	1.3	1.8	2.1	هولنديون
2.7	0.6	4.4	1.6	1.6	2.6	نمساويون
0.6	0.3	1.2	0.7	2.1	2.6	إجمالي أوروبا
0.1	0.1	0.1	0.1	1.6	1.4	تونسيون
0.6	0.1	1.1	0.2	1.7	1.8	ليبيون
0.3	0.1	0.6	0.3	1.7	2.0	مغربيون
0.9	0.2	1.3	0.4	1.4	2.0	موريتانيون
0.1	0.1	0.2	0.1	1.6	1.6	إجمالي المغاربة
0.9	0.2	1.5	0.5	1.7	2.4	أمريكيون
1.6	0.2	2.6	0.5	1.6	2.2	كنديون
4.9	0.4	7.8	1.4	1.6	3.1	برازيليون
1.9	0.3	3.0	0.9	1.6	2.9	إجمالي أمريكا
1.8	0.3	4.1	0.7	2.3	2.1	شرق أوسطيون*
1.6	0.7	2.7	1.1	1.7	1.6	أفريقيون
1.9	0.2	2.9	0.5	1.5	2.3	يابانيون
0.4	0.1	0.8	0.3	2.0	3.2	أستراليون
0.3	/	0.6	/	2.2	1.8	صينيون
0.5	0.7	1.0	1.0	2.0	1.4	إجمالي آسيا وأقيانوسيا
0.4	0.6	0.8	1.2	1.9	2.0	المتوسط السنوي

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

* تضم إحصائيات السعودية، العراق، الأردن، لبنان، فلسطين، سوريا، مصر.

الملحق 23: أسواق تصدير السياح الأجانب إلى تونس من منطقة أوروبا للفترة (2000-2015)

إيطاليا		إنجلترا		إسبانيا		ألمانيا		فرنسا		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
10.9	393 891	8.3	299 376	2.8	102 828	28.0	1011298	27.6	997 882	2000
11.0	398 349	8.7	314 741	2.4	87 441	25.9	934 747	29.0	1047426	2001
12.9	375 160	8.8	257 799	2.5	74 325	21.0	613 666	30.3	885 167	2002
13.4	379 773	7.9	223 189	2.8	78 223	17.2	488 481	29.4	833 989	2003
12.9	448 292	8.6	300 784	3.3	114 871	16.4	569 475	29.3	1 020 810	2004
12.2	472 768	8.5	327 542	3.8	146 404	14.8	571 934	30.2	1 170 100	2005
11.7	464 323	8.9	350 693	3.5	140 255	13.8	547 403	31.2	1 234 735	2006
11.0	444 474	7.7	312 773	3.1	127 335	12.7	514 040	33.0	1 335 409	2007
10.8	444 541	6.2	254 922	2.6	104 782	12.7	521 513	34.0	1 395 255	2008
10.3	383 851	7.4	275 652	2.4	90 230	12.9	484 154	35.9	1 344 697	2009
9.3	354 127	9.3	353 282	2.2	83 871	12.0	458 631	36.3	1 385 293	2010
5.7	120 933	10.7	227 497	0.9	18 567	12.7	270 668	37.9	808 548	2011
7.3	216 633	11.1	329 619	1.0	30 805	13.9	411 828	33.2	985 217	2012
8.0	231 831	14.1	408 655	0.8	24 601	14.7	424 455	26.5	767 138	2013
9.0	252 625	15.1	424 707	0.8	23 647	15.1	425 648	25.6	720 175	2014
6.4	83 408	15.9	207 936	1.1	14 839	16.7	218 403	35.6	464 665	2015
10.2	/	9.8	/	2.3	/	16.9	/	31.6	/	المتوسط
النمسا		هولندا		بلجيكا		سويسرا		تركيا		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
3.0	110 160	1.9	67 587	3.9	139 846	3.3	118 779	0.3	12 477	2000
3.2	114 818	1.7	62 432	4.2	150 674	3.2	114 228	0.2	8 490	2001
2.6	77 168	1.7	48 885	4.2	122 111	3.2	93 937	0.3	8 509	2002
2.5	70 065	1.6	44 490	4.7	132 596	3.0	85 767	0.4	11 520	2003
2.4	84 383	1.5	53 683	4.0	140 790	2.8	99 117	0.3	11 931	2004
2.2	86 412	1.7	66 096	4.0	155 082	2.4	92 766	0.2	9 624	2005
2.3	92 034	2.0	78 542	4.2	164 301	2.6	103 124	0.3	11 542	2006
2.2	89 213	2.1	86 499	4.1	167 443	2.6	106 156	0.3	10 373	2007
1.8	72 866	2.3	95 307	4.1	169 061	2.6	105 728	0.3	13 874	2008
1.6	60 654	2.2	82 904	4.5	168 108	2.7	99 822	0.4	14 438	2009
1.4	53 558	2.0	75 244	4.3	163 124	2.5	96 319	0.5	18 252	2010
1.1	23 946	1.3	28 571	6.5	138 426	2.0	42 480	0.5	10 716	2011
1.2	35 132	2.1	61 178	5.7	168 532	2.0	59 578	0.5	14 525	2012
1.3	36 465	2.2	64 602	5.4	156 134	1.9	53 759	0.6	15 967	2013
1.2	32 767	2.2	60 585	5.1	143 495	1.8	50 237	0.5	14 596	2014
0.9	11 417	1.6	20 398	4.3	55 946	2.1	27 039	0.8	10 748	2015
1.9	/	1.9	/	4.6	/	2.5	/	0.4	/	المتوسط

الملحق 23: تابع

إجمالي أوروبا		أخرى		اليونان		البرتغال		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
71.5	3 616 113	9.2	332 989	0.3	11 332	0.5	17 668	2000
67.0	3 609 526	9.5	344 179	0.3	9 410	0.6	22 591	2001
57.6	2 918 526	11.3	328 801	0.3	8 086	0.9	24 912	2002
55.5	2 840 307	16.0	455 636	0.3	8 381	1.0	28 197	2003
58.1	3 482 052	16.9	589 959	0.3	12 162	1.0	35 795	2004
60.7	3 869 035	18.6	718 791	0.3	12 615	1.0	38 901	2005
60.4	3 956 274	18.1	717 897	0.3	13 512	1.0	37 913	2006
59.9	4 048 429	19.9	806 443	0.3	12 641	0.9	35 630	2007
58.3	4 106 675	21.3	875 044	0.3	12 085	1.0	41 697	2008
54.2	3 743 509	18.6	694 545	0.2	7 887	1.0	36 567	2009
55.3	3 814 402	19.1	727 168	0.1	5 436	1.1	40 097	2010
44.6	2 133 916	20.2	431 812	0.1	1 966	0.5	9 786	2011
49.8	2 965 111	21.4	633 303	0.1	2 771	0.5	15 990	2012
39.4	2 896 743	24.0	694 633	0.1	1 990	0.6	16 513	2013
39.2	2 809 850	22.7	636 636	0.1	1 927	0.8	22 805	2014
24.3	1 304 253	13.8	179 687	0.1	1 490	0.6	8 277	2015
53.5	/	16.9	/	0.2	/	0.8	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2001*, P 28.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2004*, P 30.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2007*, P 34.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2010*, P 32.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2012*, P 30.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015*, P 32.

الملحق 24: أسواق تصدير السياح الأجانب إلى تونس من المنطقة المغاربية للفترة (2000-2015)

إجمالي المغاربة		موريتانيا		ليبيا		المغرب		الجزائر		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
26.5	1 340 075	0.4	5 558	51.1	685 208	2.8	37 689	45.6	611 620	2000
31.2	1 680 825	0.3	5 394	60.5	1 016 569	2.1	35 525	37.1	623 337	2001
40.6	2 053 695	0.3	5 788	62.4	1 280 733	1.9	38 865	35.5	728 309	2002
42.6	2 179 088	0.3	6 962	60.8	1 325 660	1.6	35 003	37.2	811 463	2003
39.9	2 393 857	0.3	8 111	60.0	1 435 785	1.5	35 897	38.2	914 064	2004
37.2	2 372 505	0.3	7 871	59.2	1 404 007	1.3	29 912	39.2	930 715	2005
37.5	2 458 379	0.3	8 258	59.9	1 472 411	1.3	32 386	38.5	945 324	2006
37.9	2 564 242	0.4	9 627	60.2	1 544 839	1.1	29 189	38.2	980 587	2007
39.4	2 779 859	0.4	12 049	63.6	1 766 881	1.2	32 430	34.8	968 499	2008
43.5	2 999 100	0.4	13 063	66.5	1 995 236	1.0	29 458	32.1	961 343	2009
42.4	2 927 968	0.5	13 279	62.3	1 825 542	1.0	29 104	36.2	1 060 043	2010
49.8	2 384 200	0.5	13 100	68.9	1 642 620	1.5	34 748	29.1	693 732	2011
47.8	2 843 269	0.7	18 977	66.4	1 887 740	1.2	34 875	31.7	901 677	2012
44.1	3 240 064	0.5	17 085	69.0	2 236 135	1.0	31 936	29.5	954 908	2013
43.3	3 103 764	0.6	18 813	56.7	1 758 799	1.3	41 874	41.4	1 284 278	2014
51.6	2 765 896	0.5	14 886	44.0	1 215 832	1.9	53 866	53.6	1 481 312	2015
41.0	/	0.4	/	60.7	/	1.5	/	37.4	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2001*, P 28.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2004*, P 30.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2007*, P 34.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2010*, P 32.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2012*, P 30.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015*, P 32.

الملحق 25: أسواق تصدير السياح الأجانب إلى تونس من المنطقة الشرق أوسطية للفترة (2000-2015)

السعودية		الأردن		لبنان		سوريا		مصر		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
21.0	5 745	6.6	1 812	9.2	2 520	10.7	2 912	26.1	7 140	2000
21.4	6 333	6.8	2 001	9.5	2 805	9.3	2 765	27.6	8 166	2001
21.8	6 506	6.2	1 846	8.7	2 589	9.1	2 729	28.7	8 575	2002
18.7	5 657	7.3	2 208	10.0	3 007	11.1	3 352	27.4	8 277	2003
19.2	6 890	7.6	2 745	11.9	4 289	10.1	3 638	26.8	9 642	2004
19.7	7 179	7.2	2 637	12.0	4 379	8.5	3 083	27.6	10 037	2005
20.7	7 207	7.3	2 528	11.2	3 877	10.8	3 759	25.6	8 895	2006
20.4	7 495	6.7	2 455	12.7	4 646	8.8	3 237	26.7	9 798	2007
17.6	7 193	6.8	2 765	12.1	4 950	9.7	3 960	25.1	10 240	2008
16.9	6 633	6.5	2 571	13.0	5 097	9.7	3 819	28.4	11 151	2009
17.7	6 550	6.9	2 546	12.2	4 539	9.7	3 597	24.6	9 135	2010
3.5	3 068	2.5	2 226	3.9	3 399	3.9	3 448	76.3	67 282	2011
16.5	6 259	8.4	3 190	11.4	4 342	6.1	2 323	28.9	10 999	2012
16.5	6 015	7.4	2 683	10.9	3 969	4.4	1 588	29.5	10 723	2013
12.8	6 659	5.9	3 097	8.8	4 614	2.5	1 329	47.5	24 806	2014
13.5	6 718	7.9	3 957	7.3	3 661	2.7	1 328	47.1	23 466	2015
17.5	/	6.9	/	10.4	/	7.9	/	32.8	/	المتوسط
الإمارات		العراق		قطر		اليمن		فلسطين		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
1.9	506	7.0	1 905	1.6	431	2.8	764	6.6	1 800	2000
2.1	621	6.3	1 875	1.5	434	2.0	605	6.8	2 000	2001
1.8	543	4.8	1 434	2.6	768	2.3	696	6.0	1 778	2002
2.8	857	3.1	939	1.8	543	1.9	565	7.8	2 352	2003
2.4	863	3.1	1 113	2.1	773	2.4	871	7.2	2 593	2004
2.6	963	3.2	1 175	2.8	1 013	2.1	751	6.8	2 477	2005
3.3	1 161	3.2	1 100	2.6	911	2.2	755	5.9	2 059	2006
4.3	1 570	2.1	765	2.6	937	1.9	680	4.5	1 634	2007
4.8	1 966	3.2	1 319	3.0	1 212	2.6	1 070	4.7	1 922	2008
5.0	1 980	3.0	1 180	2.7	1 051	1.8	726	4.1	1 624	2009
4.6	1 692	4.3	1 598	2.4	897	3.0	1 123	4.6	1 691	2010
2.4	2 093	2.3	2 022	1.1	992	0.5	400	1.8	1 591	2011
3.5	1 319	4.8	1 833	3.3	1 255	2.4	911	5.9	2 235	2012
3.0	1 100	5.4	1 960	2.7	983	1.8	657	5.6	2 019	2013
2.3	1 201	3.9	2 016	2.0	1 026	1.8	931	2.9	1 500	2014
2.3	1 140	3.2	1 595	1.5	753	0.9	468	3.2	1 616	2015
3.2	/	3.9	/	2.4	/	2.1	/	5.3	/	المتوسط

الملحق 25: تابع

إجمالي الشرق الأوسط		البحرين		الكويت		عمان		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
0.5	27 337	0.8	223	3.8	1 039	2.0	540	2000
0.5	29 615	1.7	496	3.6	1 071	1.5	443	2001
0.6	29 874	2.9	869	3.7	1 093	1.5	448	2002
0.6	30 218	1.7	504	3.6	1 095	2.9	862	2003
0.6	35 967	1.7	611	3.3	1 199	2.1	740	2004
0.6	36 380	1.8	644	3.6	1 292	2.1	750	2005
0.5	34 744	1.4	489	3.2	1 128	2.5	875	2006
0.5	36 673	1.9	683	3.8	1 400	3.7	1 373	2007
0.6	40 775	2.3	944	4.6	1 859	3.4	1 375	2008
0.6	39 258	1.7	663	4.3	1 689	2.7	1 074	2009
0.5	37 088	2.2	823	4.9	1 825	2.9	1 072	2010
1.8	88 212	0.4	376	0.9	801	0.6	514	2011
0.6	38 020	1.7	657	4.2	1 602	2.9	1 095	2012
0.6	34 654	1.5	533	3.5	1 279	3.2	1 145	2013
0.8	50 224	1.2	619	2.6	1 339	2.1	1 087	2014
1.1	47 720	1.3	654	2.6	1 285	2.2	1 079	2015
0.7	/	1.6	/	3.5	/	2.5	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2001, P 36.*
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2004, P 38.*
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2007, P 39.*
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2010, P 38.*
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2012, P 36.*
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015, P 38.*

الملحق 26: أسواق تصدير السياح الأجانب إلى تونس من منطقة أمريكا للفترة (2000-2015)

الإجمالي		البرازيل		كندا		الو.م.أ.		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
0.6	31 275	/	/	47.6	14 902	52.4	16 373	2000
0.5	28 486	/	/	50.5	14 378	49.5	14 108	2001
0.5	23 420	6.4	1 500	44.1	10 339	49.4	11 581	2002
0.5	23 217	4.4	1 025	51.3	11 913	44.3	10 279	2003
0.5	30 347	4.4	1 339	52.1	15 803	43.5	13 205	2004
0.6	35 202	6.9	2 426	48.4	17 039	44.7	15 737	2005
0.5	33 947	7.0	2 385	45.0	15 278	48.0	16 284	2006
0.5	36 450	7.4	2 704	43.6	15 884	49.0	17 862	2007
0.6	38 877	6.7	2 602	44.0	17 109	49.3	19 166	2008
0.6	39 369	7.9	3 094	43.1	16 969	49.0	19 306	2009
0.6	39 195	7.6	2 992	43.1	16 910	49.2	19 293	2010
0.5	24 098	5.7	1 376	34.8	8 385	59.5	14 337	2011
0.5	30 711	7.1	2 171	36.6	11 237	56.3	17 303	2012
0.4	25 955	9.1	2 354	37.4	9 705	53.5	13 896	2013
0.5	27 354	7.4	2 027	35.7	9 770	56.9	15 557	2014
0.6	24 988	6.8	1 694	34.4	8 596	58.8	14 698	2015
0.5	/	6.0	/	43.2	/	50.8	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2001*, P 28.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2004*, P 30.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2007*, P 34.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2010*, P 32.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2012*, P 30.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015*, P 32.

الملحق 27: أسواق تصدير السياح الأجانب إلى تونس من منطقة آسيا/أوقيانوسيا وأفريقيا عدا العربية
للفترة (2000-2015)

إجمالي أفريقيا		الإجمالي		أستراليا		اليابان		الصين		السنوات
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
0.2	11 332	0.2	11 011	14.0	1 546	75.8	8 343	10.2	1 122	2000
0.2	11 980	0.2	10 732	15.2	1 628	72.7	7 804	12.1	1 300	2001
0.3	13 091	0.2	10 387	16.5	1 714	69.0	7 167	14.5	1 506	2002
0.4	18 823	0.2	9 389	15.9	1 490	72.8	6 833	11.4	1 066	2003
0.4	26 466	0.2	10 784	17.7	1 912	65.9	7 109	16.3	1 763	2004
0.4	24 880	0.2	13 710	17.5	2 403	68.8	9 433	13.7	1 874	2005
0.4	24 227	0.2	15 442	15.9	2 457	70.2	10 847	13.8	2 138	2006
0.4	26 234	0.2	16 702	14.9	2 487	68.3	11 414	16.8	2 801	2007
0.4	30 143	0.2	16 472	15.3	2 518	68.0	11 206	16.7	2 748	2008
0.5	32 206	0.2	17 016	14.3	2 434	65.1	11 073	20.6	3 509	2009
0.5	33 640	0.3	20 997	14.3	3 000	63.7	13 385	22.0	4 612	2010
1.8	87 674	0.3	16 344	8.3	1 352	19.1	3 120	72.6	11 872	2011
0.7	40 515	0.2	13 415	12.2	1 642	59.6	8 002	28.1	3 771	2012
0.6	38 939	0.2	12 523	14.0	1 755	51.6	6 460	34.4	4 308	2013
0.7	39 515	0.2	13 482	12.8	1 723	45.7	6 158	41.5	5 601	2014
0.8	35 440	0.2	7 225	18.5	1 334	28.7	2 071	52.9	3 820	2015
0.5	/	0.2	/	14.8	/	60.3	/	24.9	/	المتوسط

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2001*, P 28.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2004*, P 30.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2007*, P 34.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2010*, P 32.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2012*, P 30.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015*, P 32.

الملحق 28: توزيع الليالي السياحية للأجانب في تونس حسب الجنسية للفترة (2000-2015)

السنوات	أوروبيون		مغربيون		شرق أوسطيون		أمريكيون		آسيويون وأقيانوسيون		أفريقيون		أخرى	
	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد
2000	95.5	31 679 153	2.2	731 593	0.3	101 049	0.7	225 515	0.1	48 229	0.2	66 539	1.0	316 372
2001	95.2	31 412 977	2.4	789 832	0.3	112 728	0.7	232 449	0.1	43 646	0.2	62 593	1.0	336 860
2002	94.3	24 417 881	3.2	831 622	0.4	101 005	0.5	140 131	0.2	40 397	0.2	58 959	1.1	295 775
2003	93.6	23 669 982	3.5	889 914	0.5	114 322	0.7	184 757	0.2	40 275	0.4	93 053	1.2	301 983
2004	94.2	28 873 046	2.8	865 798	0.5	138 006	0.8	243 122	0.1	43 929	0.4	114 325	1.2	373 946
2005	94.3	31 670 111	2.7	918 029	0.4	148 871	0.8	255 531	0.2	61 252	0.3	94 371	1.3	421 779
2006	93.8	31 980 900	3.0	1 022 423	0.4	147 586	0.7	240 147	0.2	80 435	0.3	109 134	1.4	464 807
2007	93.2	32 191 569	3.1	1 084 579	0.5	159 639	0.7	247 615	0.2	78 628	0.3	115 286	1.8	615 409
2008	93.0	32 598 397	3.3	1 145 280	0.5	171 684	0.8	277 757	0.2	77 312	0.4	123 921	1.7	581 354
2009	92.4	29 157 852	3.9	1 240 234	0.4	140 967	0.8	259 458	0.3	84 053	0.4	129 393	1.6	498 141
2010	91.5	29 403 758	4.4	1 423 711	0.4	138 621	0.8	251 585	0.4	115 008	0.5	148 429	1.8	593 672
2011	87.9	15 125 247	7.7	1 318 990	0.4	76 444	0.8	129 607	0.2	35 930	0.7	114 426	2.1	354 203
2012	89.4	23 171 488	6.6	1 702 143	0.4	112 653	0.5	131 850	0.4	92 719	0.5	133 156	1.8	477 636
2013	88.7	22 848 621	7.3	1 884 552	0.4	109 610	0.5	116 447	0.3	88 971	0.4	106 624	2.0	516 788
2014	87.5	21 692 589	8.3	2 063 576	0.5	124 631	0.4	104 375	0.3	84 313	0.4	108 595	2.0	491 201
2015	74.9	8 366 335	18.9	2 115 762	1.0	112 237	0.7	78 923	0.3	34 735	0.7	83 711	2.2	242 443
المتوسط	91.2	/	5.3	/	0.5	/	0.7	/	0.2	/	0.4	/	1.7	/

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2002*, P 44.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2005*, P 50.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2008*, P 48.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2011*, P 50.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2012*, P 42.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015*, P 45.

الملحق 29: معدل الإقامة في الفنادق، معدل الإقامة في البلاد، نسبة الحركة للأجانب في تونس لـ 2000-2015

نسبة الحركة		معدل الإقامة في البلاد		معدل الإقامة في الفنادق		الجنسية
2015	2000	2015	2000	2015	2000	
0.7	1.4	4.1	7.2	6.2	5.1	فرنسيون
1.1	1.2	11.1	11.2	10.0	9.4	ألمان
1.6	3.2	5.0	7.3	3.1	2.3	إسبان
1.0	1.2	7.7	10.1	7.5	8.2	إنجليز
0.7	0.6	3.1	7.4	4.4	5.6	إيطاليون
0.8	0.8	2.1	2.9	2.7	3.6	أتراك
0.7	1.2	4.2	8.9	5.9	7.6	سويسريون
0.8	1.2	7.3	9.3	8.7	7.8	بلجيكيون
1.0	1.1	5.8	8.0	5.8	7.2	هولنديون
0.4	0.9	2.6	7.4	6.3	8.6	نمساويون
0.8	1.3	3.9	4.8	4.6	3.7	برتغاليون
0.8	2.9	2.6	5.6	3.2	1.9	يونانيون
0.9	1.3	6.4	8.8	7.2	6.7	إجمالي أوروبا
0.3	0.3	0.9	0.7	3.3	2.2	جزائريون
0.3	0.1	0.6	0.3	2.3	2.6	ليبيون
0.4	0.9	1.2	1.6	3.0	1.8	مغربيون
0.4	/	0.9	/	2.3	/	موريتانيون
0.3	0.4	0.8	0.9	2.9	2.1	إجمالي المغاربة
0.7	1.6	2.9	4.2	3.9	2.6	أمريكيون
0.9	2.9	3.8	10.5	4.1	3.6	كنديون
0.9	/	2.5	/	3.1	/	برازيليون
0.8	2.3	3.1	7.3	3.7	3.2	إجمالي أمريكا
0.7	1.0	2.3	3.6	3.2	3.6	شرق أوسطيون
0.7	1.3	2.4	6.1	3.8	4.6	أفريقيون
3.6	1.4	7.4	2.5	2.5	1.8	يابانيون
1.2	/	2.5	/	3.1	/	أستراليون
3.7	/	1.9	5.8	4.2	/	صينيون
2.8	1.4	3.9	2.8	3.3	1.8	إجمالي آسيا وأوقيانوسيا
5.3	0.3	14.7	1.2	2.9	4.0	أخرى
0.7	1.1	2.7	6.6	5.2	6.2	المتوسط السنوي

Source: Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015*, P64
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2002*, P 68-P71.

الملحق 30: نسبة الأشغال الفندقية في تونس سنوات 2000، 2014، 2015

نسبة الأشغال الفندقية حسب الوجهة السياحية			الوجهات السياحية
2015	2014	2000	
26.6	35.1	35.9	تونس - قرطاج
22.9	40.1	56.7	نابل - الحمامات
30.3	51.4	/	سوسة
29.3	52.7	62.8	جربة - جرجيس
13.4	19.8	38.1	قفصة - توزر
17.1	19.2	27.8	بنزرت - باجة
24.1	59.9	64.8	المنستير - صقانس
23.8	25.2	38.2	طبرقة - عين الدراهم
28.9	56.6	55.8	المهدية
16.0	17.1	17.3	سيطة - القصرين
30.2	46.9	52.4	ياسمين - الحمامات
21.0	22.7	/	صفاقس
14.2	13.8	/	قابس
17.2	20.9	/	القبروان
7.3	16.1	/	قبلي
10.3	14.6	/	تطاوين
15.9	28.4	/	جنوب تونس
26.1	44.9	55.8	المتوسط السنوي
نسبة الأشغال الفندقية حسب درجة تصنيف الفنادق			درجة تصنيف الفنادق
2015	2014	2000	
25.3	43.9	56.0	5 نجوم
30.9	56.7	64.0	4 نجوم
23.4	46.6	57.1	3 نجوم
15.3	31.6	44.1	2 نجوم
11.6	19.7	28.7	1 نجمة
15.2	21.8	43.4	بدون تصنيف
26.1	44.9	55.8	المتوسط السنوي

Source:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015*, P 67-68.
- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2001*, P 75.

الملحق 31: توزيع عائدات السياحة حسب الأسواق المصدرة للسياح إلى تونس سنتي 2000-2015

2015		2000		الأسواق المصدرة
مليون دولار أمريكي	مليون دينار تونسي	مليون دولار أمريكي	مليون دينار تونسي	
175.1	355.9	340.1	466.5	فرنسا
160.7	326.6	418.3	573.8	ألمانيا
109.6	222.7	122.6	168.1	إنجلترا
37.5	76.3	4.7	6.5	روسيا
35.8	72.7	56.2	77.1	بلجيكا
26.6	54.1	151.0	207.1	إيطاليا
17.7	35.9	14.1	19.4	بولندا
15.5	31.6	13.1	17.9	التشيك
12.4	25.2	53.9	74.0	سويسرا
10.3	20.9	19.8	27.2	هولندا
5.1	10.4	42.4	58.2	النمسا
6.5	13.3	35.8	49.1	إسبانيا
4.9	10.0	7.5	10.3	لكسمبورغ
2.6	5.2	2.1	2.9	البرتغال
1.7	3.5	5.5	7.6	المجر
1.6	3.3	2.6	3.6	تركيا
0.9	1.8	5.5	7.5	إيرلندا
1.1	2.3	/	/	صربيا
0.2	0.5	3.2	4.4	اليونان
646.6	1314	1334.3	1830.1	إجمالي أوروبا
335.3	681.3	93.2	127.8	ليبيا
145.7	296.1	43.8	60.1	الجزائر
3.9	8.0	2.9	4.0	المغرب
1.1	2.2	0.3	0.4	موريتانيا
486.0	987.6	140.2	192.3	إجمالي المغاربة
18.0	36.5	9.5	13.0	السعودية
0.5	1.1	3.1	4.3	سوريا
1.1	2.2	3.1	4.2	مصر
2.0	4.0	2.1	2.9	الكويت

الملحق 31: تابع

2015		2000		الأسواق المصدرة
مليون دولار أمريكي	مليون دينار تونسي	مليون دولار أمريكي	مليون دينار تونسي	
2.2	4.4	2.1	2.9	لبنان
0.7	1.5	2.0	2.8	العراق
2.5	5.1	1.7	2.4	الأردن
0.5	1.0	1.7	2.3	فلسطين
3.0	6.1	0.7	1.0	الإمارات
2.3	4.7	0.7	0.9	قطر
0.4	0.8	0.4	0.6	البحرين
1.1	2.3	0.4	0.5	عمان
0.1	0.2	0.1	0.2	اليمن
34.4	69.9	27.7	38.0	إجمالي الشرق الأوسط
5.1	10.3	7.4	10.2	الو.م.أ
5.9	12.0	8.0	11.0	كندا
0.7	1.5	0.5	0.7	أخرى
11.0	22.3	16.0	21.9	إجمالي أمريكا
2.3	4.7	4.4	6.0	اليابان
16.7	34.0	9.3	12.8	أخرى
1 188.3	2 414.7	1527.5	2 095.1	المجموع

Source:

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2015*, P 74.

- Office National du Tourisme Tunisien, *Le Tourisme Tunisien en Chiffres, Rapport 2001*, P 84.

- التحويل من إعداد الطالب بناءً على معدل سعر الصرف السنوي لدولار الأمريكي مقابل الدينار التونسي لسنة 2000 و 2015 والمصرح به من طرف البنك المركزي التونسي والمقدر على التوالي بـ 1 دولار = 1.3716 دينار تونسي، 1 دولار = 2.0321 دينار تونسي.

الملحق 32: تطور مؤشرات السياحة العكسية في الجزائر وتونس للفترة (2000-2015)

السنوات	الجزائريون المغادرون	% من إجمالي السكان	% النفقات السياحية من إجمالي الواردات	التونسيون المغادرون	% من إجمالي السكان	% النفقات السياحية من إجمالي الواردات
2000	1 006 382	3.2	1.6	685 800	7.1	3.6
2001	1 189 910	3.8	1.6	1 078 900	11.0	3.4
2002	1 256 515	3.9	1.7	1 328 400	13.5	3.2
2003	1 253 901	3.9	1.6	1 631 500	16.4	3.2
2004	1 416 861	4.3	1.6	1 622 200	16.2	3.3
2005	1 513 491	4.5	1.9	1 554 500	15.4	3.6
2006	1 349 113	4.0	1.9	1 575 600	15.4	3.5
2007	1 498 825	4.4	1.4	1 958 600	19.0	2.9
2008	1 539 406	4.4	1.2	2 272 800	21.8	2.4
2009	1 676 619	4.7	1.2	1 747 900	16.6	2.6
2010	1 757 471	4.9	1.5	893 200	8.4	2.9
2011	1 714 654	4.7	1.1	932 800	8.7	3.0
2012	1 910 558	5.1	0.8	1 044 000	9.6	2.9
2013	2 135 523	5.6	0.7	1 059 300	9.6	3.3
2014	2 839 104	7.3	1.0	1 097 400	9.8	3.3
2015	3 638 140	9.1	1.3	1 174 400	10.4	4.0

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجزائرية.

- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (1998-2002)، نشرية 2003، ص 159.
- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2001-2005)، نشرية 2006، ص 161.
- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2006-2010)، نشرية 2011، ص 171.
- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2011-2015)، نشرية 2016، ص 161.
- World bank, Site: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=DZ>.
- World bank, Site: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=TN>.
- UNCTAD, Site : <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>.

الملحق 33: قائمة الأزمات الداخلية في تونس للفترة (2000-2015)

التاريخ	الملاحظات	المصدر
11 أبريل 2002	تفجير جربة: قامت سيارة مليئة بالمتفجرات بالتوجه نحو كنيس الغربية اليهودي في جزيرة جربة، وتم تفجيرها في مدخل الكنيس، وقتلت 14 شخص من بينهم سياح ألمان وفرنسيين، كما جرح 30 آخرين.	ارتفاع قتلى الكنيس اليهودي في تونس، وكالة بي بي سي عربي للأخبار، 13 أبريل 2002، الموقع: http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/middle_east_news/newsid_1928000/1928205.stm
3 جانفي 2007	حادثة سليمان: وقعت مواجهات عنيفة بين قوات الأمن والجيش التونسية مع مسلحين يتبعون تنظيم «جيش أسد بن الفرات» التابع للجماعة السلفية للدعوة والقتال في مدينة سليمان، وقتل إثرها 14 شخص من الطرفين.	تونس: المسلحون الذين اشتبكوا مع قوات الأمن سلفيون، وكالة الجزيرة للأخبار، 13 يناير 2007، الموقع: http://www.aljazeera.net/news/arabic/2007/1/12
17 ديسمبر 2010 - 14 جانفي 2011	الثورة التونسية: هي سلسلة من الاضطرابات بدأت في 17 ديسمبر 2010 في مختلف المدن التونسية، وانتهت في 14 جانفي 2011 بعد سلسلة من الأحداث، شهدت بعدها تونس صراعات داخلية وعدم استقرار سياسي جعل من الصعب إعادة إعلاء السمعة الأمنية لتونس.	الثورة التونسية.. باكورة الربيع العربي، وكالة الجزيرة للأخبار، الموقع: http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2016/5/24 .
10 ديسمبر 2012	أحداث جبل الشعانبي: هي معارك دارت بين مجموعات مسلحة والجيش التونسي في جبل الشعانبي في تونس وذلك منذ 10 ديسمبر 2012 أسفرت العمليات إلى حد الآن (سنة 2014) عن أكثر من 90 قتيلًا من الجهتين.	الشعانبي.. جبل "الموت" في تونس، وكالة سكاي نيوز العربية للأخبار، 29 ماي 2014، الموقع: https://www.skynewsarabia.com/web/article/664468
17-19 أكتوبر 2013	حادثة قبالط: وقعت مواجهة بين قوات الأمن والجيش التونسية ومسلحين من أنصار الشريعة في جبل طويل قرب مدينة قبالط. قتل إثرها 15 شخص من الطرفين وجرح 5 أشخاص.	تونس تؤكد السيطرة على "المجموعة الإرهابية" في قبالط، وكالة العربية للأخبار، 19 أكتوبر 2013، الموقع: http://www.alarabiya.net/ar/north-africa/tunisia/2013/10/19
23 أكتوبر 2013	حادثة سيدي علي بن عون: وقعت اشتباكات بين الجيش الوطني وأفراد من أنصار الشريعة قرب مدينة سيدي علي بن عون، وأسفرت عن مقتل 9 أشخاص من الطرفين إلى جانب 4 جرحى من الجيش.	سيدي علي بن عون: كل التفاصيل حول المواجهات بين الحرس الوطني والإرهابيين، جريدة الشروق التونسية، 23 أكتوبر 2013، الموقع: http://www.alchourouk.com/23943/566/2 .

الملحق 33: تابع

التاريخ	الملاحظات	المصدر
30 أكتوبر 2013	تفجير سوسة: قام انتحاري بتفجير نفسه على إحدى شواطئ مدينة سوسة، بعد أن حاول الدخول لفندق «رياض النخيل» دون أن ينجح في ذلك. لم تسفر هاته العملية عن أي قتيل أو جريح سوى منغذها. فيما أحبطت قوات الأمن محاولة تفجير أخرى تستهدف ضريح بورقيبة في المنستير.	إعتقالات بتونس بعد تفجير سوسة، وكالة الجزيرة للأخبار، 30 أكتوبر 2013، الموقع: http://www.aljazeera.net/news/arabic/2013/10/30
3-4 فبراير 2014	عملية رواد: هي عملية تأتي في إطار مكافحة الإرهاب وقعت في مدينة رواد قرب تونس العاصمة. وأسفرت هذه العملية على تم قتل 7 مسلحين وأمني واحد وجرح آخر.	تونس: مقتل عنصر من الحرس الوطني وانتهاء عملية محاصرة "الإرهابيين" في رواد، وكالة فرانس 24 للأخبار، 4 فبراير 2014، الموقع: http://www.france24.com/ar/20140204
18 مارس 2015	هجوم متحف باردو: قام شخصان باقتحام أهم المتاحف التونسية المتحف الوطني بباردو في العاصمة تونس، وقاما بقتل العديد ورهن المئات. أسفر الهجوم عن مقتل 22 شخصا أغلبهم من السياح الأجانب، وجرح 45 آخرين.	هجوم باردو، وكالة الجزيرة للأخبار، 22 مارس 2015، الموقع: http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2015/3/21
26 جوان 2015	هجوم سوسة: قتل 38 سائحا وجرح 39 آخرين أغلبهم من السياح وذلك بعد هجوم مسلح على أحد الفنادق في شواطئ المنتجع السياحي مرسى القنطاوي وذلك في مدينة سوسة.	هجوم سوسة، وكالة الجزيرة للأخبار، 26 يونيو 2015، الموقع: http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2015/6/26
24 نوفمبر 2015	تفجير تونس: قتل 12 فرداً من الأمن الرئاسي التونسي وذلك عندما فجر مسلح نفسه في الحافلة التي تقلهم وذلك في وسط تونس العاصمة في شارع محمد الخامس.	هجوم تونس.. عندما يستهدف الأمن الرئاسي، وكالة الجزيرة للأخبار، 25 نوفمبر 2015، الموقع: http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2015/11/25

المصدر: من إعداد الطالبة.

الملحق 34: قائمة الأزمات الداخلية في الجزائر للفترة (2000-2015)

التاريخ	الملاحظات	المصدر
11 أبريل 2007	تفجيرات مدينة الجزائر: انفجرت سيارتان مفخختان في العاصمة الجزائرية، أستههدف فيها مقرر رئيس الوزراء الجزائري، أدى الانفجار إلى مقتل وإصابة العديد من الأشخاص. واستهدف انفجار آخر مركزاً للشرطة في الضاحية الشرقية من المدينة، والقرب من المطار الدولي.	<i>Explosions rock Algerian capital, BBC News, 12 April 2007, site: http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/6544437.stm.</i>
6 سبتمبر 2007	تفجيرات باتنة: وقع التفجير في وسط حشد من الجماهير المنتظرة رؤية الرئيس الذي كان في ختام جولة إستمرت ثلاثة أيام في شرق الجزائر، وأسفر التفجير عن مقتل ما يقرب من 15 إلى 20 شخصاً وإصابة 107 آخرين.	<i>Suicide bomb kills 20 in Algeria, BBC News, 7 September 2007, site: http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/6982487.stm.</i>
8 سبتمبر 2007	إنفجار دلس: نتج عن هجوم انتحاري بسيارة مفخخة على ثكنات للبحرية الجزائرية في مدينة دلس، 100 كم شرق العاصمة الجزائر. أسفر الهجوم عن مقتل 30 شخصاً على الأقل وجرح 47 آخرين.	<i>Al-Qaeda claims Algerian bombings, BBC News, 8 September 2007, site: http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/6985672.stm.</i>
11 ديسمبر 2007	تفجيرا الجزائر: هما تفجيران انتحاريان أحدهما على الأقل قد تم باستخدام سيارة مفخخة، حدث الانفجار الأول وسط الجزائر العاصمة قرب المحكمة الدستورية العليا في حي بن عكنون. وبعد بضعة دقائق وقع الانفجار الثاني قرب مقر المفوضية العليا لشؤون اللاجئين التابعة للأمم المتحدة ومركز شرطة في حي حيدرة.	60 قتيلا بتفجيرين عنيفين نسفا أساييع من الهدوء بالجزائر، وكالة الجزيرة للأبباء، 11 ديسمبر 2007، الموقع: http://www.aljazeera.net/news/arabic/2007/12/11/60 .
19 أوت 2008	إنفجار يسر: تفجير سيارة مفخخة في حشد من المجندين شبه العسكريين المنتظرين خارج أكاديمية الشرطة لتلقي الإمتحانات في بلدية يسر، ولاية بومرداس، مما أسفر عن مقتل 43 شخصاً وإصابة 38 آخرين.	الجزائر تتهم إرهابيين ومجلس الأمن يدين تفجير بومرداس، وكالة بي بي سي عربي للأبباء، 19 أوت 2008، الموقع: http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/middle_east_news/newsid_7569000/7569669.stm

الملحق 34: تابع

التاريخ	الملاحظات	المصدر
جانفي 2011	إحتجاجات الجزائر: هي حملة احتجاجات شعبية غير انما عمليا لم تنجح في جذب الشعب إليها وتمدت بعد ايام. بدأت منذ شهر جانفي سنة 2011 ، متأثرة بموجة الاحتجاجات العارمة التي اندلعت في الوطن العربي مطلع سنة 2011 وبخاصة الثورة التونسية التي أطاحت بالرئيس التونسي زين العابدين بن علي .وقاد هذه الاحتجاجات أحزاب المعارضة بالإضافة إلى الشبان الجزائريين الذين طالبوا بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية.	وأخيراً... يسقط سعدي، النهار الجديد، 26 أفريل 2011، الموقع: https://www.ennaharonline.com .
16 أفريل 2011	هجوم عزازقة: يتمثل في هجوم استهدف مركزاً للحيش في منطقة عزازقة بولاية تيزي وزو على بعد 110 كلم شرق الجزائر، أسفر الهجوم عن مقتل عشرة جنود على الأقل قتلوا، فيما جرح آخرون.	مقتل 10 جنود جزائريين وجرح آخرين في هجوم إستهدف ثكنة عسكرية، وكالة العربية للأبناء، 16 أفريل 2011، الموقع: http://www.alarabiya.net/articles/2011/04/16/145624.html .
26 أوت 2011	تفجير شرشال: هي عملية إنتحارية مزدوجة إستهدفت نادي الضباط الخارجي للأكاديمية العسكرية لمختلف الأسلحة بشرشال، وأسفرت عن مقتل 18 شخصاً من بينهم مدنيان، وجرح 20 آخرين.	قتلى في هجوم إنتحاري مزدوج أمام أكاديمية عسكرية في غربي الجزائر، وكالة فرانس 24 للأبناء، 2011/08/27، الموقع: http://www.france24.com/ar/20110827-algeria .
16 جانفي 2013	أزمة الرهائن بعين أميناس: هي أزمة احتجاز رهائن بلغ عددهم أكثر من 650 شخصا من بينهم أكثر من 150 أجنبي من جنسيات نرويجية، يابانية، فرنسية، أمريكية وبريطانية، يعملون في حقل استغلال الغاز. وأسفرت الحادثة عن مقتل عدد من رهائن من بينهم أجناب	<i>41 Occidentaux pris en otage par des djihadistes sur le site de BP, france24, 17/01/2013, site:</i> http://www.france24.com/fr/20130116-confusion-autour-nationalite-otages-etrangers-site-petrolier-bp .
21 سبتمبر 2014	إختطاف رعية فرنسي: عرفت سنة 2014 إختطاف ومقتل سائح فرنسي بأعالي جبال تيكجدة بمنطقة القبائل.	الجزائر: توقيف مرافقي الرعية الفرنسي وطوارئ بالعاصمة، وكالة العربية للأبناء، 23 سبتمبر 2014، الموقع: http://www.alarabiya.net/ar/north-africa/algeria/2014/09/23

المصدر: من إعداد الطالبة.

الملحق 35: قائمة الأزمات الخارجية للفترة (2000-2015)

التاريخ	الملاحظات	المصدر
أحداث 11 سبتمبر 2001	هي مجموعة من الهجمات التي شهدتها الولايات المتحدة في يوم الثلاثاء الموافق 11 سبتمبر 2001. تم تحويل اتجاه أربع طائرات نقل مدني تجارية وتوجيهها لتصلطم بأهداف محددة نجحت في ذلك ثلاث منها. الأهداف تمثلت في برجي مركز التجارة الدولية بمنهاتن ومقر وزارة الدفاع الأمريكية (البنтажون). سقط نتيجة لهذه الأحداث ما يقارب ثلاثة آلاف شخص من جنسيات كثيرة وعرقيات متعددة.	هجمات 11 سبتمبر، وكالة الجزيرة للأخبار، الموقع: http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2014/12/30 .
أحداث سنة 2003	تزامن في هذه السنة ثلاثة عوامل سلبية وهي الحرب في العراق، مرض سارس في آسيا والباسفيك وضعف أداء الاقتصاد العالمي.	<i>Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges, Op Cit, 2010, P 3.</i>
الأزمة المالية العالمية 2008-2009	في سبتمبر 2008 بدأت أزمة مالية عالمية والتي اعتبرت الأسوأ من نوعها منذ زمن الكساد الكبير سنة 1929م، إبتدئت الأزمة أولاً بالولايات المتحدة الأمريكية ثم امتدت إلى دول العالم لتشمل الدول الأوروبية و الآسيوية والخليجية والدول النامية التي ترتبط إقتصادياتها مباشرة بالإقتصاد الأمريكي. و تمثلت أهم تداعيات الأزمة في إنخفاض معدلات النمو الإقتصاد العالمي، إفلاس عدد كبير من البنوك، المؤسسات العقارية وشركات التأمين، مما نجم عنه إرتفاع معدلات البطالة. هذا إلى جانب تزامن أزمته الإرتفاع الحاد في أسعار النفط وانتشار مرض الأنفلونزا لسنة 2009.	بنكان أمريكيان ينضممان لقائمة المؤسسات المالية المنهارة، المصري اليوم، نقلاً عن الموسوعة الحرة وكيبديا، الموقع: https://ar.wikipedia.org/wiki

المصدر: من إعداد الطالبة.

الملحق 36: بيانات متغيرات نموذج الجاذبية بالنسبة للجزائر وتونس للفترة (2000-2015)

أولا: نصيب الفرد من الدخل الوطني (دولار أمريكي)																
An	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alg	1590	1660	1720	1920	2240	2700	3090	3580	4200	4270	4460	4580	5140	5480	5470	4820
Tun	2280	2250	2180	2460	2900	3170	3340	3530	3860	4070	4130	3980	4090	4130	4130	3930
Mor	1390	1390	1370	1540	1830	2060	2240	2370	2690	2880	2930	3000	2970	3080	3040	3000
Lib	7146	6269	5170	5170	5150	6870	8600	10410	12210	12110	12440	4730	10860	10520	7820	5906
Mau	520	470	470	520	590	700	840	930	1050	1080	1130	1200	1310	1410	1380	1230
Egp	1390	1410	1330	1260	1200	1210	1300	1510	1810	2090	2330	2520	2850	3050	3250	3360
Leb	5470	5300	4990	4460	5550	5710	5650	6250	6960	7830	8450	8610	8450	8190	7980	7720
Jor	1680	1740	1790	1910	2170	2340	2520	2760	3110	3370	3470	3560	3680	3790	3870	3890
Sau	8110	8480	8330	9440	11000	12610	14120	15760	18420	17880	18750	20900	24050	25440	25570	23810
Yem	420	470	500	530	600	690	790	880	990	1080	1180	1060	1240	1410	1440	1140
Qat	29986	28431	29991	34177	35890	38280	51430	59430	67810	63730	66360	69820	75850	81810	82750	75660
Emi	33071	31750	30690	32520	35990	37570	39810	40400	41040	36140	34530	36010	40390	44200	44870	42910
Oma	7070	7920	7960	8260	9380	10620	11500	14460	17380	17700	18170	17000	19560	20580	19490	18080
Kuw	17930	18670	18890	22520	28100	34400	41350	47590	51790	46000	42060	43510	49950	51990	49520	41680
Bah	10940	11500	12100	12950	14580	16550	17890	19660	20860	18830	18970	18270	20000	21650	21080	22740
Fra	25150	23940	23180	26020	31500	36000	37960	40250	43510	43760	43790	44220	43020	43380	42750	40530
Ger	26210	24790	23710	26230	31730	35880	38370	40700	43870	43810	44790	47360	46710	47470	47680	45780
Spa	15790	15540	15580	18060	22120	25930	27970	29920	32440	32770	32130	31140	29760	29400	29290	28370
Eng	28880	28620	28900	32000	37710	42770	45020	47790	48420	43940	41390	40620	41210	42350	43760	43700
Ita	21820	21080	20640	23270	28220	32390	34210	35820	37760	37690	37690	37680	36000	35370	34760	32870
Tur	4300	3550	3560	3910	5220	6760	7820	8880	9770	9580	10430	11230	11880	12530	12590	12000
Swi	43490	40950	39730	45630	53810	61550	63900	62680	63020	70230	77360	79290	84560	88480	86170	84540
Bel	26040	24530	24130	27120	32970	37850	40030	42760	46710	46250	47900	47070	47160	47280	46930	44410
Hol	28560	27180	26800	30700	37300	42390	46080	49390	52460	53520	53530	54120	52500	52330	51330	48850
Ast	26690	25270	24950	27940	33620	38500	41260	44200	48790	48710	49350	50310	49830	50500	50150	47290
Por	12140	11800	11730	13230	16120	18550	19330	20770	22440	22840	22960	22660	21150	21340	21260	20370
Grc	13330	13070	13150	15700	19580	22760	24550	26350	28660	29330	27660	24930	23500	22540	22000	20270
USA	36070	36840	37470	39950	43680	46340	48080	48640	49330	48050	48950	50460	52540	53660	55380	56070
Can	22610	22980	23490	25360	29370	34120	37780	41420	44810	43110	44370	47060	50900	52620	51750	47250
Bra	3860	3290	3060	2940	3300	3940	4750	6030	7400	8070	9610	11010	12280	12730	12020	10080
Jap	36230	36770	34790	35070	38350	40560	39930	38740	38850	38790	43440	46880	49480	48280	43940	38780
Aus	21130	20130	19980	21130	25520	30340	34170	37340	42390	44040	46560	50150	59840	65640	64860	60330

Source: Word Bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator>.

الملحق 36: تابع

ثانياً: عدد السكان

An	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alg	31183660	31592153	31995046	32403514	32831096	33288437	33777915	34300076	34860715	35465760	36117637	36819558	37565847	38338562	39113313	39871528
Tun	9699197	9785701	9864326	9939678	10017601	10102482	10196136	10196136	10298087	10407336	10521834	10639931	10761467	11014558	11143908	11273661
Mor	28849621	29181832	29512368	29843937	30179285	30521070	30869346	31225881	31596855	31989897	32409639	32858823	33333789	33824769	34318082	34803322
Lib	5355751	5440566	5527515	5615952	5704759	5792688	5881435	5970362	6053078	6121053	6169140	6193501	6198258	6195970	6204108	6234955
Mau	2709359	2790729	2873228	2957117	3042823	3130720	3220653	3312665	3407541	3506288	3609543	3717672	3830239	3946170	4063920	4182341
Egp	69905988	71226940	72590118	73981942	75381899	76778149	78159048	79537253	80953881	82465022	84107606	85897561	87813257	89807433	91812566	93778172
Leb	3235366	3359859	3522837	3701464	3863267	3986852	4057350	4086466	4111047	4183156	4337141	4588368	4916404	5276102	5603279	5851479
Jor	5103130	5193482	5287488	5396774	5535595	5714111	5934232	6193191	6489822	6821116	7182390	7574943	7992573	8413464	8809306	9159302
Sau	20764312	21303592	21906308	22556425	23228890	23905654	24578301	25252569	25940770	26661492	27425676	28238020	29086357	29944476	30776722	31557144
Yem	17874725	18390135	18919179	19462086	20017068	20582927	21160534	21751605	22356391	22974929	23606779	24252206	24909969	25576322	26246327	26916207
Qat	592267	616886	645659	688586	758855	864863	1010382	1189633	1389342	1590780	1779676	1952054	2109568	2250473	2374419	2481539
Emi	3154925	3326032	3507232	3741932	4087931	4579562	5242032	6044067	6894278	7666393	8270684	8672475	8900453	9006263	9070867	9154302
Oma	2267991	2294787	2334285	2385255	2444751	2511269	2582991	2662762	2759014	2882942	3041460	3237268	3464644	3711481	3960925	4199810
Kuw	2050741	2109355	2143833	2169118	2207939	2276623	2377258	2503410	2652340	2818939	2998083	3191051	3395556	3598385	3782450	3935794
Bah	664614	697549	735148	778711	829848	889168	958414	1035891	1114590	1185029	1240862	1278269	1300217	1315411	1336397	1371855
Fra	60912498	61357431	61805267	62244884	62704897	63179356	63621376	64016229	64374990	64707044	65027512	65342776	65659790	65998570	66331957	66624068
Ger	82211508	82349925	82488495	82534176	82516260	82469422	82376451	82266372	82110097	81902307	81776930	80274983	80425823	80645605	80982500	81686611
Spa	40567864	40850412	41431558	42187645	42921895	43653155	44397319	45226803	45954106	46362946	46576897	46742697	46773055	46620045	46480882	46447697
Eng	58892514	59119673	59370479	59647577	59987905	60401206	60846820	61322463	61806995	62276270	62766365	63258918	63700300	64128226	64613160	65128861
Ita	56942108	56974100	57059007	57313203	57685327	57969484	58143979	58438310	58826731	59095365	59277417	59379449	59539717	60233948	60789140	60730582
Tur	63240121	64191474	65143054	66085803	67007855	67903406	68763405	69597281	70440032	71339185	72326914	73409455	74569867	75787333	77030628	78271472
Swi	7184250	7229854	7284753	7339001	7389625	7437115	7483934	7551117	7647675	7743831	7824909	7912398	7996861	8089346	8188649	8282396
Bel	10251250	10286570	10332785	10376133	10421137	10478617	10547958	10625700	10709973	10796493	10895586	11047744	11128246	11182817	11209057	11274196
Hol	15925513	16046180	16148929	16225302	16281779	16319868	16346101	16381696	16445593	16530388	16615394	16693074	16754962	16804432	16865008	16939923
Ast	8011566	8042293	8081957	8121423	8171966	8227829	8268641	8295487	8321496	8343323	8363404	8391643	8429991	8479375	8541575	8633169
Por	10289898	10362722	10419631	10458821	10483861	10503330	10522288	10542964	10558177	10568247	10573100	10575760	10514844	10457295	10401062	10358076
Grc	10805808	10862132	10902022	10928070	10955141	10987314	11020362	11048473	11077841	11107017	11121341	11104899	11045011	10965211	10892413	10820883
USA	282162411	284968955	287625193	290107933	292805298	295516599	298379912	301231207	304093966	306771529	309348193	311663358	313998379	316204908	318563456	320896618
Can	30769700	31081900	31362000	31676000	31995000	32312000	32570505	32887928	33245773	33628571	34005274	34342780	34750545	35155451	35544564	35848610
Bra	175287587	177750670	180151021	182482149	184738458	186917361	189012412	191026637	192979029	194895996	196796269	198686688	200560983	202408632	204213133	205962108
Jap	126843000	1277149000	127445000	127718000	127761000	127773000	127854000	128001000	128063000	128047000	128070000	127833000	127629000	127445000	127276000	127141000
Aus	19153000	19413000	19651400	19895400	20127400	20394800	20697900	20827600	21249200	21691700	22031750	22340024	22728254	23117353	23460694	23789338

Source: Word Bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator>.

الملحق 36: تابع

ثالثا: مؤشر أسعار المستهلك *

An	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alg	70,437075	73,413737	74,454966	77,633414	80,709095	81,824855	83,718711	86,794392	91,015195	96,234310	100	104,521765	113,818542	117,521838	120,949252	126,736646
Tun	71,725914	73,148478	75,138872	77,177084	79,980371	81,594204	85,258203	88,171089	92,509721	95,770516	100	103,544029	108,864243	115,176785	120,863909	126,734490
Mor	83,641940	84,160354	86,513157	87,523401	88,830514	89,703399	92,649942	94,541933	98,046902	99,022298	100	100,922360	102,212896	104,142166	104,595660	106,225164
Lib	98,805287	90,096650	81,269299	79,488565	77,741750	79,802066	80,966593	86,027805	94,940912	97,276364	100	115,518482	122,518675	125,711289	129,231205	139,569701
Mau	53,153233	55,659353	57,827677	60,806902	67,111133	75,248793	79,945095	85,744399	92,043728	94,087945	100	105,642433	110,856817	115,434807	119,515680	120,094799
Egp	45,076866	46,100001	47,361868	49,496835	55,075435	57,757277	62,172547	67,966387	80,415676	89,875370	100	110,053917	117,887726	128,994608	142,082144	156,798287
Leb	82,3151946	82,315194	82,726770	84,2158525	85,3106586	87,869978	89,627377	94,646511	95,034561	96,163239	100	111,881922	118,084465	118,969766	122,300919	132,084993
Jor	66,122168	67,293988	68,527482	69,644480	71,985836	74,500795	79,158379	83,422502	95,875659	95,225451	100	104,158333	108,866667	114,125	117,425	116,4
Sau	76,682953	75,829843	76,004343	76,45028	76,702342	77,238767	78,943694	82,234631	90,350162	94,927873	100	105,823591	108,87762	112,695157	115,704709	118,232437
Yem	34,239173	38,317603	43,007116	47,665802	53,631222	59,965748	66,468912	71,723358	85,333768	89,948414	100	119,543562	131,360906	145,769151	157,583341	204,858343
Qat	60,883450	61,77925	61,927520	63,329909	67,635922	73,597620	82,308494	93,632631	107,724478	102,485537	100	101,91639	103,818746	107,069904	110,370306	112,449229
Emi	63,045975	65,000400	66,820411	68,758203	70,889707	74,434193	79,049113	86,954024	97,606257	99,128721	100	100,876837	101,54694	102,663432	105,07174	109,346935
Oma	74,794315	74,183495	73,971578	74,108701	74,669658	76,059586	78,496634	83,171279	93,227374	96,896035	100	104,070057	107,099227	108,433059	109,532586	109,6041
Kuw	69,943434	70,852698	71,482189	72,169383	73,070465	76,097756	78,424075	82,725596	91,480206	95,697074	100	104,905336	108,261618	111,187608	114,421945	118,165491
Bah	83,438502	82,430922	82,022444	83,329574	85,290270	87,496053	89,252510	92,159167	95,408702	98,075864	100	99,635522	102,380067	105,764225	108,568241	110,561547
Fra	84,396777	85,772662	87,416845	89,260530	91,166131	92,748398	94,310028	95,713430	98,406725	98,493406	100	102,117487	104,114584	105,013724	105,54688	105,58678
Ger	85,698808	87,398949	88,640720	89,557463	91,049254	92,457704	93,916159	96,074672	98,599883	98,908242	100	102,075173	104,125344	105,692141	106,650554	106,900575
Spa	75,923784	78,650284	81,062313	83,526514	86,063621	88,963719	92,091127	94,657735	98,515663	98,231941	100	103,196146	105,720324	107,209444	107,047697	106,511965
Eng	81,284123	82,288709	83,322413	84,458033	85,593652	87,348038	89,386328	91,461017	94,765960	96,818810	100	104,48424	107,432482	110,176895	111,785688	111,841604
Ita	80,701608	82,951420	84,992917	87,267727	89,200899	90,984084	92,867261	94,558786	97,750187	98,483459	100	102,741438	105,866178	107,157737	107,416049	107,457712
Tur	19,279528	29,767627	43,152380	54,068365	59,791089	65,852952	72,173019	78,492619	86,690489	92,109491	100	106,47188	115,938901	124,626308	135,661435	146,067825
Swi	91,740007	92,647334	93,242778	93,837992	94,591420	95,700005	96,713255	97,421812	99,785886	99,306335	100	100,23134	99,537199	99,320885	99,30778	98,171792
Bel	81,417323	83,431950	84,801820	86,152557	87,954816	90,403745	92,022822	93,699537	97,906125	97,857681	100	103,531058	106,470018	107,654215	108,020239	108,623103
Hol	81,904144	85,313271	88,117250	89,978761	91,093013	92,617984	93,699440	95,211918	97,579410	98,740512	100	102,34107	104,854104	107,48269	108,531759	109,183219
Ast	82,586656	84,786303	86,314238	87,484263	89,287514	91,345382	92,669541	94,679172	97,723979	98,218768	100	103,266939	105,833819	107,950663	109,68414	110,667532
Por	78,508914	81,959190	84,864685	87,651076	89,716117	91,774085	94,291738	96,936687	99,447742	98,616827	100	103,653011	106,52766	106,81999	106,522866	107,042632
Grc	72,201294	74,637341	77,346201	80,077025	82,398336	85,319418	88,046180	90,595118	94,357349	95,499143	100	103,32987	104,881389	103,915146	102,551527	100,771333
USA	78,970720	81,202568	82,490466	84,363078	86,621678	89,560532	92,449705	95,086992	98,737477	98,38642	100	103,156842	105,291505	106,833849	108,566932	108,695722
Can	81,890383	83,958214	85,854321	88,222667	89,861190	91,850314	93,689181	95,692615	97,960789	98,25415	100	102,912135	104,471952	105,452204	107,462793	108,672009
Bra	52,543551	56,136390	60,880039	69,838735	74,447480	79,560049	82,888587	85,903268	90,768055	95,203353	100	106,636199	112,396649	119,367376	126,925828	138,384186
Jap	102,659069	101,899335	100,958301	100,699301	100,690667	100,40576	100,65613	100,71656	102,10653	100,72520	100	99,732366	99,680566	100,0259	102,78856	103,60010
Aus	74,391657	77,650637	79,982618	82,198725	84,125144	86,370220	89,426419	91,512166	95,495365	97,233487	100	103,30385	105,12487	110,379813	107,700312	112,174818

Source: World Bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator>.

* بيانات مؤشر أسعار المستهلك هي بيانات أولية لحساب متغير السعر النسبي بين كل من الجزائر وتونس والدول المصدرة للسياح إليهما.

الملحق 36: تابع

ثالثا: سعر الصرف العملات مقابل الدولار الأمريكي *

An	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Alg	75,2597917	77,2150208	79,6819	77,394975	72,06065	73,2763083	72,6466167	69,2924	64,5828	72,6474167	74,3859833	72,9378833	77,5359667	79,3684	80,5790167	100,691433
Tun	1,3706833	1,4387125	1,421733	1,2884583	1,2454666	1,2974333	1,331025	1,2813583	1,2321416	1,350275	1,4314	1,4077833	1,5618916	1,6246583	1,697675	1,961625
Mor	10,625636	11,302975	11,02058	9,574383	8,868016	8,8650083	8,7955833	8,1923333	7,750325	8,0571	8,4171583	8,089875	8,6284445	8,4055039	8,4063366	9,7643482
Lib	0,5121896	0,6050642	1,270679	1,2929441	1,3049661	1,3083848	1,3135716	1,2626448	1,2235623	1,2535344	1,2667894	1,2241524	1,2616596	1,2716918	1,2724020	1,3812098
Mau	238,92333	255,62916	271,7391	263,03	264,27916	265,52833	268,6	258,58666	238,20333	262,36583	275,89416	281,11833	296,62	300,68166	302,725	324,67166
Egp	3,47205	3,973	4,499666	5,850875	6,1962416	5,7788333	5,7331666	5,6354333	5,4325	5,5445533	5,6219429	5,9328276	6,0560583	6,870325	7,0776085	7,6912583
Leb	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5	1507,5
Jor	0,709	0,7089831	0,708999	0,709	0,709	0,709	0,709	0,709	0,7089997	0,71	0,71	0,71	0,71	0,71	0,71	0,71
Sau	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,74708333	3,745	3,745	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75	3,75
Yem	161,71833	168,67166	175,625	183,4483	184,77583	191,50916	197,04916	198,95333	199,76416	202,846667	219,59	213,8	214,350833	214,89	214,89	214,89
Qat	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64	3,64
Emi	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725	3,6725
Oma	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845	0,3845
Kuw	0,3067515	0,3066816	0,303912	0,2980115	0,2947	0,292	0,2901762	0,2842139	0,2688283	0,2877854	0,2866605	0,2759789	0,2799355	0,2835894	0,2845671	0,30085203
Bah	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376	0,376
Fra	1,0854008	1,11751	1,062551	0,8860341	0,805365	0,80412	0,7971408	0,730637	0,6826747	0,7198433	0,7550449	0,7193552	0,7782936	0,7531591	0,7537307	0,9016589
Ger	1,0854008	1,11751	1,062551	0,8860341	0,805365	0,80412	0,7971408	0,730637	0,6826747	0,7198433	0,7550449	0,7193552	0,7782936	0,7531591	0,7537307	0,9016589
Spa	1,0854008	1,11751	1,062551	0,8860341	0,805365	0,80412	0,7971408	0,730637	0,6826747	0,7198433	0,7550449	0,7193552	0,7782936	0,7531591	0,7537307	0,9016589
Eng	0,6609308	0,694655	0,667223	0,612472	0,54618	0,5499983	0,5434866	0,4997716	0,5439662	0,6419192	0,6471793	0,6241408	0,6330469	0,6396605	0,6077296	0,6545454
Ita	1,0854008	1,11751	1,062551	0,8860341	0,805365	0,80412	0,7971408	0,730637	0,6826747	0,7198433	0,7550449	0,7193552	0,7782936	0,7531591	0,7537307	0,9016589
Tur	0,6252185	1,2255880	1,507226	1,5008852	1,4255372	1,3435831	1,4284534	1,3029309	1,301521	1,5499597	1,5028483	1,6749545	1,7960009	1,9037682	2,1885424	2,7200085
Swi	1,688842	1,687615	1,55860	1,346650	1,243495	1,2451766	1,2538433	1,200365	1,08309	1,0881416	1,0429056	0,8880420	0,9376844	0,9269035	0,91615104	0,96238132
Bel	1,0854008	1,11751	1,062551	0,8860341	0,805365	0,80412	0,7971408	0,730637	0,6826747	0,7198433	0,7550449	0,7193552	0,7782936	0,7531591	0,7537307	0,9016589
Hol	1,0854008	1,11751	1,062551	0,8860341	0,805365	0,80412	0,7971408	0,730637	0,6826747	0,7198433	0,7550449	0,7193552	0,7782936	0,7531591	0,7537307	0,9016589
Ast	1,0854008	1,11751	1,062551	0,8860341	0,805365	0,80412	0,7971408	0,730637	0,6826747	0,7198433	0,7550449	0,7193552	0,7782936	0,7531591	0,7537307	0,9016589
Por	1,0854008	1,11751	1,062551	0,8860341	0,805365	0,80412	0,7971408	0,730637	0,6826747	0,7198433	0,7550449	0,7193552	0,7782936	0,7531591	0,7537307	0,9016589
Grc	1,0854008	1,11751	1,062551	0,8860341	0,805365	0,80412	0,7971408	0,730637	0,6826747	0,7198433	0,7550449	0,7193552	0,7782936	0,7531591	0,7537307	0,9016589
USA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Can	1,48511	1,5487608	1,569318	1,4010516	1,3010191	1,2117633	1,1343633	1,0740991	1,06704	1,1431005	1,0301627	0,9895306	0,9991883	1,0297965	1,1061049	1,2790979
Bra	1,8294231	2,3496317	2,920363	3,0774751	2,9251194	2,4343900	2,1753266	1,9470583	1,8337666	1,9994281	1,7592267	1,6728287	1,9530686	2,1560891	2,3529519	3,3269043
Jap	107,76549	121,52894	125,3880	115,93346	108,19256	110,21821	116,29931	117,75352	103,35949	93,570089	87,779875	79,807019	79,790455	97,595658	105,94478	121,04402
Aus	1,724826	1,933442	1,840562	1,541914	1,359752	1,3094733	1,3279734	1,195072	1,1921783	1,2821888	1,0901594	0,96946320	0,9658010	1,035843	1,1093632	1,3310902

Source: Word Bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator>.

* بيانات سعر صرف العملات مقابل الدولار الأمريكي هي بيانات أولية لحساب متغير سعر الصرف الحقيقي لعملة الجزائر وتونس مقابل عملات الدول المصدرة للسياح إليهما.

الملحق 36: تابع

رابعا: المسافة، اللغة، الحدود المشتركة، الماضي الإستعماري								الدول
بالنسبة لتونس				بالنسبة للجزائر				
م. إستعماري	ح. المشتركة	اللغة	المسافة (كم)	م. إستعماري	ح. المشتركة	اللغة	المسافة (كم)	
0	1	1	642.7219	/	/	/	/	Alg
/	/	/	/	0	1	1	642.7219	Tun
0	0	1	1576.486	0	1	1	945.4926	Mor
0	1	1	527.665	0	1	1	1030.455	Lib
0	0	1	3297.487	0	1	1	2786.953	Mau
0	0	1	2088.653	0	0	1	2718.831	Egp
0	0	1	2311.946	0	0	1	2954.492	Leb
0	0	1	2415.71	0	0	1	3057.617	Jor
0	0	1	3722.393	0	0	1	4358.675	Sau
0	0	1	4116.375	0	0	1	4709.2	Yem
0	0	1	4109.62	0	0	1	4750.869	Qat
0	0	1	4406.945	0	0	1	5048.766	Emi
0	0	1	4827.421	0	0	1	5469.943	Oma
0	0	1	3596.327	0	0	1	4239.049	Kuw
0	0	1	3980.392	0	0	1	4622.148	Bah
1	0	1	1483.828	1	0	1	1340.39	Fra
0	0	0	1765.166	0	0	0	1927.453	Ger
0	0	0	1273.835	0	0	0	706.8757	Spa
0	0	0	1826.619	0	0	0	1651.441	Eng
0	0	0	595.3532	0	0	0	991.1346	Ita
1	0	0	1998.929	1	0	0	2614.675	Tur
0	0	1	1149.141	0	0	1	1183.855	Swi
0	0	1	1626.512	0	0	1	1561.883	Bel
0	0	0	1776.441	0	0	0	1733.388	Hol
0	0	0	1362.566	0	0	0	1670.577	Ast
0	0	0	1711.928	0	0	0	1087.167	Por
0	0	0	1200.805	0	0	0	1833.582	Grc
0	0	0	7347.75	0	0	0	6792.216	USA
0	0	1	6919.073	0	0	1	6402.091	Can
0	0	0	8447.175	0	0	0	7922.073	Bra
0	0	0	10427.62	0	0	0	10810.22	Jap
0	0	0	16362.34	0	0	0	16998.09	Aus

Source: Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII), Site: http://www.cepii.fr/cepii/fr/bdd_modele/bdd.asp.

الملحق 36: تابع

خامسا: عدد مستخدمي الإنترنت، الأزمات الداخلية، الأزمات الخارجية						السنوات
بالنسبة لتونس			بالنسبة للجزائر			
أ. الخارجية	أ. الداخلية	م. الإنترنت	أ. الخارجية	أ. الداخلية	م. الإنترنت	
0	0	266728	0	0	152800	2000
1	0	420785	1	0	205349	2001
0	1	517877	0	0	508721	2002
1	0	645085	1	0	712877	2003
0	0	836470	0	0	1520080	2004
0	0	975900	0	0	1944045	2005
0	0	1324478	0	0	2492810	2006
0	1	1760973	0	1	3241357	2007
0	0	2865140	0	1	3548821	2008
1	0	3584789	1	0	3982805	2009
0	0	3915495	0	0	4514705	2010
0	1	4207734	0	1	5486114	2011
0	1	4511435	0	0	6836984	2012
0	1	4824376	0	1	8626176	2013
0	1	5144028	0	1	11538427	2014
0	1	5469980	0	0	15230924	2015

Source: Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII), Site: http://www.cepii.fr/cepii/fr/bdd_modele/bdd.asp.

الملحق 37: مخرجات نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب السياحي في الجزائر للفترة (2000-2015)

نموذج التأثيرات العشوائية	نموذج التأثيرات الثابتة	النموذج التجميعي																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects) Date: 12/11/17 Time: 12:14 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 31 Total pool (balanced) observations: 496 Swamy and Arora estimator of component variances</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.231108</td><td>0.110489</td><td>2.091687</td><td>0.0370</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.488734</td><td>0.107393</td><td>4.550876</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.165070</td><td>0.222391</td><td>-0.742252</td><td>0.4583</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.138946</td><td>0.241616</td><td>-0.575070</td><td>0.5655</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>-0.302876</td><td>1.242172</td><td>-0.243828</td><td>0.8075</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.317497</td><td>0.122192</td><td>2.598347</td><td>0.0097</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-1.328356</td><td>0.211840</td><td>-6.270550</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>0.416705</td><td>0.373954</td><td>1.114322</td><td>0.2657</td></tr> <tr><td>BORD?</td><td>1.593373</td><td>0.557775</td><td>2.865624</td><td>0.0043</td></tr> <tr><td>COLONY?</td><td>2.014843</td><td>0.629898</td><td>3.198662</td><td>0.0015</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.007410</td><td>0.056012</td><td>-0.132288</td><td>0.8948</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.050273</td><td>0.061272</td><td>0.820485</td><td>0.4123</td></tr> <tr><td>C</td><td>6.600228</td><td>12.29298</td><td>0.536910</td><td>0.5916</td></tr> </tbody> </table> <p>Random Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_TUN-C</td><td>1.572569</td></tr> <tr><td>_MOR-C</td><td>-1.206926</td></tr> <tr><td>_LIB-C</td><td>-0.112079</td></tr> <tr><td>_MAU-C</td><td>-0.253564</td></tr> <tr><td>_EGP-C</td><td>0.846497</td></tr> <tr><td>_LEB-C</td><td>0.327708</td></tr> <tr><td>_JOR-C</td><td>1.181529</td></tr> <tr><td>_SAU-C</td><td>-0.064547</td></tr> <tr><td>_YEM-C</td><td>-0.579689</td></tr> <tr><td>_QAT-C</td><td>-0.246637</td></tr> <tr><td>_EMI-C</td><td>-1.039913</td></tr> <tr><td>_OMA-C</td><td>-0.821332</td></tr> <tr><td>_KUW-C</td><td>-0.734123</td></tr> <tr><td>_BAH-C</td><td>-0.370693</td></tr> <tr><td>_FRA-C</td><td>0.531209</td></tr> <tr><td>_GER-C</td><td>0.599115</td></tr> <tr><td>_SPA-C</td><td>0.222711</td></tr> <tr><td>_ENG-C</td><td>0.325925</td></tr> <tr><td>_ITA-C</td><td>0.503258</td></tr> <tr><td>_TUR-C</td><td>-0.531209</td></tr> <tr><td>_SWI-C</td><td>-0.535123</td></tr> <tr><td>_BEL-C</td><td>0.396179</td></tr> <tr><td>_HOL-C</td><td>-0.861719</td></tr> <tr><td>_AST-C</td><td>-0.510476</td></tr> <tr><td>_POR-C</td><td>-0.118799</td></tr> <tr><td>_GRC-C</td><td>-0.935245</td></tr> <tr><td>_USA-C</td><td>0.647494</td></tr> <tr><td>_CAN-C</td><td>1.109935</td></tr> <tr><td>_BRA-C</td><td>-1.096980</td></tr> <tr><td>_JAP-C</td><td>0.499289</td></tr> <tr><td>_AUS-C</td><td>1.156637</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section random</td> <td>0.810133</td> <td>0.7388</td> </tr> <tr> <td>Idiosyncratic random</td> <td>0.481732</td> <td>0.2612</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.550881</td> <td>Mean dependent var</td> <td>1.139370</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.539723</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>0.715547</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.485454</td> <td>Sum squared resid</td> <td>113.8266</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>49.36985</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>1.219983</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.231108	0.110489	2.091687	0.0370	LNPOP?	0.488734	0.107393	4.550876	0.0000	LNRP?	-0.165070	0.222391	-0.742252	0.4583	LNREX?	-0.138946	0.241616	-0.575070	0.5655	LNHB?	-0.302876	1.242172	-0.243828	0.8075	LNNU?	0.317497	0.122192	2.598347	0.0097	LNDIST?	-1.328356	0.211840	-6.270550	0.0000	LANG?	0.416705	0.373954	1.114322	0.2657	BORD?	1.593373	0.557775	2.865624	0.0043	COLONY?	2.014843	0.629898	3.198662	0.0015	INTC?	-0.007410	0.056012	-0.132288	0.8948	EXTC?	0.050273	0.061272	0.820485	0.4123	C	6.600228	12.29298	0.536910	0.5916	_TUN-C	1.572569	_MOR-C	-1.206926	_LIB-C	-0.112079	_MAU-C	-0.253564	_EGP-C	0.846497	_LEB-C	0.327708	_JOR-C	1.181529	_SAU-C	-0.064547	_YEM-C	-0.579689	_QAT-C	-0.246637	_EMI-C	-1.039913	_OMA-C	-0.821332	_KUW-C	-0.734123	_BAH-C	-0.370693	_FRA-C	0.531209	_GER-C	0.599115	_SPA-C	0.222711	_ENG-C	0.325925	_ITA-C	0.503258	_TUR-C	-0.531209	_SWI-C	-0.535123	_BEL-C	0.396179	_HOL-C	-0.861719	_AST-C	-0.510476	_POR-C	-0.118799	_GRC-C	-0.935245	_USA-C	0.647494	_CAN-C	1.109935	_BRA-C	-1.096980	_JAP-C	0.499289	_AUS-C	1.156637	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section random	0.810133	0.7388	Idiosyncratic random	0.481732	0.2612	Weighted Statistics				R-squared	0.550881	Mean dependent var	1.139370	Adjusted R-squared	0.539723	S.D. dependent var	0.715547	S.E. of regression	0.485454	Sum squared resid	113.8266	F-statistic	49.36985	Durbin-Watson stat	1.219983	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section weights) Date: 12/11/17 Time: 10:45 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 31 Total pool (balanced) observations: 496 Linear estimation after one-step weighting matrix</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.124987</td><td>0.081677</td><td>1.530266</td><td>0.1266</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.301200</td><td>0.154378</td><td>1.951060</td><td>0.0517</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.215827</td><td>0.197966</td><td>-1.090223</td><td>0.2762</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.273435</td><td>0.100638</td><td>2.717019</td><td>0.0068</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>-1.439775</td><td>0.659571</td><td>-2.182895</td><td>0.0296</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.445681</td><td>0.064572</td><td>6.902086</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>BORD?</td><td>0.009475</td><td>0.029352</td><td>0.322798</td><td>0.7470</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.050435</td><td>0.032027</td><td>1.574743</td><td>0.1160</td></tr> <tr><td>C</td><td>12.26926</td><td>6.512349</td><td>1.883999</td><td>0.0602</td></tr> </tbody> </table> <p>Fixed Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_TUN-C</td><td>4.724114</td></tr> <tr><td>_MOR-C</td><td>1.325531</td></tr> <tr><td>_LIB-C</td><td>2.372222</td></tr> <tr><td>_MAU-C</td><td>-0.020585</td></tr> <tr><td>_EGP-C</td><td>0.663374</td></tr> <tr><td>_LEB-C</td><td>-1.060747</td></tr> <tr><td>_JOR-C</td><td>0.632536</td></tr> <tr><td>_SAU-C</td><td>-0.866054</td></tr> <tr><td>_YEM-C</td><td>-2.253754</td></tr> <tr><td>_QAT-C</td><td>-1.593711</td></tr> <tr><td>_EMI-C</td><td>-2.226905</td></tr> <tr><td>_OMA-C</td><td>-2.108647</td></tr> <tr><td>_KUW-C</td><td>-1.554660</td></tr> <tr><td>_BAH-C</td><td>-1.598192</td></tr> <tr><td>_FRA-C</td><td>3.747082</td></tr> <tr><td>_GER-C</td><td>1.054161</td></tr> <tr><td>_SPA-C</td><td>1.809734</td></tr> <tr><td>_ENG-C</td><td>0.867881</td></tr> <tr><td>_ITA-C</td><td>1.657434</td></tr> <tr><td>_TUR-C</td><td>1.186405</td></tr> <tr><td>_SWI-C</td><td>0.428675</td></tr> <tr><td>_BEL-C</td><td>1.063992</td></tr> <tr><td>_HOL-C</td><td>-0.886049</td></tr> <tr><td>_AST-C</td><td>-0.413863</td></tr> <tr><td>_POR-C</td><td>0.518589</td></tr> <tr><td>_GRC-C</td><td>-0.976995</td></tr> <tr><td>_USA-C</td><td>-0.421752</td></tr> <tr><td>_CAN-C</td><td>0.084823</td></tr> <tr><td>_BRA-C</td><td>-2.786108</td></tr> <tr><td>_JAP-C</td><td>-1.900074</td></tr> <tr><td>_AUS-C</td><td>-1.668459</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section fixed (dummy variables)</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.974952</td> <td>Mean dependent var</td> <td>13.26223</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.972869</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>8.529402</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.468763</td> <td>Sum squared resid</td> <td>100.4206</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>468.1026</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>0.802851</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.124987	0.081677	1.530266	0.1266	LNPOP?	0.301200	0.154378	1.951060	0.0517	LNRP?	-0.215827	0.197966	-1.090223	0.2762	LNREX?	0.273435	0.100638	2.717019	0.0068	LNHB?	-1.439775	0.659571	-2.182895	0.0296	LNNU?	0.445681	0.064572	6.902086	0.0000	BORD?	0.009475	0.029352	0.322798	0.7470	EXTC?	0.050435	0.032027	1.574743	0.1160	C	12.26926	6.512349	1.883999	0.0602	_TUN-C	4.724114	_MOR-C	1.325531	_LIB-C	2.372222	_MAU-C	-0.020585	_EGP-C	0.663374	_LEB-C	-1.060747	_JOR-C	0.632536	_SAU-C	-0.866054	_YEM-C	-2.253754	_QAT-C	-1.593711	_EMI-C	-2.226905	_OMA-C	-2.108647	_KUW-C	-1.554660	_BAH-C	-1.598192	_FRA-C	3.747082	_GER-C	1.054161	_SPA-C	1.809734	_ENG-C	0.867881	_ITA-C	1.657434	_TUR-C	1.186405	_SWI-C	0.428675	_BEL-C	1.063992	_HOL-C	-0.886049	_AST-C	-0.413863	_POR-C	0.518589	_GRC-C	-0.976995	_USA-C	-0.421752	_CAN-C	0.084823	_BRA-C	-2.786108	_JAP-C	-1.900074	_AUS-C	-1.668459	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section fixed (dummy variables)			Weighted Statistics				R-squared	0.974952	Mean dependent var	13.26223	Adjusted R-squared	0.972869	S.D. dependent var	8.529402	S.E. of regression	0.468763	Sum squared resid	100.4206	F-statistic	468.1026	Durbin-Watson stat	0.802851	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled Least Squares Date: 12/11/17 Time: 10:12 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 31 Total pool (balanced) observations: 496</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.270706</td><td>0.047040</td><td>5.754761</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.720245</td><td>0.034918</td><td>20.62695</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.563340</td><td>0.289804</td><td>-1.943864</td><td>0.0525</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.136781</td><td>0.023771</td><td>5.754118</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>-0.242896</td><td>2.199246</td><td>-0.110445</td><td>0.9121</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.292183</td><td>0.218492</td><td>1.337270</td><td>0.1818</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-1.324762</td><td>0.056645</td><td>-23.38711</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>0.849665</td><td>0.106916</td><td>7.947049</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>BORD?</td><td>1.655207</td><td>0.157442</td><td>10.51315</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>COLONY?</td><td>1.735115</td><td>0.170547</td><td>10.17382</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.018660</td><td>0.098699</td><td>-0.189065</td><td>0.8501</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.047689</td><td>0.109746</td><td>0.434543</td><td>0.6641</td></tr> <tr><td>C</td><td>1.705621</td><td>21.79729</td><td>0.078249</td><td>0.9377</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.806138</td> <td>Mean dependent var</td> <td>7.748585</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.801322</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>1.938581</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.864091</td> <td>Akaike info criterion</td> <td>2.571582</td> </tr> <tr> <td>Sum squared resid</td> <td>360.6333</td> <td>Schwarz criterion</td> <td>2.681835</td> </tr> <tr> <td>Log likelihood</td> <td>-624.7524</td> <td>Hannan-Quinn criter.</td> <td>2.614860</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>167.3719</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>0.384952</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.270706	0.047040	5.754761	0.0000	LNPOP?	0.720245	0.034918	20.62695	0.0000	LNRP?	-0.563340	0.289804	-1.943864	0.0525	LNREX?	0.136781	0.023771	5.754118	0.0000	LNHB?	-0.242896	2.199246	-0.110445	0.9121	LNNU?	0.292183	0.218492	1.337270	0.1818	LNDIST?	-1.324762	0.056645	-23.38711	0.0000	LANG?	0.849665	0.106916	7.947049	0.0000	BORD?	1.655207	0.157442	10.51315	0.0000	COLONY?	1.735115	0.170547	10.17382	0.0000	INTC?	-0.018660	0.098699	-0.189065	0.8501	EXTC?	0.047689	0.109746	0.434543	0.6641	C	1.705621	21.79729	0.078249	0.9377	R-squared	0.806138	Mean dependent var	7.748585	Adjusted R-squared	0.801322	S.D. dependent var	1.938581	S.E. of regression	0.864091	Akaike info criterion	2.571582	Sum squared resid	360.6333	Schwarz criterion	2.681835	Log likelihood	-624.7524	Hannan-Quinn criter.	2.614860	F-statistic	167.3719	Durbin-Watson stat	0.384952	Prob(F-statistic)	0.000000		
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNGNIPC?	0.231108	0.110489	2.091687	0.0370																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNPOP?	0.488734	0.107393	4.550876	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNRP?	-0.165070	0.222391	-0.742252	0.4583																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNREX?	-0.138946	0.241616	-0.575070	0.5655																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNHB?	-0.302876	1.242172	-0.243828	0.8075																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNNU?	0.317497	0.122192	2.598347	0.0097																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNDIST?	-1.328356	0.211840	-6.270550	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LANG?	0.416705	0.373954	1.114322	0.2657																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
BORD?	1.593373	0.557775	2.865624	0.0043																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
COLONY?	2.014843	0.629898	3.198662	0.0015																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
INTC?	-0.007410	0.056012	-0.132288	0.8948																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
EXTC?	0.050273	0.061272	0.820485	0.4123																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C	6.600228	12.29298	0.536910	0.5916																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
_TUN-C	1.572569																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_MOR-C	-1.206926																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_LIB-C	-0.112079																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_MAU-C	-0.253564																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_EGP-C	0.846497																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_LEB-C	0.327708																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_JOR-C	1.181529																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SAU-C	-0.064547																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_YEM-C	-0.579689																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_QAT-C	-0.246637																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_EMI-C	-1.039913																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_OMA-C	-0.821332																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_KUW-C	-0.734123																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BAH-C	-0.370693																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_FRA-C	0.531209																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_GER-C	0.599115																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SPA-C	0.222711																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_ENG-C	0.325925																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_ITA-C	0.503258																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_TUR-C	-0.531209																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SWI-C	-0.535123																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BEL-C	0.396179																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_HOL-C	-0.861719																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_AST-C	-0.510476																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_POR-C	-0.118799																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_GRC-C	-0.935245																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_USA-C	0.647494																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_CAN-C	1.109935																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BRA-C	-1.096980																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_JAP-C	0.499289																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_AUS-C	1.156637																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Cross-section random	0.810133	0.7388																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Idiosyncratic random	0.481732	0.2612																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
R-squared	0.550881	Mean dependent var	1.139370																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Adjusted R-squared	0.539723	S.D. dependent var	0.715547																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
S.E. of regression	0.485454	Sum squared resid	113.8266																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
F-statistic	49.36985	Durbin-Watson stat	1.219983																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNGNIPC?	0.124987	0.081677	1.530266	0.1266																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNPOP?	0.301200	0.154378	1.951060	0.0517																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNRP?	-0.215827	0.197966	-1.090223	0.2762																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNREX?	0.273435	0.100638	2.717019	0.0068																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNHB?	-1.439775	0.659571	-2.182895	0.0296																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNNU?	0.445681	0.064572	6.902086	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
BORD?	0.009475	0.029352	0.322798	0.7470																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
EXTC?	0.050435	0.032027	1.574743	0.1160																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C	12.26926	6.512349	1.883999	0.0602																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
_TUN-C	4.724114																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_MOR-C	1.325531																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_LIB-C	2.372222																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_MAU-C	-0.020585																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_EGP-C	0.663374																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_LEB-C	-1.060747																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_JOR-C	0.632536																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SAU-C	-0.866054																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_YEM-C	-2.253754																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_QAT-C	-1.593711																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_EMI-C	-2.226905																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_OMA-C	-2.108647																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_KUW-C	-1.554660																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BAH-C	-1.598192																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_FRA-C	3.747082																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_GER-C	1.054161																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SPA-C	1.809734																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_ENG-C	0.867881																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_ITA-C	1.657434																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_TUR-C	1.186405																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SWI-C	0.428675																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BEL-C	1.063992																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_HOL-C	-0.886049																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_AST-C	-0.413863																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_POR-C	0.518589																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_GRC-C	-0.976995																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_USA-C	-0.421752																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_CAN-C	0.084823																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BRA-C	-2.786108																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_JAP-C	-1.900074																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_AUS-C	-1.668459																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Cross-section fixed (dummy variables)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
R-squared	0.974952	Mean dependent var	13.26223																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Adjusted R-squared	0.972869	S.D. dependent var	8.529402																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
S.E. of regression	0.468763	Sum squared resid	100.4206																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
F-statistic	468.1026	Durbin-Watson stat	0.802851																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNGNIPC?	0.270706	0.047040	5.754761	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNPOP?	0.720245	0.034918	20.62695	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNRP?	-0.563340	0.289804	-1.943864	0.0525																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNREX?	0.136781	0.023771	5.754118	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNHB?	-0.242896	2.199246	-0.110445	0.9121																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNNU?	0.292183	0.218492	1.337270	0.1818																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNDIST?	-1.324762	0.056645	-23.38711	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LANG?	0.849665	0.106916	7.947049	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
BORD?	1.655207	0.157442	10.51315	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
COLONY?	1.735115	0.170547	10.17382	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
INTC?	-0.018660	0.098699	-0.189065	0.8501																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
EXTC?	0.047689	0.109746	0.434543	0.6641																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C	1.705621	21.79729	0.078249	0.9377																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
R-squared	0.806138	Mean dependent var	7.748585																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Adjusted R-squared	0.801322	S.D. dependent var	1.938581																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
S.E. of regression	0.864091	Akaike info criterion	2.571582																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Sum squared resid	360.6333	Schwarz criterion	2.681835																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Log likelihood	-624.7524	Hannan-Quinn criter.	2.614860																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
F-statistic	167.3719	Durbin-Watson stat	0.384952																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

الملحق 38: مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأوروبي في الجزائر للفترة (2000-2015)

نموذج التأثيرات العشوائية	نموذج التأثيرات الثابتة	النموذج التجميعي																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects) Date: 12/11/17 Time: 11:21 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 12 Total pool (balanced) observations: 192 Swamy and Arora estimator of component variances</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>-0.122828</td><td>0.285038</td><td>-0.430918</td><td>0.6670</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>1.061655</td><td>0.156453</td><td>6.785770</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-1.367848</td><td>0.897573</td><td>-1.523941</td><td>0.1293</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.350362</td><td>0.461098</td><td>-0.759844</td><td>0.4483</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>2.125492</td><td>2.410008</td><td>0.881944</td><td>0.3790</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.115187</td><td>0.241498</td><td>0.476970</td><td>0.6340</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-1.417945</td><td>0.378129</td><td>-3.749899</td><td>0.0002</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>1.379616</td><td>0.382062</td><td>3.610976</td><td>0.0004</td></tr> <tr><td>COLONY?</td><td>1.177158</td><td>0.516351</td><td>2.279763</td><td>0.0238</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.052692</td><td>0.106746</td><td>-0.493623</td><td>0.6222</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.109170</td><td>0.117221</td><td>0.931311</td><td>0.3529</td></tr> <tr><td>C</td><td>-25.95293</td><td>24.34768</td><td>-1.065930</td><td>0.2879</td></tr> </tbody> </table> <p>Random Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_FRA-C</td><td>0.074766</td></tr> <tr><td>_GER-C</td><td>0.244821</td></tr> <tr><td>_SPA-C</td><td>-0.211297</td></tr> <tr><td>_ENG-C</td><td>-0.060821</td></tr> <tr><td>_ITA-C</td><td>0.137426</td></tr> <tr><td>_TUR-C</td><td>-0.074766</td></tr> <tr><td>_SWI-C</td><td>-0.225887</td></tr> <tr><td>_BEL-C</td><td>0.151121</td></tr> <tr><td>_HOL-C</td><td>-0.298667</td></tr> <tr><td>_AST-C</td><td>0.320172</td></tr> <tr><td>_POR-C</td><td>0.281337</td></tr> <tr><td>_GRC-C</td><td>-0.338204</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section random</td> <td>0.347762</td> <td>0.2685</td> </tr> <tr> <td>Idiosyncratic random</td> <td>0.574014</td> <td>0.7315</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.581448</td> <td>Mean dependent var</td> <td>3.259694</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.555870</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>0.868040</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.578489</td> <td>Sum squared resid</td> <td>60.23692</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>22.73219</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>1.624345</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	-0.122828	0.285038	-0.430918	0.6670	LNPOP?	1.061655	0.156453	6.785770	0.0000	LNRP?	-1.367848	0.897573	-1.523941	0.1293	LNREX?	-0.350362	0.461098	-0.759844	0.4483	LNHB?	2.125492	2.410008	0.881944	0.3790	LNNU?	0.115187	0.241498	0.476970	0.6340	LNDIST?	-1.417945	0.378129	-3.749899	0.0002	LANG?	1.379616	0.382062	3.610976	0.0004	COLONY?	1.177158	0.516351	2.279763	0.0238	INTC?	-0.052692	0.106746	-0.493623	0.6222	EXTC?	0.109170	0.117221	0.931311	0.3529	C	-25.95293	24.34768	-1.065930	0.2879	_FRA-C	0.074766	_GER-C	0.244821	_SPA-C	-0.211297	_ENG-C	-0.060821	_ITA-C	0.137426	_TUR-C	-0.074766	_SWI-C	-0.225887	_BEL-C	0.151121	_HOL-C	-0.298667	_AST-C	0.320172	_POR-C	0.281337	_GRC-C	-0.338204	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section random	0.347762	0.2685	Idiosyncratic random	0.574014	0.7315	Weighted Statistics				R-squared	0.581448	Mean dependent var	3.259694	Adjusted R-squared	0.555870	S.D. dependent var	0.868040	S.E. of regression	0.578489	Sum squared resid	60.23692	F-statistic	22.73219	Durbin-Watson stat	1.624345	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section weights) Date: 12/11/17 Time: 11:51 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 12 Total pool (balanced) observations: 192 Linear estimation after one-step weighting matrix</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.187158</td><td>0.154894</td><td>1.208300</td><td>0.2286</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>-3.421579</td><td>0.960182</td><td>-3.563469</td><td>0.0005</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>0.243195</td><td>0.499351</td><td>0.487023</td><td>0.6269</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.642496</td><td>0.260996</td><td>2.461706</td><td>0.0148</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>-0.244058</td><td>0.905608</td><td>-0.269497</td><td>0.7879</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.392726</td><td>0.088279</td><td>4.448676</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>0.022951</td><td>0.038318</td><td>0.598970</td><td>0.5500</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.095254</td><td>0.042032</td><td>2.266240</td><td>0.0247</td></tr> <tr><td>C</td><td>64.91348</td><td>15.99795</td><td>4.057612</td><td>0.0001</td></tr> </tbody> </table> <p>Fixed Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_FRA-C</td><td>6.223996</td></tr> <tr><td>_GER-C</td><td>4.444808</td></tr> <tr><td>_SPA-C</td><td>4.170270</td></tr> <tr><td>_ENG-C</td><td>3.314218</td></tr> <tr><td>_ITA-C</td><td>3.818611</td></tr> <tr><td>_TUR-C</td><td>3.860233</td></tr> <tr><td>_SWI-C</td><td>-5.160611</td></tr> <tr><td>_BEL-C</td><td>-3.114709</td></tr> <tr><td>_HOL-C</td><td>-3.274571</td></tr> <tr><td>_AST-C</td><td>-5.548786</td></tr> <tr><td>_POR-C</td><td>-3.699494</td></tr> <tr><td>_GRC-C</td><td>-5.033966</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section fixed (dummy variables)</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.976099</td> <td>Mean dependent var</td> <td>19.88384</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.973459</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>12.80730</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.532256</td> <td>Sum squared resid</td> <td>48.72694</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>369.7054</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>0.762707</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.187158	0.154894	1.208300	0.2286	LNPOP?	-3.421579	0.960182	-3.563469	0.0005	LNRP?	0.243195	0.499351	0.487023	0.6269	LNREX?	0.642496	0.260996	2.461706	0.0148	LNHB?	-0.244058	0.905608	-0.269497	0.7879	LNNU?	0.392726	0.088279	4.448676	0.0000	INTC?	0.022951	0.038318	0.598970	0.5500	EXTC?	0.095254	0.042032	2.266240	0.0247	C	64.91348	15.99795	4.057612	0.0001	_FRA-C	6.223996	_GER-C	4.444808	_SPA-C	4.170270	_ENG-C	3.314218	_ITA-C	3.818611	_TUR-C	3.860233	_SWI-C	-5.160611	_BEL-C	-3.114709	_HOL-C	-3.274571	_AST-C	-5.548786	_POR-C	-3.699494	_GRC-C	-5.033966	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section fixed (dummy variables)			Weighted Statistics				R-squared	0.976099	Mean dependent var	19.88384	Adjusted R-squared	0.973459	S.D. dependent var	12.80730	S.E. of regression	0.532256	Sum squared resid	48.72694	F-statistic	369.7054	Durbin-Watson stat	0.762707	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled Least Squares Date: 12/11/17 Time: 11:35 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 12 Total pool (balanced) observations: 192</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>-0.223753</td><td>0.160620</td><td>-1.393059</td><td>0.1653</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>1.062784</td><td>0.067269</td><td>15.79898</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-2.049044</td><td>0.536329</td><td>-3.820500</td><td>0.0002</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.654781</td><td>0.250892</td><td>-2.609814</td><td>0.0098</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>2.549926</td><td>2.606813</td><td>0.978177</td><td>0.3293</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.079809</td><td>0.257728</td><td>0.309661</td><td>0.7572</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-1.365660</td><td>0.160102</td><td>-8.529952</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>1.441130</td><td>0.180101</td><td>8.001785</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>COLONY?</td><td>1.205744</td><td>0.241101</td><td>5.000988</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.044026</td><td>0.115412</td><td>-0.381472</td><td>0.7033</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.108738</td><td>0.127974</td><td>0.849690</td><td>0.3966</td></tr> <tr><td>C</td><td>-31.00002</td><td>25.93977</td><td>-1.195077</td><td>0.2336</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.849877</td> <td>Mean dependent var</td> <td>8.545582</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.840702</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>1.570369</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.626767</td> <td>Akaike info criterion</td> <td>1.963979</td> </tr> <tr> <td>Sum squared resid</td> <td>70.71072</td> <td>Schwarz criterion</td> <td>2.167572</td> </tr> <tr> <td>Log likelihood</td> <td>-176.5420</td> <td>Hannan-Quinn criter.</td> <td>2.046436</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>92.63762</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>1.390761</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	-0.223753	0.160620	-1.393059	0.1653	LNPOP?	1.062784	0.067269	15.79898	0.0000	LNRP?	-2.049044	0.536329	-3.820500	0.0002	LNREX?	-0.654781	0.250892	-2.609814	0.0098	LNHB?	2.549926	2.606813	0.978177	0.3293	LNNU?	0.079809	0.257728	0.309661	0.7572	LNDIST?	-1.365660	0.160102	-8.529952	0.0000	LANG?	1.441130	0.180101	8.001785	0.0000	COLONY?	1.205744	0.241101	5.000988	0.0000	INTC?	-0.044026	0.115412	-0.381472	0.7033	EXTC?	0.108738	0.127974	0.849690	0.3966	C	-31.00002	25.93977	-1.195077	0.2336	R-squared	0.849877	Mean dependent var	8.545582	Adjusted R-squared	0.840702	S.D. dependent var	1.570369	S.E. of regression	0.626767	Akaike info criterion	1.963979	Sum squared resid	70.71072	Schwarz criterion	2.167572	Log likelihood	-176.5420	Hannan-Quinn criter.	2.046436	F-statistic	92.63762	Durbin-Watson stat	1.390761	Prob(F-statistic)	0.000000		
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNGNIPC?	-0.122828	0.285038	-0.430918	0.6670																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNPOP?	1.061655	0.156453	6.785770	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNRP?	-1.367848	0.897573	-1.523941	0.1293																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNREX?	-0.350362	0.461098	-0.759844	0.4483																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNHB?	2.125492	2.410008	0.881944	0.3790																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNNU?	0.115187	0.241498	0.476970	0.6340																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNDIST?	-1.417945	0.378129	-3.749899	0.0002																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LANG?	1.379616	0.382062	3.610976	0.0004																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
COLONY?	1.177158	0.516351	2.279763	0.0238																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
INTC?	-0.052692	0.106746	-0.493623	0.6222																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
EXTC?	0.109170	0.117221	0.931311	0.3529																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
C	-25.95293	24.34768	-1.065930	0.2879																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
_FRA-C	0.074766																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_GER-C	0.244821																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_SPA-C	-0.211297																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_ENG-C	-0.060821																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_ITA-C	0.137426																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_TUR-C	-0.074766																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_SWI-C	-0.225887																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_BEL-C	0.151121																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_HOL-C	-0.298667																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_AST-C	0.320172																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_POR-C	0.281337																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_GRC-C	-0.338204																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Cross-section random	0.347762	0.2685																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Idiosyncratic random	0.574014	0.7315																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
R-squared	0.581448	Mean dependent var	3.259694																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Adjusted R-squared	0.555870	S.D. dependent var	0.868040																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
S.E. of regression	0.578489	Sum squared resid	60.23692																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
F-statistic	22.73219	Durbin-Watson stat	1.624345																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNGNIPC?	0.187158	0.154894	1.208300	0.2286																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNPOP?	-3.421579	0.960182	-3.563469	0.0005																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNRP?	0.243195	0.499351	0.487023	0.6269																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNREX?	0.642496	0.260996	2.461706	0.0148																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNHB?	-0.244058	0.905608	-0.269497	0.7879																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNNU?	0.392726	0.088279	4.448676	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
INTC?	0.022951	0.038318	0.598970	0.5500																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
EXTC?	0.095254	0.042032	2.266240	0.0247																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
C	64.91348	15.99795	4.057612	0.0001																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
_FRA-C	6.223996																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_GER-C	4.444808																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_SPA-C	4.170270																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_ENG-C	3.314218																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_ITA-C	3.818611																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_TUR-C	3.860233																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_SWI-C	-5.160611																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_BEL-C	-3.114709																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_HOL-C	-3.274571																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_AST-C	-5.548786																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_POR-C	-3.699494																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_GRC-C	-5.033966																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Cross-section fixed (dummy variables)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
R-squared	0.976099	Mean dependent var	19.88384																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Adjusted R-squared	0.973459	S.D. dependent var	12.80730																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
S.E. of regression	0.532256	Sum squared resid	48.72694																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
F-statistic	369.7054	Durbin-Watson stat	0.762707																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNGNIPC?	-0.223753	0.160620	-1.393059	0.1653																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNPOP?	1.062784	0.067269	15.79898	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNRP?	-2.049044	0.536329	-3.820500	0.0002																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNREX?	-0.654781	0.250892	-2.609814	0.0098																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNHB?	2.549926	2.606813	0.978177	0.3293																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNNU?	0.079809	0.257728	0.309661	0.7572																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNDIST?	-1.365660	0.160102	-8.529952	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LANG?	1.441130	0.180101	8.001785	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
COLONY?	1.205744	0.241101	5.000988	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
INTC?	-0.044026	0.115412	-0.381472	0.7033																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
EXTC?	0.108738	0.127974	0.849690	0.3966																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
C	-31.00002	25.93977	-1.195077	0.2336																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
R-squared	0.849877	Mean dependent var	8.545582																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Adjusted R-squared	0.840702	S.D. dependent var	1.570369																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
S.E. of regression	0.626767	Akaike info criterion	1.963979																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Sum squared resid	70.71072	Schwarz criterion	2.167572																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Log likelihood	-176.5420	Hannan-Quinn criter.	2.046436																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
F-statistic	92.63762	Durbin-Watson stat	1.390761																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 9.

الملحق 39: مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي العربي في الجزائر للفترة (2000-2015)

نموذج التأثيرات العشوائية	نموذج التأثيرات الثابتة	النموذج التجميعي																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects) Date: 20/12/17 Time: 11:30 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 14 Total pool (balanced) observations: 224 Swamy and Arora estimator of component variances</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.043841</td><td>0.022883</td><td>1.915826</td><td>0.0567</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.161900</td><td>0.082097</td><td>1.972064</td><td>0.0499</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>0.244484</td><td>0.265113</td><td>0.922187</td><td>0.3575</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.112946</td><td>0.303673</td><td>0.371935</td><td>0.7103</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>0.879292</td><td>1.676700</td><td>0.524418</td><td>0.6005</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.295542</td><td>0.163774</td><td>1.804571</td><td>0.0726</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-3.351595</td><td>0.618718</td><td>-5.417002</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>BORD?</td><td>1.044742</td><td>0.260922</td><td>4.004041</td><td>0.0001</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>0.092974</td><td>0.076547</td><td>1.214594</td><td>0.2259</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.022030</td><td>0.082749</td><td>0.266224</td><td>0.7903</td></tr> <tr><td>C</td><td>18.89451</td><td>16.96982</td><td>1.113418</td><td>0.2668</td></tr> </tbody> </table> <p>Random Effects (Cross)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>_TUN-C</td><td>0.535570</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_MOR-C</td><td>-1.081210</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_LIB-C</td><td>-0.282193</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_MAU-C</td><td>0.827834</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_EGP-C</td><td>0.952292</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_LEB-C</td><td>-0.386252</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_JOR-C</td><td>0.591173</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_SAU-C</td><td>0.912304</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_YEM-C</td><td>-0.092180</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_QAT-C</td><td>-0.190415</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_EMI-C</td><td>-0.261722</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_OMA-C</td><td>-0.331921</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_KUW-C</td><td>-0.605500</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_BAH-C</td><td>-0.587778</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>Effects Specification</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Cross-section random</td><td>0.735959</td><td>0.7406</td></tr> <tr><td>Idiosyncratic random</td><td>0.435524</td><td>0.2594</td></tr> </tbody> </table> <p>Weighted Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>R-squared</td><td>0.673611</td><td>Mean dependent var</td><td>1.069336</td></tr> <tr><td>Adjusted R-squared</td><td>0.658288</td><td>S.D. dependent var</td><td>0.756049</td></tr> <tr><td>S.E. of regression</td><td>0.441957</td><td>Sum squared resid</td><td>41.60443</td></tr> <tr><td>F-statistic</td><td>43.95964</td><td>Durbin-Watson stat</td><td>0.923239</td></tr> <tr><td>Prob(F-statistic)</td><td>0.000000</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.043841	0.022883	1.915826	0.0567	LNPOP?	0.161900	0.082097	1.972064	0.0499	LNRP?	0.244484	0.265113	0.922187	0.3575	LNREX?	0.112946	0.303673	0.371935	0.7103	LNHB?	0.879292	1.676700	0.524418	0.6005	LNNU?	0.295542	0.163774	1.804571	0.0726	LNDIST?	-3.351595	0.618718	-5.417002	0.0000	BORD?	1.044742	0.260922	4.004041	0.0001	INTC?	0.092974	0.076547	1.214594	0.2259	EXTC?	0.022030	0.082749	0.266224	0.7903	C	18.89451	16.96982	1.113418	0.2668					_TUN-C	0.535570			_MOR-C	-1.081210			_LIB-C	-0.282193			_MAU-C	0.827834			_EGP-C	0.952292			_LEB-C	-0.386252			_JOR-C	0.591173			_SAU-C	0.912304			_YEM-C	-0.092180			_QAT-C	-0.190415			_EMI-C	-0.261722			_OMA-C	-0.331921			_KUW-C	-0.605500			_BAH-C	-0.587778				S.D.	Rho	Cross-section random	0.735959	0.7406	Idiosyncratic random	0.435524	0.2594					R-squared	0.673611	Mean dependent var	1.069336	Adjusted R-squared	0.658288	S.D. dependent var	0.756049	S.E. of regression	0.441957	Sum squared resid	41.60443	F-statistic	43.95964	Durbin-Watson stat	0.923239	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section weights) Date: 20/12/17 Time: 11:41 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 14 Total pool (balanced) observations: 224 Linear estimation after one-step weighting matrix</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.147112</td><td>0.118584</td><td>1.240579</td><td>0.2162</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>-0.283860</td><td>0.229264</td><td>-1.238136</td><td>0.2171</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.192676</td><td>0.265245</td><td>-0.726410</td><td>0.4684</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.251024</td><td>0.165289</td><td>-1.518696</td><td>0.1304</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>-0.433897</td><td>1.310176</td><td>-0.331175</td><td>0.7409</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.451613</td><td>0.129085</td><td>3.498574</td><td>0.0006</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>0.094916</td><td>0.059210</td><td>1.603029</td><td>0.1105</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.056928</td><td>0.063930</td><td>0.890485</td><td>0.3743</td></tr> <tr><td>C</td><td>8.059543</td><td>12.66976</td><td>0.636124</td><td>0.5254</td></tr> </tbody> </table> <p>Fixed Effects (Cross)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>_TUN-C</td><td>4.584423</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_MOR-C</td><td>2.827118</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_LIB-C</td><td>1.807796</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_MAU-C</td><td>1.914389</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_EGP-C</td><td>2.361318</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_LEB-C</td><td>1.944874</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_JOR-C</td><td>-0.164531</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_SAU-C</td><td>-0.013668</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_YEM-C</td><td>0.577551</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_QAT-C</td><td>-2.587871</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_EMI-C</td><td>-2.296772</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_OMA-C</td><td>-3.739085</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_KUW-C</td><td>-3.392376</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_BAH-C</td><td>-3.823167</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>Effects Specification</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Cross-section fixed (dummy variables)</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>Weighted Statistics</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>R-squared</td><td>0.970281</td><td>Mean dependent var</td><td>9.267976</td></tr> <tr><td>Adjusted R-squared</td><td>0.967191</td><td>S.D. dependent var</td><td>4.843818</td></tr> <tr><td>S.E. of regression</td><td>0.432683</td><td>Sum squared resid</td><td>37.81734</td></tr> <tr><td>F-statistic</td><td>314.0445</td><td>Durbin-Watson stat</td><td>0.952603</td></tr> <tr><td>Prob(F-statistic)</td><td>0.000000</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.147112	0.118584	1.240579	0.2162	LNPOP?	-0.283860	0.229264	-1.238136	0.2171	LNRP?	-0.192676	0.265245	-0.726410	0.4684	LNREX?	-0.251024	0.165289	-1.518696	0.1304	LNHB?	-0.433897	1.310176	-0.331175	0.7409	LNNU?	0.451613	0.129085	3.498574	0.0006	INTC?	0.094916	0.059210	1.603029	0.1105	EXTC?	0.056928	0.063930	0.890485	0.3743	C	8.059543	12.66976	0.636124	0.5254					_TUN-C	4.584423			_MOR-C	2.827118			_LIB-C	1.807796			_MAU-C	1.914389			_EGP-C	2.361318			_LEB-C	1.944874			_JOR-C	-0.164531			_SAU-C	-0.013668			_YEM-C	0.577551			_QAT-C	-2.587871			_EMI-C	-2.296772			_OMA-C	-3.739085			_KUW-C	-3.392376			_BAH-C	-3.823167						Cross-section fixed (dummy variables)							R-squared	0.970281	Mean dependent var	9.267976	Adjusted R-squared	0.967191	S.D. dependent var	4.843818	S.E. of regression	0.432683	Sum squared resid	37.81734	F-statistic	314.0445	Durbin-Watson stat	0.952603	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled Least Squares Date: 20/12/17 Time: 11:27 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 14 Total pool (balanced) observations: 224</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>-0.106197</td><td>0.056271</td><td>-1.887236</td><td>0.0605</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.201196</td><td>0.054163</td><td>3.714632</td><td>0.0003</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>0.575154</td><td>0.365596</td><td>1.573197</td><td>0.1172</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.137852</td><td>0.022887</td><td>6.023195</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>0.819471</td><td>2.690297</td><td>0.304602</td><td>0.7610</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.322391</td><td>0.268052</td><td>1.202719</td><td>0.2304</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-3.080620</td><td>0.162973</td><td>-18.90265</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>BORD?</td><td>-0.736071</td><td>0.234996</td><td>-3.132267</td><td>0.0020</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>0.118916</td><td>0.122154</td><td>0.973496</td><td>0.3314</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.025676</td><td>0.135239</td><td>0.189855</td><td>0.8496</td></tr> <tr><td>C</td><td>16.05993</td><td>26.66422</td><td>0.602302</td><td>0.5476</td></tr> </tbody> </table> <p>R-squared</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th></th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>R-squared</td><td>0.898604</td><td>Mean dependent var</td><td>7.306637</td></tr> <tr><td>Adjusted R-squared</td><td>0.893844</td><td>S.D. dependent var</td><td>2.195971</td></tr> <tr><td>S.E. of regression</td><td>0.715483</td><td>Akaike info criterion</td><td>2.216143</td></tr> <tr><td>Sum squared resid</td><td>109.0382</td><td>Schwarz criterion</td><td>2.383680</td></tr> <tr><td>Log likelihood</td><td>-237.2081</td><td>Hannan-Quinn criter.</td><td>2.283769</td></tr> <tr><td>F-statistic</td><td>188.7676</td><td>Durbin-Watson stat</td><td>0.358931</td></tr> <tr><td>Prob(F-statistic)</td><td>0.000000</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	-0.106197	0.056271	-1.887236	0.0605	LNPOP?	0.201196	0.054163	3.714632	0.0003	LNRP?	0.575154	0.365596	1.573197	0.1172	LNREX?	0.137852	0.022887	6.023195	0.0000	LNHB?	0.819471	2.690297	0.304602	0.7610	LNNU?	0.322391	0.268052	1.202719	0.2304	LNDIST?	-3.080620	0.162973	-18.90265	0.0000	BORD?	-0.736071	0.234996	-3.132267	0.0020	INTC?	0.118916	0.122154	0.973496	0.3314	EXTC?	0.025676	0.135239	0.189855	0.8496	C	16.05993	26.66422	0.602302	0.5476					R-squared	0.898604	Mean dependent var	7.306637	Adjusted R-squared	0.893844	S.D. dependent var	2.195971	S.E. of regression	0.715483	Akaike info criterion	2.216143	Sum squared resid	109.0382	Schwarz criterion	2.383680	Log likelihood	-237.2081	Hannan-Quinn criter.	2.283769	F-statistic	188.7676	Durbin-Watson stat	0.358931	Prob(F-statistic)	0.000000		
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNGNIPC?	0.043841	0.022883	1.915826	0.0567																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNPOP?	0.161900	0.082097	1.972064	0.0499																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNRP?	0.244484	0.265113	0.922187	0.3575																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNREX?	0.112946	0.303673	0.371935	0.7103																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNHB?	0.879292	1.676700	0.524418	0.6005																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNNU?	0.295542	0.163774	1.804571	0.0726																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNDIST?	-3.351595	0.618718	-5.417002	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
BORD?	1.044742	0.260922	4.004041	0.0001																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
INTC?	0.092974	0.076547	1.214594	0.2259																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
EXTC?	0.022030	0.082749	0.266224	0.7903																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
C	18.89451	16.96982	1.113418	0.2668																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
_TUN-C	0.535570																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_MOR-C	-1.081210																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_LIB-C	-0.282193																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_MAU-C	0.827834																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_EGP-C	0.952292																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_LEB-C	-0.386252																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_JOR-C	0.591173																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_SAU-C	0.912304																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_YEM-C	-0.092180																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_QAT-C	-0.190415																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_EMI-C	-0.261722																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_OMA-C	-0.331921																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_KUW-C	-0.605500																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_BAH-C	-0.587778																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Cross-section random	0.735959	0.7406																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Idiosyncratic random	0.435524	0.2594																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
R-squared	0.673611	Mean dependent var	1.069336																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Adjusted R-squared	0.658288	S.D. dependent var	0.756049																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
S.E. of regression	0.441957	Sum squared resid	41.60443																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
F-statistic	43.95964	Durbin-Watson stat	0.923239																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNGNIPC?	0.147112	0.118584	1.240579	0.2162																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNPOP?	-0.283860	0.229264	-1.238136	0.2171																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNRP?	-0.192676	0.265245	-0.726410	0.4684																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNREX?	-0.251024	0.165289	-1.518696	0.1304																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNHB?	-0.433897	1.310176	-0.331175	0.7409																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNNU?	0.451613	0.129085	3.498574	0.0006																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
INTC?	0.094916	0.059210	1.603029	0.1105																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
EXTC?	0.056928	0.063930	0.890485	0.3743																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
C	8.059543	12.66976	0.636124	0.5254																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
_TUN-C	4.584423																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_MOR-C	2.827118																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_LIB-C	1.807796																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_MAU-C	1.914389																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_EGP-C	2.361318																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_LEB-C	1.944874																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_JOR-C	-0.164531																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_SAU-C	-0.013668																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_YEM-C	0.577551																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_QAT-C	-2.587871																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_EMI-C	-2.296772																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_OMA-C	-3.739085																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_KUW-C	-3.392376																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
_BAH-C	-3.823167																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Cross-section fixed (dummy variables)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
R-squared	0.970281	Mean dependent var	9.267976																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Adjusted R-squared	0.967191	S.D. dependent var	4.843818																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
S.E. of regression	0.432683	Sum squared resid	37.81734																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
F-statistic	314.0445	Durbin-Watson stat	0.952603																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNGNIPC?	-0.106197	0.056271	-1.887236	0.0605																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNPOP?	0.201196	0.054163	3.714632	0.0003																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNRP?	0.575154	0.365596	1.573197	0.1172																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNREX?	0.137852	0.022887	6.023195	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNHB?	0.819471	2.690297	0.304602	0.7610																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNNU?	0.322391	0.268052	1.202719	0.2304																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
LNDIST?	-3.080620	0.162973	-18.90265	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
BORD?	-0.736071	0.234996	-3.132267	0.0020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
INTC?	0.118916	0.122154	0.973496	0.3314																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
EXTC?	0.025676	0.135239	0.189855	0.8496																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
C	16.05993	26.66422	0.602302	0.5476																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
R-squared	0.898604	Mean dependent var	7.306637																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Adjusted R-squared	0.893844	S.D. dependent var	2.195971																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
S.E. of regression	0.715483	Akaike info criterion	2.216143																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Sum squared resid	109.0382	Schwarz criterion	2.383680																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Log likelihood	-237.2081	Hannan-Quinn criter.	2.283769																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
F-statistic	188.7676	Durbin-Watson stat	0.358931																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

الملحق 40: مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأمريكي، الآسيوي والأقيانوسي في الجزائر للفترة (2000-2015)

نموذج التأثيرات العشوائية	نموذج التأثيرات الثابتة	النموذج التجميعي																																																																																																																																																																																																																																																																																									
<p>Dependent Variable: LNNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects) Date: 12/30/17 Time: 10:07 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 5 Total pool (balanced) observations: 80 Wallace and Hussain estimator of component variances</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.834492</td><td>0.241087</td><td>3.461373</td><td>0.0009</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>-5.088904</td><td>1.521523</td><td>-3.344612</td><td>0.0013</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.440383</td><td>0.495162</td><td>-0.889373</td><td>0.3769</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.481567</td><td>0.206763</td><td>2.329077</td><td>0.0228</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>-2.853346</td><td>1.967614</td><td>-1.450155</td><td>0.1515</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.674722</td><td>0.177510</td><td>3.801048</td><td>0.0003</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-16.25375</td><td>4.574260</td><td>-3.553306</td><td>0.0007</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>-11.98716</td><td>3.835082</td><td>-3.125659</td><td>0.0026</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.011604</td><td>0.080089</td><td>-0.144884</td><td>0.8852</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.084714</td><td>0.085444</td><td>0.991464</td><td>0.3249</td></tr> <tr><td>C</td><td>266.2069</td><td>67.61276</td><td>3.937229</td><td>0.0002</td></tr> </tbody> </table> <p>Random Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_USA--C</td><td>0.252198</td></tr> <tr><td>_CAN--C</td><td>4.93E-14</td></tr> <tr><td>_BRA--C</td><td>-0.768722</td></tr> <tr><td>_JAP--C</td><td>0.785518</td></tr> <tr><td>_AUS--C</td><td>-0.268994</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section random</td> <td>0.681329</td> <td>0.8660</td> </tr> <tr> <td>Idiosyncratic random</td> <td>0.268060</td> <td>0.1340</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>R-squared</td><td>0.802433</td><td>Mean dependent var</td><td>0.692377</td></tr> <tr><td>Adjusted R-squared</td><td>0.773800</td><td>S.D. dependent var</td><td>0.549374</td></tr> <tr><td>S.E. of regression</td><td>0.261285</td><td>Sum squared resid</td><td>4.710627</td></tr> <tr><td>F-statistic</td><td>28.02481</td><td>Durbin-Watson stat</td><td>0.632034</td></tr> <tr><td>Prob(F-statistic)</td><td>0.000000</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.834492	0.241087	3.461373	0.0009	LNPOP?	-5.088904	1.521523	-3.344612	0.0013	LNRP?	-0.440383	0.495162	-0.889373	0.3769	LNREX?	0.481567	0.206763	2.329077	0.0228	LNHB?	-2.853346	1.967614	-1.450155	0.1515	LNNU?	0.674722	0.177510	3.801048	0.0003	LNDIST?	-16.25375	4.574260	-3.553306	0.0007	LANG?	-11.98716	3.835082	-3.125659	0.0026	INTC?	-0.011604	0.080089	-0.144884	0.8852	EXTC?	0.084714	0.085444	0.991464	0.3249	C	266.2069	67.61276	3.937229	0.0002	_USA--C	0.252198	_CAN--C	4.93E-14	_BRA--C	-0.768722	_JAP--C	0.785518	_AUS--C	-0.268994	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section random	0.681329	0.8660	Idiosyncratic random	0.268060	0.1340	Weighted Statistics				R-squared	0.802433	Mean dependent var	0.692377	Adjusted R-squared	0.773800	S.D. dependent var	0.549374	S.E. of regression	0.261285	Sum squared resid	4.710627	F-statistic	28.02481	Durbin-Watson stat	0.632034	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section weights) Date: 12/30/17 Time: 10:01 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 5 Total pool (balanced) observations: 80 Linear estimation after one-step weighting matrix</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.398103</td><td>0.240662</td><td>1.654202</td><td>0.1028</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>-6.078756</td><td>1.437761</td><td>-4.227932</td><td>0.0001</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-2.202025</td><td>0.654712</td><td>-3.363349</td><td>0.0013</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.379987</td><td>0.320411</td><td>-1.185937</td><td>0.2398</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>-1.134188</td><td>1.524531</td><td>-0.743958</td><td>0.4595</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.591327</td><td>0.137584</td><td>4.297943</td><td>0.0001</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>0.036531</td><td>0.063532</td><td>0.575002</td><td>0.5672</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.109248</td><td>0.067036</td><td>1.629693</td><td>0.1079</td></tr> <tr><td>C</td><td>117.1101</td><td>26.35107</td><td>4.444224</td><td>0.0000</td></tr> </tbody> </table> <p>Fixed Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_USA--C</td><td>7.884665</td></tr> <tr><td>_CAN--C</td><td>-5.537434</td></tr> <tr><td>_BRA--C</td><td>3.790585</td></tr> <tr><td>_JAP--C</td><td>3.902194</td></tr> <tr><td>_AUS--C</td><td>-10.04001</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section fixed (dummy variables)</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>R-squared</td><td>0.972981</td><td>Mean dependent var</td><td>7.673833</td></tr> <tr><td>Adjusted R-squared</td><td>0.968142</td><td>S.D. dependent var</td><td>2.120328</td></tr> <tr><td>S.E. of regression</td><td>0.228732</td><td>Sum squared resid</td><td>3.505330</td></tr> <tr><td>F-statistic</td><td>201.0635</td><td>Durbin-Watson stat</td><td>0.878552</td></tr> <tr><td>Prob(F-statistic)</td><td>0.000000</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.398103	0.240662	1.654202	0.1028	LNPOP?	-6.078756	1.437761	-4.227932	0.0001	LNRP?	-2.202025	0.654712	-3.363349	0.0013	LNREX?	-0.379987	0.320411	-1.185937	0.2398	LNHB?	-1.134188	1.524531	-0.743958	0.4595	LNNU?	0.591327	0.137584	4.297943	0.0001	INTC?	0.036531	0.063532	0.575002	0.5672	EXTC?	0.109248	0.067036	1.629693	0.1079	C	117.1101	26.35107	4.444224	0.0000	_USA--C	7.884665	_CAN--C	-5.537434	_BRA--C	3.790585	_JAP--C	3.902194	_AUS--C	-10.04001	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section fixed (dummy variables)			Weighted Statistics				R-squared	0.972981	Mean dependent var	7.673833	Adjusted R-squared	0.968142	S.D. dependent var	2.120328	S.E. of regression	0.228732	Sum squared resid	3.505330	F-statistic	201.0635	Durbin-Watson stat	0.878552	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNNTA? Method: Pooled Least Squares Date: 12/30/17 Time: 09:33 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 5 Total pool (balanced) observations: 80</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>1.460805</td><td>0.082968</td><td>17.60690</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>-6.736058</td><td>1.314778</td><td>-5.123341</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>0.500257</td><td>0.366432</td><td>1.365211</td><td>0.1766</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.110762</td><td>0.088404</td><td>1.252917</td><td>0.2144</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>-1.655711</td><td>1.488500</td><td>-1.112335</td><td>0.2698</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.718977</td><td>0.181713</td><td>3.956665</td><td>0.0002</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-21.52780</td><td>3.833450</td><td>-5.615777</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>-16.08682</td><td>3.148527</td><td>-5.109317</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.077612</td><td>0.079206</td><td>-0.979871</td><td>0.3306</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.077712</td><td>0.088182</td><td>0.881273</td><td>0.3812</td></tr> <tr><td>C</td><td>352.3118</td><td>54.84607</td><td>6.423646</td><td>0.0000</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tbody> <tr><td>R-squared</td><td>0.952513</td><td>Mean dependent var</td><td>7.073247</td></tr> <tr><td>Adjusted R-squared</td><td>0.945630</td><td>S.D. dependent var</td><td>1.188943</td></tr> <tr><td>S.E. of regression</td><td>0.277229</td><td>Akaike info criterion</td><td>0.399136</td></tr> <tr><td>Sum squared resid</td><td>5.303066</td><td>Schwarz criterion</td><td>0.726664</td></tr> <tr><td>Log likelihood</td><td>-4.965423</td><td>Hannan-Quinn criter.</td><td>0.530451</td></tr> <tr><td>F-statistic</td><td>138.4020</td><td>Durbin-Watson stat</td><td>0.633271</td></tr> <tr><td>Prob(F-statistic)</td><td>0.000000</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	1.460805	0.082968	17.60690	0.0000	LNPOP?	-6.736058	1.314778	-5.123341	0.0000	LNRP?	0.500257	0.366432	1.365211	0.1766	LNREX?	0.110762	0.088404	1.252917	0.2144	LNHB?	-1.655711	1.488500	-1.112335	0.2698	LNNU?	0.718977	0.181713	3.956665	0.0002	LNDIST?	-21.52780	3.833450	-5.615777	0.0000	LANG?	-16.08682	3.148527	-5.109317	0.0000	INTC?	-0.077612	0.079206	-0.979871	0.3306	EXTC?	0.077712	0.088182	0.881273	0.3812	C	352.3118	54.84607	6.423646	0.0000	R-squared	0.952513	Mean dependent var	7.073247	Adjusted R-squared	0.945630	S.D. dependent var	1.188943	S.E. of regression	0.277229	Akaike info criterion	0.399136	Sum squared resid	5.303066	Schwarz criterion	0.726664	Log likelihood	-4.965423	Hannan-Quinn criter.	0.530451	F-statistic	138.4020	Durbin-Watson stat	0.633271	Prob(F-statistic)	0.000000		
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNGNIPC?	0.834492	0.241087	3.461373	0.0009																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNPOP?	-5.088904	1.521523	-3.344612	0.0013																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNRP?	-0.440383	0.495162	-0.889373	0.3769																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNREX?	0.481567	0.206763	2.329077	0.0228																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNHB?	-2.853346	1.967614	-1.450155	0.1515																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNNU?	0.674722	0.177510	3.801048	0.0003																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNDIST?	-16.25375	4.574260	-3.553306	0.0007																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LANG?	-11.98716	3.835082	-3.125659	0.0026																																																																																																																																																																																																																																																																																							
INTC?	-0.011604	0.080089	-0.144884	0.8852																																																																																																																																																																																																																																																																																							
EXTC?	0.084714	0.085444	0.991464	0.3249																																																																																																																																																																																																																																																																																							
C	266.2069	67.61276	3.937229	0.0002																																																																																																																																																																																																																																																																																							
_USA--C	0.252198																																																																																																																																																																																																																																																																																										
_CAN--C	4.93E-14																																																																																																																																																																																																																																																																																										
_BRA--C	-0.768722																																																																																																																																																																																																																																																																																										
_JAP--C	0.785518																																																																																																																																																																																																																																																																																										
_AUS--C	-0.268994																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																									
Cross-section random	0.681329	0.8660																																																																																																																																																																																																																																																																																									
Idiosyncratic random	0.268060	0.1340																																																																																																																																																																																																																																																																																									
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																											
R-squared	0.802433	Mean dependent var	0.692377																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Adjusted R-squared	0.773800	S.D. dependent var	0.549374																																																																																																																																																																																																																																																																																								
S.E. of regression	0.261285	Sum squared resid	4.710627																																																																																																																																																																																																																																																																																								
F-statistic	28.02481	Durbin-Watson stat	0.632034																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNGNIPC?	0.398103	0.240662	1.654202	0.1028																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNPOP?	-6.078756	1.437761	-4.227932	0.0001																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNRP?	-2.202025	0.654712	-3.363349	0.0013																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNREX?	-0.379987	0.320411	-1.185937	0.2398																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNHB?	-1.134188	1.524531	-0.743958	0.4595																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNNU?	0.591327	0.137584	4.297943	0.0001																																																																																																																																																																																																																																																																																							
INTC?	0.036531	0.063532	0.575002	0.5672																																																																																																																																																																																																																																																																																							
EXTC?	0.109248	0.067036	1.629693	0.1079																																																																																																																																																																																																																																																																																							
C	117.1101	26.35107	4.444224	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																							
_USA--C	7.884665																																																																																																																																																																																																																																																																																										
_CAN--C	-5.537434																																																																																																																																																																																																																																																																																										
_BRA--C	3.790585																																																																																																																																																																																																																																																																																										
_JAP--C	3.902194																																																																																																																																																																																																																																																																																										
_AUS--C	-10.04001																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																									
Cross-section fixed (dummy variables)																																																																																																																																																																																																																																																																																											
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																											
R-squared	0.972981	Mean dependent var	7.673833																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Adjusted R-squared	0.968142	S.D. dependent var	2.120328																																																																																																																																																																																																																																																																																								
S.E. of regression	0.228732	Sum squared resid	3.505330																																																																																																																																																																																																																																																																																								
F-statistic	201.0635	Durbin-Watson stat	0.878552																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																										
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNGNIPC?	1.460805	0.082968	17.60690	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNPOP?	-6.736058	1.314778	-5.123341	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNRP?	0.500257	0.366432	1.365211	0.1766																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNREX?	0.110762	0.088404	1.252917	0.2144																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNHB?	-1.655711	1.488500	-1.112335	0.2698																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNNU?	0.718977	0.181713	3.956665	0.0002																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LNDIST?	-21.52780	3.833450	-5.615777	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																							
LANG?	-16.08682	3.148527	-5.109317	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																							
INTC?	-0.077612	0.079206	-0.979871	0.3306																																																																																																																																																																																																																																																																																							
EXTC?	0.077712	0.088182	0.881273	0.3812																																																																																																																																																																																																																																																																																							
C	352.3118	54.84607	6.423646	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																							
R-squared	0.952513	Mean dependent var	7.073247																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Adjusted R-squared	0.945630	S.D. dependent var	1.188943																																																																																																																																																																																																																																																																																								
S.E. of regression	0.277229	Akaike info criterion	0.399136																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Sum squared resid	5.303066	Schwarz criterion	0.726664																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Log likelihood	-4.965423	Hannan-Quinn criter.	0.530451																																																																																																																																																																																																																																																																																								
F-statistic	138.4020	Durbin-Watson stat	0.633271																																																																																																																																																																																																																																																																																								
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																										

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

الملحق 41: مخرجات نموذج الجاذبية لإجمالي الطلب السياحي في تونس للفترة (2000-2015)

نموذج التأثيرات العشوائية	نموذج التأثيرات الثابتة	النموذج التجميعي																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects) Date: 12/09/17 Time: 11:05 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 31 Total pool (balanced) observations: 496 Swamy and Arora estimator of component variances</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.223402</td><td>0.058050</td><td>3.848412</td><td>0.0001</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.800246</td><td>0.100011</td><td>8.001577</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.467073</td><td>0.171912</td><td>-2.718930</td><td>0.0068</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.232709</td><td>0.051446</td><td>-4.523355</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>2.788781</td><td>0.717768</td><td>3.885352</td><td>0.0001</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.122249</td><td>0.076805</td><td>1.591675</td><td>0.1121</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-1.749810</td><td>0.237688</td><td>-7.361801</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>0.118974</td><td>0.412034</td><td>0.288748</td><td>0.7729</td></tr> <tr><td>BORD?</td><td>2.035256</td><td>0.939506</td><td>2.427242</td><td>0.0156</td></tr> <tr><td>COLONY?</td><td>0.466534</td><td>0.741415</td><td>0.629248</td><td>0.5295</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.220771</td><td>0.038393</td><td>-5.750247</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.059217</td><td>0.043200</td><td>-1.370754</td><td>0.1711</td></tr> <tr><td>C</td><td>-23.37499</td><td>8.765895</td><td>-2.666583</td><td>0.0079</td></tr> </tbody> </table> <p>Random Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_ALG-C</td><td>-0.917063</td></tr> <tr><td>_MOR-C</td><td>-0.170986</td></tr> <tr><td>_LIB-C</td><td>0.917063</td></tr> <tr><td>_MAU-C</td><td>1.550609</td></tr> <tr><td>_EGP-C</td><td>-1.270713</td></tr> <tr><td>_LEB-C</td><td>-0.976067</td></tr> <tr><td>_JOR-C</td><td>-0.469466</td></tr> <tr><td>_SAU-C</td><td>-0.552091</td></tr> <tr><td>_YEM-C</td><td>-2.109952</td></tr> <tr><td>_QAT-C</td><td>-0.157637</td></tr> <tr><td>_EMI-C</td><td>-0.913574</td></tr> <tr><td>_OMA-C</td><td>0.025627</td></tr> <tr><td>_KUW-C</td><td>-0.213236</td></tr> <tr><td>_BAH-C</td><td>0.054321</td></tr> <tr><td>_FRA-C</td><td>1.691072</td></tr> <tr><td>_GER-C</td><td>1.780419</td></tr> <tr><td>_SPA-C</td><td>-0.601829</td></tr> <tr><td>_ENG-C</td><td>1.500795</td></tr> <tr><td>_ITA-C</td><td>-0.355054</td></tr> <tr><td>_TUR-C</td><td>-1.691072</td></tr> <tr><td>_SWI-C</td><td>0.710567</td></tr> <tr><td>_BEL-C</td><td>1.800770</td></tr> <tr><td>_HOL-C</td><td>0.815794</td></tr> <tr><td>_AST-C</td><td>0.886801</td></tr> <tr><td>_POR-C</td><td>0.439417</td></tr> <tr><td>_GRC-C</td><td>-1.601436</td></tr> <tr><td>_USA-C</td><td>-0.387531</td></tr> <tr><td>_CAN-C</td><td>1.000757</td></tr> <tr><td>_BRA-C</td><td>-1.473384</td></tr> <tr><td>_JAP-C</td><td>-0.383962</td></tr> <tr><td>_AUS-C</td><td>1.071043</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section random</td> <td>0.973187</td> <td>0.8959</td> </tr> <tr> <td>Idiosyncratic random</td> <td>0.331762</td> <td>0.1041</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.399941</td> <td>Mean dependent var</td> <td>0.827323</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.385033</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>0.434884</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.341035</td> <td>Sum squared resid</td> <td>56.17540</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>26.82678</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>0.981722</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.223402	0.058050	3.848412	0.0001	LNPOP?	0.800246	0.100011	8.001577	0.0000	LNRP?	-0.467073	0.171912	-2.718930	0.0068	LNREX?	-0.232709	0.051446	-4.523355	0.0000	LNHB?	2.788781	0.717768	3.885352	0.0001	LNNU?	0.122249	0.076805	1.591675	0.1121	LNDIST?	-1.749810	0.237688	-7.361801	0.0000	LANG?	0.118974	0.412034	0.288748	0.7729	BORD?	2.035256	0.939506	2.427242	0.0156	COLONY?	0.466534	0.741415	0.629248	0.5295	INTC?	-0.220771	0.038393	-5.750247	0.0000	EXTC?	-0.059217	0.043200	-1.370754	0.1711	C	-23.37499	8.765895	-2.666583	0.0079	_ALG-C	-0.917063	_MOR-C	-0.170986	_LIB-C	0.917063	_MAU-C	1.550609	_EGP-C	-1.270713	_LEB-C	-0.976067	_JOR-C	-0.469466	_SAU-C	-0.552091	_YEM-C	-2.109952	_QAT-C	-0.157637	_EMI-C	-0.913574	_OMA-C	0.025627	_KUW-C	-0.213236	_BAH-C	0.054321	_FRA-C	1.691072	_GER-C	1.780419	_SPA-C	-0.601829	_ENG-C	1.500795	_ITA-C	-0.355054	_TUR-C	-1.691072	_SWI-C	0.710567	_BEL-C	1.800770	_HOL-C	0.815794	_AST-C	0.886801	_POR-C	0.439417	_GRC-C	-1.601436	_USA-C	-0.387531	_CAN-C	1.000757	_BRA-C	-1.473384	_JAP-C	-0.383962	_AUS-C	1.071043	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section random	0.973187	0.8959	Idiosyncratic random	0.331762	0.1041	Weighted Statistics				R-squared	0.399941	Mean dependent var	0.827323	Adjusted R-squared	0.385033	S.D. dependent var	0.434884	S.E. of regression	0.341035	Sum squared resid	56.17540	F-statistic	26.82678	Durbin-Watson stat	0.981722	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section weights) Date: 12/09/17 Time: 15:14 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 31 Total pool (balanced) observations: 496 Linear estimation after one-step weighting matrix</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.430220</td><td>0.059977</td><td>7.173074</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.803541</td><td>0.097588</td><td>8.233976</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.158539</td><td>0.056589</td><td>-2.801575</td><td>0.0053</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.123313</td><td>0.049048</td><td>-2.514460</td><td>0.0122</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>1.595677</td><td>0.579957</td><td>2.751369</td><td>0.0062</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.317497</td><td>0.122192</td><td>2.598347</td><td>0.0097</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.187029</td><td>0.029567</td><td>-6.325609</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.060339</td><td>0.032913</td><td>-1.833320</td><td>0.0674</td></tr> <tr><td>C</td><td>-23.99013</td><td>6.964793</td><td>-3.444486</td><td>0.0006</td></tr> </tbody> </table> <p>Fixed Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_ALG-C</td><td>1.782320</td></tr> <tr><td>_MOR-C</td><td>-0.161097</td></tr> <tr><td>_LIB-C</td><td>5.910839</td></tr> <tr><td>_MAU-C</td><td>-1.329633</td></tr> <tr><td>_EGP-C</td><td>-1.642402</td></tr> <tr><td>_LEB-C</td><td>-3.769477</td></tr> <tr><td>_JOR-C</td><td>-0.102573</td></tr> <tr><td>_SAU-C</td><td>-1.458186</td></tr> <tr><td>_YEM-C</td><td>-5.291249</td></tr> <tr><td>_QAT-C</td><td>-1.170479</td></tr> <tr><td>_EMI-C</td><td>-2.094787</td></tr> <tr><td>_OMA-C</td><td>-0.399597</td></tr> <tr><td>_KUW-C</td><td>0.085707</td></tr> <tr><td>_BAH-C</td><td>0.020813</td></tr> <tr><td>_FRA-C</td><td>3.580884</td></tr> <tr><td>_GER-C</td><td>2.746658</td></tr> <tr><td>_SPA-C</td><td>0.912752</td></tr> <tr><td>_ENG-C</td><td>2.576534</td></tr> <tr><td>_ITA-C</td><td>2.516937</td></tr> <tr><td>_TUR-C</td><td>-0.955575</td></tr> <tr><td>_SWI-C</td><td>2.483482</td></tr> <tr><td>_BEL-C</td><td>3.072786</td></tr> <tr><td>_HOL-C</td><td>1.820341</td></tr> <tr><td>_AST-C</td><td>2.350429</td></tr> <tr><td>_POR-C</td><td>1.427465</td></tr> <tr><td>_GRC-C</td><td>-0.013328</td></tr> <tr><td>_USA-C</td><td>-1.968914</td></tr> <tr><td>_CAN-C</td><td>-0.433738</td></tr> <tr><td>_BRA-C</td><td>-3.865278</td></tr> <tr><td>_JAP-C</td><td>-4.599403</td></tr> <tr><td>_AUS-C</td><td>-2.032231</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section fixed (dummy variables)</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.989748</td> <td>Mean dependent var</td> <td>11.79182</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.988895</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>4.725309</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.325374</td> <td>Sum squared resid</td> <td>48.38166</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>1161.010</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>1.208099</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.430220	0.059977	7.173074	0.0000	LNPOP?	0.803541	0.097588	8.233976	0.0000	LNRP?	-0.158539	0.056589	-2.801575	0.0053	LNREX?	-0.123313	0.049048	-2.514460	0.0122	LNHB?	1.595677	0.579957	2.751369	0.0062	LNNU?	0.317497	0.122192	2.598347	0.0097	INTC?	-0.187029	0.029567	-6.325609	0.0000	EXTC?	-0.060339	0.032913	-1.833320	0.0674	C	-23.99013	6.964793	-3.444486	0.0006	_ALG-C	1.782320	_MOR-C	-0.161097	_LIB-C	5.910839	_MAU-C	-1.329633	_EGP-C	-1.642402	_LEB-C	-3.769477	_JOR-C	-0.102573	_SAU-C	-1.458186	_YEM-C	-5.291249	_QAT-C	-1.170479	_EMI-C	-2.094787	_OMA-C	-0.399597	_KUW-C	0.085707	_BAH-C	0.020813	_FRA-C	3.580884	_GER-C	2.746658	_SPA-C	0.912752	_ENG-C	2.576534	_ITA-C	2.516937	_TUR-C	-0.955575	_SWI-C	2.483482	_BEL-C	3.072786	_HOL-C	1.820341	_AST-C	2.350429	_POR-C	1.427465	_GRC-C	-0.013328	_USA-C	-1.968914	_CAN-C	-0.433738	_BRA-C	-3.865278	_JAP-C	-4.599403	_AUS-C	-2.032231	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section fixed (dummy variables)			Weighted Statistics				R-squared	0.989748	Mean dependent var	11.79182	Adjusted R-squared	0.988895	S.D. dependent var	4.725309	S.E. of regression	0.325374	Sum squared resid	48.38166	F-statistic	1161.010	Durbin-Watson stat	1.208099	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled Least Squares Date: 12/09/17 Time: 10:45 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 31 Total pool (balanced) observations: 496</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.480143</td><td>0.050714</td><td>9.467729</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.744494</td><td>0.041467</td><td>17.95409</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-1.831511</td><td>0.342807</td><td>-5.342689</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.252692</td><td>0.142533</td><td>-1.772868</td><td>0.0769</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>1.952823</td><td>2.165815</td><td>0.901657</td><td>0.3677</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.037454</td><td>0.027638</td><td>1.355199</td><td>0.1760</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-1.852802</td><td>0.068014</td><td>-27.24167</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>0.386189</td><td>0.127420</td><td>3.030842</td><td>0.0026</td></tr> <tr><td>BORD?</td><td>2.095964</td><td>0.226851</td><td>9.239403</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>COLONY?</td><td>0.530554</td><td>0.204378</td><td>2.595953</td><td>0.0097</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.180368</td><td>0.117868</td><td>-1.530253</td><td>0.1266</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.039675</td><td>0.133119</td><td>-0.298040</td><td>0.7658</td></tr> <tr><td>C</td><td>-13.61141</td><td>24.91790</td><td>-0.546250</td><td>0.5851</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.810927</td> <td>Mean dependent var</td> <td>9.742631</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.806230</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>2.340067</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>1.030082</td> <td>Akaike info criterion</td> <td>2.923013</td> </tr> <tr> <td>Sum squared resid</td> <td>512.4959</td> <td>Schwarz criterion</td> <td>3.033266</td> </tr> <tr> <td>Log likelihood</td> <td>-711.9073</td> <td>Hannan-Quinn criter.</td> <td>2.966291</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>172.6313</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>0.117346</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.480143	0.050714	9.467729	0.0000	LNPOP?	0.744494	0.041467	17.95409	0.0000	LNRP?	-1.831511	0.342807	-5.342689	0.0000	LNREX?	-0.252692	0.142533	-1.772868	0.0769	LNHB?	1.952823	2.165815	0.901657	0.3677	LNNU?	0.037454	0.027638	1.355199	0.1760	LNDIST?	-1.852802	0.068014	-27.24167	0.0000	LANG?	0.386189	0.127420	3.030842	0.0026	BORD?	2.095964	0.226851	9.239403	0.0000	COLONY?	0.530554	0.204378	2.595953	0.0097	INTC?	-0.180368	0.117868	-1.530253	0.1266	EXTC?	-0.039675	0.133119	-0.298040	0.7658	C	-13.61141	24.91790	-0.546250	0.5851	R-squared	0.810927	Mean dependent var	9.742631	Adjusted R-squared	0.806230	S.D. dependent var	2.340067	S.E. of regression	1.030082	Akaike info criterion	2.923013	Sum squared resid	512.4959	Schwarz criterion	3.033266	Log likelihood	-711.9073	Hannan-Quinn criter.	2.966291	F-statistic	172.6313	Durbin-Watson stat	0.117346	Prob(F-statistic)	0.000000		
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNGNIPC?	0.223402	0.058050	3.848412	0.0001																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNPOP?	0.800246	0.100011	8.001577	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNRP?	-0.467073	0.171912	-2.718930	0.0068																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNREX?	-0.232709	0.051446	-4.523355	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNHB?	2.788781	0.717768	3.885352	0.0001																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNNU?	0.122249	0.076805	1.591675	0.1121																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNDIST?	-1.749810	0.237688	-7.361801	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LANG?	0.118974	0.412034	0.288748	0.7729																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
BORD?	2.035256	0.939506	2.427242	0.0156																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
COLONY?	0.466534	0.741415	0.629248	0.5295																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
INTC?	-0.220771	0.038393	-5.750247	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
EXTC?	-0.059217	0.043200	-1.370754	0.1711																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C	-23.37499	8.765895	-2.666583	0.0079																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
_ALG-C	-0.917063																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_MOR-C	-0.170986																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_LIB-C	0.917063																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_MAU-C	1.550609																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_EGP-C	-1.270713																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_LEB-C	-0.976067																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_JOR-C	-0.469466																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SAU-C	-0.552091																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_YEM-C	-2.109952																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_QAT-C	-0.157637																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_EMI-C	-0.913574																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_OMA-C	0.025627																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_KUW-C	-0.213236																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BAH-C	0.054321																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_FRA-C	1.691072																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_GER-C	1.780419																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SPA-C	-0.601829																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_ENG-C	1.500795																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_ITA-C	-0.355054																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_TUR-C	-1.691072																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SWI-C	0.710567																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BEL-C	1.800770																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_HOL-C	0.815794																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_AST-C	0.886801																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_POR-C	0.439417																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_GRC-C	-1.601436																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_USA-C	-0.387531																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_CAN-C	1.000757																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BRA-C	-1.473384																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_JAP-C	-0.383962																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_AUS-C	1.071043																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Cross-section random	0.973187	0.8959																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Idiosyncratic random	0.331762	0.1041																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
R-squared	0.399941	Mean dependent var	0.827323																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Adjusted R-squared	0.385033	S.D. dependent var	0.434884																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
S.E. of regression	0.341035	Sum squared resid	56.17540																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
F-statistic	26.82678	Durbin-Watson stat	0.981722																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNGNIPC?	0.430220	0.059977	7.173074	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNPOP?	0.803541	0.097588	8.233976	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNRP?	-0.158539	0.056589	-2.801575	0.0053																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNREX?	-0.123313	0.049048	-2.514460	0.0122																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNHB?	1.595677	0.579957	2.751369	0.0062																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNNU?	0.317497	0.122192	2.598347	0.0097																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
INTC?	-0.187029	0.029567	-6.325609	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
EXTC?	-0.060339	0.032913	-1.833320	0.0674																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C	-23.99013	6.964793	-3.444486	0.0006																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
_ALG-C	1.782320																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_MOR-C	-0.161097																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_LIB-C	5.910839																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_MAU-C	-1.329633																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_EGP-C	-1.642402																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_LEB-C	-3.769477																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_JOR-C	-0.102573																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SAU-C	-1.458186																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_YEM-C	-5.291249																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_QAT-C	-1.170479																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_EMI-C	-2.094787																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_OMA-C	-0.399597																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_KUW-C	0.085707																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BAH-C	0.020813																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_FRA-C	3.580884																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_GER-C	2.746658																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SPA-C	0.912752																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_ENG-C	2.576534																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_ITA-C	2.516937																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_TUR-C	-0.955575																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_SWI-C	2.483482																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BEL-C	3.072786																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_HOL-C	1.820341																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_AST-C	2.350429																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_POR-C	1.427465																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_GRC-C	-0.013328																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_USA-C	-1.968914																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_CAN-C	-0.433738																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_BRA-C	-3.865278																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_JAP-C	-4.599403																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
_AUS-C	-2.032231																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Cross-section fixed (dummy variables)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
R-squared	0.989748	Mean dependent var	11.79182																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Adjusted R-squared	0.988895	S.D. dependent var	4.725309																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
S.E. of regression	0.325374	Sum squared resid	48.38166																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
F-statistic	1161.010	Durbin-Watson stat	1.208099																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNGNIPC?	0.480143	0.050714	9.467729	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNPOP?	0.744494	0.041467	17.95409	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNRP?	-1.831511	0.342807	-5.342689	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNREX?	-0.252692	0.142533	-1.772868	0.0769																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNHB?	1.952823	2.165815	0.901657	0.3677																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNNU?	0.037454	0.027638	1.355199	0.1760																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LNDIST?	-1.852802	0.068014	-27.24167	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
LANG?	0.386189	0.127420	3.030842	0.0026																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
BORD?	2.095964	0.226851	9.239403	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
COLONY?	0.530554	0.204378	2.595953	0.0097																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
INTC?	-0.180368	0.117868	-1.530253	0.1266																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
EXTC?	-0.039675	0.133119	-0.298040	0.7658																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
C	-13.61141	24.91790	-0.546250	0.5851																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
R-squared	0.810927	Mean dependent var	9.742631																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Adjusted R-squared	0.806230	S.D. dependent var	2.340067																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
S.E. of regression	1.030082	Akaike info criterion	2.923013																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Sum squared resid	512.4959	Schwarz criterion	3.033266																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Log likelihood	-711.9073	Hannan-Quinn criter.	2.966291																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
F-statistic	172.6313	Durbin-Watson stat	0.117346																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

الملحق 42: مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأوروبي في تونس للفترة (2000-2015)

نموذج التأثيرات العشوائية	نموذج التأثيرات الثابتة	النموذج التجميعي																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects) Date: 12/09/17 Time: 15:14 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 12 Total pool (balanced) observations: 192 Swamy and Arora estimator of component variances</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.968461</td><td>0.238544</td><td>4.059890</td><td>0.0001</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>1.367453</td><td>0.318980</td><td>4.286951</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-1.492222</td><td>0.244457</td><td>-6.104228</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.925670</td><td>0.220505</td><td>-4.19753</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>3.164205</td><td>1.380505</td><td>2.292063</td><td>0.0231</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.482389</td><td>0.116942</td><td>4.125037</td><td>0.0001</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-0.071619</td><td>0.041582</td><td>-1.722357</td><td>0.0944</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>2.339067</td><td>0.648496</td><td>3.606913</td><td>0.0004</td></tr> <tr><td>COLONY?</td><td>1.028673</td><td>0.262730</td><td>3.915328</td><td>0.0001</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.558600</td><td>0.244253</td><td>-2.286978</td><td>0.0233</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.093378</td><td>0.079807</td><td>-1.170049</td><td>0.2435</td></tr> <tr><td>C</td><td>-47.08871</td><td>18.76565</td><td>-2.509303</td><td>0.0130</td></tr> </tbody> </table> <p>Random Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_FRA-C</td><td>0.898829</td></tr> <tr><td>_GER-C</td><td>0.439002</td></tr> <tr><td>_SPA-C</td><td>-1.192642</td></tr> <tr><td>_ENG-C</td><td>0.275492</td></tr> <tr><td>_ITA-C</td><td>0.429076</td></tr> <tr><td>_TUR-C</td><td>-0.898829</td></tr> <tr><td>_SWI-C</td><td>-0.521483</td></tr> <tr><td>_BEL-C</td><td>-0.377346</td></tr> <tr><td>_HOL-C</td><td>0.457539</td></tr> <tr><td>_AST-C</td><td>1.360844</td></tr> <tr><td>_POR-C</td><td>0.267913</td></tr> <tr><td>_GRC-C</td><td>-1.138395</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section random</td> <td>0.827150</td> <td>0.8290</td> </tr> <tr> <td>Idiosyncratic random</td> <td>0.375640</td> <td>0.1710</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.770147</td> <td>Mean dependent var</td> <td>1.283010</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.737767</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>0.506033</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.379435</td> <td>Sum squared resid</td> <td>25.91472</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>14.51972</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>0.818301</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.968461	0.238544	4.059890	0.0001	LNPOP?	1.367453	0.318980	4.286951	0.0000	LNRP?	-1.492222	0.244457	-6.104228	0.0000	LNREX?	-0.925670	0.220505	-4.19753	0.0000	LNHB?	3.164205	1.380505	2.292063	0.0231	LNNU?	0.482389	0.116942	4.125037	0.0001	LNDIST?	-0.071619	0.041582	-1.722357	0.0944	LANG?	2.339067	0.648496	3.606913	0.0004	COLONY?	1.028673	0.262730	3.915328	0.0001	INTC?	-0.558600	0.244253	-2.286978	0.0233	EXTC?	-0.093378	0.079807	-1.170049	0.2435	C	-47.08871	18.76565	-2.509303	0.0130	_FRA-C	0.898829	_GER-C	0.439002	_SPA-C	-1.192642	_ENG-C	0.275492	_ITA-C	0.429076	_TUR-C	-0.898829	_SWI-C	-0.521483	_BEL-C	-0.377346	_HOL-C	0.457539	_AST-C	1.360844	_POR-C	0.267913	_GRC-C	-1.138395	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section random	0.827150	0.8290	Idiosyncratic random	0.375640	0.1710	Weighted Statistics				R-squared	0.770147	Mean dependent var	1.283010	Adjusted R-squared	0.737767	S.D. dependent var	0.506033	S.E. of regression	0.379435	Sum squared resid	25.91472	F-statistic	14.51972	Durbin-Watson stat	0.818301	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section weights) Date: 12/09/17 Time: 19:15 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 12 Total pool (balanced) observations: 192 Linear estimation after one-step weighting matrix</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.174951</td><td>0.091909</td><td>1.903523</td><td>0.0586</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.775412</td><td>1.383759</td><td>0.560366</td><td>0.5760</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.179584</td><td>0.092253</td><td>-1.946634</td><td>0.0926</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.269395</td><td>0.092585</td><td>-2.909716</td><td>0.0410</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>2.183894</td><td>1.269914</td><td>1.719717</td><td>0.0873</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.397511</td><td>0.198251</td><td>2.005092</td><td>0.0850</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.330024</td><td>0.063060</td><td>-5.233472</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.095620</td><td>0.070757</td><td>-1.351370</td><td>0.1784</td></tr> <tr><td>C</td><td>-26.35924</td><td>31.27557</td><td>-0.842806</td><td>0.4005</td></tr> </tbody> </table> <p>Fixed Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_FRA-C</td><td>1.732608</td></tr> <tr><td>_GER-C</td><td>0.873794</td></tr> <tr><td>_SPA-C</td><td>-0.960452</td></tr> <tr><td>_ENG-C</td><td>0.681069</td></tr> <tr><td>_ITA-C</td><td>0.656062</td></tr> <tr><td>_TUR-C</td><td>-2.775870</td></tr> <tr><td>_SWI-C</td><td>0.680349</td></tr> <tr><td>_BEL-C</td><td>1.180203</td></tr> <tr><td>_HOL-C</td><td>-0.052904</td></tr> <tr><td>_AST-C</td><td>0.452635</td></tr> <tr><td>_POR-C</td><td>-0.523428</td></tr> <tr><td>_GRC-C</td><td>-1.944067</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section fixed (dummy variables)</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.955442</td> <td>Mean dependent var</td> <td>12.50876</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.950520</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>3.787867</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.370261</td> <td>Sum squared resid</td> <td>23.58002</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>194.1128</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>0.994879</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.174951	0.091909	1.903523	0.0586	LNPOP?	0.775412	1.383759	0.560366	0.5760	LNRP?	-0.179584	0.092253	-1.946634	0.0926	LNREX?	-0.269395	0.092585	-2.909716	0.0410	LNHB?	2.183894	1.269914	1.719717	0.0873	LNNU?	0.397511	0.198251	2.005092	0.0850	INTC?	-0.330024	0.063060	-5.233472	0.0000	EXTC?	-0.095620	0.070757	-1.351370	0.1784	C	-26.35924	31.27557	-0.842806	0.4005	_FRA-C	1.732608	_GER-C	0.873794	_SPA-C	-0.960452	_ENG-C	0.681069	_ITA-C	0.656062	_TUR-C	-2.775870	_SWI-C	0.680349	_BEL-C	1.180203	_HOL-C	-0.052904	_AST-C	0.452635	_POR-C	-0.523428	_GRC-C	-1.944067	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section fixed (dummy variables)			Weighted Statistics				R-squared	0.955442	Mean dependent var	12.50876	Adjusted R-squared	0.950520	S.D. dependent var	3.787867	S.E. of regression	0.370261	Sum squared resid	23.58002	F-statistic	194.1128	Durbin-Watson stat	0.994879	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled Least Squares Date: 12/09/17 Time: 14:22 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 12 Total pool (balanced) observations: 192</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.472387</td><td>0.126823</td><td>3.724779</td><td>0.0003</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>1.128971</td><td>0.076798</td><td>14.70051</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-4.589316</td><td>0.619623</td><td>-7.406629</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-1.905576</td><td>0.290496</td><td>-6.559737</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>-0.225208</td><td>2.580415</td><td>-0.087276</td><td>0.9305</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.159242</td><td>0.086415</td><td>1.842751</td><td>0.0670</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-0.092339</td><td>0.184252</td><td>-0.501155</td><td>0.6169</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>1.707741</td><td>0.170683</td><td>10.00536</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>COLONY?</td><td>-0.286063</td><td>0.249144</td><td>-1.148183</td><td>0.2524</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.286850</td><td>0.137370</td><td>-2.088156</td><td>0.0382</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>0.005739</td><td>0.154642</td><td>0.037111</td><td>0.9704</td></tr> <tr><td>C</td><td>-4.619404</td><td>29.70274</td><td>-0.155521</td><td>0.8766</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.780773</td> <td>Mean dependent var</td> <td>11.37321</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.767376</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>1.535306</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.740495</td> <td>Akaike info criterion</td> <td>2.297466</td> </tr> <tr> <td>Sum squared resid</td> <td>98.69989</td> <td>Schwarz criterion</td> <td>2.501059</td> </tr> <tr> <td>Log likelihood</td> <td>-208.5567</td> <td>Hannan-Quinn criter.</td> <td>2.379922</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>58.27887</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>0.240214</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.472387	0.126823	3.724779	0.0003	LNPOP?	1.128971	0.076798	14.70051	0.0000	LNRP?	-4.589316	0.619623	-7.406629	0.0000	LNREX?	-1.905576	0.290496	-6.559737	0.0000	LNHB?	-0.225208	2.580415	-0.087276	0.9305	LNNU?	0.159242	0.086415	1.842751	0.0670	LNDIST?	-0.092339	0.184252	-0.501155	0.6169	LANG?	1.707741	0.170683	10.00536	0.0000	COLONY?	-0.286063	0.249144	-1.148183	0.2524	INTC?	-0.286850	0.137370	-2.088156	0.0382	EXTC?	0.005739	0.154642	0.037111	0.9704	C	-4.619404	29.70274	-0.155521	0.8766	R-squared	0.780773	Mean dependent var	11.37321	Adjusted R-squared	0.767376	S.D. dependent var	1.535306	S.E. of regression	0.740495	Akaike info criterion	2.297466	Sum squared resid	98.69989	Schwarz criterion	2.501059	Log likelihood	-208.5567	Hannan-Quinn criter.	2.379922	F-statistic	58.27887	Durbin-Watson stat	0.240214	Prob(F-statistic)	0.000000		
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNGNIPC?	0.968461	0.238544	4.059890	0.0001																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNPOP?	1.367453	0.318980	4.286951	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNRP?	-1.492222	0.244457	-6.104228	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNREX?	-0.925670	0.220505	-4.19753	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNHB?	3.164205	1.380505	2.292063	0.0231																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNNU?	0.482389	0.116942	4.125037	0.0001																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNDIST?	-0.071619	0.041582	-1.722357	0.0944																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LANG?	2.339067	0.648496	3.606913	0.0004																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
COLONY?	1.028673	0.262730	3.915328	0.0001																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
INTC?	-0.558600	0.244253	-2.286978	0.0233																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
EXTC?	-0.093378	0.079807	-1.170049	0.2435																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
C	-47.08871	18.76565	-2.509303	0.0130																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
_FRA-C	0.898829																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_GER-C	0.439002																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_SPA-C	-1.192642																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_ENG-C	0.275492																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_ITA-C	0.429076																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_TUR-C	-0.898829																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_SWI-C	-0.521483																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_BEL-C	-0.377346																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_HOL-C	0.457539																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_AST-C	1.360844																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_POR-C	0.267913																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_GRC-C	-1.138395																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Cross-section random	0.827150	0.8290																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Idiosyncratic random	0.375640	0.1710																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
R-squared	0.770147	Mean dependent var	1.283010																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Adjusted R-squared	0.737767	S.D. dependent var	0.506033																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
S.E. of regression	0.379435	Sum squared resid	25.91472																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
F-statistic	14.51972	Durbin-Watson stat	0.818301																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNGNIPC?	0.174951	0.091909	1.903523	0.0586																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNPOP?	0.775412	1.383759	0.560366	0.5760																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNRP?	-0.179584	0.092253	-1.946634	0.0926																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNREX?	-0.269395	0.092585	-2.909716	0.0410																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNHB?	2.183894	1.269914	1.719717	0.0873																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNNU?	0.397511	0.198251	2.005092	0.0850																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
INTC?	-0.330024	0.063060	-5.233472	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
EXTC?	-0.095620	0.070757	-1.351370	0.1784																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
C	-26.35924	31.27557	-0.842806	0.4005																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
_FRA-C	1.732608																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_GER-C	0.873794																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_SPA-C	-0.960452																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_ENG-C	0.681069																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_ITA-C	0.656062																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_TUR-C	-2.775870																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_SWI-C	0.680349																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_BEL-C	1.180203																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_HOL-C	-0.052904																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_AST-C	0.452635																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_POR-C	-0.523428																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
_GRC-C	-1.944067																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Cross-section fixed (dummy variables)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
R-squared	0.955442	Mean dependent var	12.50876																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Adjusted R-squared	0.950520	S.D. dependent var	3.787867																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
S.E. of regression	0.370261	Sum squared resid	23.58002																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
F-statistic	194.1128	Durbin-Watson stat	0.994879																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNGNIPC?	0.472387	0.126823	3.724779	0.0003																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNPOP?	1.128971	0.076798	14.70051	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNRP?	-4.589316	0.619623	-7.406629	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNREX?	-1.905576	0.290496	-6.559737	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNHB?	-0.225208	2.580415	-0.087276	0.9305																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNNU?	0.159242	0.086415	1.842751	0.0670																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LNDIST?	-0.092339	0.184252	-0.501155	0.6169																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
LANG?	1.707741	0.170683	10.00536	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
COLONY?	-0.286063	0.249144	-1.148183	0.2524																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
INTC?	-0.286850	0.137370	-2.088156	0.0382																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
EXTC?	0.005739	0.154642	0.037111	0.9704																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
C	-4.619404	29.70274	-0.155521	0.8766																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
R-squared	0.780773	Mean dependent var	11.37321																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Adjusted R-squared	0.767376	S.D. dependent var	1.535306																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
S.E. of regression	0.740495	Akaike info criterion	2.297466																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Sum squared resid	98.69989	Schwarz criterion	2.501059																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Log likelihood	-208.5567	Hannan-Quinn criter.	2.379922																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
F-statistic	58.27887	Durbin-Watson stat	0.240214																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 9.

الملحق 43: مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي العربي في تونس للفترة (2000-2015)

نموذج التأثيرات العشوائية	نموذج التأثيرات الثابتة	النموذج التجميعي																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects) Date: 12/09/17 Time: 18:13 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 14 Total pool (balanced) observations: 224 Swamy and Arora estimator of component variances</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.090581</td><td>0.048185</td><td>1.879872</td><td>0.0615</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.334956</td><td>0.113538</td><td>2.950175</td><td>0.0035</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>0.125436</td><td>0.045992</td><td>2.727370</td><td>0.0069</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.198724</td><td>0.083728</td><td>2.373461</td><td>0.0185</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>1.746105</td><td>0.873056</td><td>1.999992</td><td>0.0468</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.169691</td><td>0.082785</td><td>2.049794</td><td>0.0416</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-0.761844</td><td>0.457440</td><td>-1.665451</td><td>0.0973</td></tr> <tr><td>BORD?</td><td>4.470277</td><td>1.014171</td><td>4.407815</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.075813</td><td>0.044388</td><td>-1.707955</td><td>0.0891</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.032401</td><td>0.050984</td><td>-0.635509</td><td>0.5258</td></tr> <tr><td>C</td><td>-15.17839</td><td>6.833102</td><td>-2.221303</td><td>0.0274</td></tr> </tbody> </table> <p>Random Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_ALG-C</td><td>1.508528</td></tr> <tr><td>_MOR-C</td><td>0.998736</td></tr> <tr><td>_LIB-C</td><td>0.849222</td></tr> <tr><td>_MAU-C</td><td>-0.849222</td></tr> <tr><td>_EGP-C</td><td>0.473339</td></tr> <tr><td>_LEB-C</td><td>-0.805714</td></tr> <tr><td>_JOR-C</td><td>0.249187</td></tr> <tr><td>_SAU-C</td><td>0.567341</td></tr> <tr><td>_YEM-C</td><td>-2.024710</td></tr> <tr><td>_QAT-C</td><td>-0.391841</td></tr> <tr><td>_EMI-C</td><td>-0.550483</td></tr> <tr><td>_OMA-C</td><td>-0.010987</td></tr> <tr><td>_KUW-C</td><td>0.190719</td></tr> <tr><td>_BAH-C</td><td>-0.204114</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section random</td> <td>0.864115</td> <td>0.9162</td> </tr> <tr> <td>Idiosyncratic random</td> <td>0.261291</td> <td>0.0838</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.696169</td> <td>Mean dependent var</td> <td>0.659188</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.672515</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>0.368883</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.267768</td> <td>Sum squared resid</td> <td>15.27201</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>20.97615</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>1.512958</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.090581	0.048185	1.879872	0.0615	LNPOP?	0.334956	0.113538	2.950175	0.0035	LNRP?	0.125436	0.045992	2.727370	0.0069	LNREX?	0.198724	0.083728	2.373461	0.0185	LNHB?	1.746105	0.873056	1.999992	0.0468	LNNU?	0.169691	0.082785	2.049794	0.0416	LNDIST?	-0.761844	0.457440	-1.665451	0.0973	BORD?	4.470277	1.014171	4.407815	0.0000	INTC?	-0.075813	0.044388	-1.707955	0.0891	EXTC?	-0.032401	0.050984	-0.635509	0.5258	C	-15.17839	6.833102	-2.221303	0.0274	_ALG-C	1.508528	_MOR-C	0.998736	_LIB-C	0.849222	_MAU-C	-0.849222	_EGP-C	0.473339	_LEB-C	-0.805714	_JOR-C	0.249187	_SAU-C	0.567341	_YEM-C	-2.024710	_QAT-C	-0.391841	_EMI-C	-0.550483	_OMA-C	-0.010987	_KUW-C	0.190719	_BAH-C	-0.204114	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section random	0.864115	0.9162	Idiosyncratic random	0.261291	0.0838	Weighted Statistics				R-squared	0.696169	Mean dependent var	0.659188	Adjusted R-squared	0.672515	S.D. dependent var	0.368883	S.E. of regression	0.267768	Sum squared resid	15.27201	F-statistic	20.97615	Durbin-Watson stat	1.512958	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section weights) Date: 12/09/17 Time: 19:06 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 14 Total pool (balanced) observations: 224 Linear estimation after one-step weighting matrix</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.089544</td><td>0.047922</td><td>1.868528</td><td>0.0630</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.346766</td><td>0.105909</td><td>3.274188</td><td>0.0012</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>0.560500</td><td>0.196124</td><td>2.857891</td><td>0.0047</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.524820</td><td>0.118251</td><td>4.438179</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>0.678892</td><td>0.759834</td><td>0.893474</td><td>0.3727</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.087913</td><td>0.057268</td><td>1.535111</td><td>0.1263</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.093434</td><td>0.044990</td><td>-2.076765</td><td>0.0390</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.025689</td><td>0.039207</td><td>-0.655215</td><td>0.5131</td></tr> <tr><td>C</td><td>-7.738737</td><td>8.744895</td><td>-0.884943</td><td>0.3772</td></tr> </tbody> </table> <p>Fixed Effects (Cross)</p> <table border="1"> <tbody> <tr><td>_ALG-C</td><td>3.219651</td></tr> <tr><td>_MOR-C</td><td>1.138845</td></tr> <tr><td>_LIB-C</td><td>6.471974</td></tr> <tr><td>_MAU-C</td><td>-1.037588</td></tr> <tr><td>_EGP-C</td><td>-0.002283</td></tr> <tr><td>_LEB-C</td><td>-3.124659</td></tr> <tr><td>_JOR-C</td><td>0.381933</td></tr> <tr><td>_SAU-C</td><td>-0.162448</td></tr> <tr><td>_YEM-C</td><td>-4.171813</td></tr> <tr><td>_QAT-C</td><td>-1.189657</td></tr> <tr><td>_EMI-C</td><td>-1.424028</td></tr> <tr><td>_OMA-C</td><td>-0.198899</td></tr> <tr><td>_KUW-C</td><td>0.318289</td></tr> <tr><td>_BAH-C</td><td>-0.219318</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Effects Specification</th> <th>S.D.</th> <th>Rho</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cross-section fixed (dummy variables)</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Weighted Statistics</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.995448</td> <td>Mean dependent var</td> <td>11.16052</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.994975</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>6.304527</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.259299</td> <td>Sum squared resid</td> <td>10.58171</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>2103.595</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>1.438647</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.089544	0.047922	1.868528	0.0630	LNPOP?	0.346766	0.105909	3.274188	0.0012	LNRP?	0.560500	0.196124	2.857891	0.0047	LNREX?	0.524820	0.118251	4.438179	0.0000	LNHB?	0.678892	0.759834	0.893474	0.3727	LNNU?	0.087913	0.057268	1.535111	0.1263	INTC?	-0.093434	0.044990	-2.076765	0.0390	EXTC?	-0.025689	0.039207	-0.655215	0.5131	C	-7.738737	8.744895	-0.884943	0.3772	_ALG-C	3.219651	_MOR-C	1.138845	_LIB-C	6.471974	_MAU-C	-1.037588	_EGP-C	-0.002283	_LEB-C	-3.124659	_JOR-C	0.381933	_SAU-C	-0.162448	_YEM-C	-4.171813	_QAT-C	-1.189657	_EMI-C	-1.424028	_OMA-C	-0.198899	_KUW-C	0.318289	_BAH-C	-0.219318	Effects Specification	S.D.	Rho	Cross-section fixed (dummy variables)			Weighted Statistics				R-squared	0.995448	Mean dependent var	11.16052	Adjusted R-squared	0.994975	S.D. dependent var	6.304527	S.E. of regression	0.259299	Sum squared resid	10.58171	F-statistic	2103.595	Durbin-Watson stat	1.438647	Prob(F-statistic)	0.000000			<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled Least Squares Date: 12/09/17 Time: 18:36 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 14 Total pool (balanced) observations: 224</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>-0.097866</td><td>0.050472</td><td>-1.938999</td><td>0.0538</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>0.224665</td><td>0.047109</td><td>4.769062</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.337696</td><td>0.355582</td><td>-0.949700</td><td>0.3433</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.032227</td><td>0.021350</td><td>1.509438</td><td>0.1327</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>2.390373</td><td>2.151520</td><td>1.111016</td><td>0.2678</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.000845</td><td>0.143680</td><td>0.005878</td><td>0.9953</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-2.531666</td><td>0.181937</td><td>-13.91506</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>BORD?</td><td>1.555138</td><td>0.317107</td><td>4.904150</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.072181</td><td>0.117231</td><td>-0.615718</td><td>0.5387</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.038806</td><td>0.132471</td><td>-0.292939</td><td>0.7699</td></tr> <tr><td>C</td><td>-4.575324</td><td>24.81985</td><td>-0.184341</td><td>0.8539</td></tr> </tbody> </table> <table border="1"> <tbody> <tr> <td>R-squared</td> <td>0.925199</td> <td>Mean dependent var</td> <td>8.744872</td> </tr> <tr> <td>Adjusted R-squared</td> <td>0.921687</td> <td>S.D. dependent var</td> <td>2.462172</td> </tr> <tr> <td>S.E. of regression</td> <td>0.689025</td> <td>Akaike info criterion</td> <td>2.140781</td> </tr> <tr> <td>Sum squared resid</td> <td>101.1228</td> <td>Schwarz criterion</td> <td>2.308317</td> </tr> <tr> <td>Log likelihood</td> <td>-228.7674</td> <td>Hannan-Quinn criter.</td> <td>2.208406</td> </tr> <tr> <td>F-statistic</td> <td>263.4555</td> <td>Durbin-Watson stat</td> <td>0.246571</td> </tr> <tr> <td>Prob(F-statistic)</td> <td>0.000000</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	-0.097866	0.050472	-1.938999	0.0538	LNPOP?	0.224665	0.047109	4.769062	0.0000	LNRP?	-0.337696	0.355582	-0.949700	0.3433	LNREX?	0.032227	0.021350	1.509438	0.1327	LNHB?	2.390373	2.151520	1.111016	0.2678	LNNU?	0.000845	0.143680	0.005878	0.9953	LNDIST?	-2.531666	0.181937	-13.91506	0.0000	BORD?	1.555138	0.317107	4.904150	0.0000	INTC?	-0.072181	0.117231	-0.615718	0.5387	EXTC?	-0.038806	0.132471	-0.292939	0.7699	C	-4.575324	24.81985	-0.184341	0.8539	R-squared	0.925199	Mean dependent var	8.744872	Adjusted R-squared	0.921687	S.D. dependent var	2.462172	S.E. of regression	0.689025	Akaike info criterion	2.140781	Sum squared resid	101.1228	Schwarz criterion	2.308317	Log likelihood	-228.7674	Hannan-Quinn criter.	2.208406	F-statistic	263.4555	Durbin-Watson stat	0.246571	Prob(F-statistic)	0.000000		
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNGNIPC?	0.090581	0.048185	1.879872	0.0615																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNPOP?	0.334956	0.113538	2.950175	0.0035																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNRP?	0.125436	0.045992	2.727370	0.0069																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNREX?	0.198724	0.083728	2.373461	0.0185																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNHB?	1.746105	0.873056	1.999992	0.0468																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNNU?	0.169691	0.082785	2.049794	0.0416																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNDIST?	-0.761844	0.457440	-1.665451	0.0973																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
BORD?	4.470277	1.014171	4.407815	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
INTC?	-0.075813	0.044388	-1.707955	0.0891																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
EXTC?	-0.032401	0.050984	-0.635509	0.5258																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
C	-15.17839	6.833102	-2.221303	0.0274																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
_ALG-C	1.508528																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_MOR-C	0.998736																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_LIB-C	0.849222																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_MAU-C	-0.849222																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_EGP-C	0.473339																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_LEB-C	-0.805714																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_JOR-C	0.249187																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_SAU-C	0.567341																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_YEM-C	-2.024710																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_QAT-C	-0.391841																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_EMI-C	-0.550483																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_OMA-C	-0.010987																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_KUW-C	0.190719																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_BAH-C	-0.204114																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Cross-section random	0.864115	0.9162																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Idiosyncratic random	0.261291	0.0838																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
R-squared	0.696169	Mean dependent var	0.659188																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Adjusted R-squared	0.672515	S.D. dependent var	0.368883																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
S.E. of regression	0.267768	Sum squared resid	15.27201																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
F-statistic	20.97615	Durbin-Watson stat	1.512958																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNGNIPC?	0.089544	0.047922	1.868528	0.0630																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNPOP?	0.346766	0.105909	3.274188	0.0012																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNRP?	0.560500	0.196124	2.857891	0.0047																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNREX?	0.524820	0.118251	4.438179	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNHB?	0.678892	0.759834	0.893474	0.3727																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNNU?	0.087913	0.057268	1.535111	0.1263																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
INTC?	-0.093434	0.044990	-2.076765	0.0390																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
EXTC?	-0.025689	0.039207	-0.655215	0.5131																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
C	-7.738737	8.744895	-0.884943	0.3772																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
_ALG-C	3.219651																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_MOR-C	1.138845																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_LIB-C	6.471974																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_MAU-C	-1.037588																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_EGP-C	-0.002283																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_LEB-C	-3.124659																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_JOR-C	0.381933																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_SAU-C	-0.162448																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_YEM-C	-4.171813																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_QAT-C	-1.189657																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_EMI-C	-1.424028																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_OMA-C	-0.198899																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_KUW-C	0.318289																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
_BAH-C	-0.219318																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Effects Specification	S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
Cross-section fixed (dummy variables)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
R-squared	0.995448	Mean dependent var	11.16052																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Adjusted R-squared	0.994975	S.D. dependent var	6.304527																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
S.E. of regression	0.259299	Sum squared resid	10.58171																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
F-statistic	2103.595	Durbin-Watson stat	1.438647																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNGNIPC?	-0.097866	0.050472	-1.938999	0.0538																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNPOP?	0.224665	0.047109	4.769062	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNRP?	-0.337696	0.355582	-0.949700	0.3433																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNREX?	0.032227	0.021350	1.509438	0.1327																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNHB?	2.390373	2.151520	1.111016	0.2678																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNNU?	0.000845	0.143680	0.005878	0.9953																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
LNDIST?	-2.531666	0.181937	-13.91506	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
BORD?	1.555138	0.317107	4.904150	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
INTC?	-0.072181	0.117231	-0.615718	0.5387																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
EXTC?	-0.038806	0.132471	-0.292939	0.7699																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
C	-4.575324	24.81985	-0.184341	0.8539																																																																																																																																																																																																																																																																																																																											
R-squared	0.925199	Mean dependent var	8.744872																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Adjusted R-squared	0.921687	S.D. dependent var	2.462172																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
S.E. of regression	0.689025	Akaike info criterion	2.140781																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Sum squared resid	101.1228	Schwarz criterion	2.308317																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Log likelihood	-228.7674	Hannan-Quinn criter.	2.208406																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
F-statistic	263.4555	Durbin-Watson stat	0.246571																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي 9 Eviews.

الملحق 44: مخرجات نموذج الجاذبية للطلب السياحي الأمريكي، الآسيوي والأقيانوسي في تونس للفترة (2000-2015)

نموذج التأثيرات العشوائية	نموذج التأثيرات الثابتة	النموذج التجميعي																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects) Date: 12/10/17 Time: 19:30 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 5 Total pool (balanced) observations: 80 Wallace and Hussain estimator of component variances</p>	<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled EGLS (Cross-section weights) Date: 12/10/17 Time: 19:37 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 5 Total pool (balanced) observations: 80 Linear estimation after one-step weighting matrix</p>	<p>Dependent Variable: LNTA? Method: Pooled Least Squares Date: 12/10/17 Time: 19:23 Sample: 2000 2015 Included observations: 16 Cross-sections included: 5 Total pool (balanced) observations: 80</p>																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.937811</td><td>0.058535</td><td>16.02138</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>-3.883477</td><td>1.421791</td><td>-2.731397</td><td>0.0080</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.309309</td><td>0.369674</td><td>-0.836707</td><td>0.4056</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>0.300321</td><td>0.093388</td><td>3.215856</td><td>0.0020</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>2.071243</td><td>1.639313</td><td>1.263482</td><td>0.2107</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>-0.071137</td><td>0.145370</td><td>-0.489356</td><td>0.6261</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-15.27150</td><td>4.738134</td><td>-3.223105</td><td>0.0019</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>-9.487420</td><td>3.442168</td><td>-2.756234</td><td>0.0075</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.293707</td><td>0.081835</td><td>-3.589018</td><td>0.0006</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.103657</td><td>0.090499</td><td>-1.145395</td><td>0.2560</td></tr> <tr><td>C</td><td>186.9976</td><td>77.33748</td><td>2.417943</td><td>0.0183</td></tr> <tr><td colspan="5">Random Effects (Cross)</td></tr> <tr><td>_USA--C</td><td>0.000000</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_CAN--C</td><td>0.000000</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_BRA--C</td><td>0.000000</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_JAP--C</td><td>0.000000</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_AUS--C</td><td>0.000000</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td colspan="5">Effects Specification</td></tr> <tr><td></td><td></td><td>S.D.</td><td>Rho</td><td></td></tr> <tr><td>Cross-section random</td><td></td><td>0.000000</td><td>0.0000</td><td></td></tr> <tr><td>Idiosyncratic random</td><td></td><td>0.279340</td><td>1.0000</td><td></td></tr> <tr><td colspan="5">Weighted Statistics</td></tr> <tr><td>R-squared</td><td>0.932148</td><td>Mean dependent var</td><td>8.622957</td><td></td></tr> <tr><td>Adjusted R-squared</td><td>0.922315</td><td>S.D. dependent var</td><td>0.972336</td><td></td></tr> <tr><td>S.E. of regression</td><td>0.271010</td><td>Sum squared resid</td><td>5.067814</td><td></td></tr> <tr><td>F-statistic</td><td>94.79226</td><td>Durbin-Watson stat</td><td>1.524300</td><td></td></tr> <tr><td>Prob(F-statistic)</td><td>0.000000</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.937811	0.058535	16.02138	0.0000	LNPOP?	-3.883477	1.421791	-2.731397	0.0080	LNRP?	-0.309309	0.369674	-0.836707	0.4056	LNREX?	0.300321	0.093388	3.215856	0.0020	LNHB?	2.071243	1.639313	1.263482	0.2107	LNNU?	-0.071137	0.145370	-0.489356	0.6261	LNDIST?	-15.27150	4.738134	-3.223105	0.0019	LANG?	-9.487420	3.442168	-2.756234	0.0075	INTC?	-0.293707	0.081835	-3.589018	0.0006	EXTC?	-0.103657	0.090499	-1.145395	0.2560	C	186.9976	77.33748	2.417943	0.0183	Random Effects (Cross)					_USA--C	0.000000				_CAN--C	0.000000				_BRA--C	0.000000				_JAP--C	0.000000				_AUS--C	0.000000				Effects Specification							S.D.	Rho		Cross-section random		0.000000	0.0000		Idiosyncratic random		0.279340	1.0000		Weighted Statistics					R-squared	0.932148	Mean dependent var	8.622957		Adjusted R-squared	0.922315	S.D. dependent var	0.972336		S.E. of regression	0.271010	Sum squared resid	5.067814		F-statistic	94.79226	Durbin-Watson stat	1.524300		Prob(F-statistic)	0.000000				<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>-0.017189</td><td>0.291391</td><td>-0.058990</td><td>0.9531</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>-2.452113</td><td>1.515784</td><td>-1.617719</td><td>0.1104</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-1.796112</td><td>0.820314</td><td>-2.189540</td><td>0.0320</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.088986</td><td>0.346894</td><td>-0.256521</td><td>0.7983</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>-0.157536</td><td>1.211200</td><td>-0.130066</td><td>0.8969</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.270308</td><td>0.125609</td><td>2.151982</td><td>0.0350</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.272173</td><td>0.059712</td><td>-4.558118</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.165751</td><td>0.066774</td><td>-2.482264</td><td>0.0156</td></tr> <tr><td>C</td><td>51.89050</td><td>31.49747</td><td>1.647449</td><td>0.1041</td></tr> <tr><td colspan="5">Fixed Effects (Cross)</td></tr> <tr><td>_USA--C</td><td>3.944084</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_CAN--C</td><td>-1.647165</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_BRA--C</td><td>0.896606</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_JAP--C</td><td>1.407856</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>_AUS--C</td><td>-4.601381</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td colspan="5">Effects Specification</td></tr> <tr><td colspan="5">Cross-section fixed (dummy variables)</td></tr> <tr><td colspan="5">Weighted Statistics</td></tr> <tr><td>R-squared</td><td>0.966448</td><td>Mean dependent var</td><td>10.53552</td><td></td></tr> <tr><td>Adjusted R-squared</td><td>0.960438</td><td>S.D. dependent var</td><td>3.751206</td><td></td></tr> <tr><td>S.E. of regression</td><td>0.252767</td><td>Sum squared resid</td><td>4.280724</td><td></td></tr> <tr><td>F-statistic</td><td>160.8238</td><td>Durbin-Watson stat</td><td>1.815031</td><td></td></tr> <tr><td>Prob(F-statistic)</td><td>0.000000</td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	-0.017189	0.291391	-0.058990	0.9531	LNPOP?	-2.452113	1.515784	-1.617719	0.1104	LNRP?	-1.796112	0.820314	-2.189540	0.0320	LNREX?	-0.088986	0.346894	-0.256521	0.7983	LNHB?	-0.157536	1.211200	-0.130066	0.8969	LNNU?	0.270308	0.125609	2.151982	0.0350	INTC?	-0.272173	0.059712	-4.558118	0.0000	EXTC?	-0.165751	0.066774	-2.482264	0.0156	C	51.89050	31.49747	1.647449	0.1041	Fixed Effects (Cross)					_USA--C	3.944084				_CAN--C	-1.647165				_BRA--C	0.896606				_JAP--C	1.407856				_AUS--C	-4.601381				Effects Specification					Cross-section fixed (dummy variables)					Weighted Statistics					R-squared	0.966448	Mean dependent var	10.53552		Adjusted R-squared	0.960438	S.D. dependent var	3.751206		S.E. of regression	0.252767	Sum squared resid	4.280724		F-statistic	160.8238	Durbin-Watson stat	1.815031		Prob(F-statistic)	0.000000				<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Coefficient</th> <th>Std. Error</th> <th>t-Statistic</th> <th>Prob.</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>LNGNIPC?</td><td>0.937811</td><td>0.056789</td><td>16.51384</td><td>0.0000</td></tr> <tr><td>LNPOP?</td><td>-3.883477</td><td>1.379392</td><td>-2.815354</td><td>0.0063</td></tr> <tr><td>LNRP?</td><td>-0.328961</td><td>0.099258</td><td>-3.314182</td><td>0.0014</td></tr> <tr><td>LNREX?</td><td>-0.231894</td><td>0.099345</td><td>-2.334235</td><td>0.0222</td></tr> <tr><td>LNHB?</td><td>1.981954</td><td>0.775637</td><td>2.555259</td><td>0.0128</td></tr> <tr><td>LNNU?</td><td>0.465667</td><td>0.181932</td><td>2.329077</td><td>0.0126</td></tr> <tr><td>LNDIST?</td><td>-15.27150</td><td>4.596838</td><td>-3.322175</td><td>0.0014</td></tr> <tr><td>LANG?</td><td>-9.487420</td><td>3.339519</td><td>-2.840954</td><td>0.0059</td></tr> <tr><td>INTC?</td><td>-0.293707</td><td>0.079395</td><td>-3.699336</td><td>0.0004</td></tr> <tr><td>EXTC?</td><td>-0.103657</td><td>0.087800</td><td>-1.180602</td><td>0.2418</td></tr> <tr><td>C</td><td>186.9976</td><td>75.03121</td><td>2.492264</td><td>0.0151</td></tr> <tr><td colspan="5">R-squared</td></tr> <tr><td>Adjusted R-squared</td><td>0.932148</td><td>Mean dependent var</td><td>8.622957</td><td></td></tr> <tr><td>S.E. of regression</td><td>0.271010</td><td>S.D. dependent var</td><td>0.972336</td><td></td></tr> <tr><td>Sum squared resid</td><td>5.067814</td><td>Akaike info criterion</td><td>0.353760</td><td></td></tr> <tr><td>Log likelihood</td><td>-3.150397</td><td>Schwarz criterion</td><td>0.681289</td><td></td></tr> <tr><td>F-statistic</td><td>94.79226</td><td>Hannan-Quinn criter.</td><td>0.485076</td><td></td></tr> <tr><td>Prob(F-statistic)</td><td>0.000000</td><td>Durbin-Watson stat</td><td>1.524300</td><td></td></tr> </tbody> </table>	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	LNGNIPC?	0.937811	0.056789	16.51384	0.0000	LNPOP?	-3.883477	1.379392	-2.815354	0.0063	LNRP?	-0.328961	0.099258	-3.314182	0.0014	LNREX?	-0.231894	0.099345	-2.334235	0.0222	LNHB?	1.981954	0.775637	2.555259	0.0128	LNNU?	0.465667	0.181932	2.329077	0.0126	LNDIST?	-15.27150	4.596838	-3.322175	0.0014	LANG?	-9.487420	3.339519	-2.840954	0.0059	INTC?	-0.293707	0.079395	-3.699336	0.0004	EXTC?	-0.103657	0.087800	-1.180602	0.2418	C	186.9976	75.03121	2.492264	0.0151	R-squared					Adjusted R-squared	0.932148	Mean dependent var	8.622957		S.E. of regression	0.271010	S.D. dependent var	0.972336		Sum squared resid	5.067814	Akaike info criterion	0.353760		Log likelihood	-3.150397	Schwarz criterion	0.681289		F-statistic	94.79226	Hannan-Quinn criter.	0.485076		Prob(F-statistic)	0.000000	Durbin-Watson stat	1.524300	
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNGNIPC?	0.937811	0.058535	16.02138	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNPOP?	-3.883477	1.421791	-2.731397	0.0080																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNRP?	-0.309309	0.369674	-0.836707	0.4056																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNREX?	0.300321	0.093388	3.215856	0.0020																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNHB?	2.071243	1.639313	1.263482	0.2107																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNNU?	-0.071137	0.145370	-0.489356	0.6261																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNDIST?	-15.27150	4.738134	-3.223105	0.0019																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LANG?	-9.487420	3.442168	-2.756234	0.0075																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
INTC?	-0.293707	0.081835	-3.589018	0.0006																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
EXTC?	-0.103657	0.090499	-1.145395	0.2560																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
C	186.9976	77.33748	2.417943	0.0183																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Random Effects (Cross)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
_USA--C	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
_CAN--C	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
_BRA--C	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
_JAP--C	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
_AUS--C	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Effects Specification																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
		S.D.	Rho																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Cross-section random		0.000000	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Idiosyncratic random		0.279340	1.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
R-squared	0.932148	Mean dependent var	8.622957																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Adjusted R-squared	0.922315	S.D. dependent var	0.972336																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
S.E. of regression	0.271010	Sum squared resid	5.067814																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
F-statistic	94.79226	Durbin-Watson stat	1.524300																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNGNIPC?	-0.017189	0.291391	-0.058990	0.9531																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNPOP?	-2.452113	1.515784	-1.617719	0.1104																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNRP?	-1.796112	0.820314	-2.189540	0.0320																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNREX?	-0.088986	0.346894	-0.256521	0.7983																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNHB?	-0.157536	1.211200	-0.130066	0.8969																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNNU?	0.270308	0.125609	2.151982	0.0350																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
INTC?	-0.272173	0.059712	-4.558118	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
EXTC?	-0.165751	0.066774	-2.482264	0.0156																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
C	51.89050	31.49747	1.647449	0.1041																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
Fixed Effects (Cross)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
_USA--C	3.944084																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
_CAN--C	-1.647165																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
_BRA--C	0.896606																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
_JAP--C	1.407856																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
_AUS--C	-4.601381																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Effects Specification																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Cross-section fixed (dummy variables)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Weighted Statistics																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
R-squared	0.966448	Mean dependent var	10.53552																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Adjusted R-squared	0.960438	S.D. dependent var	3.751206																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
S.E. of regression	0.252767	Sum squared resid	4.280724																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
F-statistic	160.8238	Durbin-Watson stat	1.815031																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Prob(F-statistic)	0.000000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNGNIPC?	0.937811	0.056789	16.51384	0.0000																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNPOP?	-3.883477	1.379392	-2.815354	0.0063																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNRP?	-0.328961	0.099258	-3.314182	0.0014																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNREX?	-0.231894	0.099345	-2.334235	0.0222																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNHB?	1.981954	0.775637	2.555259	0.0128																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNNU?	0.465667	0.181932	2.329077	0.0126																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LNDIST?	-15.27150	4.596838	-3.322175	0.0014																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
LANG?	-9.487420	3.339519	-2.840954	0.0059																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
INTC?	-0.293707	0.079395	-3.699336	0.0004																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
EXTC?	-0.103657	0.087800	-1.180602	0.2418																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
C	186.9976	75.03121	2.492264	0.0151																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																	
R-squared																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
Adjusted R-squared	0.932148	Mean dependent var	8.622957																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
S.E. of regression	0.271010	S.D. dependent var	0.972336																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Sum squared resid	5.067814	Akaike info criterion	0.353760																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Log likelihood	-3.150397	Schwarz criterion	0.681289																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
F-statistic	94.79226	Hannan-Quinn criter.	0.485076																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Prob(F-statistic)	0.000000	Durbin-Watson stat	1.524300																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		

المصدر: مخرجات البرنامج الإحصائي Eviews 9.

الملحق 45: مجموع مربعات البواقي لنموذج الطلب السياحي الدولي في الجزائر وتونس لكل دولة

بالنسبة لتونس		بالنسبة للجزائر	
مجموع مربعات البواقي	الدولة	مجموع مربعات البواقي	الدولة
0.110586	<i>Alg</i>	0.121776	<i>Tun</i>
0.072269	<i>Mor</i>	0.142140	<i>Mor</i>
0.134104	<i>Lib</i>	0.189300	<i>Lib</i>
0.078582	<i>Mau</i>	0.160652	<i>Mau</i>
1.080618	<i>Egp</i>	1.939741	<i>Egp</i>
0.112505	<i>Leb</i>	0.539244	<i>Leb</i>
0.103129	<i>Jor</i>	0.691891	<i>Jor</i>
0.218712	<i>Sau</i>	0.156248	<i>Sau</i>
0.290722	<i>Yem</i>	0.814576	<i>Yem</i>
0.211073	<i>Qat</i>	2.692891	<i>Qat</i>
0.101910	<i>Emi</i>	0.308029	<i>Emi</i>
0.343686	<i>Oma</i>	1.350753	<i>Oma</i>
0.375090	<i>Kuw</i>	0.470052	<i>Kuw</i>
0.146367	<i>Bah</i>	0.961623	<i>Bah</i>
3.379353	المجموع	10.538916	المجموع
0.164980	<i>Fra</i>	0.023146	<i>Fra</i>
0.178163	<i>Ger</i>	0.125162	<i>Ger</i>
0.670729	<i>Spa</i>	0.816291	<i>Spa</i>
0.391921	<i>Eng</i>	0.063714	<i>Eng</i>
0.620065	<i>Ita</i>	0.054669	<i>Ita</i>
0.121035	<i>Tur</i>	0.723708	<i>Tur</i>
0.177160	<i>Swi</i>	1.371326	<i>Swi</i>
0.145679	<i>Bel</i>	0.086292	<i>Bel</i>
0.554411	<i>Hol</i>	17.91905	<i>Hol</i>
0.619749	<i>Ast</i>	0.138274	<i>Ast</i>
1.162557	<i>Por</i>	0.379691	<i>Por</i>
0.383775	<i>Grc</i>	10.27218	<i>Grc</i>
5.190224	المجموع	31.973503	المجموع
0.121545	<i>USA</i>	0.044372	<i>USA</i>
0.121001	<i>Can</i>	0.077148	<i>Can</i>
0.549752	<i>Bra</i>	0.171980	<i>Bra</i>
1.213144	<i>Jap</i>	1.012008	<i>Jap</i>
0.228822	<i>Aus</i>	0.104145	<i>Aus</i>
2.234264	المجموع	1.409653	المجموع
10.803841	المجموع الكلي	43.922072	المجموع الكلي

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي *Eviews 9*.

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية:

I- القرآن الكريم

- سورة التوبة، رقمها 9، مدنية.

II- الكتب:

- 1- إبراهيم الفاعوري، جغرافية الوطن العربي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 2- إبراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا والمعالم السياحية، الطبعة الأولى، الوراق للنشر، الأردن، 2009.
- 3- أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
- 4- أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي للنشر، مصر، 2007.
- 5- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 6- إلياس سراب و اخرون، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر، عمان، 2002.
- 7- أمامة سمير حلمي، الأجهزة والمنظمات السياحية، بستان المعرفة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2014.
- 8- آمنة أبو حجر، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2011.
- 9- براهيم إسماعيل الحديد، إدارة التسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 10- حمدي عبدالعظيم، اقتصاديات السياحة: مدخل نظري وعملي متكامل، مكتبة زهراء الشرق للنشر، مصر، 1996.
- 11- زيد منير عبوي، فن ادارة الفنادق والنشاط السياحي، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 12- سهيل الحمدان، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية والفندقية، دار الرضا للنشر، سوريا، 2001.
- 13- صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي: أسس علمية وتجارب عربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2007.
- 14- عبد الفتاح لطفي عبد الله، جغرافية الوطن العربي، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2011.
- 15- عصمت عدلي، الأمن السياحي والأثري في ظل قوانين السياحة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008.
- 16- غادة صالح حسن، إقتصاديات السياحة، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا النشر، الإسكندرية، 2008.
- 17- فتحي محمد أبو عيانة، جغرافية الوطن العربي، دار المعرفة الجامعية للنشر، الإسكندرية، مصر، 2007.
- 18- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1996.

- 19- مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، الطبعة الأولى، مؤسسة وراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 20- محمد أحمد العمري، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر، الأردن، 2011.
- 21- محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2008 - 2009.
- 22- محمد الهادي لعروق، أطلس الجزائر والعالم، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2002.
- 23- محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006.
- 24- محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة للنشر، الإسكندرية، 2006.
- 25- محمد عباس إبراهيم، السياحة والموروث الحضاري: دراسة في أنثروبولوجيا السياحة، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2013.
- 26- محمد منير حجاب، الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
- 27- محي محمد سعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، 2002.
- 28- مروان أبو رحمة وآخرون، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، دار البركة للنشر، عمان، الأردن، 2001.
- 29- مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة مجد الجامعية للنشر والتوزيع، بيروت، 2003.
- 30- مصطفى يوسف كافي، فلسفة اقتصاد السياحة والسفر، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر، الأردن، 2016.
- 31- منال شوقي عبد المعطى أحمد، محاضرات في التنمية السياحية، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2013.
- 32- منال شوقي عبد المعطى، دراسة في مدخل علم السياحة، الطبعة الأولى، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2010.
- 33- منال عبد المنعم مكية، السياحة تشريعات ومبادئ، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر، الأردن، 2000.
- 34- موفق عدنان الحميري و نبيل زعل الحوامدة، الجغرافيا السياحية في القرن الحادي والعشرون، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 35- نائل موسى محمود سرحان، مبادئ السياحة، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 36- نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة مجموعة الدراسات السياحية 2، مؤسسة الثقافة الجامعية، مصر.
- 37- نعيم الظاهر وسراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن، 2007.
- 38- وفاء زكي إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقويمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006.

39- يسرى دعبس، العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الطبعة الأولى، البيطاش سنتر للنشر، مصر، 2002.

40- يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مصر، 2003.

III- رسائل جامعية:

1- أحمد محمد عزت أحمد، أثر الخدمات اللوجستية على تنمية التجارة العربية البينية (مدخل نموذج الجاذبية)، رسالة مقدمة للحصول على درجة دكتوراه فلسفة في الإقتصاد، جامعة القاهرة، مصر، 2011.

2- بوعقلين بديعة، الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2005 - 2006.

3- ستي حميد، إستخدام نموذج الجاذبية في تقدير الإمكانيات التجارية لدول منطقة المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الشلف، الجزائر، 2016 - 2017.

4- سعد إبراهيم حمد، تخطيط وتنمية خدمات السياحة الدينية وأثرها في نمو الطلب السياحي في محافظة نينوى: جامع النبي يونس عليه السلام، أطروحة دكتوراه في السياحة، جامعة بغداد، العراق، 2008 - 2009.

5- صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2010 - 2011.

6- عبد الكرم بريشي، دور الضريبة في إعادة توزيع الدخل الوطني: دراسة حالة الجزائر خلال الفترة (1988-2011)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2013 - 2014.

7- قويدر الويزة، إقتصاد السياحة وسبل ترقيتها في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2009 - 2010.

8- يحيوي هادية، السياحة والتنمية في المغرب العربي، أطروحة دكتوراه في العلوم السياسية، جامعة باتنة، الجزائر، 2011 - 2012.

9- أحمد أديب أحمد، تحليل الأنشطة السياحية في سوريا باستخدام النماذج القياسية: دراسة ميدانية، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الإحصاء والبرمجة، جامعة تشرين، سوريا، 2005 - 2006.

10- حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2011 - 2012.

11- زياني زهرة، إستخدام الأساليب الكمية لتقييم العرض والطلب السياحيين في الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2009-2010.

- 12- سالم أحمد صالح الرحيمي، دور المكاتب السياحة والسفر في ترويج الخدمة السياحية في الأردن، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة آل بيت، الأردن، 1997.
- 13- علي مبارك المصاروة، دور القطاع السياحي في الاقتصاد الأردني: تحليل السلاسل الزمنية (1975-2003)، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير في الاقتصاد، جامعة مؤتة، الأردن، 2005.
- 14- علي محمد علي العبادلة، محددات تدفق التجارة الخارجية لفلسطين (نموذج الجاذبية 1995-2013)، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير في اقتصاديات التنمية، الجامعة الإسلامية - غزة، فلسطين، 2015.
- 15- محمد فتحي عوض حسانين، الجمهورية التونسية: دراسة في جغرافية السياحة، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الدراسات الإفريقية، معهد البحوث والدراسات الإفريقية، جامعة القاهرة، 2001.
- 16- مساوي مباركة، الخدمات السياحية والفندقية وتأثيرها على سلوك المستهلك: دراسة حالة مجموعة من الفنادق لولاية مستغانم، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2011 - 2012.
- 17- ناصر عبد الله عبد المحسن العبيد، حماية السائح بين الشريعة والنظام، رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2003.
- 18- ناصر عبد الله عبد المحسن العبيد، حماية السائح بين الشريعة والنظام، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في العدالة الجنائية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، السعودية، 2003.

IV- مجلات وملتقيات:

- 1- إسماعيل محمد علي الدباغ وآخرون، العلاقة بين العرض والطلب السياحي في محافظة النجف وإمكانية تنشيط السياحة الدينية فيها، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 72، الجامعة المستنصرية، العراق، 2008.
- 2- إسماعيل محمد علي الدباغ ومها عبدالستار السامرائي، طرق احتساب الدخل السياحي بين هموم الجانب النظري ومعوقات الجانب التطبيقي مع إشارة خاصة للعراق، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد التاسع والثمانون، الجامعة المستنصرية، العراق، 2011.
- 3- بلالطة مبارك و كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، جامعة سطيف، الجزائر، 2005.
- 4- خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 04، جامعة الشلف، الجزائر، 2004.
- 5- زرزار العياشي و مداحي محمد، السياحة الصحراوية في الجزائر كوجهة سياحية مستدامة: الواقع والآفاق، مجلة المستقبل العربي، العدد 433، مركز دراسات الوحدة العربية، مارس 2015.

- 6- زيان بروحة علي، تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة (2007-2015)، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 14، جامعة الشلف، الجزائر، 2016.
- 7- سعيد عبد العزيز علي عثمان ومحمد جابر حسن السيد فراج، تداعيات الأزمة المالية العالمية على قطاع السياحة المصري (السناريوهات المحتملة والحلول المقترحة)، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الإسكندرية، العدد 2، المجلد 46، 2009.
- 8- عابد بن عابد العبدلي، محددات التجارة البينية للدول الإسلامية باستخدام منهج تحليل البائل، مجلة دراسات إقتصادية إسلامية، مجلد 16، العدد 1، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، السعودية، 2010.
- 9- علاوي محمد لحسن، تحليل تدفقات التجارة العربية البينية باستخدام نموذج الجاذبية *Gravity Model*، مجلة الباحث، العدد 10، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012.
- 10- عماد شحاتة، الآثار الإقتصادية للتجارة الخارجية بين مصر والكوميسا باستخدام نموذج الجاذبية للتحليل المكاني، المجلة المصرية للإقتصاد الزراعي، مجلد 21، العدد 4، ديسمبر 2011.
- 11- فيصل شياد، تنمية السياحة العربية البينية: العقبات والحلول، مجلة رؤى إستراتيجية، المجلد الثاني، العدد 06، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، أبريل 2014.
- 12- كمال حسن البرزنجي، أثر المزيج الترويجي في الطلب على الخدمات الفندقية: دراسة ميدانية في فندق بغداد، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الخامس والثمانون، الجامعة المستنصرية، العراق، 2010.
- 13- محمد حشماوي وسليمان فرحات، واقع وآفاق تنافسية الصناعة السياحية بالجزائر، مجلة المناجير، العدد 2، جامعة الجزائر، جوان 2015.
- 14- محمد علي غريب، تونس جمال يستهوي أفئدة العالم، مجلة أفريقيا قارتنا، الهيئة العامة المصرية للإستعلامات، العدد 06، جوان 2013.
- 15- ناريمان بن عبد الرحمان، أثر سعر الصرف على الطلب السياحي الأجنبي: دراسة حالة إقليم الأهقار بالجزائر خلال الفترة (1999-2012)، مجلة الباحث، العدد 16، جامعة ورقلة، الجزائر، 2016.
- 16- هويدي عبد الجليل، العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية والتنمية المستدامة، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 09، جامعة الوادي، الجزائر، ديسمبر 2014.
- 17- وليد عبد مولا، نماذج الجاذبية لتفسير تدفقات التجارة، مجلة جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط بالكويت، العدد 97، نوفمبر 2010.
- 18- يحي زكريا الجمال، إختيار النموذج في نماذج البيانات الطولية الثابتة والعشوائية، المجلة العراقية للعلوم الإحصائية، العدد 21، 2012.

- 19- بوفليح نبيل وتقرورت محمد، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا: حالة الجزائر، تونس، المغرب، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق، المركز الجامعي البويرة، الجزائر، يومي 11 - 12 ماي 2010.
- 20- كمال شكيب حماد، نحو إستراتيجية لتطوير السياحة العربية، الندوة العلمية الأمن السياحي، تونس، 2012.
- 21- محمد العطا عمر، صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية، الندوة العلمية أثر الأعمال الإرهابية على السياحة، دمشق، 2010.
- 22- محمد محجوب الحداد، تقييم تنافسية صناعة السياحة في ليبيا كمصدر بديل للدخل في ظل تحرير تجارة الخدمات، الملتقى الدولي الرابع حول المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، جامعة الشلف، الجزائر، 08-09 نوفمبر 2010.
- 23- الهيئة العامة للسياحة، الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة: حالة المملكة العربية السعودية الندوة العلمية الأثر الاقتصادي للسياحة مع تطبيقات على المملكة، يومي 19-21 جوان، السعودية، 2001.

V- تقارير ومنشورات:

- 1- إكتشف تونس ومدينتها العتيقة، منشورات الديوان الوطني التونسي للسياحة.
- 2- البنك المركزي التونسي، التقرير السنوي 2008، جوان 2009.
- 3- جامعة الدول العربية، الدول العربية أرقام ومؤشرات، العدد السادس، جانفي 2017.
- 4- جامعة الدول العربية، النشرة الاحصائية للسياحة في دول الوطن العربي، 2016.
- 5- جامعة الدول العربية، النظام الأساسي للمجلس العربي للسياحة، تقرير صادر عن الأمانة الفنية للمجلس الوزاري العربي للسياحة.
- 6- ديوان البحرية التجارية والموانئ التونسي، التقرير السنوي 2015.
- 7- الديوان الوطني التونسي للسياحة، التقرير السنوي 2014.
- 8- الديوان الوطني التونسي للسياحة، التقرير السنوي 2015.
- 9- الديوان الوطني التونسي للسياحة، دليل المستثمر في القطاع السياحي.
- 10- الديوان الوطني للإحصائيات، مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18، نشرة 2000.
- 11- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2016، الإمارات العربية.
- 12- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد 2008، الإمارات العربية.

- 13- صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد: التعاون العربي في قطاع السياحة، الإمارات العربية، 2008.
- 14- مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، السياحة الدولية في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي: أفاق وتحديات، أنقرة، 2008.
- 15- المعهد العربي للتخطيط، تقرير التنافسية العربية 2006، العدد 2، الكويت، 2007.
- 16- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (1998-2002)، نشرة 2003.
- 17- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2011-2015)، نشرة 2016.
- 18- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2007-2011)، نشرة 2012.
- 19- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2002-2006)، نشرة 2007.
- 20- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2001-2005)، نشرة 2006.
- 21- المعهد الوطني للإحصاء التونسي، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2006-2010)، نشرة 2011.
- 22- المعهد الوطني للإحصاء، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2000-2004)، نشرة 2005.
- 23- المعهد الوطني للإحصاء، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2005-2009)، نشرة 2010.
- 24- المعهد الوطني للإحصاء، النشرة الإحصائية السنوية لتونس (2010-2014)، نشرة 2015.
- 25- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية، الكويت، 2006.
- 25- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة (وزارة السياحة والصناعات التقليدية حالياً)، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية **SDAT 2025**: تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، كتاب 1، الجزائر، جانفي 2008.

VI- جرائد:

- 1- مصطفى النجار، سياحة وسفر، جريدة الأهرام، 5 ديسمبر 2013، الموقع:
www.Ahram.org.eg/newsprint/246105.aspx
- 2- جريدة الحياة، العدد 101، 3 جانفي 1994، الموقع:
http://daharchives.alhayat.com/issue_archive/Wasat%20magazine/1994/1/3/html
- 3- المغرب أول وجهة سياحية في أفريقيا سنة 2015، جريدة الأيام 24، 3 أبريل 2016، الموقع:
<http://www.alayam24.com/articles-21864.html>
- 4- لبنان 94 عالمياً في مؤشر تنافسية السفر والسياحة، جريدة الأنباء الإلكترونية، 11 ماي 2015، الموقع:
<http://www.anbaaonline.com>
- 4- بوعلام غمراسة، الحمامات المعدنية بالجزائر.. مقصد السياح من كل مكان، جريدة الشرق الأوسط، العدد 10291، 2007، الموقع:

http://archive.aawsat.com/details.asp?issueno=10261&article=404131#.WTQLb fk1_IU.

5- ليلي.م، الحمامات والأحواض المعدنية.. ملجأ للمرضى وفضاء للترويج، جريدة الجزائر الجديدة، 2011،

الموقع: http://www.eldjazaireldjadida.dz/spip.php?page=article&id_article=2990

6- قلعة "بني حماد" بالمسيلة تراث عمراني يبكي على الأطلال، جريدة الموعد اليومي، الموقع:

<http://elmaouid.com/dossiers/5703-2>.

7- غربي زاهور، تيمقاد تغرق في الصمت والتاريخ والإهمال، جريدة الشروق العربي، 23 مارس 2014،

الموقع: <http://magazine.echoroukonline.com/articles/100.html>.

8- ق م، "جميلة" إرث حضاري يتطلب المزيد من الإهتمام، جريدة الحياة العربية، 09 ماي 2010، الموقع:

<http://www.djazairess.com/elhayat/876>.

9- ر.ملاح، تعزيز شبكة خطوط النقل البحري نحو أوروبا بـ 22 رحلة جديدة، جريدة الشروق الجزائرية،

2017/03/31، الموقع: <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/518775.html>

10- 50.5 مليون مشترك في شبكات الهاتف والنقل، جريدة الخبر، 29 مارس 2017، الموقع:

<http://www.elkhabar.com/press/article/120065/505>.

11- محمد الفاتح عثمان، تمويل مشاريع المستثمرين في السياحة بنسبة 60%، جريدة الخبر، 9 سبتمبر

2015، الموقع: <http://www.elkhabar.com/press/article/89931>

12- ك.ش، العلاج بالمياه المعدنية في تونس: 95 منبعاً و46 حماماً و4 محطات إستشفائية، جريدة

الشروق التونسية، 28 ماي 2010، الموقع: <http://www.turess.com/alchourouk/164092>

13- هادية الشاهد المسيهلي، السياحة الاستشفائية: تونس الثانية عالمياً رغم تراجع السياح بـ 60٪، جريدة

الشروق التونسية، 1 فيفري 2012، الموقع: <http://www.turess.com/alchourouk/518948>

14- شافية بريك، قصر الجم: المعلم الروماني الثاني من نوعه في العالم، جريدة الشروق التونسية، 01 أوت

2013، الموقع: <http://www.alchourouk.com>

15- مصطفى بسطامي، مشروع فتح خط بحري بين الجزائر وتونس، جريدة الخبر، 18 ماي 2016، الموقع:

<http://www.elkhabar.com/press/article/105712>.

16- سميرة الصدي، "الخطوط التونسية" تعزز شبكتها الخليجية برحلات مباشرة إلى الكويت والمنامة،

يومية الحياة، العدد 16159، 2 جويلية 2007، الموقع:

http://daharchives.alhayat.com/issue_archive/Hayat%20INT/2007/7/2.html.

VII - مواقع الكترونية:

1- تقرير صادر عن انعقاد الجمعية العامة الثامنة والأربعين للاتحاد العربي للنقل الجوي، الموقع:

<http://aaco.org/media-center/press-releases/results-of-aaco-48th-agm>.

- 2- الهيئة العربية للطيران المدني جامعة الدول العربية، الموقع:
<http://www.acac.org.ma/presentation.php>.
- 3- المجلس الوزاري العربي للسياحة، الموقع:
<http://www.lasportal.org/ar/councils/ministerialcouncil/Pages/MCouncilAbout.aspx?RID=4>.
- 4- المنظمة العربية للسياحة، الموقع: <http://www.arab-tourismorg.org/index.php>
- 5- موسوعة التكامل الاقتصادي العربي الإفريقي، الموقع: <http://www.enaraf.org/page/213>
- 6- مجلس الوحدة الاقتصادية العربية، الموقع: <http://caeuarab.org/unions-services.html>
- 7- منظمة الأفطار العربية المصدرة للبترو (أوابك)، الموقع:
<http://oapecdbsys.oapecorg.org:8080/apex/f?p=101:54>.
- 8- موقع الجزائر الجغرافي و أهميته في العالم، الموقع:
<http://achourziane.yoo7.com/t355-topic>.
- 8- غرداية حاضنة القصور التاريخية، الموقع:
<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/citiesandregions/2016/1/24>.
- 9- طاسيلي ناجر.. إكتشف بـ 28 صورة أكبر متحف طبيعي على الهواء الطلق في العالم، الموقع:
<http://fiabladi.dz>.
- 10- سارة بن عيشوبة، القصة.. خزان ذاكرة الجزائر المههد بالانهيار، 19 مارس 2015، الموقع:
<http://www.alarabiya.net/ar/north-africa/algeria/2015/03/19>.
- 11- الوكالة الوطنية للتطوير الإستثمار، الموقع:
<http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-de-transport>.
- 12- وزارة الأشغال العمومية والنقل، الطرق السريعة الجزائرية المحاور الهيكلية الرئيسية، الموقع:
<http://www.mtp.gov.dz/arabic/permalink/3797.html>.
- 13- الإذاعة الجزائرية، شركة الخطوط الجوية الجزائرية تقتني طائرة من طراز إيرباص من الحجم الكبير،
 2015/04/02، الموقع:
<http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20150402/35743.html>.
- 14- حسان جبريل، الجزائر.. إرتفاع بنحو 37% في عدد مستخدمي الأنترنت في 2016، وكالة الأناضور
 الإخبارية، الموقع: <http://aa.com.tr/ar>
- 15- الجمهورية التونسية، الموقع: <http://www.marefa.org>
- 16- خريطة تونس: موقع البلاد التونسية، الموقع:
<http://encysco.blogspot.com/2013/12/2.html>.
- 17- الجمهورية التونسية: خريطة تونس، الموقع:
http://www.alamelarab.com/a-map/about_4.html.

- 18- صحراء تونس تعيد الأمل للسياحة، 25 ديسمبر 2015، على الموقع: <http://www.noonpost.org>
- 19- رمزي زائري، السياحة الاستشفائية في تونس: مراكز ترقى إلى العالمية، 01 جوان 2014، الموقع: <http://www.afriqatenews.net/conten>.
- 20- أمينة محمد ذكي، السياحة العلاجية والاستشفائية في تونس، 16 ماي 2017، الموقع: <https://www.muhtwa.com/47471>.
- 21- أهم معالم المدينة العتيقة، الموقع: <http://www.commune-tunis.gov.tn/publish/content/article.asp?id=18244>.
- 22- قرطاج: من آثار الفينيقيين إلى منارة جامع العابدين، الموقع: <http://www.middle-east-online.com/?id=19462>.
- 23- قرطاج، الموقع: <http://monumentshistoriquetunis.weebly.com/16021585159115751580.html>.
- 24- مدرّج الجم الروماني، الموقع: <http://whc.unesco.org/ar/list/38>
- 25- المعهد الوطني للتراث التونسي، موقع كركوان الأثري، الموقع: http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=11&lang=ar.
- 26- المعهد الوطني للتراث التونسي، مدينة سوسة التاريخية، الموقع: http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=article&id=11&Itemid=13&lang=ar.
- 27- وصف المدينة العتيقة بسوسة، الموقع: <http://mawdoo3.com>
- 28- المعهد الوطني للتراث التونسي، دقة، الموقع: http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=article&id=6&Itemid=9&lang=ar.
- 29- الصناعات التقليدية والحرف الفنية، الموقع: <http://www.commune-tunis.gov.tn/publish/content/article.asp?id=18222>.
- 30- المعهد الوطني للتراث التونسي، المتحف الأثري بسوسة، الموقع: http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=article&id=43&Itemid=39&lang=ar.
- 31- وزارة التجهيز والإسكان والتهيئة الترابية التونسية، الموقع: <http://www.mehat.gov.tn/index.php?id=158>.
- 32- وزارة التنمية والاستثمار والتعاون الدولي، مؤتمر تونس 2020، تونس، يومي 29 و30 نوفمبر 2016، الموقع: <http://www.tunisia2020.com/ar/projet-2>
- 34- الخطوط التونسية، الموقع: <http://www.tunisair.com/site/publish/content/article.asp?ID=574&Lang=ar>

- 35- المخطط الخماسي: مالذي سيتغير في النقل الجوي، الموقع:
<http://tunisie-telegraph.com/2016/01/12-21878>.
- 36- الشركة التونسية للملاحة تحتل المرتبة الخامسة إفريقياً، الموقع:
<http://artravelers.com/c/112054>.
- 37- مشروع "ثانيت" يعزز مجال النقل البحري، الموقع: <http://www.turess.com/kalima/11882>
- 38- قطاع النقل في تونس: ثلاث فرضيات للخروج من النفق، الموقع:
<http://tunisie-telegraph.com/2016/01/12/21875>.
- 39- الإتحاد من أجل المتوسط، مشروع الطريق البحري السريع بين تركيا وإيطاليا وتونس، الموقع:
<http://ufmsecretariat.org/ar/motorway-of-the-sea-mos-turkey-italy-tunisia-project>.
- 40- تونس.. التوجه لتطوير السياحة الرقمية لتجاوز أزمة القطاع السياحي، نون بوست للأخبار، 19 ماي 2016، الموقع: <https://www.noonpost.org/content/11858>
- 42- مها قلاله، تونس العشق تطبيق جديدة لتشجيع السياحة الثقافية، 3 جوان 2015، الموقع:
https://africanmanager.com/site_ar
- 43- وزارة السياحة والصناعات التقليدية، التكوين المهني السياحي والفندقي، الموقع:
<http://www.tourisme.gov.tn/ar/formations-et-myotiers/formation-professionnelle.html>.
- 44- إرتفاع قتلى الكنيس اليهودي في تونس، وكالة بي بي سي عربي للأخبار، 13 أبريل 2002، الموقع:
http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/middle_east_news/newsid_1928000/1928205.stm.
- 45- تونس: المسلحون الذين اشتبكوا مع قوات الأمن سلفيون، وكالة الجزيرة للأخبار، 13 يناير 2007، الموقع:
<http://www.aljazeera.net/news/arabic/2007/1/12>
- 46- الثورة التونسية.. باكورة الربيع العربي، وكالة الجزيرة للأخبار، الموقع:
<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2016/5/24>.
- 47- الشعاني.. جبل "الموت" في تونس، وكالة سكاي نيوز العربية للأخبار، 29 ماي 2014، الموقع:
<https://www.skynewsarabia.com/web/article/664468>.
- 48- تونس تؤكد السيطرة على "المجموعة الإرهابية" في قبلاط، وكالة العربية للأخبار، 19 أكتوبر 2013، الموقع:
<http://www.alarabiya.net/ar/north-africa/tunisia/2013/10/19>
- 49- سيدي علي بن عون: كل التفاصيل حول المواجهات بين الحرس الوطني والإرهابيين، جريدة الشروق التونسية، 23 أكتوبر 2013، الموقع: <http://www.alchourouk.com/23943/566/2>
- 50- إعتقالات بتونس بعد تفجير سوسة، وكالة الجزيرة للأخبار، 30 أكتوبر 2013، الموقع:
<http://www.aljazeera.net/news/arabic/2013/10/30>
- 51- تونس: مقتل عنصر من الحرس الوطني وانتهاء عملية محاصرة "الإرهابيين" في رواد، وكالة فرانس 24 للأخبار، 4 فبراير 2014، الموقع: <http://www.france24.com/ar/20140204>

- 52- هجوم باردو، وكالة الجزيرة للأخبار، 22 مارس 2015، الموقع:
<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2015/3/21>.
- 53- هجوم سوسة، وكالة الجزيرة للأخبار، 26 يونيو 2015، الموقع:
<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2015/6/26>.
- 54- هجوم تونس.. عندما يستهدف الأمن الرئاسي، وكالة الجزيرة للأخبار، 25 نوفمبر 2015، الموقع:
<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2015/11/25>.
- 55- 60 قتيلًا بتفجيرين عنيفين نسفا أسابيع من الهدوء بالجزائر، وكالة الجزيرة للأخبار، 11 ديسمبر 2007،
الموقع: <http://www.aljazeera.net/news/arabic/2007/12/11/60>
- 56- الجزائر تتهمة إرهابيين ومجلس الأمن يدين تفجير بومرداس، وكالة بي بي سي عربي، 19 أوت 2008،
الموقع: http://news.bbc.co.uk/hi/arabic/middle_east_news/newsid_7569000/7569669.stm
- 57- وأخيراً... يسقط سعدي، النهار الجديد، 26 أبريل 2011، الموقع:
<https://www.ennaharonline.com>.
- 58- مقتل 10 جنود جزائريين وجرح آخرين في هجوم إستهدف ثكنة عسكرية، وكالة العربية للأخبار، 16
أفريل 2011، الموقع: <http://www.alarabiya.net/articles/2011/04/16/145624.html>.
- 59- قتلى في هجوم إنتحاري مزدوج أمام أكاديمية عسكرية في غربي الجزائر، وكالة فرانس 24 للأخبار،
27/08/2011، الموقع: <http://www.france24.com/ar/20110827-algeria>
- 60- الجزائر: توقيف مرافقي الرعية الفرنسي وطوارئ بالعاصمة، وكالة العربية للأخبار، 23 سبتمبر 2014،
الموقع: <http://www.alarabiya.net/ar/north-africa/algeria/2014/09/23>
- 61- هجمات 11 سبتمبر، وكالة الجزيرة للأخبار، الموقع:
<http://www.aljazeera.net/encyclopedia/events/2014/12/30>.
- 62- بنكان أمريكيان ينضممان لقائمة المؤسسات المالية المنهارة، المصري اليوم، نقلاً عن الموسوعة الحرة
وكيبيديا، الموقع: <https://ar.wikipedia.org/wiki>

ثانياً: باللغة الأجنبية:

I- livres:

- 1- Bernard Guillochon et Annie Kawecki, *Economie international –Commerce et Macroéconomie–*, 5^{ème} édition, Dunod, Paris, 2006.
- 2- Claudio Araujo et d'autres, *Econométrie*, 2^e Edition, Bréal, France, 2008.
Decailot. M et Terrail. J. p, *Besoins et Modes de Production*, Edition Sociales, Paris, 1997.
- 3- J. Héricourt, J. Reynaud, *Econométrie*, Edition Dunod, Paris, 2007.

- 4- J.R. Brent Ritchie and G.I. Crouch, **The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective**, CABI Publishing, London-UK, 2003.
- 5- Jean- Louis Muécheilli et Thierry Mayer, **Economie internationale**, Edition Dalloz, 2005.
- 6- Jean Pierre et Michel Balfet, **Management du Tourisme**, 2^{ème} Edition, Pearson Education France, paris, 2007.
- 7- Lanquar Robert, **L'économie du Tourisme**, Série que sais – je ? N° 2065, PUF, Paris , France, 1994, P 20.
- 8- Michel Balfet, **Marketing des Services Touristiques et Hoteliers**, Ellipses, Edition Marketing S.A, Paris, 2001.
- 9- Peter A. G. van Bergeijk and Steven Brakman, **The Gravity Model in International Trade: Advances and Applications**, First Edition, Cambridge University Press, 2010, United Kingdom, P 14.
- 10- Régis Bourbonnais, **Econométrie Manuel et Exercices Corrigés**-, 8^e Edition, Dunod, Paris, 2011.
- 11- Regis Bourbonnais, **Econométrie Manuel et Exercices Corrigés**, 5^e Edition, Dunod, Paris, 2004.
- 12- Tessa Ahmed, **Economie Touristique et Aménagement du Territoire**, OPU, Alger, 1993.
- 13- William. H. Greene, **Econometric Analysis**, 5th Edition, prentice Hall, New Jersey, 2003.

II -Thèses:

- 1- Abla Abdul Hameed Bokhari, **The Economic Impacts of Religious Tourism In The Kingdom of Saudi Arabia**, Doctoral Thesis, University of Bradford, Bradford Centre for International Development, 2008.
- 2- Bc. Bozena Bobkova, **Gravity model estimation using panel data- is logarithmic transformation advisable?**, Research report submitted to the Institute of Economic Studies in order to obtain a Master's degree in Economics, Charles University in Prague, Czech Republic, 2011-2012.
- 3- Djebbari Souad, **L'application du Marketing Touristique en Algérie : Cas de la Région de Tamanrasset**, Thèse de Magister en Science Commerciales, Université de Tlemcen, Algérie, 2008-2009.
- 4- Fred Bonhomme, **un modèle de gravité pour le commerce Canada- Etats-Unis et les effets frontières : Une approche dynamique appliquées de panel sur la période 1990-1999**, Rapport de recherche présenté à la faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de maîtrise ès sciences économiques, Université de Montréal Canada, Février 2004.
- 5- Marton Balint, **Modèle de gravité appliqué à l'Australie**, Rapport de recherche présenté à la faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de maîtrise ès sciences économiques, Université de Montréal, Canada, Avril 2004.

III- Études, Revues et Conférences:

- 1- Á. Matias, *Gravity and the tourism trade: the case for Portugal*, review of *Sustainable Tourism*, Wessex Institute of Technology, United Kingdom, 2004.
- 2- Rajeeshwaran Moorthy, *An Empirical Analysis of Demand Factors For Malaysian Tourism Sector Using Stochastic Methods*, review of *Integrative Business and Economics Research*, Hong Kong Polytechnic University, vol 3, 2014.
- 3- Ozan Saray, Kadir Karagoz, *Determinants of Tourist Inflows In Turkey in turkey: Evidence from Panel Gravity Model*, *ZKU Journal of Social Sciences*, Volume 6, Number 11, 2010.
- 4- Paulo C.de Sá Porto, *Mercosul and Regional Development in Brazil: A Gravity Model Approach*, Paper prepared for presentation at the Fifth Annual Meeting of the Latin American and Caribbean Economics Association (LACEA), Rio de Janeiro, 12-14 October 2000.
- 5- F. G. Santeramo, A. Seccia, G. DeBlasi, D. Carlucci, *Agritourism flows to Italy: An Analysis of Determinants Using the Gravity model approach*, Paper prepared for presentation at the 107th EAAE Seminar "Modeling of Agricultural and Rural Development Policies". Sevilla, Spain, January 29th - February 1st, 2008.
- 6- John McCallum, *National Borders Matter: Canada-U.S. Regional Trade Patterns*, *The American Economic Review*, Vol. 85, No. 3, Jun 1995.
- 7- Ben Slimane Karima, Ayadi Mohamed et Rejeb Med Salah, *Analyse sectoriel du potentiel de commerce dans la zone Méditerranéenne*, *Colloque Ouverture et émergence en Méditerranée*, Rabat, 2008.
- 8- Fukunari Kimua, Hyun-Hoon Lee, *The Gravity Equation in International Trade in Services*, this paper was presented at the european trade study group conference, university of nottingham, United Kingdom, september 9-11, 2004.
- Clive Morley, Jaume Rosselló, Maria Santana-Gallego, *Gravity models for tourism demand: theory and use*, *Annals of Tourism Research* 48, *A Social Sciences Journal*, 2014.
- 9- Azer Dilanchiev, *Tourism Demand in Georgia: Gravity Model Analysis*, 7th Silk Road International Conference "Challenges and Opportunities of Sustainable Economic Development in Eurasian Countries, Tbilisi - Batumi, Georgia, 24-26 May 2012.
- 10- Wim Naudé, Andrea Saayman, *Determinants of tourist arrivals in Africa: a panel data regression analysis*, *Research Unit for People, Policy and Performance (Workwell)*, North-West University, Potchefstroom Campus, South Africa, 2005.
- 11- M. Hafiz M. Hanafiah and M. Fauzi M. Harun , *Tourism Demand in Malaysia: A cross-sectional pool time-series analysis*, *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 1, No. 1, June 2010.

- 12- Simon Kiarie, **Estimating Inbound Tourism Demand for Kenya: The Gravity Approach**, the Kenya Institute for Public Policy Research and Analysis, Discussion Paper No 94, 2009.
- 13- Murat Genç, **Migration and Tourism Flows to New Zealand**, University of Otago, Dunedin, New Zealand, 30 April 2010.
- 14- Roberto Jr Deluna and Narae Jeon, **Determinants of International Tourism Demand for the Philippines: An Augmented Gravity Model Approach**, University of Southeastern Philippines, School of Applied Economics, MPRA Paper No. 55294, March 2014.
- 15- Joel Hinaunye Eita, André C. Jordaan and Yolanda Jordaan, **An econometric analysis of the determinants impacting on businesses in the tourism industry**, African Journal of Business Management, Vol 5(3), 4 February 2011.
- 16- Mohamed Abbas, Mohamed Ali Ibrahim, **The Determinants of International Tourism Demand for Egypt: Panel Data Evidence**, European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences, 2011.
- 17- Siti Shuhada Ahmad Kosnan, Normaz Wana Ismail, **Demand Factors for International Tourism in Malaysia: 1998-2009**, Prosiding Perkem VII, JILID1, 2012.
- 18- Chokri Ouerfelli, **La Demande Touristique Européenne en Tunisie**, Document de travail - Economie (1991-2003) from Laboratoire d'Analyse et des Techniques Economiques LATEC, UMR 5601 - CNRS, Université de Bourgogne.
- 19- G. Santeramo, A. Seccia, G. De Blasi, D. Carlucci, **Agritourism flows to Italy: an Analysis of Determinants Using the Gravity Model Approach**, Paper prepared for presentation at the 107th EAAE Seminar "Modeling of Agricultural and Rural Development Policies". Sevilla, Spain, January 29th -February 1st, 2008.

IV – Reports et Publications:

- 1- Alain Dupeyras & Neil MacCallum, **Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document**, OECD Tourism Papers, OECD Publishing, 2013/02.
- 2- Institut National de la Statistique, **Annuaire Statistique de la Tunisie**, Rapport 2001.
- 3- l'Institut national d'études démographiques, **Population & Sociétés**, bulletin mensuel d'information, numéro 525, septembre 2015.
- 4- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Algérien, **Rapport statistique sur Etat récapitulatif des projets d'investissement touristique à fin 2015**.
- 5- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Algérien, **Rapport statistique sur l'Evolution des entrées aux frontières des touristes (1990-2003)**.

- 6- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat Algérien, *Rapport statistique sur les Sorties aux frontières des nationaux par pays de destination année 2015*.
- 7- Ministère du Tourisme: *L'investissement Touristique Dans Les Wilayat du Grand Sud*, Seprecom Édition, Algérie.
- 8- Office National du Tourism Tunisien, *Rapport Annuel 2009*.
- 9- Office National du Tourism Tunisien, *Rapport Annuel 2011*.
- 10-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2015.
- 11-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2002.
- 13-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2005.
- 14-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2008.
- 15-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2011.
- 16-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2014.
- 17-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2000.
- 18-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2003.
- 19-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2004.
- 20-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2007.
- 21-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2010.
- 22-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2012.
- 23-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2001.
- 24-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2006.
- 25-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2009.
- 26-O.N du Tourisme Tunisien,*Le Tourisme Tunisien en Chiffres*,Rapport 2013.
- 27- Organisation Mondiale du Tourisme, *Faits saillants OMT du tourisme*, Edition 2016.
- 28- Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges*, Ankara, 2013.
- 29- Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges*, Ankara, 2008.
- 30- Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges*, Ankara, 2010.
- 31- Statistical Economic and Social Research and Training Centre for Islamic countries, *International Tourism in the OIC Countries: Prospects and challenges*, Ankara, 2015.
- 32- W. E. Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Report 2015.
- 33- W. E. Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Report 2011.
- 34- W. E. Forum, *The Travel and Tourism Competitiveness*, Report 2013.
- 35- World Tourism Organization, *Asia Tourism Trends*, Edition 2016.
- 36- WTO, *International Tourism Receipts 1950-2002*, Edition September2003.
- 37- World Tourism Organization, *Tourism Highlights*, Edition 1999.

- 38- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2000.
- 39- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2001.
- 40- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2002.
- 41- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2003.
- 42- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2004.
- 43- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2005.
- 44- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2006.
- 45- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2007.
- 46- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2008.
- 47- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2010.
- 48- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2011.
- 49- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2012.
- 50- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2013.
- 51- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2014.
- 52- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2015.
- 53- World Tourism Organization, **Tourism Highlights**, Edition 2016.
- 54- World Tourism Organization, **Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics**, Edition 2006.
- 58- World Tourism Organization, **Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics**, Edition 2001.
- 59- World Tourism Organization, **Tourism Market Trends: World Overview & Tourism Topics**, Edition 2001.
- 60- World Tourism Organization, **Tourism Towards 2030 -Global Overview**, Edition 2011.
- 61- World Travel & Tourism Council, **How does Travel & Tourism compare to other sectors**, Global Report Edition 2015.
- 62- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Japan Report, Edition 2016.
- 63- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Seychelles Report, Edition 2016
- 64- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, World Report, Edition 2016.
- 65- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Regional Reports, Edition 2016
- 66- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Country Reports, Edition 2016.
- 67- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Europe Report, Edition 2016.
- 68- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Maldives Report, Edition 2016.
- 69- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Lebanon Report, Edition 2016.
- 70- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Emirates Report, Edition 2016.
- 71- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Algeria Report, Edition 2016.
- 72- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Tunisia Report, Edition 2016.
- 73- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Egypt Report, Edition 2016.
- 74- WTTC, **Travel & Tourism Economic Impact**, Morocco Report, Edition 2016.

V- sites Web:

- 1- direction générale de la Commission européenne (Eurostat), site:

- http://ec.europa.eu/eurostat/statistics_explained/index.php/Tourism_statistics.
- 2- Universal Federation of Travel Agents Association, site:
<http://www.uftaa.org/index.php/aboutus/about-uftaa>.
- 3- World Tourism Organization, site:
<http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>.
- 4- World Tourism Organization, site: <http://www.unsceb.org/content/unwto>.
- 5- World Association of Travel Agencies, site:
<http://www.wata.net/about-history.asp>.
- 6- World Association of Travel Agencies, site:
<http://www.wata.net/about-objectives-and-commitments.asp>.
- 7- American Society of Travel Agents, site:
<https://www.asta.org/files/MainSite/images/pr/aLivingHistory.pdf>.
- 8- International Association of Scientific Experts in Tourism, site:
<http://www.aiest.org/about-the-aiest/profile>.
- 9- Council on Hotels, Restaurant and Institutional Education, site:
<http://www.hospitalitynet.org/organization/17001051.html>.
- 10- International Federation of Tourism Journalists and Writers, site:
http://www.fijet.net/detail_news.php?langue=en&id_table=58&titre=Objectives_OF_FIJET&deb=0.
- 11- UNESCO, **Word Heritage list**, site:
<http://whc.unesco.org/en/statesparties/es>.
- 12- UNESCO, **Word Heritage list**, site:
<http://whc.unesco.org/en/statesparties/fr>.
- 13- UNESCO, **Word Heritage list**, site:
<http://whc.unesco.org/en/statesparties/us>.
- 14- UNESCO, **Word Heritage list**, site:
<http://whc.unesco.org/en/statesparties/au>.
- 15- UNESCO, **Word Heritage list**, URL:
<http://whc.unesco.org/en/list/&order=country>.
- 16- World bank, Site:
<http://data.worldbank.org/indicator/IS.RRS.TOTL.KM?locations=DZ&view=chart>.
- 17- World bank, Site:
<http://data.worldbank.org/indicator/IE.PPI.TELE.CD?locations=DZ&view=chart>.
- 18- World Travel & Tourism Council, Site: <https://www.wttc.org/research>.
- 19- UNESCO, **Word Heritage list**, site:
<http://whc.unesco.org/en/statesparties/tn>.
- 20- World bank, Site:
<http://data.worldbank.org/indicator/IE.PPI.TELE.CD?locations=TN&view=chart>.
- 21- World bank, Site:
<http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD?locations=BH-AE-KW-OM-QA>.
- 22- World bank, Site:

- <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=DZ>.
- 23- World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=DZ>.
- 24- World bank, Site: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=TN>.
- 25- UNCTAD, Site : <http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>.
- 26- World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD>.
- 27- World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD>.
- 28- World bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?locations=TN>.
- 29- World Bank site: <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>.
- 30- **Explosions rock Algerian capital**, BBC News, 12 April 2007, site: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/6544437.stm>.
- 31- **Suicide bomb kills 20 in Algeria**, BBC News, 7 September 2007, site: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/6982487.stm>.
- 32- **Al-Qaeda claims Algerian bombings**, BBC News, 8 September 2007, site: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/africa/6985672.stm>.
- 33- **41 Occidentaux pris en otage par des djihadistes sur le site de BP**, france24, 17/01/2013, site: <http://www.france24.com/fr/20130116-confusion-autour-nationalite-otages-etrangeurs-site-petrolier-bp>.
- 34- World Bank, Site: <http://data.worldbank.org/indicator>.
- 35- Centre d'Etudes Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII), Site: http://www.cepii.fr/cepii/fr/bdd_modele/bdd.asp.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ