

جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف-الجزائر-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية

تخصص: مالية و اقتصاد دولي

**إنعكاسات الجغرافيا السياحية على التنمية
الإقتصادية باستخدام معطيات بانل**

إعداد الطالبة:

نادي مفيدة

تحت إشراف الأستاذ:

د.هني محمد نبيل

أعضاء لجنة المناقشة:

د.سحنون جمال الدين.....رئيسا

د.هني محمد نبيل.....مقررا

أ.د.راتول محمد.....ممتحنا

أ.د.البشير عبد الكريم.....ممتحنا

د.قوريش نصيرة.....ممتحنا

السنة الجامعية: 2011-2012

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما عزّ وجل " وقل ربّي ارحمهما كما ربياني صغيراً " على نفسيهما وفضلاي راحتي على وسهرا وجودي وربباني في الله بعد الفضل لهما لمن أمي و أبي أطال الله في عمرهما .

كما اهديه إلى زوجي الذي كان له بالغ الأثر في إتمام هذا العمل والذي وقف إلى جانبي و ساعدني و تمنى لي النجاح دائماً و أكن له كل الاحترام و التقدير مدى الحياة إلى فلذة كبدي تسنيم حفظها الله و جعلها من الذرية الصالحة و الفالحة إن شاء الله

إلى أخواتي العزيزات: فتيحة ، غنية ، أسماء، صارة، كريمة

إلى كل اللواتي أحببتهن و كانوا بمثابة الأخوات لي : صبرينة، سميرة ، مريم، نوال

إلى عائلي الكبيرة نادي و دحمان صبايحية

كلمة شكر

الحمد لله ربّ العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيّدنا ونبينا محمّد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين وبعد:

بداية، أحمد الله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه وأشكره على نعمه الظاهرة والباطنة، بعد أن أكرمني سبحانه وتعالى وأعانني على إنجاز هذا العمل المتواضع

"الله يشكر لم الناس يشكر لم من" والسلام: الصلاة عليه قال

"أتممت الشكر فقد خيرا الله جزاك لأخيك قلت إذا": وقال

إلى الأستاذ هني والامتنان بجزيل الشكر أتقدم وسلم عليه الله صلى بالمصطفى واستنادا

البحث هذا إتمام أجل لي من قدمها التي القيمة والنصائح المجهودات محمد نبيل على

على قبولهم مناقشة لجنة أعضاء الأفاضل الجزيل لأساتذتي بالشكر أتقدم أن يسرني كما

مذكرتي

كما يسعدني أن أتقدم بالشكري و تقديري إلى الزميل ترقو محمد و أتمنى من الله أن ينير

دربه

والى كل من ساعدني وقدم لي النصح والإرشاد لإتمام هذا العمل، ولم تسعفني ذاكرتي

لذكر أسماءهم، أتقدم بالشكر الجزيل لهم.

إلى كل أساتذتي من الطور الابتدائي إلى الجامعي دون استثناء

فهرس المحتويات

الصفحة	الفهرس	
III	الإهداء.....	
IV	الشكر..... ..	
V	فهرس المحتويات.....	
5	...قائمة الجداول و الأشكال.....	
ز-أ	مقدمة.....	
	علاقة السياحة بالجغرافيا و دور السياحة في تفعيل النشاط الاقتصادي	الفصل الأول
02	تمهيد.....	
03	المدخل النظري للسياحة.....	المبحث الأول
03	مفاهيم أساسية حول السياحة و لسائح.....	المطلب الأول
10	أنواع السياحة و خصائص السياحة.....	المطلب الثاني
17	السياحة و علاقتها بالجغرافيا و العلوم الأخرى ووسائل الجذب السياحي.....	المبحث الثاني
17	علاقة الجغرافيا بالسياحة و العلوم الأخرى.....	المطلب الأول
22	وسائل الجذب السياحي.....	المطلب الثاني
39	أثر السياحة على بعض المتغيرات الاقتصادية.....	المبحث الثالث
39	الآثار الاقتصادية للسياحة.....	المطلب الأول

42 الآثار الاقتصادية الكلية للسياحة	المطلب الثاني
50 الآثار الاقتصادية الجزئية للسياحة	المطلب الثالث
53 خلاصة الفصل الأول	
	جغرافيا سياحة في الجزائر, مصر و المغرب	الفصل الثاني
55 تمهيد	
56 مقومات الجغرافيا السياحية و آثارها الاقتصادية في الجزائر	المبحث الأول
56 جغرافيا الجزائر الطبيعية و الحضارية	المطلب الأول
59 جغرافيا الجزائر المادية	المطلب الثاني
66 آثار السياحة على الاقتصاد الجزائري	المطلب الثالث
73 مقومات الجغرافيا السياحية و آثارها الاقتصادية في المغرب	المبحث الثالث
73 جغرافيا المغرب الطبيعية و الحضارية	المطلب الأول
77 جغرافيا المغرب المادية	المطلب الثاني
80 آثار السياحة على الاقتصاد المغربي	المطلب الثالث
86 مقومات الجغرافيا السياحية و آثارها الاقتصادية في مصر	المبحث الثاني
86 جغرافيا مصر الطبيعية و الحضارية	المطلب الأول
92 جغرافيا مصر المادية	المطلب الثاني
95 آثار السياحة على الاقتصاد المصري	المطلب الثالث
103 خلاصة الفصل الثاني	

	دراسة آثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر, مصر و المغرب باستخدام معطيات بانل	الفصل الثالث
105	تمهيد.....	
106	تقدير نموذج الايرادات السياحية و النمو الاقتصادي عن طريق معطيات بانل...	المبحث الاول
106	تقدير النموذج الإجمالي.....	المطلب الاول
111	تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر الثابت.....	المطلب الثاني
115	تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر العشوائي.....	المطلب الثالث
119	تقدير نموذج التوظيف السياحي و النمو الاقتصادي عن طريق معطيات بانل...	المبحث الثاني
119	تقدير النموذج الإجمالي (Pooled).....	المطلب الاول
123	تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر الثابت.....	المطلب الثاني
127	: تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر العشوائي.....	المطلب الثالث
130	تقدير نموذج الاستثمار السياحي و النمو الاقتصادي عن طريق معطيات بانل....	المبحث الثالث
130	تقدير النموذج الإجمالي (Pooled).....	المطلب الاول
133	تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر الثابت.....	المطلب الثاني
136	: تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر العشوائي.....	المطلب الثالث
139	خلاصة الفصل الثالث.....	
141	الخاتمة العامة.....	
147	المراجع.....	
157	الملاحق.....	

قائمة الجداول و الأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
45	الميزان السياحي	1-1
47	طرق التوظيف للسياحة	2-1
61	تطور عدد الاسرة في فنادق الجزائر	1-2
62	توزيع الفنادق حسب تصنيفها في الجزائر خلال الفترة 1990-2008	2-2
64	عدد السياح الوافدين الى الجزائر 1990-2009	3-2
66	الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة 1990-2009	4-2
68	مساهمة عائدات القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر 1990-2009	5-2
69	مساهمة السياحة في التوظيف المباشر و الإجمالي في الجزائر 1990-2010	6-2
71	الاستثمار السياحي في الجزائر 1990-2010	7-2
77	تطور عدد الأسرة في الفنادق المصنفة في المغرب 1990-2008	8-2
79	تطور عدد السياح غير المقيمين القادمين إلى المغرب خلال الفترة 1990-2008	9-2
81	تطور الإيرادات السياحية للمغرب 1990-2008	10-2
82	مساهمة عائدات القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب 1990-2009	11-2
83	مساهمة السياحة في التوظيف المباشر و الإجمالي في المغرب 1990-2010	12-2
84	الاستثمار السياحي في المغرب (1990-2010)	13-2
92	الطاقة الفندقية في مصر (1995-2009)	14-2
92	توزيع عدد الأسرة و الفنادق بحسب تصنيف الوحدات الفندقية في مصر عام 2009	15-2
94	عدد السياح الدوليين الوافدون الى مصر 2003-2010	16-2
95	تطور الإيرادات السياحية لمصر 1990-2010	17-2

97	مساهمة عائدات القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في مصر 1990-2009	18-2
98	مساهمة السياحة في التوظيف المباشر و الإجمالي في مصر (1990-2010)	19-2
100	الاستثمار السياحي في مصر (1990-2010)	20-2
101	المشروعات المنشأة وفقا لقانون الاستثمار حتى 2010/06/90	21-2
106	نتائج الاختبارات ل RTRSM	1-3
107	نتائج الاختبارات ل DRTRSM	2-3
107	نتائج الاختبارات ل DDRTRSM	3-3
108	نتائج الاختبارات ل TCR	4-3
108	نتائج الاختبارات ل DTCR	5-3
109	تقدير العلاقة بين الإيرادات السياحية و النمو الاقتصادي	6-3
109	إعادة تقدير العلاقة بين الإيرادات السياحية و النمو الاقتصادي	7-3
110	نموذج <i>White</i> لاختبار الكشف على تجانس التباين	8-3
111	تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد (الدول) للعلاقة بين الإيرادات والنمو الاقتصادي	9-3
113	اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت الفردي	10-3
113	تقدير نموذج الأثر الثابت (الزمن) للعلاقة بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي	11-3
114	اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت للزمن.	12-3
115	تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الأفراد) للعلاقة بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي	13-3
117	تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الزمن) للعلاقة بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي	14-3
120	نتائج الاختبارات ل EMP	15-3
120	نتائج الاختبارات ل DEMP	16-3
121	تقدير العلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي	17-3

122	نموذج <i>White</i> لاختبار الكشف على تجانس التباين	18-3
123	تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد (الدول) للعلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي	19-3
125	اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت الفردي	20-3
125	تقدير نموذج الأثر الثابت (الزمن) للعلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي	21-3
126	اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت للزمن	22-3
127	تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الأفراد) للعلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي	23-3
128	تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الزمن) للعلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي	24-3
130	نتائج الاختبارات ل CAP	25-3
131	نتائج الاختبارات ل DCAP	26-3
131	تقدير العلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي	27-3
132	نموذج <i>White</i> لاختبار الكشف على تجانس التباين	28-3
133	تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد (الدول) للعلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي	29-3
134	تقدير نموذج الأثر الثابت (الزمن) للعلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي	30-3
135	اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت للزمن.	31-3
136	تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الأفراد) للعلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي	32-3
137	تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الزمن) للعلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي	33-3

قائمة الاشكال

الصفحة	البيان	الرقم
09	التمييز بين المسافرين	1-1
10	أنواع السياح	2-1
34	البيانات الوصفية	3-1
35	أصناف البيانات الوصفية	4-1
38	الوسائل المستخدمة في نظم المعلومات لتسويق المواقع السياحية	5-1
41	الآثار المباشرة و الغير المباشرة للسياحة في الاقتصاد	6-1
42	نسبة ومعدل نمو مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي خلال الفترة (2000-2010)	7-1
63	توزيع طاقات الإيواء حسب طبيعة الجغرافية (1991-2008)	1-2
64	إجمالي السياح الوافدين إلى الجزائر	2-2
67	الإيرادات السياحية في الجزائر	3-2
68	مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي	4-2
70	التوظيف السياحي المباشر و الغير المباشر و التوظيف الإجمالي في الجزائر	5-2
71	الاستثمار السياحي في الجزائر	6-2
79	تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب	7-2
81	تطور الإيرادات السياحية في المغرب	8-2
82	مساهمة عائدات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي	9-2
83	التوظيف السياحي المباشر و الغير المباشر و الإجمالي في المغرب	10-2
85	الاستثمار السياحي في المغرب	11-2
93	توزيع عدد الفنادق في مصر عام 2009	12-2
94	إجمالي السياح الوافدون إلى مصر	13-2
95	الإيرادات السياحية المسجلة في مصر	14-2

97	مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي بمصر	15-2
99	التوظيف السياحي المباشر و الغير مباشر و الاجمالي في مصر	16-2
100	الاستثمار السياحي في مصر	17-2

المقدمة

تعتبر السياحة من بين الصناعات الأولى فقد إحتلت مكانا متميزا بالنسبة لمعظم دول العالم سواء كانت دول صناعية كبرى أو دول نامية و ذلك للأهمية الاقتصادية التي تحققها لهذه الدول، فقد نجحت السياحة في إصلاح إقتصاديات العديد من الدول مثل إسبانيا و الصين. وطبقا لتوقعات جون يينزت الاقتصادي الأمريكي، فإن إقتصاد العالم في هذا القرن الحالي سوف تقوده ثلاثة صناعات خدمية هي صناعة الإتصالات و تكنولوجيا المعلومات و صناعة السياحة و السفر. و مما لاشك فيه أن السياحة أصبحت من أكبر الصناعات في العالم بل و تعتبر قاطرة التنمية في العديد من الدول، حيث أصبحت صناعة السياحة من المصادر الأساسية المشاركة في حركة التنمية الاقتصادية تمثل بديلا هاما للقطاعات الأخرى في بعض الدول التي لا تمتلك فيها قدرات تنافسية كبيرة ، كما تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للكثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية ويلعب الفرد فيها الدور الأكبر من خلال وعيه المستمر النابع من ثقافة سياحية مبنية أساسا على ضرورة استقطاب السواح باستمرار كما يلعب الإرث السياحي وما تملكه الدولة من إمكانيات ، ومواقع سياحية العامل الأساسي في جلب عدد كبير من السواح، وعلى نحو عام يمكن النظر إلى السياحة كنظام وصناعة راقية، مدخلاته هي البنى التحتية والبيئة الحاوية والعاملون على تقديم الخدمات، بالإضافة إلى أخلاقيات المهنة والقوانين والأنظمة والتشريعات، وهناك العمليات التي تتعلق بالتخطيط والتنظيم والرقابة والتي تتم من خلالها عملية التسويق السياحي ثم تأتي المخرجات التي تتمثل في تقديم أفضل الخدمات السياحية والتي تشبع حاجات السياح ورغباتهم بأفضل الطرق.

وتعتبر سهولة الانتقال، و سهولة تبادل الخبرات و الثقافات، و التطور التكنولوجي من السمات الثلاثة التي كان لها اثر في الحركة السياحية الدولية التي نشطت نشاطا فاق كل خيال و أصبحت أعدادها تقاس بالملايين و عائداها تحسب بالبلالين.

تمثل السياحة أحد الصادرات الهامة غير المنظورة و عنصرا أساسيا من عناصر النشاط الاقتصادي فالسياحة لها تأثيرات اقتصادية على دول العالم تتمثل في دور الهام الذي تحققه في سد عجز ميزان المدفوعات كما تعتبر أحد المصادر الهامة لجذب العملة الأجنبية، و تؤثر بطريقة مباشرة على زيادة فرص العمالة، حيث أن السياحة صناعة مركبة تشتمل على الكثير من الصناعات مثل الفنادق و الشركات

السياحية و النقل و تجارة السلع و خدمات الترفيه التي تعتمد على العنصر البشري بصفة رئيسية، بالإضافة إلى ارتباطها بالعديد من القطاعات الإنتاجية الأخرى. و لهذا بدأت الدول تولى الاهتمام الكبير إلى هذا القطاع و ذلك بسبب إدراك أهميته في تنشيط قطاعات الاقتصاد الوطني المختلفة ولما له من تأثير مباشر و غير مباشر في هذه القطاعات .

و مع تضخم الحركة السياحية الدولية ظهرت الحاجة إلى توفير مقومات معينة، ثبت بالتجربة و الممارسة ضرورتها للحفاظ على المد السياحي الدولي و التجدد الدائم لتياره، فسعت الدول إلى تحسين مستوى وسائل النقل و الإقامة و الترفيه و العمل على كل ما يحتاج إليه السائح، و بذلك انتعشت الاستثمارات في هذه المجالات و زادت نسبة العمالة فيها

تعتبر مصر و المغرب من الدول العربية السياحية ، و يظهر ذلك من خلال الإيرادات السياحية المعتبرة و من خلال الأهمية و مساهمة هذا القطاع في اقتصاد كل دولة منهما ، في حين لا يزال أداء و مستوى هذا القطاع ضعيفا و غير مستقر في الجزائر، و تظل بلادنا تعتمد على العائدات النفطية، إلا أن في السنوات الأخيرة سعت الجزائر إلى محاولة إعادة بناء صورتها السياحية من خلال توفير هياكل مناسبة و تظاهرات تساعد على استقطاب السياح، إلا أن النتائج المحققة لم تصل بعد إلى المستوى الذي يكفل بلوغ الأهداف المرجوة منه و بقيت إنجازاته محدودة إذا ما قارناها بمصر و المغرب و بالرغم من إمتلاكها لمناطق خلابة و شريط ساحلي و تنوع المناخ و غيرها وكذا موروث تاريخي و حضاري يعود لما قبل التاريخ تحتاج إلى العناية و الإهتمام بها لتصبح قطبا سياحيا عالميا. و مهما يكن فإن وضعية قطاع السياحة في الجزائر مقارنة مع كل من مصر و المغرب يكشف التفاوت الكبير في الإيرادات العائدة من هذا القطاع ، و بالنسبة للاستثمارات المنجزة في الجزائر مما يثبت عجز القطاع السياحي في الجزائر مقارنة بمدين البلدين، ولإدراك ذلك يستوجب الوقوف على مختلف جغرافيا التاريخية و الحضارية و الجغرافيا الطبيعية لاستجلاء ما أمكن من الحقائق حول واقع السياحة في هذه البلدان ، و كيفية الاستثمار في هذا القطاع لتلبية حاجات التنمية الاقتصادية، باعتباره ركنا أساسيا في دعم ميزان المدفوعات، و تحسين المستوى المعيشي و الثقافي للمواطنين و تحسين صورة الدولة عالميا .

الإشكالية الرئيسية:

تتمحور معالم البحث في السؤال الجوهرى التالى:

ما هى انعكاسات الجغرافيا سياحية على التنمية الاقتصادية فى الجزائر، المغرب ومصر؟

و بناء على هذه الإشكالية الرئيسية نقوم بطرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مفهوم النظرى للسياحة؟ وما هى الآثار التى تخلفها السياحة على الاقتصاد؟
- ما مدى أهمية الجغرافيا السياحية التى تمتلكها الدول الثلاثة الجزائر، المغرب و مصر؟ وهل ساهمت السياحة فى الدول الجزائر مصر و المغرب من تأثير المباشر على النمو الاقتصادى؟
- ما هى أهم مؤشرات الخاصة بالسياحة فى الجزائر، المغرب و مصر؟ وما هى الآثار الاقتصادية المترتبة عن السياحة لهذه البلدان الثلاث؟ كيف تظهر النتائج المستخلصة من تجربة هذه الدول على مستوى قطاعها السياحى من حيث إسهامها فى الحصول على النقد الأجنبى، و فى تكوين الناتج المحلى الأجنبى، و رفع معدلات التشغيل، و الاستثمار فيها؟

للإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا جملة من الفرضيات تتمثل فيما يلى:

- لقطاع السياحة دور مهم فى عملية التنمية الاقتصادية و عدم الاهتمام به يؤدي إلى ضعف أداء الاقتصاد الوطنى.
- كل الدول التى تتمتع بجغرافيا سياحية تؤهلها إلى أن تساهم فى النمو الاقتصادى .
- العلاقة بين التدفقات السياحية و الإيرادات السياحية ليست دوما طردية.
- يساهم التوظيف السياحى و الاستثمار السياحى حتما فى النمو الاقتصادى .

أهمية الدراسة:

إن لقطاع السياحى دور مهم فى تحقيق التطور و دعامة للازدهار، و بمثابة احد محركات للتنمية الاقتصادية، حيث يمثل هذا القطاع الخلاص الحقيقى للاقتصاد الوطنى لما ينجح لركبته من آثار مهمة على الاقتصاد من خلال تحقيق النمو فى الاقتصاد خلق الثروة، إضافة إلى جلب العملة الصعبة وكذا جلب الاستثمار الأجنبى و ما ينجح عنه من خلق مناصب عمل إضافية. أما الهدف الأساسى فى اعتبارنا فهو

تحقيق التنوع في الموارد الاقتصادية للدولة والابتعاد شيئاً فشيئاً عن التركيز على الموارد الناضبة ألا وهي المحروقات في الجزائر.

انطلاقاً من هذا العرض ارتأينا البحث في هذا الموضوع للأسباب التالية:

1. أهمية السياحة التي تعتبر قطاعاً حيويًا ومصدراً هاماً لتحقيق إيرادات مالية خارج قطاع المحروقات.

2. أهمية السياحة التي تعتبر وسيلة للراحة وأساس للتبادل الثقافي والحضاري.

3. الرغبة الشخصية في دراسة السياحة والتعرف على مؤشرات السياحة في الجزائر رغم أنها بلد

سياحي

مبررات اختيار الموضوع:

ان دافع الذي جعلنا أتناول هذا الموضوع .هو غيرتي من الدول المجاورة و بعض الدول كمصر على تفوقها في المجال السياحي و غيرتي من دول كالإمارات التي لا تملك جغرافيا تؤهلها أن تكون بلد سياحي و استطاعت ان تحتل ترتيب في مجال التنافسية السياحة.في حين أن الجزائر تمتلك من شمالها إلى جنوبها من شرقها إلى غربها على جغرافيا سياحية قادرة على أن تستغلها تدر بها العائدات المالية المعتمدة و لهذا وجب علي البحث كجزائرية غيرة على بلدي وكطالبة و باحثة في مستقبل عن وضعية السياحة في الجزائر و البحث عن سبل النهوض بهذا القطاع ،و جعله يساهم في التنمية الاقتصادية وحتى الاجتماعية للبلاد .

أهداف الدراسة :

من خلال هذه الدراسة نبين اثر الجغرافيا السياحة في الجزائر و و مصر و المغرب على التنمية الاقتصادية :

- 1- تحديد و توضيح مفهوم الجغرافيا السياحية و آثارها الاقتصادية على الدول
- 2- رصد الآثار الاقتصادية لقطاع السياحة و محاولة تقييم مؤشرات الدول، ثم تحديد دور القطاع في الجزائر، المغرب و مصر من حيث المساهمة في تحسين المؤشرات الاقتصادية.
- 3- إبراز المكانة الاقتصادية لقطاع السياحة و الدور الممكن أن يلعبه في عملية التنمية الاقتصادية

4- محاولة معرفة نقاط الضعف السياحية في الجزائر من خلال تقييم مؤشرات الدول الأخرى قيد الدراسة

5- محاولة إظهار اثر الجغرافيا السياحة من الناحية اقتصادية في الدول قيد الدراسة.

منهجية الدراسة:

من اجل دراسة آثار الجغرافيا السياحة على مؤشر من مؤشرات التنمية في البلدان الثلاث اعتمدنا بناء على التساؤلات والفرضيات التي صغناها في دراستنا هذه كلاً من المنهج الاستقرائي و المقارن والاستنباطي فنستعين بالمنهج الاستنباطي من خلال أدوات التوصيف و التحليل بعض مؤشرات السياحة و المقارنة بين الدول ، أما المنهج الاستقرائي من خلال أدوات المتمثلة في تحليل القياسي في إيجاد علاقة مؤشرات السياحة ألا و هي التدفقات السياحية الإيرادات السياحية،التوظيف السياحي و الاستثمار السياحي مع النمو الاقتصادي.و قد اعتمدنا على مصادر متنوعة باللغة العربية و الفرنسية،لإثراء هذه الدراسة بمعلومات متنوعة و حقائق ذات قيمة علمية.و تتمثل هذه المصادر في كتب و بحوث متخصصة و مقالات و مواقع في الانترنت في مجال السياحة .

صعوبات الدراسة:

الصعوبات التي صادفتها الطالبة في إنجازها الموضوع تمثلت في الإحصائيات المتعلقة ببعض المؤشرات السياحية بالإضافة إلى عدم دقتها و تضاربها في بعض الأحيان،و انعدامها أو قدمها في الجزائر ،و قد حاولت الطالبة التوفيق بين هذه الاختلافات في البيانات المتاحة،و انتقاء أقرب منها لموضوع البحث و أكثرها مصداقية،كما تمثلت الصعوبات في دراسة القياسية باستخدام معطيات بانل و ذلك لاستخدامها لأول مرة من قبل الطالبة .

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: دراسة حالة القطاع السياحي في كل من مصر و الجزائر و المغرب

الحدود الزمانية:تمثلت في معالجة واقع السياحي من 1990 الى غاية 2010

الدراسات السابقة:

من الدراسات التي تناولت الموضوع، و تمكنا من الإطلاع عليها تتمثل في رسائل دكتوراه ، و العديد من رسائل الماجستير:

كواش خالد دكتوراه بعنوان أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر 2004/2003 تطرق الباحث إلى: تاريخ و مفهوم السياحة و السائح ،السياحة كمنشأ اقتصادي أهميتها و مؤشراتها، مقومات تنظيم و أداء السياحة في الجزائر ، و حاول توضيح أهمية و آفاق السياحة في الجزائر كمنشأ اقتصادي مهم و ذلك بالنظر إلى النتائج المحققة على المستوى العالمي، و بالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية، و توصل إلى أن القطاع السياحي في الجزائر لم يؤد الدور المنتظر في التنمية، و أن النتائج المحققة لا تعكس حجم الموارد و المغريات السياحية المتوفرة ، كما علل ذلك من خلال إجراء مقارنة من حيث المؤشرات السياحية بما تحققت، و ما تم انجازه في كل من المغرب و تونس.

صليحة عشي دكتوراه بعنوان الأداء و الأثر التنموي الاقتصادي و الاجتماعي للسياحة في الجزائر ، تونس و المغرب تناولت الباحثة الموضوع في ستة فصول تطرقت إلى مفاهيم أساسية للسياحة و السائح، كما تطرقت إلى المقومات السياحية للبلدان المقارنة، و في الفصل ثالث فقد تضمن أهم المؤشرات السياحية في الجزائر و تونس و المغرب ، أما في الفصل الرابع تناولت الباحثة آثار السياحة في الجزائر و تونس و المغرب في الفصل الخامس قدمت المشكلات المعاصرة و السياحة المستدامة و في الفصل الأخير تناولت العولمة و توسع نطاق صناعة السياحة ، و قد توصلت الباحثة إلى ضعف الآثار التنموية لقطاع السياحة في الجزائر مقارنة بتونس و المغرب، رغم المقومات السياحية و الحضارية التي تتوفر عليها الجزائر

عيساني عامر دكتوراه بعنوان الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر تناول الباحث الموضوع في أربعة فصول تطرق في الفصل الأول إلى مفاهيم أساسية حول السياحة و آثارها المختلفة، الفصل الثاني تناول التنمية السياحية المستدامة و تطور حركة السياحة الدولية ، أما الفصل الثالث فتناول واقع و إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر ، و في الفصل الرابع تناول الدكتور التنمية السياحية في مصر و تونس واقع و آفاق، أما في الفصل الأخير فقد تناول دراسة تقييمه للتجارب السياحية في الجزائر ، مصر و تونس ، و قد توصل الباحث إلى أن قطاع السياحة في الجزائر لم يحض بالأهمية التي تجعل منه قطاعا يساهم في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية ، عكس الأهمية البالغة للقطاع و إدراجه ضمن أولويات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية في كل من تونس و مصر.

تقسيمات الدراسة:

تم تقسيم الدراسة الى ثلاث فصول تناول **الفصل الأول** علاقة السياحة بالجغرافيا و دور السياحة في تفعيل النشاط الاقتصادي من خلال تقديم مفاهيم متعلقة بالسياحة و السائح كما تطرقنا الى العلاقة بين الجغرافيا و السياحة و قدمنا وسائل الجذب السياحي كما قدمنا في آخر هذا الفصل علاقة السياحة ببعض المتغيرات الاقتصادية

أما **الفصل الثاني** فتم تخصيصه لمقومات الجغرافيا السياحة في البلدان الثلاث الجزائر مصر و المغرب من خلال إبراز المنظومات المكانية السياحية والهيئات الإدارية كالفنادق و تعرف على آثار السياحة على اقتصاد هذه الدول من جانب الإيرادات و مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي و التوظيف السياحي المباشر و الغير المباشر و الاستثمار السياحي و خلاصة الفصل تم المقارنة بين هذه الدول .

أما **الفصل الثالث** يتضمن دراسة الآثار الاقتصادية للسياحة في هذه البلدان محل الدراسة ,من حيث العلاقة بين إيرادات المحققة بالعملة الصعبة و النمو الاقتصادي,و كذلك تقدير علاقة التوظيف السياحي بالنمو الاقتصادي,و أخيرا تقدير علاقة الاستثمار السياحي و النمو الاقتصادي في الدول الثلاث ككتلة واحدة باستخدام معطيات بانل .

المفصل الأول

علاقة السياحة بالجغرافيا و دور السياحة في تفعيل النشاط

تمهيد

تعتبر السياحة ظاهرة انسانية قديمة قدم التاريخ , ارتبطت بوجود الانسان و تحركاته إما سعياً وراء البحث عن أوطان جديدة في بيئات جغرافية أفضل تتوافر فيها سبل الحياة,او لتبادل المعارف و التجارب ,أو لإقامة علاقات تجارية و سياسية مع الآخرين، بحيث كان الانسان مدركاً في تحركاته المختلفة للملامح البيئية الطبيعية و تباينها مكانياً و زمانياً.

و لقد أصبحت المنظمات الدولية والإقليمية والمحلية تنظر إلى السياحة كقطاع إقتصادي له دوره في التنمية الاقتصادية إلى جانب قطاعات النشاط الاقتصادي الأخرى لذلك فإن أغلبية الدول الصناعية والسائرة في طريق النمو تعتبرها (صناعة) قطاع إنتاجي له أهميته التجارية والاقتصادية والسياسية فهو بذلك لم يعد حاجة اجتماعية أو مجالاً للترفيه والراحة فقط بل أصبحت تشكل مورداً أساسياً تعتمد عليه الدول في تنمية إقتصادياتها، بحيث تلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدراً للعمالات الأجنبية، كما تقوم بجلب مداخيل هامة من العملة الصعبة و ترقية مناطق بأكملها وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة، وهدفاً لتحقيق برامج التنمية. لهذا فكثير من الدول جعلت من هذا القطاع حجر أساس اقتصادها الوطني، و أصبح ناتجها المحلي يتركز بشكل كبير على النشاط السياحي عبر مداخيل شبكاتهما السياحية.

و سيتناول هذا الفصل ثلاثة مباحث:

المبحث الاول: المدخل النظري للسياحة

المبحث الثاني: السياحة و علاقتها بالجغرافيا و العلوم الأخرى و وسائل الجذب السياحي

المبحث الثالث: أثر السياحة على بعض المتغيرات الاقتصادية

المبحث الاول: المدخل النظري للسياحة

إن نشاط السياحة ظاهرة معروفة منذ القدم ومرتبطة بظهور الإنسان، لذا دراسة هذه الظاهرة ومعرفة الأسباب والدوافع الأساسية التي تدفع بالإنسان لتغيير مكان إقامته تعتبر من أهم ما تبحث عنه الدول والمؤسسات السياحية لتحفيز الطلب لديها وتكيفه مع دوافع السياح، ومع النمو المطرد الذي تشهده صناعة السياحة على المستوى العالمي ترتب عنه تطورا في أذواق و حاجيات السائحين، وبالتالي تنوع و تعدد في الأنماط السياحية، و ظهور أنواع جديدة تتناسب مع مختلف شرائح السائحين من الناحية الاقتصادية و الاجتماعية و التي سيتم تناول أهمها من خلال هذا المبحث.

المطلب الاول: مفاهيم أساسية حول السياحة و السائح

نتناول في هذا المطلب نشأة السياحة و تطورها التاريخي بالإضافة إلى التطرق إلى مفاهيم حول السياحة و السائح.

أولا: نشأة و تطور السياحة

لقد مرت السياحة بمراحل كثيرة من التطور في هذا العالم منذ ان كانت ظاهرة انسانية فطرية بدائية حتى اصبحت الان علما نظريا وفنا تطبيقيا و نشاطا اجتماعيا له اسسه و قواعده و اصوله و صناعة مركبة من الصناعات الحديثة التي امتدت آثارها الى العديد من الأنشطة و القطاعات الاقتصادية الأخرى فقد أرجع الأستاذ "شولر جوستاف" وهو خبير سياحي ، أن منشأ السياحة يعود إلى نشأة الإنسان نفسه وان حاجات الانسان الغريزية كالطعام والأمن هي التي دفعته الى السفر والترحال ، فعندما كانت منطقته لاتوفر له حاجياته من الطعام والأمن بدأ يبحث عن مناطق توفر له ذلك¹ ، و لكن استمر حتى بعد استقراره، متنقلا سائحا يسعى وراء مزيد من المتعة و الراحة ، و الترويح و الترفيه²، فقد حدثتنا الكتب و الروايات القديمة عن أسفار و رحلات كثيرة و ممكن اعتبارها على أنها أولويات السياحة فهي من غير شك ليست السياحة بالمعنى التي نعرفها به الآن ، لأن لفظ السياحة لم يعرف الا في القواميس و المعاجم الحديثة. أما أنواع الرحلات التي قام بها الإنسان في عصور ما قبل الميلاد فكانت تركز على خلق علاقات متبادلة بين القبائل و الدويلات المجاورة و قد تكون بعيدة من حيث التجارة و من أجل البحث عن السلع النادرة و قد أنشأ اليونانيون في العصور القديمة مستعمرات على شواطئ البحر الأبيض المتوسط و تعرف اليوم باسم مرسيليا من أجل التجارة مع الدول المجاورة. أما الفينيقيون و هم شعب من التجار كانوا يرحلون في كل الاتجاهات و ثم رحلات كان يقوم بها أهل قريش قبل الإسلام بقصد التجارة بين بلدهم الشام و اليمن كما ورد في ذكر

¹ مروان السكر : مختارات من الاقتصاد السياحي ، مجدلاوي للنشر و التوزيع الاردن 1999 ص 13.

² مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي (دراسة مقارنة)، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع لبنان

القرآن الكريم قوله تعالى "للإيلاف قريش إيلافهم رحلة الشتاء و الصيف"³. و من بين الرحلات أيضا في العصور القديمة رحلة سيدنا موسى و قصة خروجه من مصر بعد اضطهاد فرعون له... الخ. كما وصل العرب إلى الصين حيث جلبوا منها سلعا ممتازة ذات قيمة مرتفعة و كذلك احضروا سلعا من مصر و ايطاليا, و كانت رحلات بغرض الاستطلاع و الفضول الى معرفة عادات و تقاليد الشعوب الأخرى الى جانب الدافع الديني فالصينيين من أتباع بوذا كانوا يقطعون آلاف الكيلومترات عبر مناطق صحراوية لغرض زيارة الآلهة و كذلك الرحلات التي كانوا يقومون بها المسلمون سنويا الى مكة المكرمة لغرض الحج و كما يطلق عليها السياحة الدينية⁴, و إلى جانب السياحة الدينية كانت السياحة الرياضية و المتمثلة في رحلات اليونانيون الى جميع أنحاء البلاد لمشاهدة اولمبيا أو لمشاركة فيها و يعتبر الرومان أول من مارس السفر بغرض التمتع و العرب من مارسوا في العصر الجاهلي السفر بغرض العبادة و التجارة الى مكة⁵.

اما بالنسبة للعصور الوسطى كان اتجاه السياحة في تلك العصور الى التجارة, الحج رحلات دراسة, لقد انفرد العرب من الفترة بين القرن 8-14 في تطوير مبادئ السياحة و من ابرز الرحالة العرب في تلك العصور ابن بطوطة الذي وضع كتاب "تحفة الأنظار في غرائب الأمصار و عجائب الأسفار" الذي ضمنه رحلاته الى آسيا و إفريقيا و كذلك أبو عبيدة البكري الذي وضع كتاب عن غرب إفريقيا بعنوان "المسالك و الممالك" و لا تزال هذه الكتب تصلح للإرشاد السياحي في تلك المناطق. و من رحالة العرب أيضا ابن جبير الذي قام برحلة من بلاد الأندلس إلى المشرق العربي أما بالنسبة للأوروبيين فيمكن ذكر رحلة الإمبراطور الفرنسي شارلمان الى بغداد في عصر الخليفة هارون الرشيد عام 797م و الايطالي المشهور ماركو بولو الذي قام برحلته الى الصين. و في نهاية العصور الوسطى جاء الفلاسفة الذين جابوا مناطق غير معروفة لطلب العلم و المعرفة والتي بواسطتهم أصبحت عدة مناطق و شعوب معروفة لدى الأمم ، و تم عن طريق الترحال اكتشاف قارات بأكملها , بعدما كانت السياحة تتميز بتحركات الأفراد من أجل البحث عن الأمن و الغذاء لهم و لحيواناتهم بدأت تتبلور فكرة التطور و المتمثلة في ربط العلاقات الإنسانية والتي بدورها أدت إلى خلق عادات للزيارات و كذلك الاستشفاء الصحي فقد ظهر في هذا العصر الأسس الأولى لمعظم فروع السياحة⁶. و في الإسلام تمأقت الكثير من أبناء الأمم الأخرى للتعرف عليه، و شكلت الرغبة في تعلم أسرار العلوم الحديثة، و الآداب و الفنون العربية، عامل جذب للزوار من خارج الدولة الإسلامية، في حين كانت التجارة و الرغبة في

³ سورة قريش من ذكر القرآن الكريم

⁴ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، الاردن 2008 ص ص 16-17

⁵ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 17

⁶ GERARD GUIBILATO *Economie Touristique*, Edition d'E LTAS, p 22.

الكسب، بالإضافة إلى الشجاعة وحب المغامرة والكشف والبحث عن الشهرة والمجد، من دوافع اتساع دائرة الرحلات العربية لتتجاوز الدولة الإسلامية وخاصة في قارتي آسيا وإفريقيا.⁷

أما بالنسبة للعصور الحديثة كانت بدايتها في عصر النهضة (خلال القرن السادس عشر)، والتي حدثت فيها تغيرات عديدة في المجال العلمي مثل الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار ومن أهم هذه الاستكشافات، اكتشاف كولومبس لأمریکا، ثم رحلة الملاح البرتغالي فاسكودي كاما الشهيرة إلى الهند، والذي اكتشف فيها رأس الرجاء الصالح في عام 1498 م، ثم تلتها رحلات ماجلان البرتغالي في القرن السادس عشر حول العالم. وفي أواخر القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر اتجه السواح إلى القارات الأخرى عابرين البحار والمحيطات إلى القارات الحديثة مثل أمريكا وأستراليا. وقد أحدثت الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر تغيراً واضحاً في وسائل المواصلات وتطورها والذي أدى إلى سهولة السفر والتنقل واختصار الوقت، كما أدى إلى زيادة عدد المسافرين⁸. إضافة إلى مساهمة الرواج الاقتصادي والحضاري الذي شهدته أوروبا خلال هذه المرحلة نتيجة لنشاطها الاستعماري الواسع، وتطور كل من العلوم والفنون، والثورة الصناعية في ظهور ظاهرة جديدة في مجال السفر والسياحة، تمثلت في قيام الأفراد برحلات خاصة بهدف إلى المتعة والترويح عن النفس ولا تسعى إلى الكسب المادي. وهذا ما أدى إلى ظهور السياحة بمعناها المعاصر وبالتالي بدء في استخدام تعبير السائح للإشارة إلى الشخص الذي يقوم برحلة من أجل المتعة والترويح أو لأسباب صحية ودينية⁹. وكان للحريين العالميتين الأولى والثانية أثراً كبيراً في تطوير السياحة وتقدمها، لأنه بعد الحرب العالمية الثانية بدء تطوير الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية وكذلك السيارات والقطارات، وما نتج عنه من سهولة المواصلات وتعدد وسائل النقل، وإن إحلال السلام في العالم وتبادل الثقافات والتطور الاقتصادي والاجتماعي، أثر كبير على تطور وازدياد حركة السياحة العالمية، ونتيجة لتطور المستوي المعيشي للفرد وزيادة فترة الإجازات المدفوعة الأجر وزيادة أوقات الفراغ نتيجة التقدم الصناعي، فقد ظهرت ما يسمى "السياحة الاجتماعية" والتي تعتبر سياحة كافة الناس وعلى مختلف المستويات الاقتصادية¹⁰. وشهد النصف الثاني من القرن العشرين تطوراً كبيراً في حركة السياحة الدولية وفي المنشآت والمرافق السياحية، حيث عرف العالم المعاصر ما يسمى "بالثورة السياحية" أو "الانفجار السياحي"، وأضحت السياحة نشاطاً عالمياً وشأناً دولياً، وفتحاً اقتصادياً هاماً في العديد من دول العالم¹¹.

⁷ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي (دراسة مقارنة)، مرجع سبق ذكره، ص 39-40

⁸ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره ص 18

⁹ محمد خميس الزوكه صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، مصر، سنة 2006، ص 37

¹⁰ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 19، 20

¹¹ ممدوح شعبان الدبس، محاضرات في جغرافية السياحة، كلية الآداب قسم الجغرافيا، جامعة حلب، سوريا، ص 22

ثانيا: مفاهيم حول السياحة و السائح

بدأت تتبلور الأفكار التي تحدد مفهوم ظاهرة السياحة و إطارها العام مع بداية القرن العشرين , و إن تباينت التعاريف تختلف تعاريف السياحة باختلاف الزاوية التي ينظر إليها منها، فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية، و البعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية، و منهم من يرى بأنها عامل لبعث العلاقات الإنسانية و التنمية الثقافية . السياحة لفظا تعني التجوال، و عبارة ساح في الأرض معناها " ذهب و سار على الأرض". أما في اللغة الانجليزية نجد أن (Tour) يعني يجول أو يدور ، أما كلمة (Tourism) أي السياحة فمعناها الانتقال والدوران¹².

تعتبر السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و تغيير الهواء، و إلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة و نمو هذا الإحساس، والشعور بالبهجة و المتعة، و الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، و أيضا نمو الاتصالات و خاصة بين الشعوب و أوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية ، و هي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة و الصناعة سواء أكانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة و ثمرة تقدم وسائل النقل كما عرفها الألماني جويرر فرويلر عام 1905¹³ , أما في سنة 1910 عرفها العالم هيرمان النمساوي: على أنها " مجموع العمليات المتداخلة و خاصة الاقتصادية منها و المتعلقة مباشرة بدخول الأجانب، إقامتهم و تحركاتهم داخل و خارج حدود دولة أو منطقة جغرافية." و قد انتقد هذا التعريف لإهماله الجوانب الاجتماعية، الثقافية و الجغرافية للسياحة بالإضافة إلى إهماله السياحة الداخلية¹⁴. كما نشر في نفس السنة "ايدموند بكاد" مقالا وهو أستاذ بجامعة بروكسل، تحت عنوان " صناعة المسافر"، و وصف فيه مهمة السياحة و دورها كصناعة، بقوله: " أن المهمة التي تقوم بها السياحة و المدى الواسع التي تعمل فيه كل فروعها لا يتضح فقط من وجهة نظر أولئك السائحين و لكن من الوجهة المالية، أي من جهة الأموال الوفيرة التي ينفقها السائح و ينتفع بها أولئك الذين ينتقل إليها السائح و يتجول في بلدانهم و تكون الفائدة مباشرة لصناعة الفنادق و غير مباشرة عن طريق المصاريف التي ينفقها السائح لإشباع رغباته سواء من أجل التعليم أو المتعة¹⁵.

السياحة حسب تعريف جون ميشو :وهو مسؤول في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي، نشاط يحتوي على عمليتي انتاج و استهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل حيث يكون السبب هو التسلية التداوي ، اجتماعات ، زيارة المقدسات الدينية ، تجمعات رياضية... الخ¹⁶.

¹²زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2007، ص169

¹³ تومي ميلود و حريف سامية مداخلة بعنوان دور التسويق الالكتروني للسياحة في التنشيط صناعة السياحة الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010 ص3

¹⁴ بودي عبد القادر، محوصي مجدوب مداخلة بعنوان أهمية التسويق السياحي في التنمية السياحية بالجنوب الغربي الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010 ص3

¹⁵ محمد مرسي الحريري ، جغرافية السياحة ، - دار المعرفة الجامعية الإسكندرية - مصر ، 1991 ، ص18

¹⁶ G.P la zoto géographique du tourisme, maison Paris 1990 P13

كما قرن الباحث الانجليزي *norvel* السياحة بالاجانب مستعبدا السياحة الداخلية بقوله: "أن السائح هو الشخص الذي يدخل بلدا أجنبيا لأي غرض عدا اتخاذ هذا البلد محل إقامة دائمة .أو عدا العمل في هذا البلد عملا منتظما مستمرا و الذي ينفق في هذا البلد الذي يقيم فيه إقامة مؤقتة مالا يكسبه في مكان آخر"¹⁷.

و في ضوء التوسع الكبير و تطور وسائل النقل من قطارات ,طائرات و بواخر زادت أهمية السياحة و أخذت بعدا آخر غير الذي عرفته في العصور التي سبقت الثورة الصناعية .و في هذا الاطار يقول الأستاذ ¹⁸ *CLAUDE KASPAR*: "تتكون السياحة من جهة السفر,و هي مرحلة التحرك أو المرحلة الديناميكية و من جهة أخرى من الإقامة,وهي المرحلة الثابتة,و لأن السياحة تبدو قبل كل شيء في شكلها الخارجي كعمل من أعمال النقل ,فإن السياحة المصدرة(النقل)و السياحة المستقبلة تتحد اصولهما و تتربط" ومن هذه الزاوية التي تركز على أهمية وسائل النقل السياحية انتهى *KASPAR* في ضوء هذه الصلات الوثيقة بين وسائل النقل والسياحة وصعوبات تقدير كل منهما منفصلة عن الآخر إلى وجوب دراسة دور وسائل النقل المؤثرة في السياحة ودور السياحة المؤثرة في وسائل النقل.

أما *جلاكسمان* السويسري فقد عرف السياحة عام 1935 على أنها "مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان . "وركر هذا التعريف فقط على العلاقات الإنسانية التي تنشأ بين السائح والسكان الأصليين"¹⁹.

و في عام 1942 قدم الأستاذان السويسريان هوزكر و كرافت *KRAFT* و *HUNZIKER* كتاب بعنوان "النظرية العامة السياحة " تعريفاً مفاده أن السياحة هي "المجموع الكلي للعلاقات و الظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائح طالما أن هذه الإقامة لا تؤدي الى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل سواء كان دائما أو مؤقتا"²⁰، كما قدما تعريف السياحة الى الجمعية الدولية للخبراء العلميين مفاده أن "السياحة هي مجموعة من الظواهر و العلاقات التي تنشأنتيجة السفر و إقامة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة بحيث لا تتحول الى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور"²¹.

¹⁷ محمود فوزي شعوبي السياحة و الفنادق في الجزائر دراسة قياسية 2002/1974 ، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر ص

14

¹⁸ Claude Kaspar, L'expansion des transports touristiques, Revue de tourisme, Berne, 2ème anné N° 2, Avril-Juin 1965.

¹⁹ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة ، مرجع سبق ذكره ، ص 23

²⁰ Ahmed Tessa, *Economie Touristique et aménagement du territoire*, Office des Publications Universitaires (OPU), Alger, 1993, p21.

²¹ صديقي نوال و بن لخصر محمد العربي ،مداخلة بعنوان السياحة البيئية بمنطقة الجنوب الغربي الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية

المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010 ص 1

عرف دوقلاس بيرس في عام 1981 السياحة بأنها "ظاهرة تتبعها مجموعة علاقات قائمة على الرحلات و الإقامة المؤقتة للمسافرين من أجل المتعة و الترفيه، و قد تتباين مدة الإقامة ، حيث تتراوح إحصائيا بين الإقامة لمدة أربع ليال على الأقل بالنسبة للسياحة الداخلية، و أربع و عشرون ساعة على الأقل بالنسبة للسياحة الدولية" ²².

أما المنظمة العالمية للسياحة فقد عرفت السياحة اصطلاحا بأنها رحلات الترفيه و كل ما يتعلق بها من أنشطة و إشباع لحاجات السائح ²³.

يتبين التعاريف السابقة أن مفهوم السياحة له اساسين ، يخص الاول منها بضرورة انتقال الانسان من موطنه الاصلي الى دولة اخرى او اقليم آخر لسبب معين يركز اساسا على الانتفاع بوقت الفراغ، اما الاساس الثاني فيمثل في ان عملية الانتقال تكون مؤقتة و تتراوح بين اكثر من اربع و عشرين ساعة و حتى اقل من اثني عشر شهرا ، اي أن الانتقال في هذه الحالة لا يكون بهدف الهجرة او الإقامة الطويلة من اجل العمل او الدراسة.

أما بالنسبة للسائح فقد فرقت المنظمة العالمية للسياحة بين كل من الزائر و المنتزه و السائح بتقديم التعاريف التالية:

- الزائر : هو كل شخص يتوجه إلى بلد لا يقيم فيه، ولا يمارس فيها مهنة مأجورة ، وهنا يتم التمييز بين:

- السائح : الزوار الذين يمكنون على الأقل 24 ساعة في البلد الذي يزورونه، وتلخص دوافع الزيارة في الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الرياضة، أو من أجل القيام بزيارة الأقارب و حضور مؤتمرات و ندوات علمية وثقافية وسياسية .

- المنتزه : وهو زائر الذي لا تتعدى مدة إقامته 24 ساعة. ²⁴

و عرفته منظمة التعاون الاقتصادي للتنمية الاقتصادية السائح بأنه " شخص ينتقل لمدة لا تقل عن أربعة و عشرون ساعة إلى بلد آخر غير البلد التي بها موطنه المعتاد."

وفي سنة 1963 عرفت الأمم المتحدة السائح بأنه " :الشخص الذي يسافر إلى بلد آخر غير البلد التي بها موطنه و يقيم بها لمدة تزيد على أربع و عشرين ساعة دون أن تطول إقامته إلى الحد الذي يعد فيه البلد الأجنبي موطناً له" ²⁵.

و من خلال التعاريف يمكن التفرقة بين المسافرين حسب الشكل التالي:

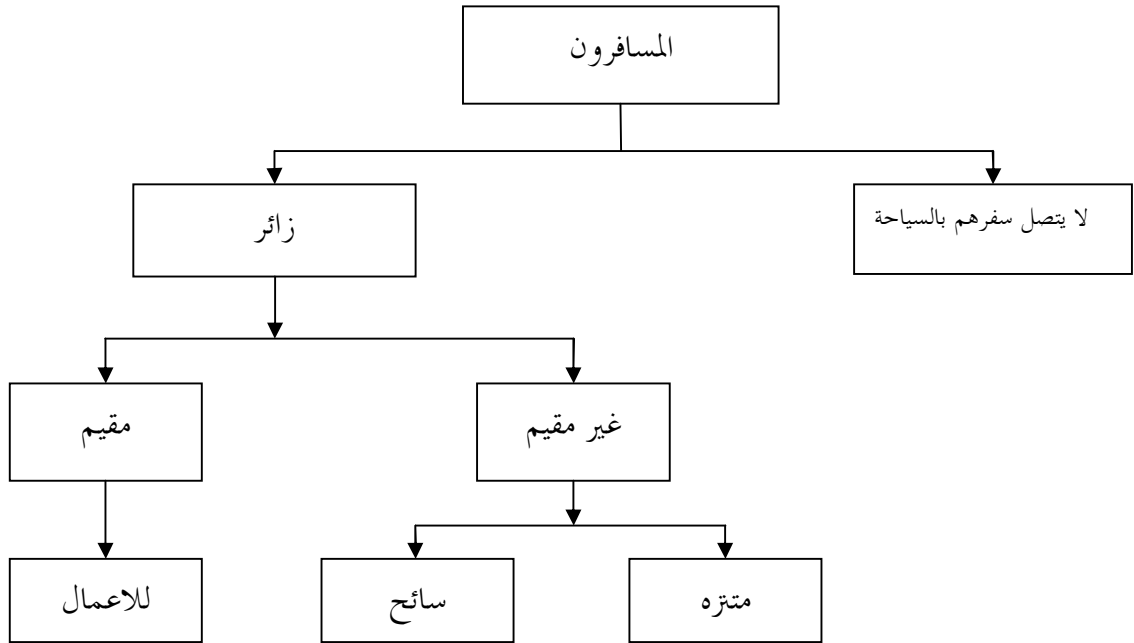
²² محمد حميس الزوكة صناعة السياحة من المنظر الجغرافي مرجع سبق ذكره ، ص 45

²³ عثمان محمد غنيم، بنينا نبيل سعد :التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، الأردن، 1999 ، ص 23

²⁴ محمود فوزي شعوبي ،السياحة و الفنادق في الجزائر مرجع سبق ذكره ص 16

²⁵ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي (دراسة مقارنة)، مرجع سبق ذكره، ص 37

الشكل رقم (1-1): التمييز بين المسافرين

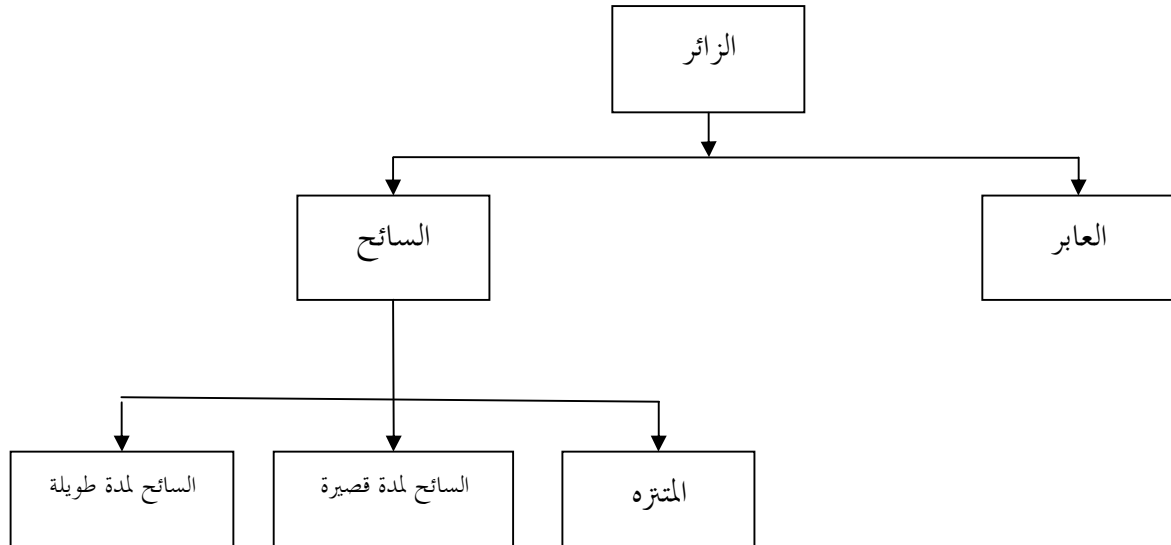


المصدر: أحمد الجلال، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، دار النشر عالم الكتاب، القاهرة، الطبعة الأولى 1998 ص 114

فالمسافرون يمثلون نوعان هما:

- ♦ يتصل سفرهم بالسياحة و لكنهم لا يعتبرون سياحا (القوات المسلحة الاجنبية ،طاقم الطائرة أو الباخرة الدبلوماسيون)
 - ♦ المسافرون الذين يكون غرضهم من السفر السياحة (مؤتمر رياضة،العلاج و الترفيه)
- كما يمكن التفرق بين الانواع المختلفة للسياح من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (1-2): أنواع السياح



Source :Balfert michel ,marketing des services touristique et hoteliers ellipses,édition marketing S.A,paris.2001,p16

فالعاير يمكن أن يكون سائحا برغم من أن غرضه ليس السياحة، كالمسافر لمدة طويلة يمكنه أن يأخذ قسطا من الراحة قبل أن يصل إلى المنطقة المقصودة في إحدى المحطات السياحية.

أما الزائر فيكون الغرض الأساسي من سفره هو السياحة، فعلى أساس مدة إقامته نجد²⁶:

- ♦ المتزهر=0 ليلة
- ♦ السائح لمدة قصيرة أقل من ثلاثة أيام.
- ♦ 3 أيام > السائح لمدة طويلة > أقل من سنة

المطلب الثاني: أنواع السياحة و خصائص السياحة

تعتبر السياحة كظاهرة بشرية تتعلق ببيكولوجية الفرد و دافعه، و هذا ما أدى الى تعدد الأنماط السياحية و اختلفت معايير تصنيفها بحيث تتماشى ميولات و رغبات السائحين المراد إشباعها من خلال قيامهم بالرحلات السياحية تماشيا مع التطور الاقتصادي و العلمي و الثقافي و الحضاري الذي يشهده المجتمع الدولي في عالمنا المعاصر. و على هذا الاساس، سنوضح في هذا المطلب أنواع و خصائص السياحة

أولا: أنواع السياحة

تختلف أنواع السياحة و تتعدد تبعا لتنوع الرغبات و الاحتياجات المختلفة، كما ساهم التطور العلمي و الاقتصادي و الاجتماعي على هذا التنوع، فظهرت بذلك أنواع جديدة للسياحة لم تكن من قبل كسياحة المؤتمرات و المعارض و الحوافز و غيرها، و قد صنف أنواع السياحة تبعا للمعايير الآتية:

I. تقسيم السياحة وفقا للغرض:

تتأثر حركة السياحة بالغرض أو الهدف الذي يحملة السائح فالرغبة لدى السائح تتولد لهدف ما او غرض ما و دائما يسعى السائح الى تحقيق هذه الرغبة أو الهدف و يبحث دائما عن برنامج سياحي معين أو سفرة سياحة تحقق له هذه الرغبة.

1. سياحة قضاء الاجازات و الترفيه: هذا النوع من السياحة مرتبط بأوقات الإجازات والإجازات

المدفوعة الأجر، مثل إجازات نهاية الأسبوع أو الإجازات الصيفية أو الأعياد الدينية. ويعتبر هذا النوع

من السياحة الأهم والأكثر شيوعا في كافة الدول²⁷

2. سياحة الصحة و العلاج: تكمن في هذا النوع من السياحة الحاجة للعلاج الجسمي و النفسي و

امراض اخرى عند المواطنين و تمارس بهدف الشفاء التام او التخفيف من الآلام و الأوجاع و هي

تقسم الى عدة انواع حسب الوسائل الطبيعية المستخدمة في العلاج و هي:

أ. السياحة العلاجية المناخية: و يتم العلاج عن طريق المناخ و ذلك مثل بعض الامراض التي تعالج في

الجبال و البعض الآخر قرب البحار و غيرها.

²⁶ Louis barma jean, **marketing du tourisme et de l'hotelier**, edition d'organisation, paris, 2001, p17

²⁷ احمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، سنة 2008 ص37

ب. السياحة العلاجية المعدنية: و تستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة اساسية للعلاج عن طريق الاستحمام او الشرب او الاستحمام و الشرب معا و هي اقدم انواع السياحة.

ج. السياحة العلاجية البحرية: و تشمل في وقت واحد على السياحة العلاجية المعدنية و السياحة العلاجية المناخية .²⁸

3. السياحة لغرض العمل المؤقت: تنشر في أوقات الركود و الكساد الذي يصيب بعض الدول و ازدهار في دول أخرى. و معنى ذلك أن تنقل السائح إلى مكان آخر أو دولة أخرى لغرض العمل المؤقت.²⁹

4. سياحة التعلم و التدريب: يعتبر هذا النوع من السياحة من الانواع المهمة و القديمة , فالغرض من الدراسة و التعليم هو غرض قديم كان يمارس منذ زمن بعيد مثل ما دلت عليها رحلات ابن بطوطة و ابن ماجد, و هذا النوع من السياحة تركز عليه الدول المتقدمة علميا و صناعيا حيث تقوم هذه الدول بتشجيع السفر لغرض عقد ندوات تعليمية او تدريبيه في الجامعات و المعاهد.³⁰

5. السياحة الرياضية: و هي المشاركة في النشاطات الرياضية سواء بالعب أو المشاهدة و حتى بالمساهمة في مختلف الرياضات (الصيد, التزلج على الجليد, الرياضة المائية و من اشهرها الدورات الرياضية المنظمة مثل كأس لكرة القدم و الألعاب الاولمبية الدولية و التي تستقطب العدد الكبير من السياح لغرض المشاركة و المشاهدة و التشجيع.³¹

6. سياحة تاريخية: تتمثل في زيارة آثار و أماكن أثرية و تاريخية , لما لها من اهتمام بالغ بالنسبة للسائح, و تعتبر هذا النوع من السياحة بالغ الأهمية بسبب تدفق أعداد ضخمة من السواح للبلد الذي يزورنه, و يجب على المشاركين أن تتوفر لديهم ثقافة عالية.³²

7. سياحة المؤتمرات: نشط هذا النوع من السياحة في النصف الثاني من القرن العشرين, و هي سياحة تحدث من جراء اللقاءات التي تعقد لبحث أو مناقشة موضوعات علمية و اقتصادية وغيرها على فترات منتظمة, و بصاحبها نشاط سياحي في المنطقة المنظمة بعد نهاية المؤتمر.³³

8. السياحة الثقافية: تهدف الى التعرف على الحضارات القديمة و زيارة المناطق الأثرية ذات الماضي و التاريخ, فهي تجتذب نوعيات من السائحين الذين يرغبون في إشباع رغبة المعرفة و زيادة معلوماتهم الحضارية و معايشة الشعوب المختلفة بعاداتها و تقاليدها و فنونها و قيمها, و يمثل هذا النوع من

²⁸ مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي مرجع سبق ذكره ص 15-16

²⁹ احمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره ص 37

³⁰ ماهر عبد العزيز صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره ص 57

³¹ مسدوي ديلة، دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ترقية و نمو القطاع السياحي دراسة حالة ولاية بومرداس مذكرة لنيل درجة

الماجستير جامعة بومرداس 2009 ص 44

³² احمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره ص 38

³³ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي (دراسة مقارنة، مرجع سبق ذكره ص ص 44-58

- السياحة ما يعادل 10% من حركة السياحة الدولية كما يتميز هذا النوع من السياحة بأن السائح عادة ما يقبل عليها مرة واحدة فقط بغرض المعرفة و لا يكرر الزيارة لنفس المكان³⁴.
9. السياحة الدينية: تعتبر من أقدم أنواع السياحة و تتمثل في زيادة المواقع الدينية و من أشهر المواقع الدينية في العالم التي شهدت زيارات دينية منقطعة النظير مكة المكرمة و المدينة المنورة في المملكة العربية السعودية و كذلك الفاتيكان في روما بالنسبة للمؤمنين بالديانة المسيحية.³⁵
10. السياحة الاجتماعية: ويطلق عليها أيضا سياحة الانتماء أو السياحة العرقية، وتكون عبارة عن سياحة العائلات إلى بلد الأصول، ويعتبر هذا النوع من السياحة من أسهل الأنواع في الجذب والترويج السياحي، وتشتهر به دول العالم الثالث لكثرة المهاجرين لديها
11. سياحة التسوق: هذا النوع من السياحة يعتبر من الأنواع الحديثة، حيث تسعى كثير من الدول التي تنخفض فيها كلفة اليد العاملة و لديها وفرة في الإنتاج ان تصبح سوقا رائجا و رخيصا تعرض فيها جميع أنواع البضائع بأسعار رخيصة بهدف جذب أكبر عدد من السواح الذين يهتمون بشراء السلع المختلفة³⁶.

II. تقسيم السياحة وفقا للجنسية:³⁷

1. سياحة الأجانب: و تتضمن جميع الأجانب ما عدا مواطني أهل البلد، و تنظم الشركات السياحية برامج خاصة لجذب السواح الأجانب بما يتلائم مع أذواقهم و رغباتهم. و مثال على ذلك زيارة أفواج سياحية أمريكية لمدينة عربية.
2. سياحة المقيمين خارج البلد: وهي سياحة المواطنين أي بلد ما لغرض الدراسة أو العمل، وبالتالي يصبح هؤلاء المقيمين في البلد الأجنبي رغبة في زيارة بلدهم الأم، فيتم تنظيم لهم سفرات سياحية لغرض زيارة أصولهم و جذورهم.
3. سياحة مواطني الدولة: وهي سياحة داخلية والتي تنظم لمواطني الدولة في زيارة أماكن أثرية و تاريخية و حضارية في بلدهم.

III. تقسيم السياحة وفقا لمدة الإقامة:³⁸

1. سياحة أيام: هذا النوع من السياحة عادة يستغرق أياما محدودة من يومين إلى أسبوع يقضيها السائح ضمن برنامج مسبق (سياحة منظمة) أو تكون سياحة فردية.

³⁴ صلاح عبد الوهاب، السياحة الدولية مطبعة الزهران الاردن 1990 ص 70

³⁵ مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، مرجع سبق ذكره ص 18

³⁶ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة مرجع سبق ذكره ص 63

³⁷ أحمد محمود مقابلة صناعة السياحة مرجع سبق ذكره ص 43

³⁸ زيد منير عبوي، فن ادارة الفنادق و النشاط السياحي، مرجع سبق ذكره ص 193- 194

2. سياحة موسمية: هذا النوع من السياحة يرتبط بموسم معين، أي قضاء السائح في مكان ما لموسم معين، أي فترة الإقامة تتراوح من شهر إلى ثلاثة أشهر وغالبا ما يحمل هذا النوع من السياحة الصفة الدورية أو التكرار، وبمعنى نفس السواح يزورون نفس المكان سنة بعد سنة.
3. سياحة عابرة: وهي سياحة تكون عبر انتقال السواح بالطرق البرية تستعمل فيها الحافلات السياحية والمرور بعدة بلدان يستوجب التوقف عندها ليوم أو يومين، وتحصل هذه السياحة أيضا أثناء الانتقال بالطائرات (فرض حدوث عطل استوجب التوقف).

IV. تقسيم السياحة وفقا للعمر³⁹:

1. سياحة الطلائع: ويتعلق بالمرحلة العمرية من 7-14 سنة، وهي مرحلة تعليمية يتم خلالها الأطفال باكتساب معارف ومهارات وسلوكيات معينة.
2. سياحة الشباب: ويتعلق بالمرحلة العمرية بين 15-21 سنة، وتمتاز بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والاعتماد على النفس، وينتشر هذا النوع من السياحة في أمريكا.
3. سياحة الناضجين: وتتضمن المرحلة العمرية من 35-55 سنة، وهي سياحة الاسترخاء والمتعة والهروب من جو العمل الروتيني.
4. سياحة المتقاعدين: وهي سياحة للمتقاعدين وكبار السن، قد تكون من أسبوعين إلى شهرين، وتمتاز بارتفاع أسعارها وتقديم أفضل الخدمات السياحية وأفضل أنواع الإقامة والنقل.

V. تقسيم السياحة وفقا للمناطق الجغرافية⁴⁰:

1. السياحة الداخلية: ومعناها انتقال موطني الدولة نفسها في داخل بلدهم
2. السياحة الخارجية: ومعناها انتقال السواح الأجانب إلى بلد ما وهذا النوع من السياحة تستهدفه غالبية دول العالم وتعمل على تشجيعه من اجل الحصول على العملة الأجنبية.

VI. تقسيم السياحة وفقا للعدد⁴¹:

1. سياحة فردية: وهي عبارة عن سياحة فردية وفي كثير من الأحيان تكون غير منظمة، يقوم بها الشخص أو مجموعة أشخاص لغرض زيارة بلد أو مكان، وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم.
2. سياحة جماعية: وهي سياحة لأفواج أو المجموعات السياحية حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة، وكل سفرة لها برنامج خاص وسعر محدد، وتعتمد على إشباع رغبات المجموعة.

³⁹ احمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 41-42

⁴⁰ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 70

⁴¹ زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 191

ثانيا: خصائص السياحة

1- السياحة قطاع من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، كما أنها تؤثر على القطاعات الأخرى حيث يكون تأثيرا مضاعفا، وبمعنى أن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة، كما أنها تشكل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالنظام الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع.

2- تعتبر السياحة من الصادرات غير المنظورة، فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان لآخر، حيث يحصل المستهلك على المنتج السياحي بنفسه من مكان إنتاجه، وبالتالي الدولة المضيفة لا تتحمل نفقات النقل خارج حدودها كما هو الحال في المنتجات الأخرى⁴²

3- نطاق المنافسة الذي يتحرك فيه هذا القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، فالمنافسة في مجال السياحة غالبا ما تكون عالمية وتتأثر بتغيرات البيئة العالمية⁴³

4- السوق المستهدفة لقطاع السياحة يمتد من عملاء السياحة الداخلية إلى عملاء السياحة الخارجية، وهذا ما يعني توجيه حملات تسويقية إليه بشكل متنوع الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية، كما أن الطابع المميز لمزيج الخدمات السياحية المقدمة هو اشتراك فئات المجتمع في تقديم الخدمات بطريقة مباشرة أو غير مباشرة⁴⁴.

5- تتأثر صناعة السياحة بعوامل أسعار السفر والخدمات السياحية ومستوى المداخليل للأفراد بصورة كبيرة، أي تتغير بسهولة قرارات السياح وتوجهاتهم، وكذلك تتأثر بالتغيرات التي تحدث في كل من تكاليف أنشطة السياحة ومستوى المداخليل، فتزايد تكاليف الرحلة السياحية إلى منطقة أو دولة ينتج عنه ضعف الإقبال على السفر إليها من اجل السياحة أو تناقص عدد الليالي السياحية فيها.

6- صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنويا، نظرا لكثرة المغريات السياحية في مناطق العالم المختلفة، مما يعني اتساع العرض السياحي العالمي وبالتالي ضعف إمكانية تردد السائح على نفس المنطقة السياحية أكثر من مرة واحدة، لذلك يسعى العاملون بصناعة السياحة وبكافة الوسائل إلى استقطاب السياح وإرضائهم لإيجاد نوع من الولاء للمنطقة السياحية في سبيل عودة السائح مرة أخرى⁴⁵

7- تعتبر السياحة قطاع متكامل، لان المنتجات السياحية ليست خدمة واحدة منفردة، بل تتألف من عدد من الخدمات الفرعية التكميلية وأن التقصير والإهمال في إحدى هذه الخدمات الفرعية قد يقلل من جودة المنتج النهائي، وهذا يعتبر من أصعب النقاط التي يجب التصدي لها في الإنتاج السياحي.

⁴² نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية-مصر، سنة 1991، ص12

⁴³ حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم اقتصادية تخصص نقود ومالية وبنوك، جامعة سعد دحلب بالبلدية، 2006، ص34

⁴⁴ احمد الجلاد، التنمية والإعلام السياحي المستدام، عالم الكتب، القاهرة-مصر، سنة 2003، ص19

⁴⁵ خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة

8- يمتاز المنتج السياحي بالاختلاف، لأنه من المستحيل عمليا إنتاج منتجين سياحيين متطابقين لأنه سيكون هناك دوما اختلاف في الجودة حتى ولو افترضنا تتطابق الخصائص المادية للخدمة السياحية المقدمة. كما يصنف القطاع السياحي ضمن قطاع الخدمات، لكنه يختلف عن بقية الأنشطة الخدمية الأخرى، كون النشاط السياحي منتج مركب، يتشكل من سلع مادية و من سلع غير مادية، لذلك تم تصنيفه ضمن الخدمات المختلفة، فهو يشترك في بعض خصائصه مع الخصائص العامة للخدمات بالإضافة إلى وجود خصائص أخرى تميزه عن باقي الخدمات.

أ. خصائص الخدمات: تتميز الخدمات بمجموعة من الخصائص نوجزها في الآتي⁴⁶:

1. **المعنوية (غير ملموسة)**: أي أن الخدمات غير ملموسة و غير مادية يكون من المستحيل تذوقها أو تحسسها أو رؤيتها قبل شرائها و هذه الخاصية تضع بعض القيود أمام عملية التسويق.
 2. **التلازم (عدم امكانية الفصل)**: أي لا يمكن فصل الخدمات عن بائعها لأنه يكون هناك ارتباط وثيق بين مقدم الخدمة و الخدمة بحيث يؤدي ماليا إلى نتائج سلبية أو ايجابية من خلال عملية تقديم الخدمة.
 3. **التغاير (عدم التشابه)**: أي يكون من المستحيل وضع نمط معين للخدمات بحيث لا يمكن تقديم الخدمة نفسها كل مرة.
 4. **قابلية الفناء و الطلب المتذبذب**: أي أن الخدمات لا يمكن تخزينها مثلا لا يمكن تخزين المقاعد الفارغة في رحلة جوية بحيث تعتبر هذه المقاعد طاقة مهدورة، و فرص استثمار ضائعة لأنه لا يمكن إلغاء رحلة ما سبب عدم اكتمال المقاعد كما أن الطلب على الخدمات السياحية يكون متذبذبا و متقلبا حسب المواسم.
- ب. **خصائص الخدمات السياحية**: تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص منها ما هو مشترك مع الخصائص العامة للخدمات (المعنوية، عدم التشابه، قابلية الفناء) و منها ما تميز المنتج السياحي لوحده أهمها⁴⁷:
- ♦ استحالة نقل أو تخزين المنتج السياحي.
 - ♦ الخدمات السياحية مشروطة بحضور الزبون.
 - ♦ الانتاج و الاستهلاك يحدثان في نفس الوقت و المكان.
 - ♦ إمكانية الإحلال: كاستبدال بعض المنتجات السياحية بأخرى، استبدال وسيلة نقل بأخرى (الطائرة بالباخرة) باعتبار النقل جزء من المنتج السياحي.

⁴⁶ سراب الياس و آخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2002، صص 26-27

⁴⁷ بلاطة مبارك، كواش خالد، سوق الخدمات السياحية في مجلة: العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، العدد 04، 2005، كلية العلوم الاقتصادية و

- ♦ عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير: صعوبة تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر، أي لا يمكن تحويل فندق إلى مطار في وقت قصير.
- ♦ تأثر السوق السياحية بالموسمية
- ♦ تعدد جهات الانتاج: كون السياحة صناعة متداخلة و مركبة و تحتوي على العديد من الخدمات و التي يعتبر بعضها صناعة كبيرة و مستقلة بحد ذاتها مثل الفنادق و النقل.
- ♦ تباين قطاعات المنتج السياحي: تختلف دوافع و رغبات السياح و توقعاتهم بدرجة كبيرة و كذلك تباين مستويات الدخل بالنسبة للسياح، و هذا يؤدي إلى صعوبة التأثير فيهم و إقناعهم بشكل جماعي من جهة، و من جهة أخرى صعوبة توفير الخدمات التي يرغبها السائح كل على حدة فيما يتعلف بالمنتج المطلوب من قبل كل مجموعة و مستويات الخدمات و الأسعار المطبقة.

المبحث الثاني: السياحة و علاقتها بالجغرافيا و العلوم الأخرى و وسائل الجذب السياحي

إن صناعة السياحة تستثمر موارد طبيعية و أخرى بشرية في بيئة ما لجذب السياح لقضاء إجازاتهم و عطلاتهم فيها. بحيث يسعى الإنسان لدراسة السياحة من المنظور الجغرافي لزيادة معرفته و فهمه للبيئة لتزداد قدرته على استغلال مواردها و أغراضها المختلفة .

و المعروف أن أهداف الدراسة الجغرافية لأي بيئة حصر الموارد الاقتصادية المتاحة و تقييمها فسطح الأرض و باطنه و ما يحيط به من غلاف غازي يحوي الكثير من موارد الثورة التي يهتم بها الإنسان و يسعى الى تحديد إمكانية استغلالها لصالح المجتمع، مما يعني إمكانية توظيف الجغرافيا في مجال السياحة بإظهارها للخصائص المكانية التي يمكن أن تشكل عرضا يستثمر لتلبية الطلب السياحي . و على هذا الأساس سيتم التطرق لمفهوم الجغرافيا السياحية و التعرف على وسائل الجذب السياحي

المطلب الأول: علاقة الجغرافيا بالسياحة و العلوم الأخرى

يهدف هذا المطلب الى إلقاء الضوء على نقاط الالتقاء و التطابق بين السياحة كظاهرة بشرية ذات طبيعة مركبة متعددة الجوانب و الجغرافيا كمنهج علمي موضوعي يمتلك ميزة مرونة التطبيق بعد أن تخلص من جمود النظرية منذ عدة عقود . مما زاد من قدرة التمعن في منظور صناعة السياحة بموضوعية ووضوح و في إطار منهج علمي متميز .

أولاً: ماهية جغرافيا السياحية و العلاقة بين الجغرافيا و السياحة

قبل التطرق إلى العلاقة بين الجغرافيا و السياحة ارتأينا أن نقدم ماهية الجغرافيا السياحية و التي هي

كالتالي:

1- ماهية الجغرافيا السياحية:

تعتبر السياحة نمط من أنماط النشاط الاقتصادي التي تعالج إنتاج و توزيع و استهلاك موارد الثروة وهي نفس الموضوعات التي تهتم بها الجغرافيا الاقتصادية التي يتم من خلالها معالجة و تحصيل الارتباطات بين الموارد

المتاحة والأنشطة الاقتصادية , ولقد أولت الجغرافيا الاقتصادية اهتماماً مميّزاً بالقطاع السياحي في تشكيله القاعدة الأساسية للتنمية الاقتصادية المستدامة سواء للبلدان النامية أو المتقدمة وكرافد مهم لزيادة الدخل الوطني⁴⁸. تعد السياحة ظاهرة بشرية مركبة تبرز مدى إرتباط الإنسان بالأرض و خاصة بعد أن أصبحت الحاجة ملحة في العصر الحديث إلى استغلال الإنسان لوقت فراغه في المتعة و الاستجمام من أجل تجديد النشاط و تزايد القدرة على العمل و الإنتاج,و لن يتحقق ذلك بدون إستثمار موارد البيئة المحيطة بالإنسان سواء كانت طبيعية أو ثقافية،و هي أمور زادت من أهمية السياحة و حتمت تنظيمها و تطويرها في إطار جغرافي إقليمي⁴⁹. ويعرفها البولندي ليزسكي "بأنها التحديد العلمي للقيمة السياحية للبيئة الطبيعية و دراسة إمكانات حركة السياح مع الحفاظ على مميزات البيئة و الاستخدام العقلاني لها.و هي أحد فروع الجغرافيا البشرية و يكاد ينتمي للموارد الاقتصادية،و ترتبط دراستها بعناصر طبيعية و أخرى بشرية التي تجذب لها الزائرين من أنحاء العالم"⁵⁰.

و في الأخير يمكن القول أن مصطلح الجغرافيا السياحية استخدم عام 1905 من قبل شتراندر كأحد فروع الجغرافيا الإقتصادية ،وكانت الجغرافيا السياحية تُدرس ضمن فروع الجغرافيا الإقتصادية تارة، أو كموضوع في دراسات الجغرافيا البشرية والإجتماعية تارة أخرى،و هي تركز على فهم الحركة السياحية بين مناطق الطلب السياحي و أماكن العرض السياحي،و كذلك تركز على مدى تأثير السياحة على المجتمعات المحلية و بيئات المواقع السياحية ،و ما ينتج عنها من تأثيرات في المجالات البيئية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية.

تتناول الجغرافيا السياحية أربعة حقول رئيسة هي:

- 1-العوامل الطبيعية :وتشمل كافة المظاهر الطبيعية لأشكال سطح الأرض في المواقع السياحية كمقومات طبيعية جاذبة للسياحة.
- 2-العوامل البشرية : وتشمل كافة الخدمات والتسهيلات السياحية ، ودراسة التوزيعات المكانية للخدمات السياحية من فنادق ،مكاتب سياحية، مطاعم ،مراكز زوار.. الخ.
- 3-الأقاليم السياحية :بما تحتويه من مقومات طبيعية وبشرية جاذبة للحركة السياحية ، وتخطيطها وتنميتها بشكل يحقق الاستغلال الأمثل لهذه المقومات، مع عدم الإضرار بالبيئة الطبيعية للموقع السياحي، وتحقيق التنمية السياحية المستدامة.

⁴⁸ د . جلال بدر خضرة : جغرافية السياحة مجال بحثي علمي هام قائم بذاته www.alladab.com تم الاطلاع على الموقع تاريخ 20/02/2011

⁴⁹ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي مرجع سبق ذكره ص 62

⁵⁰ جغرافيا السياحة

4- الخرائط السياحية : بما تحويه بمنظار يتصف بشمولية كافة المقومات السياحية ، الطبيعية والبشرية، وتوقيعها على الخرائط السياحية ، باستخدام وسائل ، "GIS"⁵¹ وأساليب تكنولوجية متطورة ، على رأسها نظام المعلومات الجغرافي والاستشعار عن بعد ، والخرائط الطبوغرافية ، مما يوفر نظرة شمولية عن الموقع السياحي يستفاد منها في التخطيط السياحي ، وإمكانية الاستفادة الدليل السياحي، والمجموعات السياحية في التعرف على مواقع الأماكن السياحية بدقة متناهية⁵²

2- العلاقة بين الجغرافيا و السياحة :

يغير النشاط السياحي من ملامح المنظر الطبيعي العام و من أنماط استخدام الأرض في الأقاليم المستثمرة سياحيا , و ذلك بما يحدثه من إضافات بشرية في البيئة التي تتمثل في تشييد المنتجعات (القرى السياحية) او الفنادق بالإضافة إلى الطرق و أماكن اللهو و محال بيع الهدايا التذكارية , إلى جانب العديد من الإنشاءات التي توفر كافة الخدمات السياحية .

و تعد السياحة من أنماط النشاط الاقتصادي التي تعالج إنتاج و توزيع و استهلاك موارد الثروة التي تشكل محاور الدراسة الرئيسية في الجغرافيا الاقتصادية التي تعالج و تحلل الارتباطات بين الموارد المتاحة و الأنشطة الاقتصادية التي تمارس في أي إقليم , فالشواطئ الرملية الجميلة و المناخ المعتدل المشمس تشكل موردا , إما تجهيزها بالمنتجعات لاستقبال السياح فيعيد نشاطا, و كذلك الحال بالنسبة لكل من المظاهر النباتية الطبيعية و الحياة الحيوانية الفطرية و السفوح الجبلية المغطاة بالجليد و التي تعد موارد طبيعية, أما استغلالها سياحيا بأعداد المنتزهات و المحميات و تجهيز متطلبات رياضة الترحلق على الجليد على الترتيب فتمثل أنشطة اقتصادية. و تعد السياحة من الوظائف الهامة في بعض مراكز العمران و خاصة التاريخية منها, و يمكن تصنيف مراكز العمران ذات العلاقة بالنشاط السياحي الى نمطين رئيسيين⁵³ :

● مراكز عمرانية سياحية.

● مراكز عمرانية تشكل السياحة احدى وظائفها.

1. المراكز العمرانية السياحية (المنتجعات): يعرف المنتجع بانه مركز عمراني شيد في موقع محدد ملامح بيئية متميزة تعمل على جذب السائحين باعداد كبيرة للاقامة فيه بعض الوقت , لذلك يعتمد على

⁵¹ أداة تقوم على تنظيم المعلومات الجغرافية و الوصفية بواسطة الحاسوب , و ربطها بمواقعها الجغرافية باستخدام أحد أنظمة الاسناد الاسقاطي أو الإحداثي للتعامل مع البيانات كنظام معلومات. يطلق على بيانات المخزنة في قاعدة البيانات الجغرافية اسم البيانات غير المكانية أو البيانات الوصفية و تتميز بأن ليس لها أي بعد مكاني.

و تمثل المعلومات الوصفية: بيانات رقمية (أعداد السياح, الدخل السياحي, أعداد الفنادق و المطاعم) و بيانات غير رقمية كيفية (جنسيات السياح, أسماء الفنادق, وصف المواقع السياحية)

⁵² ابراهيم بظاظو: الجغرافيا و العالم السياحية، مؤسسة الوارق للنشر و التوزيع الطبعة الأولى، عمان، الاردن 2008 ص 7

⁵³ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظر الجغرافي، مرجع سبق ذكره ص ص63-64

السياحة كمبرر لوجوده و لامكانية تطوره مستقبلا و كمصدر اساسي للدخل. و تتباين المنتجعات في انماطها و خصائصها تبعا لطبيعة البيئة السائدة على النحو التالي:

- ♦ المنتجعات الجبلية: تشيد في النطاقات الجبلية المرتفعة حيث يسود الهدوء و الهواء النقي
- ♦ المنتجعات البحرية او الساحلية: تتركز اساسا على الشواطئ الرملية المشمسة ذات المواقع البعيدة نسبيا عن مراكز التجمعات السكانية الكبيرة و خاصة في الجزر
- ♦ المنتجعات الرياضية: تشيد في مواقع متميزة من اجل أنشطة رياضية و ترويجية مختلفة كرياضتي الجولف و التنس
- ♦ المنتجعات الطبيعية: هي عبارة عن مراكز سياحية تشيد في مواقع تتميز بجمال طبيعتها الفطرية و بتفردها بظواهرات خلابة
- ♦ منتجعات عيون المياه المعدنية: هي عبارة عن مراكز سياحية تشيد قرب عيون طبيعية للمياه المعدنية , و يتجه اليها السياح من الاثرياء بصورة خاصة طلبا للراحة و المتعة و الصحة حيث يمارس فيها ما يمكن تسميته بتعبير العلاج بالمياه نظرا لما تتمتع به مياه العيون من خصائص طبيعية تساعد في العلاج من بعض الامراض

2. المراكز العمرانية التي تشكل السياحة احدى وظائفها: يمثلها كل من المدن التاريخية و مدن الشواطئ و الاصطياف و مدن الترفيه و مدن الحج و المزارات الدينية⁵⁴ .

و أثر توطن المنشآت السياحية و مراكز الترفيه و مرافق الخدمات القائمة عليها داخل النمطين السابق الاشارة اليهما من مراكز العمران في كل من أسعار الأراضي و أنماط استخدام الأرض و التركيب الوظيفي للسكان و توزيع شبكات النقل و حجم الحركة عليها و توزيع مرافق الخدمات و مستوى أدائها, و كلها موضوعات أساسية تدخل في إطار الدراسة الجغرافية للاستقرار البشري (العمران) من حيث الأنماط و الخصائص و التوزيع المشكلات, و خاصة إذا عرفنا أن الوظيفة السياحية لبعض مراكز العمران أثرت في علاقاتها بالأقاليم الريفية المحيطة بها و التي فقدت بعض خصائصها التي يأتي الهدوء و الفطرة في مقدمتها, الى جانب فقد مساحات من أراضيها -التي ارتفعت أسعارها- من اجل السياحة للإقامة المنشآت السياحية.

و المعروف ان للسياحة نتائج اقتصادية و اجتماعية و ثقافية متعددة تتمثل في توافر فرص العمل للأيدي العاملة المحلية بصورة خاصة, و ارتفاع مستوى الدخل الفردي و الوطني على حد سواء, و توافر السيولة النقدية التي تمكن من توفير العديد من مرافق الخدمات المختلفة, إلى جانب احتكاك السكان المحليين بالسياح الوافدين من دول متباينة الثقافة مما تنعكس آثاره على العديد من الجوانب الحضارية لسكان الأقاليم السياحية

⁵⁴ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، مرجع سبق ذكره ص65

لسكان الأقاليم المقصودة، وهي جوانب يهتم بها الجغرافي في العادة، و تضيف لبنة إضافية الى البنيان المشترك لكل من الجغرافيا و السياحة.⁵⁵

ثانيا: علاقة جغرافيا السياحة بالعلوم الأخرى

ترتبط جغرافيا السياحة بشكل واسع مع العلوم الأخرى و خصوصا مع العلوم الجغرافيا و بالدرجة الأولى الجغرافية الاقتصادية، جغرافية السكان ، الجغرافيا الطبيعية و الجغرافيا الطبية.

السياحة هي أحد الظواهر الاقتصادية و الاجتماعية التي يتمثل فيها نوع من حركة الإنسان في المكان فهي إحدى مجالات الجغرافيا البشرية التي تظهر علاقة الإنسان بالمكان بعد ما أصبحت السياحة تمثل مطلباً مهماً للإنسان لاستعادة قواه بعد عبء العمل فالراحة و العطلة و وقت الفراغ أصبحت من الحاجات الأساسية التي يتم تلبيتها باستخدام الموارد الطبيعية و الثقافية المتاحة في الوسط المحيط بالإنسان و إذا لم تتح له في بلده بحث عنها في البلاد المجاورة ، و مقومات السياحة في أية دولة من الدول في مجموعها مقومات جغرافية متكاملة⁵⁶ و تظهر العلاقة بالعلوم الأخرى كما يلي:

1. تدرس الجغرافيا الاقتصادية النشاط السياحي و المنظومات المكانية السياحية كعنصر من عناصر المنظومات الاقتصادية و كفرع من فروع الاقتصاد بالإضافة إلى تأثير السياحة على البنية المكانية للدولة أو الإقليم و تقوم بالتقسيم السياحي و تحديد سعة الأقاليم السياحية آخذة بعين الاعتبار حجم الطلب و الفعالية الاقتصادية و تحديد الدرجة الأمثل للتوسع في استخدام بقعة ما من الأرض من وجهة نظر الأهلية و الملائمة الاقتصادية و ترشيد التنظيم المكاني للخدمات في الأقاليم السياحية و تعالج مسائل المنافسة بين الفروع في الأقاليم السياحية المتطورة و لما كان الإنسان يخصص وقتاً للفراغ و لموارد الترويح ، فإن توزيع هذه الموارد و الحركة التي تظهر خلال وقت الفراغ تكون قابلة للتحليل الجغرافي و إذا كان الفراغ و الترويح تهتم بها العلوم السلوكية ، فإنه بمقدور الجغرافيين المساهمة بدورهم في تفهم المطالب الترويحية للسكان و تخطيطها و بذلك أصبحت جغرافيا السياحة مجالاً آخر انبثق في ميدان الجغرافيا الاقتصادية، و زاد من ارتباط السياحة بالجغرافيا الاقتصادية دورها الكبير في حركة و حجم التجارة الدولية و قيمتها، إذ تنظر الجغرافيا الاقتصادية الى التجارة الدولية على أنها من موضوعات النشاط الاقتصادي، و تعد السياحة حالياً من أكبر عناصر التجارة الدولية و خاصة اذا عرفنا ان عدد السياح في العالم بلغ 215 مليون سائح انفقوا 27 مليار دولار أمريكي عام 1973 بعد ان كان عددهم لا يتجاوز 181 مليون سائح انفقوا نحو 19,9 مليار دولار أمريكي عام 1971، و استمرت صناعة السياحة في النمو و الازدهار حتى بلغ عدد السياح في العالم نحو 300 مليون سائح عام 1980، 500 مليون سائح عام 1993، و698 مليون سائح عام 2000 و 904.4 مليون سائح عام 2007، مما جعل السياحة تعد واحدة من أسرع صناعات العالم نمواً و تطوراً

⁵⁵ محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، مرجع سبق ذكره ص ص 63-64

⁵⁶ <http://www.4geography.com/vb/t1908.html> page consultée le 02-02-2011

و قد انعكس ذلك إيجابا على الميزان التجاري للعديد من دول العرض السياحي في العالم مثل اسبانيا و ايطاليا و فرنسا و اليونان و بعض دول الكاريبي , و بالمثل انعكس بالسلب نتيجة تراجع السياحة العالمية في عام 2008 بسبب تراجع معدل النمو الى حدود 1.7% نتيجة تأثر بالأزمة المالية العالمية حيث بلغ عدد السواح 919.6 مليون سائح و في عام 2009 تراجعت السياحة العالمية بنسبة (-4.3%) نتيجة تفاقم الأزمة المالية من جهة و انتشار مرض أنفلونزا الخنازير من جهة أخرى⁵⁷. إلا أن السياحة تعتبر من صناعات التي لا بد أن تولي العديد من الدول النامية الاهتمام بالسياحة كأحد الحلول المقترحة لمشكلاتها الاقتصادية و لكن بدرجات متفاوتة تبعا لمواردها الطبيعية المتاحة و إمكاناتها البشرية و الاقتصادية.

2. تبحث جغرافيا السكان في تأثير النشاط السياحي على نظام مبيت السياح ، من المعروف أن السياحة هي العامل الذي لا يستهان به في تشكيل المدن في العصر الحالي. تدرس جغرافيا السكان الأفواج السياحية و هذا يشكل نوعاً من انتقال و هجرة للسكان

3. تقوم الجغرافيا الطبيعية بتقييم الموارد الطبيعية السياحية , بالإضافة إلى ذلك تقوم الجغرافيا الطبيعية بمعالجة المسائل المرتبطة بحماية البيئة بسبب تطور السياحة, أي مسائل المحافظة على استقرار البيئة الحية ضمن ظروف السياحة الجماهيرية.

4. تدرس الجغرافيا الطبية تأثير الوسط الطبيعي و الظروف الإقليمية للمعيشة و العمل و الراحة على صحة السكان. و كذلك الانتشار الجغرافي لبعض الأمراض و يعود لها الدور الكبير في دراسة النواحي البيولوجية

5. الطبية للنشاط السياحي و يتمثل دورها الخاص و الهام في دراسة أسباب الراحة الفيزيولوجية النفسية للسياحة , و الفعالية البيولوجية للسياحة في هذا الإقليم أو غيره⁵⁸

المطلب الثاني: وسائل الجذب السياحي

تعتبر المقومات و الموارد السياحية (التاريخية — الدينية — الطبيعية) إحدى الركائز الأساسية للعرض السياحي في أي دولة ، ويعتبر التمييز المطلق او النسبي بين الدول في مدى توافر هذه الموارد و المقومات شرط أو أحد المحددات الرئيسية للجذب السياحي في كثير من الاحيان وبصفة خاصة بالنسبة لبعض أنواع السياحة كالتاريخية أو الدينية مثلا ، وتأتي الخدمات السياحية كشرط كفاية لتحقيق الجذب السياحي المطلوب . ولا يعني توافر شرطي الضرورة والكفاية كمحددات أساسية للجذب السياحي بدولة ما ، انها أصبحت مركزا للجذب السياحي حيث ان الكثير من المتغيرات الداخلية و الدولية و لهذا لا بد من الاعتماد على نظام المعلومات الجغرافي في صالح التسويق للسياحة .

⁵⁷ زيان بروحة علي , اثر تحرير تجارة الخدمات على السياحة العربية , مذكرة ماجستير لعلوم الاقتصادية جامعة الشلف 2010 ص ص 68-

اولا : الطلب السياحي

1. تعريف الطلب السياحي : يعرف mathieson and wall الطلب السياحي بأنه العدد الكلي للأشخاص الذين يسافرون أو يرغبون في السفر لأجل استعمال التسهيلات و الخدمات السياحية في أماكن بعيدة عن مجال إقامتهم و أعمالهم المعتادة⁵⁹، كما يعتبر الطلب السياحي كـرغبة لدى الشخص ذات أهداف متعددة قد تكون مادية أو معنوية ,ثم تتحول هذه الرغبة الى تصرف مادي في شكل انتقال و سفر الشخص من مكان إقامته المعتادة الى الجهة التي يقصدها لإشباع تلك الرغبة.و طالما أن هذه الرغبة في السفر هي دافع مكتسب و متأخر نوعا ما في سلم الدوافع النفسية، إذ يأتي دوره بعد الدوافع الاصلية التي تقوم على أساسيات بيولوجية متعلقة بحياة الانسان، مثل الجوع و العطش و الملابس و المسكن، فإن الدافع الى السفر يخضع لمؤشرات متنوعة تؤدي الى وجود متغيرات متعددة في آراء الناس.⁶⁰ يمكن تعريف الطلب السياحي على أنه العدد الاجمالي للزائرين في منطقة معينة، و في مدة محددة⁶¹. يعتبر الطلب السياحي أحد إفرازات نظرية الطلب الحديثة، فكلاهما يبين عدد الأفراد الذين يثبون على شراء السلع و الخدمات من السوق، لكن تبين الأدبيات أنهما يختلفان عن بعضيهما في عدد من النواحي تشمل ما يلي⁶²:

أ. تنصب نظرية الطلب العام على دراسة جميع السلع و الخدمات المعروضة في السوق، فيما يختص الطلب السياحي بنوع معين من الخدمات سميت بالخدمات السياحية التي تعني بحاجات السياح و إشباعه لديهم.

ب. يمارس الطلب العام من قبل جميع الأشخاص في السوق أطلق عليهم المستهلكين، فيما يمارس الطلب السياحي من قبل فئة معينة من المستهلكين أطلق عليهم السياح.

ج. يمارس الطلب العام على جميع أيام السنة كاملة و في جميع أيام السنة كاملة و في جميع الأسواق، فيما يتم الطلي السياحي خلال فترات معينة من السنة، و في مناسبات معينة، و حسب وقت الفراغ المتاح.

كما يمكن التفرقة بين ثلاثة أنواع من الطلب السياحي و هي :

♦ الطلب الفعلي أو الفعال⁶³ : و هذا يشير إلى هؤلاء الذين يسافرون فعلا خلال الفترة الزمنية الجارية إلى أماكن السياحة و يستعملون خدماتها و تسهيلاتهما.

⁵⁹ MATHIESON AND WALL. **Tourism economic physical and social impact** Longman. London. and New Work. 1981

نقلا عن جليلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية مصر 2003، ص35

⁶⁰ محمد يسري دعيبس: التربة السياحية و التنمية الشاملة دار المعارف القاهرة مصر 1993 ص 57

⁶¹ Gerard TOCQUER , michel ZINS :**MARKETING DU TOURISME**.2 édition ,gaetanmorin éditeur,France,1999,p24

⁶²أياد عبد الفتاح النسور اسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية مدخل مفاهيمي دار صفاء للنشر و التوزيع الطبعة الاولى عمان 2008 ص

♦ الطلب الكامن⁶⁴: وهو طلب ينقص أحد عناصره الأساسية، بمعنى لا تتوفر حالياً لدى السائح أحد هذه العناصر:

❖ القدرة على دفع تكاليف الرحلة السياحية أو البرنامج السياحي.

❖ الرغبة في التعاقد على البرنامج السياحي.

❖ عدم حصول السياح على المعلومات المناسبة.

❖ ضعف وسائل الإعلام و الإعلان و الترويج.

♦ الطلب المؤجل⁶⁵: ويشمل الأشخاص الذين يستطيعون السفر و لكن لا يوجد لديهم الدافع لذلك بسبب نقص في المعلومات أو الفرص أو التسهيلات أو كل ذلك.

2. العوامل التي تحدد تشكل الطلب السياحي و خصائص الطلب السياحي:

❖ ممكن ان نقسم العوامل التي تحدد تشكل الطلب السياحي لمجموعتان رئيسيتان:⁶⁶

المجموعة الاولى:العوامل التي تحدد الطلب السياحي :و هي تولد الحاجة من السياحة و هي محددة للطلب السياحي و هذه العوامل هي العوامل الطبيعية المناخية و التضاريس الجغرافية.

المجموعة الثانية:العوامل التي لها دور حاسم في الطلب السياحي:هي التي لها دور حاسم لتكوين الطلب السياحي و هي التي توجد ظروف ضرورية لتلبية الحاجات التي ظهرت من السياحة و هي⁶⁷:

✓ زيادة أوقات الفراغ و الإجازات المدفوعة الأجر

✓ زيادة الدخل القابل للإنفاق

✓ سهولة و إمكانية القدرة على التنقل.

✓ الأسعار:أسعار السلع و الخدمات و تكاليف السفر و الإقامة.

✓ الصفات الديمغرافية المختلفة:مثل العمر و الجنس و الحالة الاجتماعية.

❖ و يلاحظ بأن الطلب السياحي يختلف عن الطلب عن السلع و الخدمات الأخرى، إذ لا يمثل مجموعة متجانسة من الأفراد بل يشمل العالم الواسع بامتداده الجغرافي و شعوبه الكثيرة بمختلف ألوانها و فئاتها و طباعها و معتقداتها و مستوياتها الاقتصادية، مما يجعل دوافع هذا الطلب مختلفة و غير متطابقة،ومن ثم يضيف على هذا الطلب مجموعة من الخصائص:

⁶⁴ محسن أحمد الخضيرى، التسويق السياحي، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1989، ص53

⁶⁵ سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية مرجع سبق ذكره ص18-19

⁶⁶ مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي مرجع سبق ذكره ص 117

⁶⁷ خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الطبعة الاولى، 2000 ص 50-51

1. **الحساسية:** يعتبر الطلب السياحي عالي الحساسية تجاه التغيرات الاجتماعية و السياسية و الأمنية وللمناطق المستقبلية للسياح. فالبلدان التي تعيش ظروفًا سياسية أو أمنية غير مستقرة، أو التي تتعرض للاضطرابات سياسية و/أو اجتماعية يقل الطلب السياحي عليها حتى وإن كانت أسعار منتجاتها و خدماتها السياحية منخفضة أو أقل من البلدان الأخرى المنافسة، إذ يعتبر استقرار المناخ الاقتصادي و السياسي للبلدان السياحية من عوامل تطور الطلب السياحي⁶⁸، و هذا ما حدث نتيجة الثورات العربية و انعكاساتها السلبية على السياحة العربية، حيث تقول العديد من المصادر في قطاع الفنادق أن إلغاء الحجوزات وصلت⁶⁹ نسبهته إلى 50%، كما أشار وزير السياحة المصري فخري عبد النور أن مصر واجهت بعد الثورة أكبر أزمة في تاريخ السياحة المصرية نتيجة تراجع عدد السياح بنسبة 80% خلال فبراير الماضي مقارنة بشهر فبراير 2010⁷⁰، و قبل ذلك حرب الخليج حيث شهدت تراجع عدد الوافدين من السياح إلى المنطقة العربية بنسبة 7% عام 1991 مقارنة بعام 1990، كما كان لأحداث 11 سبتمبر عام 2001 تأثيرًا واضحًا في تدهور حجم الطلب السياحي العالمي بنسبة 1.3% عام 2001، عما كان عليه في عام 2000. فالاستقرار السياسي للبلدان المستقبلية للسياحة يضمن لها مناخًا ملائمًا للاستثمار و استقطاب المزيد من الاستثمارات في مختلف الأنشطة منها السياحية و التي تشجع على التدفق السياحي نحو هذه المناطق كما يتيح لها ذلك تنظيم تظاهرات و مؤتمرات اقتصادية لتفعيل القطاع السياحي و رفع مساهمته في اقتصاديات هذه البلدان.
2. **المرونة:** تعني مرونة الطلب السياحي درجة استجابة الطلب للتغيرات في هيكل الأسعار أو التغيرات في الأحوال الاقتصادية أو السياحية. كما ترتبط هذه المرونة أيضًا بالدخل، أي كلما زاد دخل الفرد كلما زادت رغبته في القيام برحلات سياحية خاصة ذوي الدخل المتوسط⁷¹. و يختلف الأمر بالنسبة لذوي الدخل المرتفعة، حيث لا يتوقف الميل نحو السياحة على مستوى الدخل و لا على مستوى الأسعار بل هناك اعتبارات أخرى كالتفاخر و التباهي سيما لدى رجال الأعمال⁷².
3. **الموسمية:** يتميز الطلب السياحي عادة بالموسمية، إذ تشتد الحركة السياحية في مواسم معينة من السنة و تقل في مواسم أخرى تبعًا لعدة عوامل، كالعطل و الإجازات السنوية، و المناسبات الدينية و الوطنية، و الظروف الطبيعية و أيضًا الأمنية⁷³.

⁶⁸ حسن كافي، رؤية عصرية للتنمية السياحية، المؤسسة المصرية العامة للكتاب القاهرة مصر 1991 ص 111

⁶⁹ <http://www.ahram.org.eg/Tourism-Travel/News/66691.aspx> page consultée le 31/05/2011

⁷⁰ <http://www.sis.gov.eg/ar/Story.aspx?sid=47047> page consultée le 31/05/2011

⁷¹ عبد العظيم حمدي، اقتصاديات السياحة دار الزهراء للنشر الاردن 1996 ص 111

⁷² علي اسماعيل، مستقبل السياحة و أثرها في الاقتصاد القومي، مطبعة دار الكتب القاهرة مصر 1970 ص 153

⁷³ عبد العظيم حمدي، اقتصاديات السياحة مرجع سبق ذكره ص 111

4. **المنافسة:** عدم سيادة المنافسة الصافية أو حتى احتكار القلة في السياحة، وخاصة التي تملك آثار قديمة يصعب منافستها في هذا المجال. أو الدول التي تملك مقومات سياحية من صنع الخالق.⁷⁴

5. **التوسع:** يشهد الطلب السياحي عادة تزايداً من سنة إلى أخرى، نظراً لمساهمة عدة عوامل سواء في الدول المرسلّة أو المستقبلّة للسياح. وترجع أسباب التوسع في هذا الطلب إلى:

أ- التطور التكنولوجي السريع و خاصة في وسائل النقل.

ب- تطور وسائل الاتصالات و نقل المعلومات و التي شجعت السفر للتعرف على مناطق و شعوب جديدة.

ج- الرغبة في تغيير نمط الحياة و التخلص من روتين العمل و الحياة.

د- عوامل المناخ و الطقس و هطول الأمطار في منطقة ما بكثرة يساعد على سفر الناس إلى مناطق أخرى يتوفر فيها الشمس

ه- زيادة أوقات الفراغ

و- العوامل الاقتصادية، إن السياحة لم تتولد نتيجة أوقات الفراغ المتزايدة فحسب، بل أن هناك مجموعة من العوامل الاقتصادية التي تؤثر في قيام التسهيلات المساعدة على قيام الرحلات السياحية. و يعتبر ارتفاع الدخل الفردي من العوامل الأساسية في تطوير الطلب على السياحة فكلما زاد مستوى الدخل الفردي كلما ارتفع المستوى الاجتماعي، و هذا ما يؤدي إلى زيادة عدد الرحلات.⁷⁵

6. **عدم التكرار:** لا يتصف الطلب السياحي عادة بالتكرار، أي أن تحقق درجة عالية من الإشباع و الرضا لدى السواح لا يعني قيامهم بتكرار نفس الزيارة إلى نفس المنطقة⁷⁶، كما أن إشباع رغبات السياح لا تكون بنفس المستويات السابقة⁷⁷، هناك ثلاثة أنواع للطلب السياحي و هي⁷⁸:

أ- **الطلب السياحي العام:** و هو الطلب على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام بصرف النظر عن النوع و الوقت أو المدة.

ب- **الطلب السياحي الخاص:** يرتبط هذا النوع من الطلب ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته، و يختص ذلك بإشباع رغبات السواح.

ج- **الطلب السياحي المشتق:** يرتبط هذا النوع من الطلب على الخدمات السياحية المكملّة أو المكونة للبرنامج السياحي، مثل الطلب على الفنادق، الطلب على الشركات الطيران و النقل السياحي وباقي

⁷⁴ أحمد محمود مقابلة صناعة السياحة مرجع سبق ذكره ص 60

⁷⁵ محمد صبحي عبد الحكيم، حمدي أحمد الديب، جغرافية السياحة مكتبة أنجلو المصرية القاهرة مصر 1995 ص 95

⁷⁶ أحمد محمود مقابلة صناعة السياحة مرجع سبق ذكره ص 61

⁷⁷ مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر، الأردن، 2001، ص 168

⁷⁸ أحمد محمود مقابلة صناعة السياحة مرجع سبق ذكره ص 62-63

الخدمات السياحية الأخرى. وتسعى الدول إلى تحويل الطلب السياحي المشتق إلى طلب سياحي خاص ومن ثم تحويله إلى طلب سياحي عام وذلك عن طريق توفير برامج سياحية أكثر وبأسعار متنوعة.

يقاس الطلب السياحي بأعداد السائحين و الوافدين الى المنطقة السياحية , و باعتبار أن فترة بقاء السائحين في الموقع السياحي تختلف من سائح لآخر , إذ تبلغ يوماً واحداً فقط أو أكثر من ذلك, و حلا لهذا الإشكال يستخدم مقياس آخر للطلب السياحي و هو أعداد ليالي المبيت. و غالباً ما يتم تقدير مدة بقاء السائح في الموقع السياحي, و يضرب بأعداد السائحين و الوافدين للموقع , و لكي نصل الى تقدير حجم الطلب السياحي الفعلي على المنطقة السياحية .تستخدم المنشآت السياحية الخاصة بالإيواء مقياس أكثر دقة تتمثل بعدد الأسرة أو عدد الغرف , أو مقياس آخر (السرير/الليلة) أي عدد الأسرة في الليلة الواحدة.⁷⁹

ثانياً: الموارد السياحية أو العرض السياحي

● **تعريف العرض السياحي:** يتجسد العرض السياحي في مجموعة عناصر و مقومات غير متجانسة من حيث طبيعتها، إلا أنها متكاملة فيما بينها من أجل تحقيق إشباع رغبات السائحين المختلفة⁸⁰. و يعرف على أنه ما تقدمه المنطقة السياحية و ما تحتويه من مقومات سياحية سواء أكانت عوامل جذب طبيعية أو تاريخية أو صناعية إضافة إلى الخدمات و السلع التي تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين و تفضيله عن بلد آخر.⁸¹

تشكل الموارد السياحية ما يمكن أن نطلق عليه جوانب العرض في جغرافية السياحة و يشمل العرض السياحي بوجه عام كل ما يمكن أن تعرضه الدولة أو المنظمة المستقبلية للسائحين لجذب السائحين و اشباع رغبتهم .يتأثر العرض السياحي بموقع و جودة و سعر المنتج السياحي و كذلك بالمنافسة و بطريقة الاعلان عنه و الدعاية له.⁸²

❖ **خصائص العرض السياحي (الموارد السياحية) :** تتصف الموارد السياحية بأربعة خصائص و هي كالتالي:⁸³

1-عدم المرونة (الجمود) : تأتي عدم المرونة من عدم قابلية الموارد السياحية للتغير طبقاً لأذواق و رغبات و ميول و اتجاهات السائحين (مشترين السلعة السياحية) بعكس ما نراه في السلع المادية الملموسة الأخرى التي

⁷⁹ أحمد أديب أحمد: تحليل الأنشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية دراسة ميدانية مذكرة ماجستير قسم احصاء و البرمجة

جامعة سورية 2005-2006 ص 29

⁸⁰ بوفليح نبيل، تقرورت محمد ،دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال افريقيا، حالة الجزائر، تونس ،المغرب الملتقى الوطني الأول حول

السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق جامعة البويرة يومي 11-12 ماي 2010

⁸¹ سراب إلياس و آخرون، تسويق الخدمات السياحية مرجع سبق ذكره ص 11

⁸² ممدوح شعبان الدبس، محاضرات في الجغرافيا السياحة رقم 03 كلية الآداب جامعة حلب سوريا ص 08

⁸³ المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني: جغرافيا السياحة و الطيران الادارة العامة لتصميم و تطوير المناهج المملكة العربية السعودية

تتصف بالمرونة لإمكانية تغييرها و تعديلها حتى تلائم مطالب السوق و أذواق المستهلكين و المشترين المرتقبين لها حيث يتوقف الإنتاج تبعاً لأذواق و رغبات المشترين و قدرة جهاز التسويق و المبيعات على تصريفه و بيعه و هذا هو جوهر الاختلاف بين التسويق السياحي و تسويق المنتجات المادية الملموسة المعروفة .

2- استقلال العناصر الأساسية المكونة للموارد السياحية و هذا ما يميز العرض السياحي عن عرض السلع و المنتجات المادية الأخرى حيث تتميز بالتداخل التام بين مكوناتها المختلفة .

3- العرض السياحي تمثله السلعة السياحية و تتميز بأنها تنتقل الى مستهلكها كما هي في السلع المادية الملموسة و لكن المستهلكين هم الذين ينتقلون لاستخدامها و الاستفادة منها .

4- أنه يعتبر عرض للخدمات بصفة أساسية فمن الصعب تخزينها بل تستهلك في مكان وجودها .

I. عوامل الجذب: تلعب عوامل الجذب دوراً رئيسياً في توجيه السائح الى مناطق معينة أو قضاء

الإجازات و يتم تصنيفها الى :

1- عوامل الجذب الطبيعية : و تشمل الماء و الهواء و الحياة الحيوانية و الحياة النباتية و أيضاً طبيعة السطح و المناخ⁸⁴

2- عوامل الجذب البشرية : و هي ما يقيمها الإنسان ، سواء أكانت ذات بعد تاريخي أو حديثة .

1- و يشمل عوامل الجذب الطبيعية:

أ- الموقع: للموقع الجغرافي أثر على السياحة من ناحيتين ، الأولى موقع منطقة الجذب السياحي من مناطق تصدير السائحين و راغبين في الترفيه فكلما كان الموقع قريباً من مصادر ورود السياح ، بحيث يمكن الوصول إليه بسرعة و بتكاليف قليلة كلما كان الإقبال عليه كبيراً مثل دول جنوب أوروبا و بلاد المغرب العربي ، حيث تجتذب أعداداً كبيرة و ذلك لقرب الموقع من منطقة تصدير السياح الأولى في العالم و هي شمال و غرب أوروبا ، الثانية أثر الموقع و هي موقع منطقة الاستقبال و الإرسال من دوائر العرض فان لذلك أثره على البيئة الطبيعية و دفع السياحة الى الحركة .

ب- التضاريس : كلما تنوعت أشكال سطح الأرض و بالتالي المناظر الطبيعية كلما كان ذلك أفضل لازدهار السياحة، لعل المناظر الطبيعية الجذابة تعد ثاني أهم العوامل في السياحة فمناظر الجبال الخلابة و المناظر الساحلية، و مناطق البحيرات لها سحرها القوي، كما أن الكثير من الوديان و الاودية التي تتكاثر بها الانهار و الخضرة الجميلة و الغابة و مساقط المياه و الجبال و الكهوف هي مصادر عظيمة للاستمتاع عند كثير من السياح⁸⁵ .

ج- المناخ : ربما كان المناخ أكثر العوامل الطبيعية تأثيراً على الموارد السياحية فالمناخ الجيد يعد أحد عوامل الجذب في أي منطقة سياحية. و قد درس عدد كبير من الباحثين العلاقة بين المناخ و

84 محمد الصيرفي السياحة و البيئة دار الفكر الجامعي الاسكندرية مصر الطبعة الاولى 2007 ص 255

85 محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، دار الهناء للتجليد الفني، مصر 2009 ص 14

الاستحمام مثل "داوبرت" DAUBERT الذي قسم المناخ الى قسمين: مناخ يتميز بالاثارة و يتمثل في مناخ سواحل المناطق التي تتعرض للرياح الغربية كجزر بحر الشمال و بحر البلطيق و كذلك مناخ الجبال المرتفعة. و مناخ ساكن هادئ بعيد عن الاثارة و هو المناخ القليل التقلب كما هو الحال في مناخ الغابات و المرتفعات الوسطى⁸⁶.

د- **الثروة المائية:** و تتألف من المياه المالحة البحرية و المياه العذبة في الأنهار و البحيرات و الينابيع ، و لمياه الشواطئ البحرية أهمية كبرى في جذب الأفواج السياحية ، و لا سيما من سكان الدول القارية و الدول ذات الشواطئ البحرية غير الصالحة للسباحة مثل معظم شواطئ أوروبا الشمالية الباردة. و أهم المنتجعات البحرية ، و أقدمها في العالم هي تلك المدن السياحية الموجودة على شواطئ الريفيرا الفرنسية ثم الايطالية .

هـ - **الثروة النباتية و الحيوانية :** تشكل بعض أنواع النباتات و الحيوانات البرية اهتماما لمحي المعرفة و الطبيعة من ناحية أخرى يمثل الغطاء النباتي الوسط الحيوي و الطبيعي لمعظم الحيوانات و الطيور البرية و هذه تشكل أحيانا أهمية كبيرة للسياح و بخاصة للباحثين و الصيادين منهم كما هو الحال في العديد من الدول الافريقية. إن توفر الأزهار و النباتات الطبية يزيد في جذب المكان للسياح⁸⁷. كما ظهرت الحميات الطبيعية و الحدائق الوطنية في كثير من دول العالم و لا سيما الولايات المتحدة و كندا و معظم الدول الافريقية و نخص بالذكر كينيا و أوغندا و زامبيا و زائير و ذلك للحفاظ على عدم انقراض كل من الحيوانات و النباتات النادرة⁸⁸.

2-عوامل الجذب البشرية :

و تمثل الجناح الثاني لنشاط الحركة السياحية و هي متنوعة جدا حسب المكان و الزمان و ذلك لأن المجتمعات البشرية في تطور مستمر و تباين من حيث الجنس و اللغة و التاريخ و الدين و العمران و في هذا التباين جاذبية سياحية كبيرة بخاصة للتعرف على هذه الحقائق المميزة للشعوب. و مما تتميز به عوامل الجذب البشرية :

- تتركز هذه الموارد عادة في المدن الكبرى حيث تتوفر الظروف المناسبة لإقامتها مثل كثافة السكان و النشاط الاقتصادي و الاجتماعي و السياسي .
- النشاط السياحي الأساسي هنا ليس الاستحمام كما هو الحال في عوامل الجذب الطبيعية ، بل تسود السياحة التاريخية الثقافية .

⁸⁶ نسيم برهم، تقييم عام العرض الطبيعي في الجغرافيا السياحية جامعة الاردنية مقال منقول عن طريق: www.4geography.com

بتاريخ 2011/09/14

⁸⁷ ممدوح شعبان الدبس، محاضرات في الجغرافيا السياحة رقم 02 كلية الآداب جامعة حلب ، سوريا ص 04

⁸⁸ المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني: جغرافيا السياحة و الطيران مرجع سبق ذكره ص 35

- التعرف على الموارد السياحية البشرية يتم عادة في وقت قصير نسبيا ، و هذا يسمح بتعدد و تنوع الزيارات و يناسب بشكل خاص السائح المتجول .
- السائح الذي يهتم بالموارد السياحية البشرية يمتاز عادة بثقافة عالية نسبيا تسمح له بفهم و مقارنة هذه الموارد مع غيرها و تقويمها .
- ظاهرة الموسمية التي ترتبط ارتباطا كبيرا بالموارد السياحية الطبيعية لا تظهر في الموارد السياحية البشرية و بالتالي إمكانية استخدام هذه الموارد على مدار السنة و نظرا لتعدد الموارد السياحية البشرية و كثرتها يمكن دراستها و تقويمها من خلال تقسيمها الى عدة مجموعات متجانسة هي :

أ- الموارد ذات الجاذبية التاريخية الحضارية : إن مظاهر الاهتمامات التاريخية و الثقافية جذبا قويا عند كثير من السياح⁸⁹ و تضم الآثار على مختلف أنواعها من قلاع و أبراج و قصور و مراكز عبادة و كذلك المتاحف و النصب التذكارية و الأحياء و الأبنية القديمة و المعارض و المهرجانات الثقافية و الشعبية .

ب- الموارد المرتبطة بانجاز المهمات و الأعمال : و تضم العديد من النشاطات كالمؤتمرات السياحية و الاقتصادية و السياسية و العسكرية ، إضافة إلى الزيارات و المهمات الرسمية و زيارة المجمعات الزراعية و الصناعية و التجارية و الاشتراك في المعارض المختلفة .

ج- الموارد المرتبطة بالترفيه و الرياضة و الدين : و تشمل المصايف البحرية و المصايف الجبلية و مدن التسلية الحديثة (ديزني سيتي) من أشهر أماكن الجذب السياحي في الولايات المتحدة و اليابان⁹⁰ .

الموارد السياحية البشرية و بخاصة الآثار التاريخية الحضارية لها أهمية بالغة ليس فقط على الصعيد المحلي بل و على الصعيد العالمي أيضا فكثير من هذه الآثار يعتبر من التراث العالمي و هو ملك للبشرية جمعاء مثل أهرامات مصر و هياكل بعلبك و آثار صور و تشير الدراسات السياحية الى أن الأماكن الأثرية مازالت من أهم العوامل جذبا للسياح ، بل و أهمها على الإطلاق في العديد من دول العالم مثل مصر و اليونان و كندا .

II. تسهيلات النقل و المواصلات : مناطق الجذب السياحي أيا كان نوعها تكون قليلة القيمة لو كانت مواقعها لا يسهل الوصول إليها بوسائل النقل العادية ، و لذا فان قصور تيسيرات النقل السريع هي أكبر معوق للسياحة بصورة واضحة، و تشمل وسائل النقل بالمثل على أنواعه المختلفة البري، البحري و الجوي⁹¹، و تتفاوت أهميتها نتيجة عوامل الجغرافية و المساحة و تشعب عوامل الجذب السياحي إليها، و من ناحية أخرى فان توفر شبكة مواصلات كافية و على مستوى ملائمة يعتبر شرطا أساسيا لتنشيط حركة السياحة، بدون أن ننسى توافر أسباب الراحة و التسهيلات منذ وصول السائح و لحين

⁸⁹ محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي مرجع سبق ذكره ص 14

⁹⁰ المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني: جغرافيا السياحة و الطيران مرجع سبق ذكره ص 36

⁹¹ مسمش نجاة، بن عبيد فريد، دور التخطيط السياحي في التنمية السياحية الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة جامعة

مغادرته للمطار و للميناء التي تشمل قاعات الانتظار و المطاعم و الكافيتيريات و المحال التجارية و مراكز العلاج و وسائل الاتصال الدولية و دورات المياه و البنوك، و مراعاة المرضى و المتقدمين في السن و السلام المتحركة و المصاعد و روابط الاتصال المتحركة، و غير ذلك⁹².

III. تسهيلات الضيافة : هي أحد عناصر الموارد السياحية الهامة فمهما كانت درجة جاذبية المنطقة السياحية فان الإقبال عليها يكون محدودا اذا لم تتوافر بها التسهيلات الأساسية التي يحتاج إليها السائح ، و تضم هذه التسهيلات قطاع الضيافة كما أن الضيافة تمثل أحد عوامل الجذب ، و عليها يقع على اختيار الموقع السياحي ، و مدة البقاء ، و نمط السفر ، و الأنشطة التي تمارس ، و تشكل الضيافة ميدانا هاما للعمالة و الدخل ، كما يتأثر حجم الزوار في أي منطقة بتخطيط و صيانة و توزيع تسهيلات الضيافة⁹³.

IV. تسهيلات الإمداد : تعد تسهيلات الإمداد أحد عناصر الموارد السياحية الهامة التي يعتمد عليها في مساعدة السائح على البقاء و الاستمرار في المنطقة السياحية التي يذهبون إليها أطول مدة ممكنة فالمنطقة السياحية مهما كانت جذابة و تخلو من تسهيلات الإمداد التي يحتاج إليها السائح نجد أن السائحين يبتعدون عنها و الحركة السياحية إليها تكون ضعيفة و العكس صحيح . و تتمثل تسهيلات الإمداد في المحلات التجارية التي توجه نشاطها الى السائح على وجه الخصوص مثل محلات الأدوات الرياضية و التذكارات السياحية . و بعض هذه المحلات يوجه للخدمات العامة مثل الصيدليات و محلات الطعام و بيع الملابس و البنوك و المراكز الطبية و كثير من هذه المحلات تخدم الزبائن من السكان الدائمين و تتوقف أهمية هذه الخدمات في أي منتجع على تكرار استخدامها . و تنقسم هذه الخدمات الى قسمين هما:

1- خدمات الاستخدام اليومية : مثل محلات منتجات الألبان و المقاهي و البقالة و الأغذية و تتسم هذه الخدمات بكثرة عددها .

2- خدمات الرفاهية : و تمثلها محلات الصياغة و الفراء و يرتبط وجودها بتوافر أعداد معقولة من السائحين ذوي الدخل المرتفعة⁹⁴.

V. خدمات البنية الأساسية : تنقسم خدمات البنية الأساسية الى ما يلي :

1- البنية الأساسية العامة : و تضم شبكات مياه الشرب و القوى المحركة و شبكات الطرق و نظم الصرف الصحي و الاتصالات بجميع أنواعها و المياه و محطات توليد الطاقة و وسائل الاتصال السريع، و مراكز الصيانة

⁹² محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي مرجع سبق ذكره ص 15

⁹³ المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني: جغرافيا السياحة و الطيران مرجع سبق ذكره ص 38

⁹⁴ المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني: جغرافيا السياحة و الطيران مرجع سبق ذكره ص 41

و اماكن وقوف السيارات و العلامات الارشادية , و بدون هذه التسهيلات فان السائح يواجه مشاكل عديدة

و هذه البنية تتطلب استثمارات ضخمة , الا انها توتى أكلها بعد ذلك لكونها من عوامل الجذب⁹⁵ .
2- الحاجيات الأساسية للحياة المدنية و تشمل المستشفيات و الصيدليات و البنوك و مراكز التسويق و المشتريات ، و الأجهزة الحكومية من شرطة و محاكم و غيرها و كذلك مكاتب بيع الكتب و الصحف و المجالات و ورش اصلاح السيارات و محطات البترين و غيرها .
و في مقابل خدمات البنية الأساسية هناك خدمات البنية الفوقية و تتمثل في محطات سفر الركاب و الفنادق و المطاعم و الترفيه و تسهيلات التسويق و ما يمثّلها ، و خدمات البنية الأساسية تكون سابقة لخدمات البنية الفوقية و تكون بالقدر الذي تكفي به حاجة السكان فضلا عن السياح⁹⁶ .

VI. الأمن:

من المتعارف عليه أن السائح يحتاج إلى ضمان أمنه و سلامة جسده و أمتعته من أي مساس مادي أو معنوي سواء أكان صادرا من طرف القائمين على تسيير المرفق السياحي أو من عامة الناس. ولكي يزدهر النشاط السياحي يتطلب توافر الأمن بمفهومه الواسع ليتجنب أشياء مثل الحوادث والأمراض المعدية والكوارث الطبيعية. إن أي إخلال بهذا الشرط سيؤدي حتما إلى إلحاق أضرار مادية ومعنوية بليغة بالسياحة كتقليص مدة الإقامة المقررة سلفا أو عدم الرجوع إلى هذا المرفق ثانية أو اللجوء إلى الانتقام بإعطاء صورة مشوهة لأقربائه والمتعاملين معه. وهكذا تطعن السياحة بطرق مباشرة وغير مباشرة.

إن توفير الأمن واحترام السائح يستوجب التزود بقدر كبير من الثقافة السياحية، ومتى توفرت هذه الأخيرة، فإن أي فرد وفي أي موقع سيكون واعيا كل الوعي بالنتائج السلبية التي ستنتج عن سلوكه تجاه السياح المحليين والأجانب سواء تجسد هذا السلوك في القول أو الفعل. إن التعامل بالانفعال مثلا أو إخفاء المفقودات أو محاولة ابتزاز السائح أو التحايل عليه، كلها تعتبر من المظاهر الممقوتة ومن الرواسب المتخلفة التي يجب الحيلولة دون وقوعها إذا ما أريد أن تتطور السياحة وتعاد لها الحيوية⁹⁷ .

و خلاصة القول في جانب الموارد السياحية أو العرض السياحي هو أن نجاح أي منطقة سياحية يعتمد على المزج الكافي بين عناصر الموارد السياحية الخمس ، عناصر الجذب الطبيعية لا بد أن تدعمها عناصر الجذب البشرية لكي تزيد الرغبة في التوجه الى الأماكن السياحية . أما بالنسبة لرؤوس الأموال التي تستثمر في الجوانب المختلفة من الموارد السياحية فنجد أن خدمات البنية الأساسية و تسهيلات الضيافة يستحوذان على النصيب

⁹⁵ محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي مرجع سبق ذكره ص16

⁹⁶ المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني: جغرافيا السياحة و الطيران مرجع سبق ذكره ص 42

⁹⁷ أحمد قايد نور الدين، مداخلة بعنوان النهوض بالسياحة في الجزائر الملتقى الوطني الاول بالمركز الجامعي بالبويرة الجزائر 2010

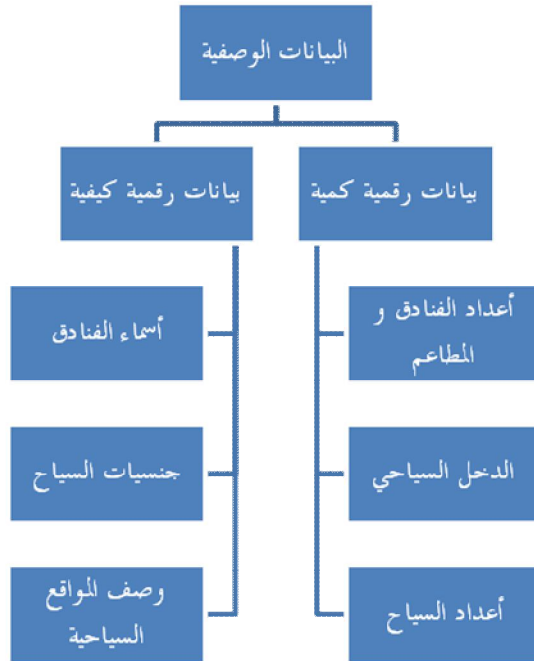
الأكبر من الاستثمارات مع الوضع في الاعتبار أن الاستثمار في كل جانب سوف يختلف من منطقة لأخرى و من مشروع الى آخر .

ثالثا: تطبيق نظام المعلومات الجغرافي في جانب الطلب والعرض السياحي و التسويق السياحي

1. تعريف نظام المعلومات الجغرافي: نظم المعلومات الجغرافي هو وسيلة تعتمد على استخدام الحاسب الآلي في تجميع و معالجة و تحليل و عرض البيانات المرتبطة بمواقع جغرافية لاستنتاج معلومات ذات أهمية كبيرة في اتخاذ القرارات. فالمقدرة الفائقة لنظم المعلومات الجغرافية في عملية البحث في قواعد البيانات و إجراء الاستفسارات المختلفة ثم إظهار النتائج في صورة مبسطة و سريعة و مرئية على خرائط لمتخذي القرار. إن نظم المعلومات الجغرافية اليوم أداة يستخدمها الأفراد و المؤسسات و الحكومات و الجامعات و المدارس و قطاع الاعمال⁹⁸.

2. مراحل تصميم قاعدة بيانات نظام المعلومات الجغرافي: تحتوي قاعدة البيانات الجغرافية العديد من البيانات على شكل جداول مكونة من أعمدة وصفوف، ويطلق على هذه البيانات المخزنة في قاعدة البيانات الجغرافية اسم البيانات غير المكانية. أو البيانات الوصفية وتتميز بأن ليس لها أي بعد مكاني. و يظهر ذلك من خلال الشكل رقم(1-3) التالي:

الشكل رقم(1-3):البيانات الوصفية

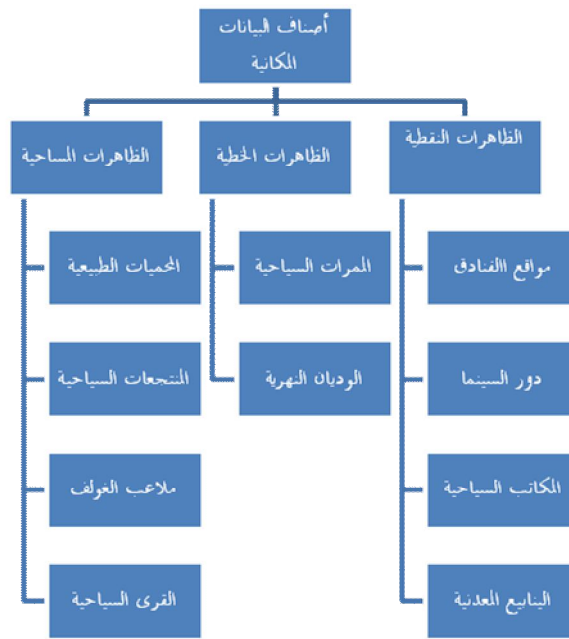


المصدر: ابراهيم بظاظو الجغرافيا السياحية "تطبيقات على الوطن العربي الطبعة الاولى مؤسسة الواروق عمان 2009 ص 304

⁹⁸ هناء نظير علي إمكانيات نظم المعلومات الجغرافية في إدارة الازمات نموذج تطبيقي على منطقة المرج باقليم القاهرة الكبرى الملتقى الثاني

تتميز برمجية ARCGIS 9.2 كأحد برمجيات نظام المعلومات الجغرافي، بقدرتها على ربط البيانات غير المكانية في قاعدة البيانات مع البيانات المكانية ،عندها نكون قد صنعنا قاعدة علاقات في نظام المعلومات الجغرافي ،تُمكننا من طرح العديد من الأسئلة المتعلقة بالظواهر المكانية وخصائصها غير المكانية، فنستطيع الحصول على المعلومات الخاصة بموقع سياحي معين على الخريطة ، كعدد زوار هذا الموقع ،وعدد الفنادق والمطاعم ،وجنسيات السياح... الفخ ، ويمكن هنا ربط هذه المعلومات مع الخريطة، مما يوفر أداة هامة في عملية التخطيط و التسويق السياحي.و يمثل الشكل رقم (1-4) أصناف البيانات المكانية

الشكل رقم (1-4) أصناف البيانات المكانية



المصدر: ابراهيم خليل بظاظو الجغرافيا السياحية "تطبيقات على الوطن العربي مؤسسة الوارق للنشر و التوزيع الطبعة الأولى عمان 2009 ص

305

3. التسويق السياحي:

نظراً لأهمية قطاع السياحة في اقتصاديات الدول وإدراكاً منها لذلك لاقى هذا القطاع مزيداً من العناية والاهتمام باعتباره أحد روافد التنمية الاقتصادية. بما يحققه من فوائد كبيرة سواء من حيث تشغيل اليد العاملة أو من خلال العائدات الكبيرة التي تحصل عليها الدول من هذا القطاع. من ذلك برزت توجهات أكيدة نحو تطبيق المفاهيم والأساليب التسويقية الحديثة في المؤسسات السياحية بعدما أدركت هذه الأخيرة أهمية وحيوية الدور الذي يلعبه التسويق في تحقيق أهدافها وفي نجاحها واستمرارها.

يعرف التسويق السياحي بأنه " نشاط إداري وفني تقوم به المنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها في سبيل تحديد الأسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها، وبهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي ودوافع السائحين " ⁹⁹

بينما هناك من يرى أن التسويق السياحي هو " تلك الإجراءات الإدارية التي تتبعها التنظيمات السياحية لاستهداف العملاء الحاليين والمحتملين، وهذا من خلال إشباع حاجات ورغبات السائح سواء المحلي أو الجوهوي أو الدولي، والتي تؤدي تعظيم الأرباح وتحقيق أكبر عدد من الأهداف " ¹⁰⁰.

ان التسويق السياحي بمعناه الحقيقي يبدأ بالزبون (السائح) وينتهي به . يبدأ بالتعرف على حاجاته ورغباته وما يفضله، ومن ثم تقديم كل ما يلزم من خدمات لإشباع هذه الحاجات والرغبات أو ما يعرف بتحقيق رضا الزبون ¹⁰¹.

4. مبررات استخدام نظام المعلومات الجغرافي لتسويق المواقع السياحية:

- ❖ إمكانية استخدام نظام المعلومات الجغرافي بكفاءة عالية في تسويق المواقع السياحية، وهو في تسويقه لهذه المواقع يربط بها كافة البيانات الوصفية المتعلقة بها، مثل مكانها، خدماتها، أسعارها.
- ❖ إن البيانات المطلوب إدخالها في قاعدة البيانات التي تختص بالموقع السياحي، هي بيانات مكانية بالدرجة الأولى، وترتبط بمواقع جغرافية محددة، وهو ما تختص به نظم المعلومات الجغرافية.
- ❖ الكفاءة العالية لهذه النظم في عملية تحليل الشبكات.
- ❖ القدرة العالية لنظام المعلومات الجغرافي بالتعامل مع عدة أنواع من البيانات، مثل التقارير، الإحصائيات، الجداول، والخرائط، وهو ما يضيف نوعاً من الإحكام والدقة على مخرجات النظام.
- ❖ تعتمد النتائج المرجوة من النظام، على عمليات التحليل الجغرافي لمواقع محددة، وهو ما يتوافر بقوة في نظام المعلومات الجغرافي.
- ❖ إن استخدام نظام المعلومات الجغرافي، كأداة علمية وتسويقية هامة، أجبر مديري التسويق والمبيعات في الشركات السياحية والفندقية على تغيير استراتيجيات التسويق، والسبل الكفيلة بإنجاح الحملات الإعلانية من خلال التركيز على هذه الوسيلة الجديدة، والتي ستمكّن الشركات السياحية والفندقية من التوسع في مجالات النشاط التسويقي، بغض النظر عن حجمها، من التنافس في السوق وفي حدود متساوية كما أنها ستمكّن من فتح قناة اتصال مباشرة مع السياح ¹⁰².

⁹⁹ مصطفى عبد القادر، دور الاعلان في التسويق السياحي (دراسة مقارنة) مرجع سبق ذكره ص 195

¹⁰⁰ علي زيان بروجة اثر تحرير تجارة الخدمات على السياحة العربية مرجع سبق ذكره ص 88

¹⁰¹ مرداوي كمال استراتيجيات التسويق السياحي و اشكالية التنمية في الجزائر الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة جامعة

بسكرة مارس 2010 ص 09

¹⁰² ابراهيم خليل بظاظو، الجغرافيا و المعالم السياحية، مرجع سبق ذكره ص 316-317

5. تطبيق نظام المعلومات الجغرافي في جانب الطلب والعرض السياحي:

يُمكن استخدام نظام المعلومات الجغرافي في جانب الطلب السياحي ، في ما يعرف برسم خريطة السوق ، فالأسواق السياحية قد تكون محلية أو إقليمية أو عالمية ، ولعل تقسيمها قد يكون في المقام الأول على أساس جغرافي ، إلى جانب عوامل أخرى ديموغرافية وسيكولوجية وسلوكية، ويمكن من خلال خريطة السوق، التعرف على مجموعة كبيرة ومتنوعة من الأسواق على نطاق جغرافي واسع ، لتسويقها لمقابلة العديد من الاحتياجات والرغبات الخاصة بالسياح ، التي يتم التعرف عليها ودراستها من خلال نظام المعلومات الجغرافي¹⁰³.

يُمكن استخدام نظام المعلومات الجغرافي في تحديد الأسواق غير المغطاة من قبل هيئة تنشيط السياحة في أي بلد ، فخطة التغطية التسويقية للمواقع السياحية ، يتم وضعها من قبل الهيئة في بداية كل عام ، وهناك بعض الصعوبات عند وضع هذه الخطة تتمثل في حصر جميع المناطق والأسواق التي لم يتم تغطيتها بعد من قبل الهيئة، وضرورة القيام بزيارة شخصية للمعاينة الفعلية لهذه المواقع، وتوزيع المنافذ الخاصة بهذه الأسواق، مما يؤدي إلى استهلاك المال والوقت الذي يمكن أن يتم فيه كل ذلك إذا توافرت خريطة رقمية للأسواق السياحية ، يتم باستخدامها تحليل الأسواق المغطاة وغير المغطاة من قبل الهيئة ، وكذلك خطة التسويق المقدمة وعدد السياح في هذه الأسواق والمنافسين ، وبذلك يساعد نظام المعلومات الجغرافي ، في دعم اتخاذ القرارات الخاصة بتسويق المواقع السياحية في هذه الأسواق الجديدة، وبشكل عام فإن نظام المعلومات الجغرافي قادر على الإجابة على الأسئلة التالية¹⁰⁴:

- ❖ النصيب المتوقع من السوق السياحي العالمي
- ❖ تحليل الحركة السياحية
- ❖ تحليل موسمية السياحة
- ❖ أين يجب وضع مكاتب التمثيل السياحي
- ❖ أبرز خصائص السياح ، و أين يوجد السياح

يوجد عدد من الوسائل الأخرى من الممكن استخدامها في تسويق المواقع السياحية ، والتي تعمل من خلال برمجيات نظم المعلومات الجغرافية ، وهي أجهزة التعامل الشخصية الرقمية معلوماتية Personal Digital Assistant Handled Computers و منها:

أ. خريطة العرض Map View Display

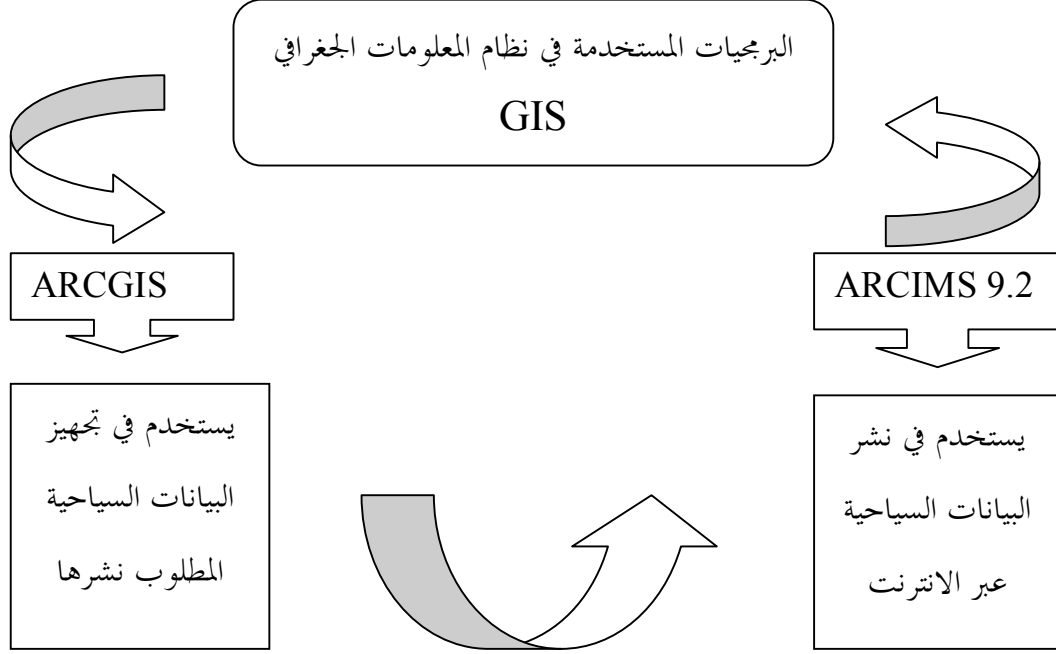
ب. قائمة العرض List View Display

¹⁰³ إبراهيم خليل بظاظو ، الجغرافيا و المعالم السياحية ، مرجع سبق ذكره ص 317

¹⁰⁴ إبراهيم خليل بظاظو الجغرافيا السياحية "تطبيقات على الوطن العربي مرجع سبق ذكره ص ص 317-318

ج. خدمة الهاتف المحمول من خلال GPRS

الشكل رقم (1-5): الوسائل المستخدمة في نظم المعلومات لتسويق المواقع السياحية



المصدر: ابراهيم بظاظو الجغرافيا و العالم السياحية مرجع سبق ذكره ص 319

6. معوقات تطبيق نظام المعلومات الجغرافي GIS في التسويق السياحي في الوطن العربي¹⁰⁵:

معوقات تطبيق نظام المعلومات الجغرافي في تسويق المواقع السياحية إن عدم وجود برامج تدريب كافية أو برامج متخصصة في الجامعات العربية لتأهيل الكفاءات القادرة على التعامل مع هذه النظم، يؤثر سلبا على انتشار تطبيق هذه النظم، كما أن الجهات القائمة على تدريب وبيع هذه النظم عددها قليل مما يقلل من فرص المقارنة بين البرامج المختلفة للحصول على الفضل، كما أن عدم توفر الوعي الكافي بأهمية نظام المعلومات الجغرافي في تسويق المواقع السياحية، لدى بعض القيادات الدارية في المؤسسات السياحية، والمسئولة عن اتخاذ القرار بتطبيق هذه التقنية، له دور كبير في قصور استخدام هذه التقنية في مجال السياحة. وأبرز مجالات القصور ما يأتي:

- ضعف الإمكانيات المادية اللازمة لتشغيل هذه النظم من برامج ومعدات وأدوات.
- صعوبة الحصول على البيانات الخاصة بنظام المعلومات الجغرافي أو عدم إتاحتها أو ارتفاع تكلفتها.
- عدم توافر الوعي الكافي لدى مديري المواقع السياحية بنظام المعلومات الجغرافي وأهمية استخدامه في تسويق المواقع السياحية.

¹⁰⁵ ابراهيم خليل بظاظو الجغرافيا السياحية "تطبيقات على الوطن العربي مرجع سبق ذكره ص 320

- عدم انتشار وترايط بنية نظام المعلومات الجغرافية ،وانعكاس ذلك على استخدامه بشكل عام.
- عدم توفر الكفاءات البشرية وقصور برامج التدريب
- عدم الإقتناع الكامل بضرورة هذه التقنية الحديثة ومسايرتها للنظم العالمية الحديثة وأهميتها في التسويق السياحي.

وبشكل عام هناك اتفاق عام من كافة المسؤولين على أن استخدام نظام المعلومات الجغرافي في التسويق السياحي يضيف ميزة تنافسية للميزة النسبية التي تتمتع بها السياحة العربية ،وهناك تطلع من المسؤولين وبالإجماع من إمكانية الإعتماد على نظام المعلومات الجغرافي ففي التسويق السياحي في الوطن العربي مستقبل.

المبحث الثالث: أثر السياحة على بعض المتغيرات الاقتصادية

لقد أعطيت كل الاهتمامات الضرورية الاقتصادية المتواجدة على مستوى الاقتصاد الوطني لكل دولة من زراعة تجارة و غيرها،فجاء دور القطاع السياحي ليحظى بالاهتمام اللازم لكونه قطاع لا يقل أهمية عن القطاعات الاقتصادية الأخرى. فليساحة العديد من الآثار المهمة في الاقتصاد الوطني منها آثار مباشرة ،و أخرى غير مباشرة و هذا ما سنوضحه لاحقا.

المطلب الأول:الآثار الاقتصادية للسياحة

بقدر ما للاقتصاد من تأثير كبير في السياحة،ففي المقابل للسياحة تأثير كبير في الاقتصاد،فالسياحة نشاط متعدد الجوانب و هي تعد فعلا نشاطا اقتصاديا،و حيث أنها تعمل على إشباع رغبات الإنسان من خلال استغلال الموارد الطبيعية المتاحة،و تعمل على مزج عناصر الإنتاج الأربعة بعضها مع بعض لكي تحولها إلى خدمات سياحية (المنتج السياحي) المفيد للاستهلاك البشري،و هي بذلك شأنها شأن أي نشاط اقتصادي آخر¹⁰⁶ ، يمكن تقسيم أنواع التحليل الاقتصادي المتعلقة بالسياحة والمستخدمه على النطاق الدولي إلى ثلاثة أنواع هي : تحليل الأثر وتحليل الأهمية ، وتحليل التكلفة – العائد.

بالنسبة لتحليل الأهمية يهتم هذا النوع من التحليل باستخلاص حجم وهيكل قطاع السياحة من بيانات الحسابات الوطنية، آخذا في الاعتبار إنفاق المقيمين بالإضافة إلى القادمين من الخارج، ويعتبر نظام حسابات السياحة أحدث النظم الهادفة إلى تقدير الأهمية الاقتصادية للسياحة اقتصاديات الدول¹⁰⁷ ،وأهم أنواع التحليل الاقتصادي للسياحة على المستوى العالمي¹⁰⁸ ، ويركز هذا النظام بالتحديد على التعرف على نصيب قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي والإنفاق، ويتضمن النظام عدة معايير حول تعريف الزائر والسائح، وبيئته

¹⁰⁶ احمد فوزي ملوخية: التنمية السياحية دار الفكر الجامعي مصر 2007ص 102

¹⁰⁷ أحمد قايد نور الدين الأهمية و الأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة :حالة الجزائر الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية

المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010 ص 4

¹⁰⁸ جرى إعداد المبادئ العامة لنظام حسابات السياحة من قبل منظمة السياحة العالمية، وتم تبني هذه المبادئ من قبل المؤتمر العالمي لقياس الأثر

الاقتصادي .للسياحة الذي عقد في فرنسا عام 1999 وهيئة الأمم المتحدة عام 2000

المعتادة، وتصنيف استهلاك السائح، والإنفاق الكلي على السياحة، وتكوين إجمالي رأس المال الثابت في قطاع السياحة، وتحديد المنتجات والأنشطة السياحية المرتبطة بالسياحة، وسبل قياس إسهام صناعة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، وحجم التوظيف، ورأس المال الثابت، كما تشمل المبادئ العامة للنظام على تفصيلات عن طرق حساب مساهمة قطاع السياحة في أنواع الاستهلاك، والأنشطة الاقتصادية المختلفة وعرضها في عدد من الجداول المفصلة.

ويقاس الأثر الاقتصادي للسياحة باستخدام المعادلة التالية¹⁰⁹ :

الأثر الاقتصادي للسياحة = عدد السياح * متوسط إنفاق السائح * المضاعف

ويتطلب تحديد الأثر الاقتصادي حسب هذه المعادلة الخطوات التالية¹¹⁰ :

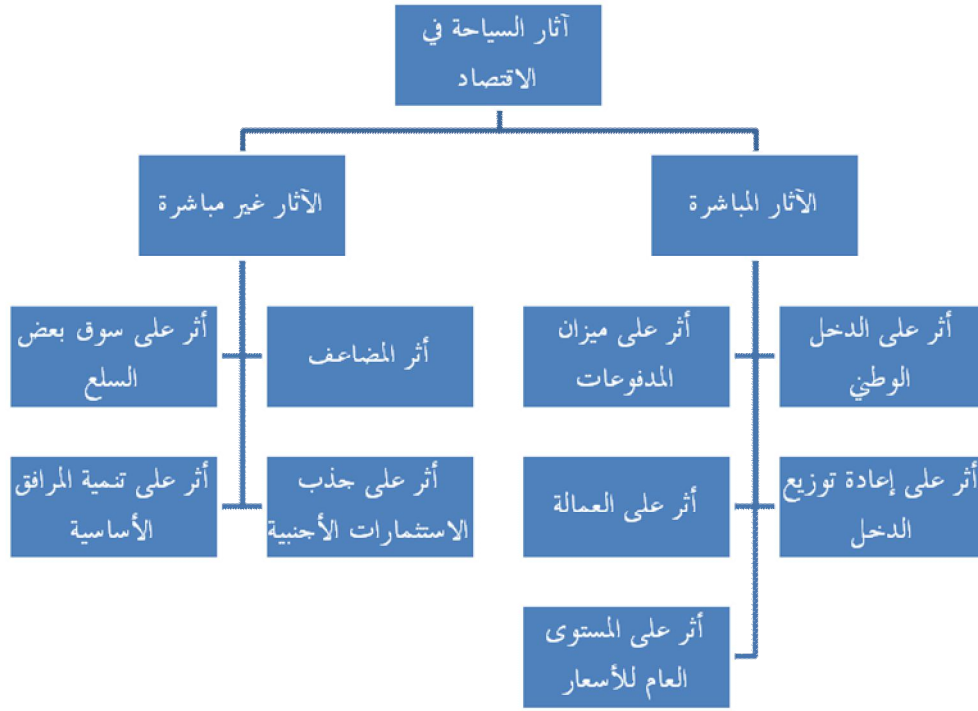
1. تقدير التغير المتوقع نتيجة سياسة أو مقترح عدد السياح القادمين إلى المنطقة محل الدراسة ونوعيتهم مثل (جنسية، دوافع، طريقة النقل، مكان الإقامة،... الخ)
2. تقدير متوسط إنفاق السياح على القطاعات السياحية المختلفة، وعادة ما يتم توزيع أنماط الإنفاق على القطاعات الفرعية التالية: الفنادق والشقق، المطاعم، الوقود والمواصلات، بائعوا التجزئة، التسوق، الترفيه والاستجمام، مناطق الجذب... الخ.
3. تقدير أو اختيار المضاعف أو المضاعفات القطاعية لتحديد الآثار الثانوية لإنفاق السياح على المبيعات (الناتج) والدخول والوظائف، وهناك أكثر من مضاعف لكل قطاع اقتصادي، كما يجب حساب المضاعف بشكل دقيق من خلال استخدام نماذج التوازن. للسياحة العديد من الآثار المهمة في الاقتصاد الوطني منها آثار مباشرة، وأخرى غير مباشرة. ويمكن أن نستعرض أهمها من خلال الشكل رقم (1- 6)

¹⁰⁹ الهيئة العليا للسياحة، الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة " حالة المملكة العربية السعودية"، ورقة عمل مقدمة لندوة الأثر

الاقتصادي للسياحة مع تطبيقات على المملكة ب أبا (19-2001/06/21) السعودية ص 09

¹¹⁰ زيان بروجعة علي ، اثر تحرير تجارة الخدمات على السياحة العربية مرجع سبق ذكره ص 102

الشكل رقم (1-6): الآثار المباشرة و غير المباشرة للسياحة في الاقتصاد



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

• أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007 ص 102-103

والآثار الأولية والثانوية والنهائية للإنفاق السياحي هي عندما يقوم السائح بالإنفاق الأولي المباشر على السكن والأكل والترفيه والجولات السياحية وغيرها، فإن ذلك يؤدي إلى جولة أخرى أكبر من الإنفاق الثانوي غير المباشر عبر مضاعفات السياحة، ويتمثل في: الأجور والرواتب والمكافآت والعمولات وغيرها وهذا بدوره يؤدي إلى جولة ثالثة نهائية أكبر عبر مضاعفات السياحة يستفيد منها المهنيون ورجال الأعمال وأصحاب المحلات الصغيرة، وأصحاب المهن المختلفة، والموظفين في القطاعين العام والخاص، والحرفيين، ونطاقاً واسعاً من الأنشطة الاقتصادية.¹¹¹

أما بالنسبة لتحليل التكلفة - العائد: يركز هذا النمط من التحليل على كفاءة المشاريع السياحية من وجهة نظر المجتمع، وبالتالي فهو يهتم بقياس المنافع الخاصة والاجتماعية (مثل القيمة التعليمية للسياحة) والتكاليف الخاصة والاجتماعية (مثل تأثير السياحة على البيئة)¹¹².

المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية الكلية للسياحة

سوف نقوم بدراسة اثر السياحة على المتغيرات الاقتصادية الكلية، والتي تعبر عن وضعية الاقتصاد الوطني، ونظراً لتشعب الاقتصاد الكلي، سوف نقتصر على دراسة البعض منها مثل الناتج المحلي الإجمالي والعمالة، وميزان المدفوعات و الاستثمار السياحي.

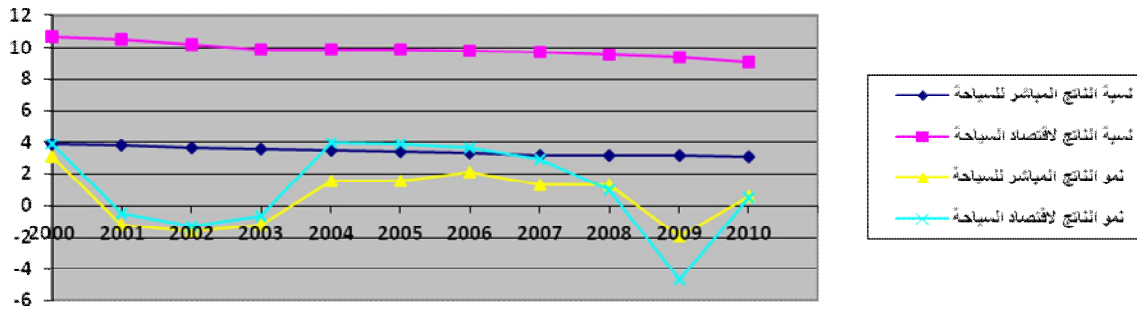
¹¹¹ الهيئة العليا للسياحة، الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة " حالة المملكة العربية السعودية"، مرجع سبق ذكره، ص 07

¹¹² أحمد قايد نور الدين الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة: حالة الجزائر مرجع سبق ذكره ص 8

أولاً: أثر السياحة على الناتج المحلي الإجمالي

يمكن تعريف الإنفاق السياحي بأنه التقويم الإقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة إلى السائحين بمعنى أن كل إنفاق من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها، كالإنفاق على الخدمة الفندقية والتي تشمل الإيواء، الإطعام، وعلى مختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفندق، كما يمثل هذا الإنفاق يمثل إنتقال الأموال من السائحين إلى أصحاب المؤسسات الفندقية¹¹³. ومن خلال الشكل رقم (7-1) نحاول تتبع نسبة ومعدل نمو مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي.¹¹⁴

الشكل رقم (7-1) : نسبة ومعدل نمو مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي خلال الفترة (2010-2000)



المصدر: زيان بروحة علي مرجع سبق ذكره ص 104

نلاحظ أن نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي هي في حدود 10% ومستقرة نسبياً طوال الفترة (2010-2000)، وتم تسجيل أعلى نسبة سنة 2000 بـ 10.7%، بينما في سنة 2009 بلغت 9.4% وما قيمته 5.433 تريليون. أما بخصوص نسبة المساهمة المباشرة لصناعة السياحة في الناتج العالمي خلال نفس الفترة، فهي أيضاً مستقرة نسبياً وتتراوح في حدود 3.5% بينما بلغت أعلى نسبة سنة 2000 بـ 3.9%، وفي سنة 2009 سجلت نسبة 3.2% وما قيمته 1.877 تريليون دولار¹¹⁵.

معدل نمو مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي¹¹⁶:

الملاحظ من المنحنيين المشكلين لمعدل النمو الحقيقي لمساهمة السياحة بشكل مباشر أو بشكل كلي في الاقتصاد، أن كلاهما مرا بنفس المراحل تقريباً، حيث يمكن أن نقسم هذه المراحل إلى ثلاثة هي¹¹⁷:

¹¹³ خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية (حالة الجزائر) مرجع سبق ذكره، ص 77

¹¹⁴ يتم حساب الناتج المحلي الإجمالي بعدة طرق، من بينها طريق الإنفاق والتي يتم فيها تجميع الإنفاق الكلي على السلع والخدمات النهائية سواء تم تداولها بالداخل في شكل استهلاك أو استثمار في الخارج في شكل تصدير رغم عدم تداولها في الداخل، كما يتم خصم قيمة الواردات لأنها أنتجت في الخارج ولا تمثل ناتج محلي أو دخل لأشخاص بالداخل.

¹¹⁵ زيان بروحة علي اثر تحرير تجارة الخدمات على السياحة العربية مرجع سبق ذكره ص 104

¹¹⁶ معدل النمو الممثل في الشكل رقم (7-1) هو معدل النمو الحقيقي، حيث تم الأخذ بسنة 2000 سنة الأساس

¹¹⁷ زيان بروحة اثر تحرير تجارة الخدمات على السياحة العربية مرجع سبق ذكره ص 105

- المرحلة الأولى هي من (2001-2003)، ونلاحظ في هذه المرحلة انخفاض محسوس في حجم مساهمة السياحة في الاقتصاد سواء كان مباشر أو بشكل إجمالي، حيث سجلت معدلات نمو سلبية وهي (-0.5%) في 2001 و (-1.3%) في 2002 و (-0.6%) في 2003 فيما يخص إجمالي مساهمة السياحة في الاقتصاد، أما فيما يخص المساهمة المباشرة فهي (-1.2%) في 2001 و (-1.3%) في 2002 و (-0.6%) في 2003. وترجع هذه المعدلات السلبية إلى سببين، أولهما أحداث 11 سبتمبر 2001 بالولايات المتحدة الأمريكية وانعكاساتها على الاستقرار السياسي والاقتصادي (الحرب على العراق وأفغانستان) على المستوى العالمي، مما أدى إلى تقلص في نسبة السياحة الدولية الوافدة وانحصارها على السياحة المحلية والسياحة البينية، وظهر تأثير هذه الأزمة بشكل واضح على معدلات النمو في شمال أمريكا والأقاليم الأوربية التي سجلت معدلات سلبية في هذه الفترة، أما القارة الإفريقية فهي لم تتأثر بشكل كبير بهذه الأزمة. أما السبب الثاني فهو ظهور وباء السارس SARS في المناطق الآسيوية والذي أدى بتخوف السياح من هذا الوباء وإحجامهم عن السفر إلى هذه المناطق، وهذا انعكس سلبا على اقتصادها السياحي.

المرحلة الثانية هي من (2004-2008) والملاحظ في هذه المرحلة انتعاش في حجم مساهمة السياحة في الاقتصاد سواء بشكل مباشر أو بشكل إجمالي، إلا أن هذا الانتعاش كان بنسب متزايدة في إجمالي المساهمة في الاقتصاد أكبر من ماهي عليه في المساهمة المباشرة للسياحة، حيث سجلنا ارتفاع محسوس في بداية المرحلة والذي وصل إلى 4% في 2004 بالنسبة للمساهمة الإجمالية وهي أعلى معدل خلال هذه المرحلة، بينما في المساهمة المباشرة سجل أعلى معدل في سنة 2006 ب 2.1%، وبعدها استقرت نسبيا معدلات نمو في باقي سنوات هذه المرحلة.

المرحلة الثالثة و هي من (2009-2010)، وشهدت هذه المرحلة انخفاض في معدلات النمو لم يسبق أن سجلتها في العشر سنوات الماضية، حيث وصل معدل النمو الحقيقي لإجمالي مساهمة السياحة في الاقتصاد إلى (-4.7%) في 2009، و (-1.9%) بالنسبة للمساهمة المباشرة في نفس السنة، إلا أن الانخفاض في الأول (إجمالي المساهمة) كان أكبر من الثاني. ويرجع هذا الانخفاض إلى سببين، الأول وهو الأزمة المالية العالمية التي ضربت سوق العقار في الولايات المتحدة الأمريكية مما انعكس على استقرار الاقتصاد الأمريكي والاقتصاديات الموالية له، حيث في سنة 2009 انخفض معدل النمو لشمال أمريكا بالنسبة لإجمالي مساهمة السياحة والمساهمة المباشرة إلى (-7.7%) و (-4.8%) على الترتيب. أما السبب الثاني وهو راجع إلى وباء إيفلونزا الخنازير (A(H1N1)) ودرجة الخطورة التي أعلنت عليها المنظمة العالمية للسياحة من هذا الوباء، مما أدى إلى تخوف كبير من هذا الوباء الذي ضرب المكسيك و البلدان المجاورة لها ثم انتقل إلى باقي دول العالم بشكل سريع ونتج عليه العديد من الوفيات. أما عن سنة 2010 نلاحظ انتعاش طفيف في معدلات النمو، حيث سجلت معدلات إيجابية والمقدرة ب 0.5% بالنسبة لإجمالي المساهمة و 0.6% بالنسبة للمساهمة المباشرة للسياحة في الاقتصاد.

ثانياً: أثر السياحة على ميزان المدفوعات

بالقاعدة العامة في ميزان المدفوعات السياحي أنه يميل لصالح الدولة المستقبلية للسياح وإذا كان غير ذلك فإن التنمية السياحية غير مجدية وتشكل عبئاً على الإقتصاد الوطني وعلى هذا الأساس عملت دول الشمال على وضع الأسس والضوابط للتحكم في هذا الجانب باعتباره المحور الأساس والتحدي الكبير الذي واجه تلك الدول بعد الحرب العالمي الثانية¹¹⁸. تساهم السياحة كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، الإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من السائحين، وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى¹¹⁹.

كما يعرف ميزان المدفوعات على أنه سجل منتظم، تقيد فيه كافة المعاملات الاقتصادية التي تجري بين الأشخاص المقيمين على الأقاليم دول أخرى خلال فترة زمنية عادة ما تكون سنة، و ينقسم ميزان المدفوعات إلى قسمين، جانب مدين والآخر دائن، فالأول يتضمن كافة العمليات التي تقوم الدولة بدفعها إلى الخارج، و الجانب الثاني فيتضمن العمليات التي تحصل فيها الدولة على حقوق من العالم الخارجي¹²⁰

وتقيد التجارة غير المنظورة للسياحة في الميزان التجاري تحت قيد "السياحة أو السفر"، وتتضمن النفقات التي ينفقها السائحون الأجانب في بلد ما، وفي هذه الحالة تعتبر تصديراً لخدمات هذا البلد، وبالتالي تدخل في جانب المتحصلات لميزان هذا البلد كافة الإيرادات التي تحصل عليها الدولة من عملات أجنبية، ويقابل ذلك في جانب المدفوعات ما ينفقه السائحون الوطنيون أثناء إقامتهم في الخارج على سلع وخدمات مقابل دفع نقود وطنية والتي يستبدلوها بنقود أجنبية¹²¹. ويعرف أيضاً الميزان السياحي على أن كل دولة لها حركة مزدوجة للسواح، في نفس الوقت تستورد وتصدر السائحين، ويظهر الميزان السياحي في الجدول التالي¹²²:

¹¹⁸ احمد محمد الشمسي، التدريب السياحي و الفندقية بين واقع التنمية و متطلباتها الهيئة العامة للتدريب المهني و التقني

www.yemen-nic.info/files/turism/studies/train.pdf page consultée le 15/08/2011

¹¹⁹ ليازيد وهيبه مداخلة بعنوان السياحة بالجزائر: امكانيات ضخمة و معوقات عديدة الملتقى الدولي حول الإقتصاد السياحي و التنمية

المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010 ص 05

¹²⁰ محمد عز الدين التطور السياحي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة الجزائر

2003/2002، الجزائر ص 23

¹²¹ رانيا محمود عبد العزيز عمارة، تحرير التجارة الدولية وفقاً لاتفاقية الجات (GATS) في مجال الخدمات الفكر الجامعي، الإسكندرية-مصر،

2008 ص 360

¹²² R.Dristine. *le tourisme*. publication universitaire d'études européennes Genève 1985 p107

الجدول رقم (1 - 1):الميزان السياحي

القيمة	جانب المدین	القيمة	جانب الدائن
	<ul style="list-style-type: none"> ♦ مصروفات المواطنين بالخارج ♦ البضائع المستوردة ♦ النقل(نصيب الشركات الأجنبية من سفر المواطنين للخارج ♦ تحويلات العاملين الأجانب المقيمين في الداخل ♦ المصروفات على الدعاية السياحية الوطنية و الإعلانات السياحية بالخارج 		<ul style="list-style-type: none"> ♦ الإيرادات السياحية ♦ الصادرات (السلع و المعدات السياحية) ♦ النقل(نصيب الشركة الوطنية للطيران و الملاحة من النقل الدولي للسياحة) ♦ العائدات من الاستثمارات السياحية بالخارج ♦ التحويلات من العاملين الوطنيين بقطاع السياحة بالخارج ♦ المصروفات على الدعاية السياحية في الداخل
/		/	المجموع

المصدر: هدير عبد القادر ،واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها ،رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير جامعة الجزائر ،الجزائر 2006/2005 ،جامعة الجزائر ،الجزائر ص ص 46-47

و يتضمن ميزان السياحي النفقات و الإيرادات السياحية، و التي هي بدورها عنصرا من عناصر ميزان المدفوعات تحت اسم السياحة أو في المجموع الجزئي لميزان السلع و الخدمات و في كثير من الدول التي تولى أهمية كبيرة لقطاع السياحة يعد ميزان المدفوعات فرعي و يمثل الميزان السياحي الذي يبين رصيده الصافي مدى تأثير السياحة فيه، و يمكن أن يكون هذا الرصيد إما موجبا و يوحى بوجود فائض في الميزان السياحي كتونس و ايطاليا و إما سالبا، و يوحى بوجود عجز في المجال السياحي. تقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة من خلال تأثيرها على ميزان المدفوعات داخل الدولة من خلال حوصلة الإيرادات السياحية و الإنفاق السياحي الناجمة عن النشاط السياحي الدولي¹²³. و يؤثر الدخل السياحي على ميزان المدفوعات أو الميزان التجاري تأثيرا مباشرا ،و يتجدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي و نسبتها إلى القيمة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية أم ايجابية ،و حتى يساهم النشاط السياحي بالأثر الايجابي على ميزان المدفوعات يجب تفادي الضغوط التي يمارسها النشاط السياحي على ميزان المدفوعات من خلال زيادة الطلب على السلع المادية و الخدمية المستوردة في الحالات التالية¹²⁴:

➤ أثناء بناء البنية التحتية للخدمات التحتية اللازمة للنشاط السياحي.

¹²³ عامر عيساني الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر اطروحة دكتوراه علوم تسيير جامعة الحاج لخضر باتنة،الجزائر

2009-2010 ص ص 33-34

¹²⁴ دلال عبد الهادي ، اقتصاديات صناعة السياحة ، الفتح للطباعة و النشر الإسكندرية مصر ، 2006 ، ص 65 .

- عند التشغيل المباشر للوحدات السياحية.
- عند بناء أو تشغيل الوحدات الانتاجية المغذية للوحدات السياحية
- عند إنفاق السائح الاجنبي في البلد المصدر للخدمة السياحية على شراء سلع مستوردة.
- عندما يزيد المواطنون من إنفاقهم على السلع المستوردة.

ثالثا: أثر السياحة على التشغيل

يلعب عنصر العمل دورا هاما في العملية الإنتاجية، بل هو يعتبر أهم عنصر من عناصر الإنتاج على الإطلاق، و من هنا فان قوة العمل في المجتمع تمثل ركيزة أساسية في خطة التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الدول¹²⁵. فالقطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي، وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهز بمستلزمات الإنتاج. فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من أغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية، فهي توظف أكثر من أربع مرات بالنسبة لصناعة السيارات وعشرة مرات قطاع البناء، فمثلا فإن السياحة في فرنسا توظف (800000) منصب عمل مباشر عدا النقل موزعين على مختلف الأنشطة السياحية¹²⁶.

و إن الأثر الرئيسي الذي تخلفه السياحة في خلق فرص عمالة، لهذا أكد GREENWOOD (1976) على أن "النتيجة الأساسية للسياحة على السكان، خلال الخمس و عشرين سنة الأخيرة، يمكن تلخيصها في كلمة واحدة: الوظائف"¹²⁷، بحيث تعد السياحة واحدة من أكبر القطاعات توليدا لوظائف عديدة و متنوعة، من واقع أنها صناعة كثيفة العمالة، فهي لكونها نشاطا يعتمد على الخدمة الإنسانية إلى حد كبير¹²⁸، لهذا انتهى المؤتمرون في ري يودي جانيرو عام 1992 "إلى أن السياحة تعتبر من الإمكانيات المتاحة أمام الدول النامية لجذب رؤوس الأموال التي تساهم بجدية في خلق الوظائف"¹²⁹. كما أن وفرة فرص العمل تقلل من الهجرة لمناطق أخرى أو إلى خارج البلد للبحث عن عمل¹³⁰، فقد ساعد نمو رحلات الأعمال من 2000-2007 على خلق أكثر من 40 مليون فرصة عمل، أما في سنة 2011 فقد ساهمت السياحة في قطاع التوظيف بالعالم

¹²⁵ نبيل الروبي اقتصاديات السياحة مجموعة الدراسات السياحية (2) مؤسسة الثقافة الجامعية الاسكندرية دون سنة نشر ص 169

¹²⁶ علاوي عبد الفتاح، بن قطاف احمد ترقية الخدمات السياحية كشرط للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر الملتقى الوطني الاول

حول: السياحة في الجزائر المركز الجامعي البويرة الجزائر 11-12 ماي 2010

¹²⁷ Emanuel de KADT; **TOURISME: passeport pour le developpement?: regards sur les effets culturels et sociayx du tourisme dans les pays en developpement; economica ;1997 p.34**

¹²⁸ عبد الباسط وفا التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجية و التحديات العالمية المعاصرة دار النهضة العربية 2005 ص 46

¹²⁹ عبد الباسط وفا التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجية و التحديات العالمية المعاصرة مرجع سبق ذكره ص 47

¹³⁰ رعد مجيد العاني الاستثمار و التسويق السياحي دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع الطبعة الأولى 2008 ص 61

ب 99 مليون وظيفة أي مانسبته 3.4 % من إجمالي التوظيف¹³¹ ، و بإعتبار أن السياحة قطاع متعدد ومتشعب النشاطات والفروع ، ولها علاقات عديدة مع القطاعات الإقتصادية والإجتماعية والثقافية الأخرى ،فهي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في خلق العديد من مناصب العمل بالمنطقة التي تنشأ فيها المرافق أو المركبات السياحية و التي سنوضح بعضها في الجدول التالي:

الجدول رقم (1- 2) : طرق التوظيف للسياحة

طرق الغير مباشرة للتوظيف	طرق المباشرة للتوظيف
وهو يحمل مناصب العمل الناتجة من النشاطات والقطاعات التي لها علاقة مع القطاع السياحي:	وهو يحمل مناصب العمل المحدثه من طرف الوحدات السياحية نفسها مثل:
♦ البناء	♦ الايواء
♦ التأثيث	♦ النقل السياحي
♦ الزراعة	♦ الدعاية
♦ تجارة المواد الغذائية	♦ الارشاد السياحي
♦ الرعاية الصحية	♦ حماية السياح
♦ صناعة السلع الغذائية	♦ صيانة الخدمات الفندقية
♦ خدمات التأمين	♦ بنود الترفيه
♦ المصارف	♦ خدمات المطاعم و المقاهي المتضمنة ببرنامج السياحة
♦ محلات بيع المصنوعات التقليدية اليدوية	♦ نقاط البيوع للمقتنيات السياحية
♦ محلات بيع الهدايا	♦ مكاتب السياحة

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على المرجع :

- عبد الباسط وفا التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجية و التحديات العالمية المعاصرة دار النهضة العربية 2005 ص 51-52-53
- زيد سلمان عبوي السياحة في الوطن العربي دراسة لأهم المواقع السياحية العربية دار الراية للنشر و التوزيع الطبعة الاولى 2008 ص 45
- STEPHEN WILLIAMS :TOURISM GEOGRAPHY A NEW SYNTHESIS ;SECOND EDITION. Routeldge united states 2009 ,p03

ومن جهة اخرى فان القطاع السياحي يحتوي على مجموعتين من العمل مصنفة حسب المدة :

- العمل الدائم : تكون مدته طوال السنة.

- العمل الموسمي : ويحتوي على :

- عمل يخص موسما واحد من (4 الى 6 اشهر) أما في فصل الشتاء أو في فصل الصيف حسب المنطقة .

- عمل يخص فترة قصيرة (من 15 يوما الى 30 يوما).

¹³¹ http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Research/Business_Travel_Research page consultée le 10-06-2011

إذ يعتبر قطاع الإيواء وخاصة الفنادق من أهم الاداة المنشئة لمناصب الشغل المباشرة ، تقدر المنظمة العالمية للسياحة أن ما يقارب 75 % من مجموع مناصب الشغل تخص هذا القطاع أي قطاع الإيواء. إن إستحداث مناصب الشغل المنحزة عن السياحة ، تتغير بصفة ملححة حسب البلدان المعنية

- لا توجد مقاييس عالمية في هذا المجال وكثيرا من الدراسات قد أعطيت نتائج مختلفة ومضادة حسب عدة عوامل اساسية نسبيا منها:

- نوع الإيواء.

- صنف الايواء (الايواء الرفيع ، الذي يستلزم أكثر يـد عاملة) .

- كيفية الإستغلال .

- شهرة مكان الإيواء.

- في اليونان : معدل مناصب الشغل لكل سرير يصل إلى 0.3 منصب لكل سرير بالفنادق و 0.5 للمخيمات.

- في تونس : المقياس الوطني يبلغ 0.4 منصب لكل سرير أي منصب واحد (01) مباشر لصالح 2.5 سرير سياحي فندقي.

- في الجزائر: المقاييس المستهدفة لا تتعد عن المقاييس الدولية المقبولة وفي هذا الميدان والتي قيمت كما يلي:

- المؤسسات غير المصنفة وذات نجمة واحدة : 0.2 منصب دائم لكل سرير.

- المؤسسات ذات نجمتين : 0.3 مناصب دائمة لكل سرير.

- المؤسسات ذات ثلاث (3) نجوم : 0.4 منصب دائم لكل سرير.

- المؤسسات ذات اربعة (4) نجوم : 0.5 منصب دائم لكل سرير.

- المؤسسات الفندقية ذات الدرجة الرفيعة (5): 0.7 منصب دائم لكل سرير.

لقد حسب المعامل المضاعف لمناصب العمل من بعض الدول إستنادا الى مناصب الشغل المحدثة بصفة مباشرة بالرغم ان النتائج الملحوظة بهذه المعدلات تتعد الواحدة عن الأخرى الا ان سجل في جل الحالات أن المعامل يتراوح ما بين 1.2 و 1.5 منصب غير مباشر¹³² .

رابعا: أثر السياحة على توزيع الدخل ، على مستوى العام للاسعار و على الموازنة العامة

1- أثر على توزيع الدخل: تؤدي السياحة إلى تنمية المناطق الأقل حظا في التنمية ، إذ تتجه التنمية السياحية غالبا إلى المناطق التي تتوفر لها مزايا طبيعية و مناخية أقرب إلى الطبيعة منها إلى العمران المدني كالشواطئ و مناطق الجبال و البحيرات و التي كثيرا ما تكون محرومة من العمران الذي غالبا ما يصاحب التقدم الصناعي. و امتداد السياحة إلى هذه المناطق البعيدة يعيد التوازن إليها نتيجة الإستثمارات التي تصاحب الدخول في

المشروعات السياحية، و بالتالي من دخول المنشآت و الأفراد في تلك المناطق بحيث يستفيد من ذلك العاملون بها، و تنخفض حده الهجرة من المناطق الريفية إلى المناطق و المدن الكبيرة¹³³.

2- اثر السياحة على المستوى العام للأسعار: يؤدي رواج صناعة السياحة في منطقة معينة إلى تزايد معدلات الإنفاق السياحي فيها مما ينتج عنه في النهاية ارتفاع متباين المستوى في أسعار السلع و الخدمات المتاحة في المنطقة، فالمنتجات و السلع المعروضة في أسواق المنطقة السياحية تميل أسعارها إلى الإرتفاع مع تزايد إقبال السياح عليها و خاصة أن تجار التجزئة يسعون إلى تحقيق هامش ربح كبير أثناء فترات الذروة التي تتخلل الموسم السياحي لتعويض انخفاض حصيلة المبيعات خلال باقي أشهر السنة، و يعاني من مثل هذه الأسعار المرتفعة السكان المحليين للمنطقة السياحية، و تنطبق نفس الحقيقة على سيارات الأجرة و وسائل النقل التقليدية و إيجار المساكن و المحلات و خاصة ذات الموقع المتميز و كذلك بالنسبة للأسعار الأراضي الخاصة بإقامة المشاريع السياح¹³⁴.

3- اثر السياحة على الموازنة العامة: يوفر قطاع السياحة مصدرا مهما للتمويل للحكومات يتمثل في عائدات الضرائب على الأنشطة¹³⁵ و تكون قدرة السياحة على زيادة موارد الخزينة العامة للدولة من خلال أن الخزنة العامة للدولة السياحية تستفيد من الموارد يزيد حصيلتها من الضرائب المختلفة مثل¹³⁶:

أ. الضرائب على المواد الغذائية

ب. ضرائب الأرباح التجارية و الصناعية و المشروعات السياحية عموما

ج. ضرائب الدخل التي تزايد حصيلتها بتزايد دخول و أرباح المشتغلين بكافة الأعمال المتصلة بصناعة السياحة

د. رسوم التراخيص. بمزاولة المهن و الأعمال المتصلة بصناعة السياحة

هـ. رسوم تقديم خدمات الكهرباء و المياه و الاتصالات و البريد

و. رسوم الملاحة البحرية (رسوم السفن السياحية) في الموانئ

المطلب الثالث: الآثار الاقتصادية الجزئية للسياحة

إن لتنمية صناعة السياحة آثار إيجابية على مستوى القطاعات الاقتصادية الجزئية ذات العلاقة بالسياحة. و تلخص هذه الآثار فيما يلي:

¹³³ أحمد فوزي ملوخية مدخل الى علم السياحة مرجع سبق ذكره ص 109-110

¹³⁴ خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية (حالة الجزائر)، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2004 ص 77

¹³⁵ الهيفة العليا للسياحة، الأهمية و الأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة " حالة المملكة العربية السعودية"، مرجع سبق ذكره، ص 04

¹³⁶ احمد محمود مقابلة صناعة السياحة مرجع سبق ذكره ص 70

أولاً: الأثر المضاعف للسياحة و أثر على الاستثمار الأجنبي

1- أثر المضاعف للسياحة: تلعب السياحة دوراً هاماً في تنشيط اقتصاديات دول كثيرة حيث تمثل مصدراً رئيسياً للدخل الوطني نتيجة إنفاق السواح و الذي يكون على أشكال متعددة منها الإقامة، النقل، الطعام، المشتريات، الخدمات... الخ، سواء كان إنفاقاً من مواطني الدولة أو من الزائرين الأجانب، و ما يكون إنفاقاً من مستخدمين أو مستهلكي الخدمات السياحية يكون هو بذاته دخلاً لمنتجي هذه الخدمات، و كلما زاد الاستهلاك السياحي نتيجة زيادة عدد السائحين و الليالي السياحية كلما زاد الإنفاق السياحي¹³⁷. بالإضافة إلى المضاعف للدخل الذي يولده هذا الإنفاق و الناشئ عن دوران الإيرادات السياحية في دورات اقتصادية متنوعة و تخلف رواجاً و انتعاشاً في مختلف المجالات¹³⁸، أي أن الدخل المتولد عن إنفاق السائح يتضاعف في الإقتصاد حسب مجرى التداول أو الدورات التي يمر بها، و لذا سمي بمضاعف الإنفاق أو مكرر الإنفاق، و يعني ذلك أن زيادة الدخل التي تنتج عن الإنفاق السياحي لا تستفيد منها المنشآت السياحية وحدها و إنما تستفيد منها أيضاً قطاعات عديدة في الإقتصاد الوطني¹³⁹. و يمكن القول أن الفكرة الأساسية للأثر المضاعف للسياحة هي أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة يدور في حركة الإقتصاد الوطني دورات متعددة بحسب قوة هذا الإقتصاد، و يكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي، حيث يؤدي الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي و كذا الإنفاق الاستهلاكي من جانب السائحين في مقابل الحصول على الخدمات السياحية المختلفة إلى تنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى، و تفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة و تضخم المرتبات و المكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة للسياحة، تستخدم العملات التي تحصل عليها الدولة في استيراد بضائع و خدمات مما يؤدي إلى دورات جديدة من الشراء و الإنفاق داخل الدولة. و المضاعفات السياحية تحاول قياس العلاقة بين الإنفاق السياحي المباشر في الإقتصاد و الأثر الثاني لذلك الإنفاق ضمنه، و هو يتأثر بحجم الإقتصاد و احتوائه لمستلزمات تشغيل السياحة، و ميول السياح لشراء بضائع أو خدمات و ميول المواطنين للتوفير أكثر من الإنفاق و الإستثمار¹⁴⁰.

2. أثر السياحة على جذب الاستثمارات الأجنبية: على اعتبار أن السياحة صناعة مركبة تضم العديد من النشاطات الاقتصادية التي تساهم في تنشيط السياحة بطريقة مباشرة و غير مباشرة، فإن القطاع السياحي يعتبر النواة الأساسية لجلب و تنمية الاستثمارات، و ذلك بتوفيره مجالات متعددة للاستثمار كمراكز الاستشفاء، المراكز الرياضية، المطاعم و كالات السفر، و وسائل النقل، و كل المجالات التي تتطلب استثمارات، إضافة إلى

¹³⁷ احمد فوزي ملوخية مدخل الى علم السياحة مرجع سبق ذكره ص 111

¹³⁸ هدى سيد لطيف السياحة النظرية و التطبيق الشركة العربية للنشر و التوزيع مصر 1994 ص 79

¹³⁹ زيد منير عبوي، الإقتصاد السياحي، دار الراية للنشر و التوزيع الطبعة الأولى 2008 ص 26-27

¹⁴⁰ حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم اقتصادية تخصص نقود و مالية و بنوك، جامعة سعد دحلب

الاستثمارات في المشاريع الكبرى كتهيئة المناطق السياحية وتطويرها¹⁴¹. يؤدي الاستثمار دوراً مهماً في تحقيق معدل نمو اقتصادي مستمر وعالٍ في الاقتصاد الوطني وذلك في حال توفر الموارد المالية إلى جانب العوامل الأخرى كالموارد الطبيعية القوية العاملة الماهرة والظروف السياسية والاجتماعية الملائمة. إن إيجاد بيئة استثمارية قادرة على توفير المناخ الاقتصادي المناسب لتوطين الاستثمار المحلي وجذب الاستثمار الخارجي واتخاذ سياسة استثمارية مواتية من الممكن أن يؤدي إلى تأمين فرص العمل لتشغيل الأعداد المتزايدة من الشباب ولاسيما أن الزيادة السكانية المتوقعة خلال السنوات القادمة قد تؤدي إلى تفاقم معدلات البطالة¹⁴². و من المسلم به في نظرية الاقتصاد أن كل استثمار جديد يولد إنفاق جديد فينشئ دخلاً جديداً. كما يوجد نوع آخر من الإنفاق ليس من جانب السائحين وإنما من قبل المستثمرين و الدولة كالإنفاق على إنشاء المشروعات السياحية مثل الفنادق و قرى الإجازات و المنتجعات الشاطئية و مدن الألعاب الترفيهية... الخ، و الإنفاق على المشروعات البنية الأساسية و مرافق الخدمات العامة، و هذا الإنفاق يؤدي إلى تنشيط الحركة الاقتصادية إذ يمثل انتقال أموال من الدولة¹⁴³ و أصحاب المشروعات السياحية (المستثمرين) كالدخول للأفراد والمقاولين و غيرهم. كما تجتمع العديد من الدوافع والأسباب للاستثمار في المجال السياحي على المستوى المحلي ومن بين هذه الأهداف التي تقف وراء الأخذ بالاستثمار السياحي المحلي، زيادة الدخل وتنويع المصادر وتقليل عجز ميزان المدفوعات¹⁴⁴. إلا أنه أصبحت الاستثمارات الأجنبية المباشرة في الآونة الأخيرة تتركز في قطاع الخدمات نظراً لما يتميز به هذا القطاع عن غيره من القطاعات الأخرى. فأنشئت استثمارات أجنبية في مختلف المجالات أمثال البنوك وشركات التأمين، والشركات الاستشارية، الفنادق والمطاعم والسياحة... الخ¹⁴⁵. وتؤدي تنمية قطاع السياحة إلى زيادة الاستثمارات في البنى التحتية المتمثلة في: المطارات، والطرق، والموانئ، وأنظمة المجاري، ومعامل تنقية المياه، والمتاحف، والمراكز الطبيعية، وغيرها. وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة مستويات الرفاه الاقتصادي للمقيمين والسياح على حد سواء¹⁴⁶.

¹⁴¹ عبد القادر بودي، أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر "السياحية بالجنوب الغربي"، أطروحة دكتوراه في علوم

التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006 ص55

¹⁴² خزامي عبد العزيز الجندي، الاستثمار في الجمهورية العربية السورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية - المجلد 26 - العدد

الثاني - 2010 ص 609

¹⁴³ أحمد محمود مقابلة مرجع سبق ذكره ص 69

¹⁴⁴ حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مرجع سبق ذكره ص 58

¹⁴⁵ محمد عبد العزيز عبد الله عبد، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الإسلامية في ضوء الاقتصاد الإسلامي، دار النفائس للنشر و التوزيع

عمان-الأردن، 2005، ص108-109

¹⁴⁶ الهبة العليا للسياحة، الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة "حالة المملكة العربية السعودية مرجع سبق ذكره ص04

خلاصة الفصل:

تعتبر السياحة ظاهرة إنسانية و اجتماعية معروفة منذ القدم, و هي عبارة عن تغير المكان تغيرا مؤقتا و تلقائيا , كما تمثل انتقال الأفراد خارج محيطهم المعتاد لغرض معين, و لفترة زمنية معينة تزيد عن أربعة و عشرون ساعة و تقل عن إثنا عشر شهرا. كما تعتبر أحداث الحرب العالمية الثانية و الثورة الصناعية من أهم العوامل التي أدت الى بروز صناعة السياحة و تطورها في النصف الثاني من القرن العشرين, كما يعتبر السائح أساس قيام النشاط السياحي و اتساع مجالاته , الأمر الذي أسهم في تنوع أنماط السياحة تبعا لتعدد ميولات و رغبات السائحين, و أيضا بحسب المستويات الاقتصادية و التكنولوجية التي وصلت إليها الدول و المناطق السياحية.

تكتسب السياحة أهمية متزايدة نظرا لدورها الهام و البارز الذي تلعبه في نمو اقتصاديات معظم دول العالم, كونها تؤمن بموارد مالية إضافية للسكان و تعمل على تحسين ميزان المدفوعات , فهي تتمثل في الصادرات الهامة غير المنظورة و عنصرا أساسيا من عناصر النشاط الاقتصادي, و ترتبط بالتنمية ارتباطا كبيرا , و تعمل على حل بعض المشكلات الاقتصادية التي تواجهها تلك الدول و منها على سبيل المثال مشكلة البطالة و التخفيف من حدة نسبة تفاقمها و ذلك بقدرتها على خلق فرص عمل جديدة, علاوة على دورها في تطوير المناطق و المدن التي تتمتع بإمكانات سياحية من خلال توفير مرافق البنية الأساسية و التسهيلات اللازمة لخدمة السائحين و المواطنين على السواء

يمكننا القول أن توفر المقومات و الموارد السياحية بمختلف أنواعها لا يكفي لأن نقول عن دولة ما أنها أصبحت مركزا للجذب السياحي, إن لم تكن هناك استراتيجيات من أجل تنمية شاملة في هذا القطاع , و الذي يعتبر مصدرا هاما للعملة الأجنبية فضلا عن مساهمة هذا القطاع في الدخل الوطني و خلق فرص العمل و زيادة الإيرادات للدولة و التي ستتطرق إليها في الفصل الثاني .

الفصل الثاني

جغرافيا سياحة في الجزائر، مصر و المغرب

تمهيد:

تركز الجغرافيا السياحية على الحركة السياحية ومدى تأثير السياحة على المجتمعات المحلية و بيئات المواقع السياحية , و ما ينتج عنها من تأثيرات في المجالات البيئية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية، فقمنا في هذا الفصل بدراسة الحركة السياحية في الدول مصر و المغرب و الجزائر كدراسة حالة ، باعتبار السياحة قاطرة للنمو والتنمية والتشغيل قدمنا المقومات الجغرافية الطبيعية و المادية و وضحنا آثار السياحة على البيئة الاقتصادية و بالتالي الاجتماعية لكل دولة ، بحيث تتباين الآثار المترتبة على أداء قطاع السياحة بين الايجابية و السلبية من بلد لآخر تبعاً للأهمية و المكانة التي يحظى بها هذا القطاع في اقتصاديات هذه البلدان، و أيضا حسب تباين الأنشطة و المقومات و الأنماط السياحية فيها ، بالإضافة إلى تكريس انفتاح الدول العربية على العالم من خلال السياحة و التبادل الثقافي.

و لهذا تم تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: مقومات الجغرافيا السياحية و آثارها الاقتصادية في الجزائر

المبحث الثاني: مقومات الجغرافيا السياحية و آثارها الاقتصادية في المغرب

المبحث الثالث: مقومات الجغرافيا السياحية و آثارها الاقتصادية في مصر

المبحث الأول: مقومات الجغرافيا السياحية و آثارها الاقتصادية في الجزائر

على الرغم من أن معظم دول العالم تعتمد في بناء اقتصادياتها أساسا على الزراعة والصناعة إلا انه إلى جانب هذين القطاعين تأتي السياحة في المرتبة الثالثة كونها تصنف ضمن قطاع الخدمات ، وهي لا تقل أهمية نظرا للدور الذي تلعبه في التنمية. و سيتم تناول كل من جغرافية الجزائر الطبيعية و الحضارية و البشرية و آثار السياحة على الاقتصاد الجزائري.

المطلب الأول: جغرافية الجزائر الطبيعية و الحضارية

تعتبر الجزائر من الدول المغاربية التي تتوفر على إمكانات سياحية متنوعة لها مكانتها في الساحة الإقليمية و الدولية , سيما لدى الهيئات المتخصصة مثل اليونسكو¹⁴⁷ و التي صنفت سبعة مواقع للجذب السياحي¹⁴⁸ و هي¹⁴⁹ تيمقاد, تيبازة¹⁵⁰, الجميلة (سطيف), طاسيلي ناجر (ولاية ورقلة و تمنراست), قلعة بني حماد , بني مزاب و القصبة, مما يؤهلها بهذا القطاع إذا ما توفرت الجدية الكافية لتطويره و

¹⁴⁷ المواقع المدرجة على قائمة التراث العالمي لليونسكو :تضم قائمة التراث العالمي مواقع تقوم لجنة التراث العالمي في اليونسكو بترشيحها ليتم إدراجها ضمن برنامج مواقع التراث الدولية الذي تديره اليونسكو . هذه المعالم قد تكون طبيعية، الغابات وسلاسل الجبال، وقد تكون من صنع الإنسان، المباني والمدن. انطلق هذا البرنامج عن طريق اتفاقية حماية التراث العالمي الثقافي والطبيعي والذي تم تبنيه خلال المؤتمر العام لليونسكو والذي عقد في 16 نوفمبر . 1972 . وقد صادق على الاتفاقية 185 دولة منذ توقيعها وحتى نوفمبر 2007 يهدف البرنامج إلى تصنيف وتسمية والحفاظ على المواقع ذات الأهمية الخاصة للجنس البشري، سواء آنت ثقافية أو طبيعية .ومن خلال هذه الاتفاقية، تحصل المواقع المدرجة في هذا البرنامج على مساعدات مالية تحت شروط معينة http://www.aleqtisadi.net/pdf/altawn_arapic.pdf . 2011-05-10

¹⁴⁸ الجميلة: يوجد شمال شرق مدينة سطيف و على مقربة من جبال فرجيوة , و سجل تراثا عالميا عام 1982

طاسيلي: يعتبر كثر حضاري و انساني و جيولوجي, له قيمته التاريخية و الاثرية ضمن التراث الوطني و العالمي ,حيث تم تسجيله عالميا من طرف منظمة اليونسكو للتراث العالمي سنة 1982

قلعة بني حماد : يوجد هذا الموقع بمدينة بجاية , و سجل تراثا عالميا عام 1980

بني مزاب: تم تسجيله تراثا عالميا سنة 1982

حي القصبة بالجزائر: تم تسجيل هذا الموقع تراثا عالميا سنة 1992

تيبازة: وفيها اماكن للخدمات السياحية المتطورة من فنادق فخمة وقرى سياحية ومطاعم فاخرة، ومن اماكن الجذب السياحي في منطقة العاصمة مدينة "شرشال" السياحية.

¹⁴⁹ المواقع المصنفة من طرف اليونسكو <http://www.ont-dz.org/> site consultée le 08/05/2011

¹⁵⁰ السياحة في بلد المليون و نصف المليون شهيد <http://www.h2f2.com/vb/t56987.html> site consultée le 08/05/2011

ذلك بإنشاء المرافق الضرورية للجذب السياح. لكن رغم كل الإمكانيات نجد الجزائر بالمقارنة مع البلدان المتقدمة أو بعض البلدان العربية (مصر تونس و المغرب..) لا تزال تواجه الكثير من الصعوبات التي حالت دون وصول قطاع السياحة إلى المستوى المطلوب. تمتلك الجزائر سمة التنوع و كبر المساحة واختلاف معالمها ومناخها و مقومات سياحية مختلفة طبيعية و حضارية و تتمثل في:

أولاً: المقومات الطبيعية:

تتوفر الجزائر على قدرات سياحية هامة و متنوعة على الصعيد الجغرافي , بحيث تعتبر الدولة الأولى الإفريقية من حيث المساحة ب 2,381,741 كلم² و ذلك بعد تقسيم السودان و كما تتربع على أربع أنواع من التضاريس متباينة من ناحية الامتداد و التي تتابع من الشمال الى الجنوب :

في الشمال، تتوفر على مقومات متنوعة تتمثل في الشريط الساحلي يتميز بمناخ متوسطي معتدل، تتخلله رؤوسا و خلجانا.و.الذي يمتد طوله على مسافة 1622 كلم من السواحل الرملية، من أهم شواطئ: وهران، الجزائر، عنابة، جيجل، سكيكدة و القالة وغيرهم¹⁵¹.

و على امتداد الساحل المتوسط، تمتد السهول التل الجزائرية ذات عرض متباين (من 80 إلى 190 كلم) تحتوي على معظم الأراضي الزراعية، مثل سهول متيجة، وهران و عنابة، و يأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على عدة سلاسل جبلية (الأطلس التلي المكون من جبال تلمسان و جبال الونشريس و التيتيري و جبال جرجرة، جبال البابور و جبال الدوغ. و تعتبر قمة لالة خديجة اعلى قمة بهذه السلسلة بحوالي 2308 م كما تحتوي مناطقنا الجبلية على ثروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة و التي تستطيع الجزائر استغلالها في تطوير السياحة الجبلية و ما ينطوي عن هذا النمط السياحي من المتعة و الترفيه مثل التزلج على الثلج في منطقة تيكجدة (ولاية البويرة) و تلاغيف (ولاية تيزي وزو) و الشريعة (ولاية البليدة).¹⁵²

بالإضافة إلى الحمامات المعدنية التي تتواجد في شمال البلاد خاصة والتي شيدت بالقرب منها مراكز صحية ومراكز استحمام و ترفيه مثل مركز العلاج بمياه البحر بسيدي فرج و حمام قرقور وغيرها من الحمامات¹⁵³. أما بالنسبة للنباتات فنجد في المرتفعات الساحلية غابات الصنوبر البحري و الصنوبر الحلبي، و شجر البلوط و الفلين و كلما تسلقنا المرتفعات و جدنا غابات الزان و البلوط الأخضر في مرتفعات الهضاب

¹⁵¹ عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة -دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس و المغرب- مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية

جامعة باتنة، الجزائر، 2005 ص 30

¹⁵² حميد قرومي، عبد الرزاق حميدي مداخلة بعنوان السياحة في الجزائر: واقع و آفاق التطوير الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و

دورها في التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010

¹⁵³ مرداوي كمال مداخلة بعنوان استراتيجيات التسويق السياحي و اشكالية التنمية في الجزائر مرجع سبق ذكره

العليا و في المرتفعات التي تزيد عن 1300 م , نجد غابات كثيفة من الأرز أما الحلفاء فهي ملكة النباتات في المناطق السهبية(400م) حيث تنبت تلقائيا , تصحر السهوب عندما تقل الأمطار عن 200 مم¹⁵⁴ .

الأطلس الصحراوي و مرتفعات الأوراس التي تنتهي أعلى قمة بها في جبل شيلية بجوالي 2328م, إذ تحيط بدورها منطقة شاسعة مرتفعة تعرف بالهضاب العليا تحتوي على أراضي شبه قاحلة و بحيرات مالحة (الشطوط) تجمع المياه السطحية (النقطة الدنيا: شط ملغيغ ، -40 متر).

جنوب الأطلس الصحراوي, تمتد الصحراء الجزائرية إذ تمثل لوحدها أكثر من 80 % من المساحة الكلية للجزائر¹⁵⁵, تتوسطها تضاريس مسننة رائعة و قمة تاهات 3003م, وهي أعلى قمة في البلاد¹⁵⁶ .

و تحتوي على عدد كبير من الواحات المتناثرة عبر الصحراء, تتميز بغابات النخيل و تربة خصبة و كثبان رملية و هضاب صخرية و سهول حجرية تتخللها منطقتين رملية (العرق الغربي الكبير و العرق الشرقي الكبير) والتي تمثلان مساحات شاسعة من الهضاب الرملية, و من هذه المناطق بسكرة, غرداية, ادرار, وادي سوف, عين صالح, ورقلة, تفرت, جانت و تمنراست . تعتبر صحراء الجزائر منتوجا سياحيا ثريا متنوعا يجب حمايته و استغلاله للنهوض بالسياحة الصحراوية , لتصبح موردا لتحقيق إيرادات سياحية لخزينة الدولة اذا حظي بمزيد من الاهتمام في التوجهات الاقتصادية المستقبلية للجزائر.

ثانيا: المقومات الحضارية و التاريخية

تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك إرثا تاريخيا و حضاريا, و تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مرورا بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد, الذي يتميز بتنوع حضاراته و مواقعه الأثرية التي تعكس الإرث الثمين, إذ ورثت الجزائر عددا من المواقع النوميديّة و الرومانية و كذا مواقع و آثار مسيحية و إسلامية من الحضارات التي توالى عليها على مر العصور.

يعود تواجد الإنسان بالجزائر إلى حوالي 500.000 سنة كما تبينه البقايا المكتشفة في تسيغيف بالغرب الجزائري, في حين أرخت الرسوم الصخرية المتواجدة بالطاسيلي إلى 5.000 سنة قبل

¹⁵⁴ خالد كواش, مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر مجلة اقتصاديات شمال افريقيا العدد الاول جامعة الشلف ص 218

¹⁵⁵ الجزائر : معطيات جغرافية

<http://www.el-mouradia.dz/arabe/algerie/Histoire/algeriear.htm> site consultée le 08/02/2011

¹⁵⁶ زايد مراد مداخلة بعنوان السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني , حالة الجزائر المتلقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية

المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010 ص 04

الميلاد و تتجلى عظمته من الحفريات التي كشفت عن بقايا الحيوانات و النباتات التي كانت تعيش بهذه المنطقة. وقد أطلقت على السكان الأصليين للجزائر عدة أسماء أشهرها "النوميديون"¹⁵⁷.

كما تتوفر الجزائر على العديد من المعالم التاريخية كحي القصبة الذي شيده العثمانيون في القرن السادس عشر، و الذي يطل على جزيرة صغيرة كانت موقعا تجاريا للقرطاجيين خلال القرن الرابع قبل الميلاد، بني مزاب بغرداية يعود تاريخ بنائه الى القرن العاشر ميلادي، و هي عبارة عن قرى محصنة ذات هندسة بسيطة متناسبة مع طبيعة البيئة في هذه المنطقة. إضافة الى موقع تيمقاد الذي كان يعرف باسم تاموقادو و الذي يعود تاريخ بناء هذه المنطقة الى اكثر من 1000 سنة ميلادية. كما تعتبر قلعة بني حماد من المواقع الاثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر، فهي تتوفر على آثار رومانية كالأسوار و القبور القديمة، و على آثار إسلامية، و آثار الدولة الحمادية و دولة الموحدين خلال فترة تواجدهم بهذه المنطقة. و يوجد بولاية سطيف موقع الجميلة الذي كان يعرف قديما باسم كويكل و هي تسمية ذات اصل نوميدي لمدينة رومانية. و إضافة الى المعالم و المواقع التاريخية نجد دار عزيزة و هي عبارة عن قصر بني في العهد العثماني لاستقبال ضيوف القصر. و ثمة مسجد كتشاوة الذي تم بنائه في عهد الباي لارباي التركي بالجزائر العاصمة منذ اكثر من اربعة قرون مضت. و اخيرا و ليس آخرا الجامع الكبير الذي يعتبر اكبر مساجد العاصمة تم بنائه من طرف المرابطين في نهاية القرن الحادي عشر. كما يشمل التراث الحضاري و الثقافي للجزائر رصيदा هاما من المتاحف منها:

المتحف الوطني بسيرتا بقسنطينة و هو من اقدم المتاحف سنة 1852، متحف بارادو الوطني يوجد بالجزائر العاصمة، المتحف الوطني بزبانة يوجد بمدينة وهران، المتحف الوطني للمجاهد بالجزائر العاصمة، المتحف الوطني للفنون الجميلة، المتحف الوطني للفنون الشعبية يوجد بالقصبة، متحف تيمقاد باتنة، متحف هيون بمدينة عنابة . إلى جانب هذا التراث الحضاري و الثقافي الذي تتوفر عليه الجزائر فإنها تمتلك تراثا تقليديا تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ و يعد بمثابة تعبيرات صادقة عن أنماط معيشة الجزائريين الذين عملوا على الحفاظ عليه و تعزيز بقائه و تداوله بين الأجيال و تطويره، فمن بين الصناعات التقليدية نجد صناعة الفخار و صناعة الحلبي الفضية و الذهبية و صناعة الزرابي و صناعة النحاس وغيرها من الصناعات التقليدية.¹⁵⁸

من الناحية الثقافية سكان الجزائر يمثلون نفس المزيج الثقافي و الاجتماعي لسكان المغرب و تونس، كما ان سكان الجزائر تأثروا بحضارات حوض المتوسط. العرب و الفرنسيون هم أكثر من ترك بصمات واضحة على سكان الجزائر، العرب من خلال الدين الإسلامي و اللغة العربية، أما فرنسا فمن خلال العلاقات الثقافية و اللغة

¹⁵⁷ محطات تاريخية للجزائر <http://www.el-mouradia.dz/arabe/algerie/Histoire/algeriear.htm>

¹⁵⁸ مرداوي كمال استراتيجيات التسويق السياحي و اشكالية التنمية في الجزائر مرجع سبق ذكره

الفرنسية التي جعلت من الجزائر بلدا فرانكفونيا بامتياز، مع العلم أن اللغة الفرنسية هي لغة الاتصال الأكثر انتشارا في الجزائر خاصة في علم الاقتصاد.¹⁵⁹

ان هذا الرصيد من الإمكانيات الطبيعية و التاريخية و الحضارية للجزائر لا يستهان به، مما يجب المحافظة عليه و استغلاله و تثمينه، للنهوض و تطوير الأنماط السياحية المرتبطة بهذا المنتج السياحي، و جعله قادرا على المنافسة في السوق السياحية العربية و الإفريقية، لرفع حصتها من السياحة الدولية.

المطلب الثاني: جغرافية الجزائر المادية

لا تقتصر الإمكانيات الطبيعية، الحضارية و التاريخية منها فحسب ، بل يجب أن تدعم بالإمكانيات أخرى مادية، لتسهيل استفادة السائحين. و تتمثل في توفير طاقة فندقية باختلاف تصنيف و حداتها، إضافة الى البنية التحتية و التي تساهم في تدعيم قطاعات مثل قطاع السياحة و ما يترتب على ذلك من استقطاب المزيد من السياح، و إطالة مدة إقامتهم بالبلد السياحي المضيف . بحيث تعتمد صناعة السياحة على عامل رئيسي هو جذب السائحين، و أصبح هذا العامل فنا و علما بكافة مرافق الخدمات في الدولة الواحدة.

اولا: الطاقة الفندقية

تمثل الطاقة الفندقية القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية و كل مؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة السياحية المضيضة. و تعد الطاقة الفندقية أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم هذا القطاع في بلد معين.

عند الاستقلال مباشرة ورثت الجزائر طاقات إيواء تقدر ب: 5922 سرير¹⁶⁰ موزعة حسب جغرافية المنطقة فقد مثلت نسبة طاقات الإيواء في منطقة الحضرية ب 40%، في المنطقة الصحراوية 08% و في المنطقة الشاطئية تمثلت في 50% و هو ما يعكس توجهات المستعمر في تنمية السياحة الشاطئية و الحضرية على حساب الأنواع الأخرى تبعا لطبيعة و نوعية الزبائن المقصودة¹⁶¹؛ على الرغم من وجود الهياكل السياحية التي خلفها المستعمر إلا أن هذه الهياكل كانت متدهورة وهذا ما لم يسمح باستغلالها ، كما أن الوضع آنذاك لم يشجع الدولة على اعتبار السياحة كقاعدة اقتصادية للتنمية بل كانت الانشغالات متعلقة فقط بالتعريف بالموارد السياحية و تثمينها حتى سنة 1966 التي تعتبر سنة بداية الاهتمام الحقيقي بالقطاع السياحي في الجزائر إذ بعد ذلك اعتمدت الجزائر على مخططات التنمية الوطنية التي من خلالها يتم تحديد البرامج التي يجب تنفيذها حيث انه:

<http://www.ambalgdamas.com/dz/algimages/pdf/Investirar.pdf>

¹⁵⁹ دليل استثمار في الجزائر 2006 ص 11

¹⁶⁰ Belkacem Heddar *Rôle socio économique du tourisme en algerie* (edition ENAP-ENAL- OPU.Alger1998). P48

¹⁶¹ كواش خالد، مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر مرجع سبق ذكره ص 213

- ♦ تقرر خلال المخطط الثلاثي 1967-1969 إنجاز 13081 سرير مخصص للسياحة الشاطئية و الصحراوية والحمامات المعدنية والحضرية ، وذلك بهدف تطوير المنشآت القاعدية الخاصة بالاستقبال.
- ♦ يعتبر المخطط الرباعي الأول 1970-1973 المرحلة الثانية لتنفيذ برنامج التنمية السياحية برفع طاقات الإيواء لتحقيق ما بين 70000-90000 سرير في نهاية العشرية وبرمجة 35000 سرير خلال هذا المخطط بالإضافة إلى استكمال ما تبقى من المشاريع التي لم تنجز في المخطط السابق، وذلك بهدف تلبية متطلبات السياحة الداخلية و الدولية.
- ♦ خلال المخطط الرباعي الثاني 1974-1977 عملت الدولة على متابعة عمليات التهيئة السياحية غير المنجزة خلال الفترات السابقة بالإضافة إلى برمجة مشاريع جديدة متمثلة في محاولة الوصول إلى 25000 سرير ،وقد تميزت هذه المرحلة بتشجيع وتنظيم المبادرات الفردية.
- ♦ تضمن المخطط الخماسي الأول 1980 - 1984 توسيع الفنادق في المناطق الجغرافية الحضرية والصحراوية وتوسيع الحمامات المعدنية بالإضافة إلى تهيئة مناطق التوسع السياحي من طرف الجماعات المحلية والقطاع الخاص.
- ♦ خلال المخطط الخماسي الثاني 1985 - 1989 أعطيت الأهمية لتطوير الحمامات المعدنية و المراكز السياحية ومتابعة سياسات التهيئة السياحية بالإضافة إلى الاعتماد على لامركزية الاستثمارات وتنويع المتعاملين (جماعات محلية قطاع خاص ومؤسسات عمومية أخرى).
- ♦ ابتداء من سنة 1990 انصب الاهتمام في تطوير الإطار القانوني الضروري لزيادة الاستثمارات الخاصة لكن تدهور الوضع الأمني حال دون ذلك كما اثر سلبا على النشاط السياحي إذ انخفض توافد السياح إلى الجزائر، لكن تحسن الأوضاع الأمنية أدى إلى تحسين النشاط السياحي من ذلك تم وضع إستراتيجية تنموية تهدف إلى بعث السياحة كبديل مولد لمناصب الشغل والثروات بالنسبة للبلاد وخاصة في السنوات الأخيرة¹⁶² كما اعتبر عقد التسعينات مرحلة التحول السياسي و الاقتصادي الذي شهدته الجزائر و الذي شمل كل المجالات أهمها التخلي عن النهج الاشتراكي و دخول البلاد اقتصاد السوق تماشيا مع التحولات السياسية و الاقتصادية التي يشهدها العالم .و ما يميز هذه الفترة هو تقلص دور القطاع العام في النشاط الاقتصادي،و تخلي الدولة عن احتكار التجارة الخارجية ،و فسخ المجال للقطاع الخاص الوطني و الأجنبي للاستثمار بشكل واسع في كل القطاعات بما فيها القطاع السياحي¹⁶³ .وفي الفترة الممتدة من سنة 1990 الى 2008 كان تطور الطاقة الفندقية في الجزائر بمعيار الأسرة كما يوضحه الجدول التالي:

¹⁶² مرداوي كمال كمال استراتيجيات التسويق السياحي و اشكالية التنمية في الجزائر مرجع سبق ذكره

¹⁶³ عشي صليحة الأداء و الأثر الاقتصادي و الاجتماعي في الجزائر و تونس و المغرب مرجع سبق ذكره ص 99

الجدول رقم (1-2): تطور عدد الأسرة في فنادق الجزائر

عدد السنوات الأسرة	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008
إجمالي عدد الأسرة	53812	62000	67087	83895	84869	85000	85876
معدل التغير (%)	-	15.21	8.20	25.05	1.16	0.15	1.03

المصدر:

♦ Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat, "Tourisme: Répartition des hôtels et établissements assimilés par catégorie d'établissement (1985-2004), (2004-2008)".

♦ Ministère de L' aménagement du territoire de L'environnement et tourisme Juin 2007

و ما يمكن ملاحظته من بيانات الجدول رقم (1-2) أن الإمكانيات البلاد من الهياكل الفندقية بمعيار الأسرة للفترة 1990-2008 شهدت نموا بطيئا، حيث تطور عدد الأسرة خلال هذه الفترة من 53812 سرير في سنة 1990 الى 85876 سرير في سنة 2008، أي بمعدل نمو متوسط سنوي ب 7.96% لهذه الفترة. و لا شك أن الأحداث التي مرت بها الجزائر و المتمثلة في عدم الاستقرار السياسي و تركيز سلطات البلد على معالجة الأزمات التي ضربت الجزائر في العمق كل ذلك له أثره الواضح في توقيف وتيرة التنمية في مختلف القطاعات و منها القطاع السياحي. إلا أن حصة الجزائر من سوق السياحة العالمية ضئيلة جدا بسبب العجز في هياكل الاستقبال سوى 81 ألف سرير منها 36 ألف تابعة للقطاع العام سنة 2010 ، و أن 90% من الحظيرة الفندقية في الجزائر لا تستجيب للمقاييس الدولية ، وفقا لدراسة أعدتها شبكة أروميد التي تشرف على ترقية الاستثمار بالمنطقة المتوسطة¹⁶⁴. ومن حيث توزيع الطاقة الإيوائية بحسب عدد الفنادق وفق تصنيفها في الجزائر يعطي الجدول التالي:

¹⁶⁴ برجم حنان، مداخلة بعنوان مستقبل التسويق الفندقي في الجزائر، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة جامعة

الجدول رقم (2-2): توزيع الفنادق حسب تصنيفها في الجزائر خلال الفترة 1990-2008

2008	2007	2006	2005	2001	2000	1995	1990	
13	13	13	13	11	11	8	5	5 نجوم
53	54	54	23	20	34	31	17	4 نجوم
142	145	145	76	67	110	91	87	3 نجوم
160	157	155	69	62	93	83	63	نجمتين
99	97	97	57	43	72	70	55	نجمة واحدة
467	466	464	238	203	320	283	227	الاجمالي
680	674	670	867	-	507	370	153	الغير المصنفة
1147	1140	1134	1105	-	827	653	380	الاجمالي العام للفنادق

المصدر: عشي صليحة، الأداء و الأثر الاقتصادي و الاجتماعي في الجزائر و تونس و المغرب مرجع سبق ذكره ص105

يتبين من خلال تتبع السلسلة الزمنية لتطور عدد الفنادق بأن نموها كان عاديا للفترة 1990-2008 و بنسبة أكبر للفنادق ذو فئة دون تصنيف و التي تمثل نسبة 60% من اجمالي العام للفنادق لعام 2008، و هي تتضمن المنتجعات و بيوت الشباب، و هذا يتناسب مع كون معظم السياح الزائرين للجزائر هم من المغتربين الجزائريين في أوروبا. مما يجب التأكيد على ضرورة توفير الشروط المعتمدة دوليا في مجال الفنادق، و تحسين مستوى الخدمات فيها، و توفير الظروف الصحية الأمنية للسياح داخل هذه المؤسسات. و قد صنفت الجزائر في الترتيب العام ضمن " تقرير تنافسية السياحة و السفر العالمي " لسنة 2009 في المرتبة 118 من أصل 137 دولة شملها التقرير فيما احتلت الجزائر المركز الأخير مغاربيا بعد كل من تونس، المغرب، وليبيا التي استطاعت تحسين مناخها السياحي خلال السنوات القليلة الماضية¹⁶⁵، في حين كان تصنيفها سنة 2008 في المرتبة 102 من مجموع 130، أي تراجع بقدر 13 رتبة. و صنفت الجزائر في مؤشر البنية التحتية للسياحة (غرف فندقية) في الدرجة 94، نظرا لضعف القدرة التنافسية لهاكلها الفندقية من حيث الأسعار، و جودة خدماته¹⁶⁶.

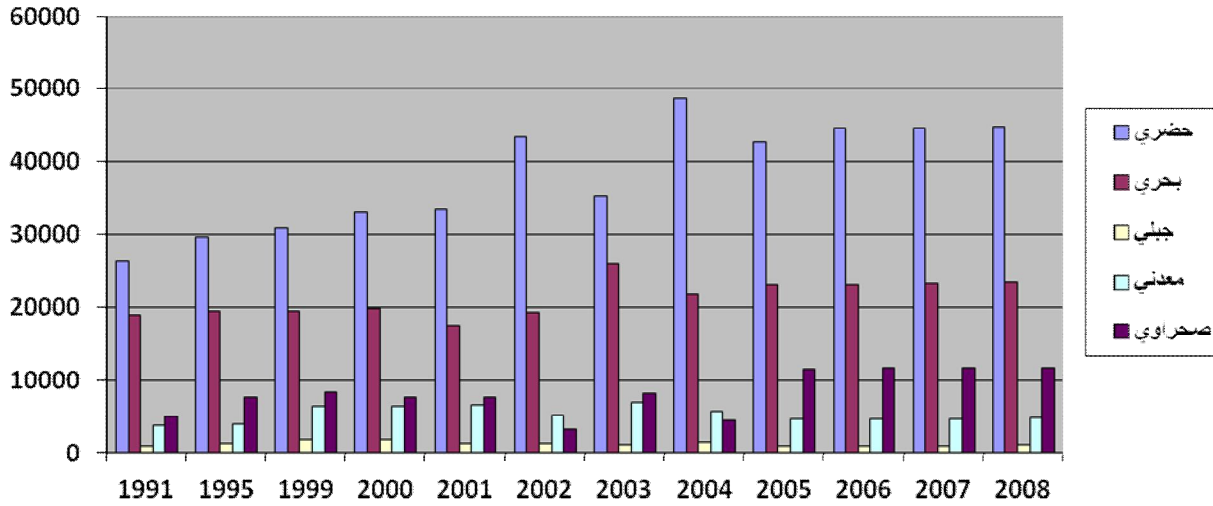
أما فيما يخص توزيع الطاقات حسب نوع المنتج السياحي حسب المنطقة الجغرافية، فإنها تتوزع حسب نوع المنتج السياحي أو حسب المنطقة الجغرافية على خمسة أنواع من المنتجات السياحية في الجزائر، و تتمثل أساسا في : المنتج الحضري، المنتج الشاطيء، المنتج الصحراوي، المنتج المعدني و المنتج المناخي. و الملاحظ من خلال الشكل التالي أنه تركزت طاقات الإيواء أساسا في نوعين من المنتجات السياحية (الحضرية و الشاطئية)

¹⁶⁵ <http://www.djazair.com/elhiwar/13129> site consultée le 15/08/2011

¹⁶⁶ عشي صليحة الأداء و الأثر الاقتصادي و الاجتماعي في الجزائر و تونس و المغرب مرجع سبق ذكره ص106

بمعدلات أكبر ثم يليها المنتج الصحراوي في المرتبة الثالثة بالرغم من أهمية هذا النوع من المنتج السياحي الذي تراهن عليه الدولة بالجزائرية و لكونه يشكل دعائم السياحة الجزائرية في المستقبل.

الشكل رقم (2-1): توزيع طاقات الإيواء حسب طبيعة الجغرافية (1991-2008)



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على الملحق رقم 02

نلاحظ من الشكل أن طاقات الإيواء حسب الطبيعة الجغرافية مسيطرة في الحضري بنسبة 52% ب 44700 سريراً في حين كانت 26286 سرير عام 1991 أي بنسبة 47.80% و تجدر الإشارة إلى أن القطاع المسيطر على هذا النوع من المنتج هو القطاع الخاص. و مثلت 1.30% في المنطقة الجبلية و لم تتعدى نسبة 6% في المناطق ذات المعادن الباطنية، و كما تمثل نسبة طاقات الإيواء في المنطقة الصحراوية 13.55% بالرغم من توفر الجزائر على إمكانيات هائلة في الصحراء يمكن استثمارها لتنمية هذا القطاع و الاستفادة من المناطق الشاسعة في الصحراء الجزائرية .

ثانياً: التدفقات السياحية إلى الجزائر

فقد أظهرت دراسات ان عدد السياح الوافدين¹⁶⁷ إلى الجزائر في تزايد والجدول التالي يبين ذلك:

¹⁶⁷ يقصد بعدد السياح الوافدين عدد القادمين الدوليين (أو غير المقيمية) الذين يفدون إلى النطاق الاقتصادي للبلد المعني. و تجدر الإشارة إلى أنه

عندما يزور شخص واحد نفس البلد عدة مرات في العام فإنه يدرج كل مرة ضمن عدد القادمين.

الجدول رقم (2-3) : عدد السياح الوافدين إلى الجزائر (1990-2009) و توقعات 2015

الوحدة: ألف سائح

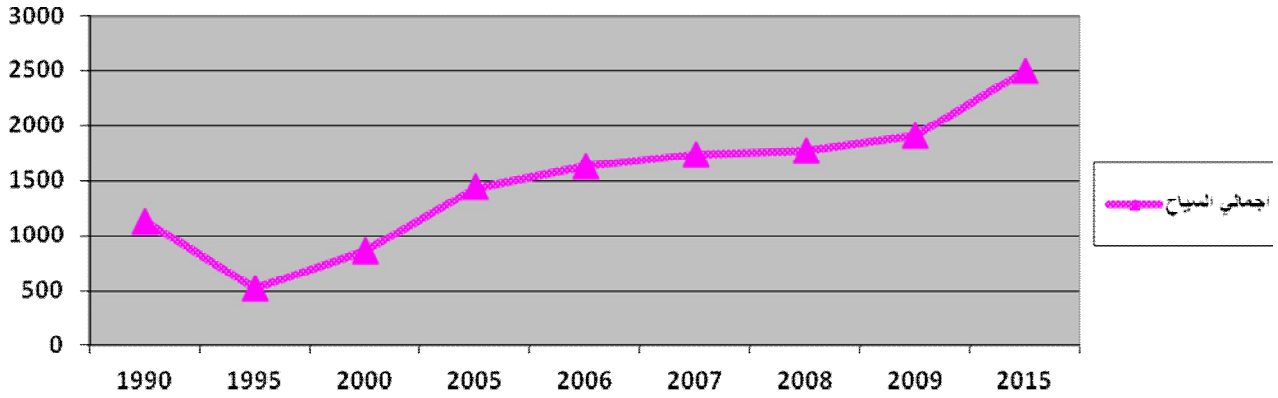
السنة	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2015
اجمالي السياح	1137	520	866	1443	1638	1741	1772	1912	2500
معدل التغير	-	54.26-	66.54	66.63	13.51	6.30	1.80	7.90	-

Source :Ministère de l'aménagement du territoire ,de l'environnement et du tourisme ,l'Algérie une vision ,des ambitions ,dossier de presse le monde à Paris 2008, site web

[http://www.orianis.fr/doc/dp-map2008.pdf\(30/05/2011\)](http://www.orianis.fr/doc/dp-map2008.pdf(30/05/2011))

- organisation mondiale du tourisme « fait saillants OMT du tourisme » edition 2011, p09

الشكل رقم (2-2): إجمالي السياح الوافدين إلى الجزائر



المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على بيانات الجدول رقم 2-3

بالرغم من أن الجزائر تتمتع بالعديد من المزايا المتنوعة في مجال السياحة ما بين الآثار التاريخية و الحضارية و الثقافية و غيرها نلاحظ مدى انخفاض عدد السياح القادمين إليها مقارنة بدول كمصر و المغرب ، كما يمكن من خلال تتبع السلسلة الزمنية لعدد السياح القادمين إلى الجزائر للفترة 1990-2009 التمييز بين مرحلتين: المرحلة الأولى من سنة 1990 إلى 2000 تميزت بتراجع واضح في عدد السياح الوافدين من 1137000 سائح في سنة 1990 إلى 520000 سائح سنة 1995، ثم إلى 866000 سائح سنة 2000، أي بمعدل نمو سالب قدر ب 23.83% لهذه الفترة. و السبب في هذا التراجع يُعود جزئيا إلى نقص في البنية التحتية السياحية، وكذلك الوضع الأمني كعوامل رادعة لتوافد السياح على الجزائر سيما منذ سنة 1992 (1.1195 مليون سائح) إلى غاية سنة 2000 (866000 سائح). و تبدأ المرحلة الثانية من 2001 إلى 2009 و التي اتسمت بتزايد طفيف في عدد السائحين الوافدين إلى الجزائر من 914000 سائح سنة 2001، 1772000 سائح سنة 2008¹⁶⁸ إلى 1912000 سائح سنة 2009، لكن بنسبة ضعيفة مقارنة بما حققته الدول المغربية

¹⁶⁸ Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat, "Tourisme: Les

فقد حققت المغرب 6500000 سائح عام¹⁶⁹ 2006 و 8341000 سائح عام 2009 و 9288000 عام 2010 و بالمقابل تونس قدر عدد السواح الوافدون الى 6000000 سائح بمقابل 1640000 و 6901000 سائح و 6902000 سائح عام 2010 بالمقابل 1912000 سائح وافد الى الجزائر. و سبب انخفاض النسبة يأتي من تركيز الجزائر على السياحة مع الدول الأوروبية، وضعف تنوع المنتج السياحي، إضافة لبعض المشاكل الأمنية. و لكن بعد الثورات الشعبية في مصر و تونس يرى وزير السياحة أن الأولوية يجب أن تُعطى "للسياحة الداخلية"، مما يعني استعادة على الأقل شريحة كبيرة من المسافرين الجزائريين الذين كانوا يقضون عطلة في تونس ومصر¹⁷⁰. ويتوقع ان يصل عدد السياح اليها 2500000 سائح سنة 2015، كما أنه من المتوقع توفير 187.000 سرير في سنة 2015 أي ما يعادل 55.000 في 2007 و 60.000 سنة 2015 بالإضافة إلى خلق 23.000 منصب شغل مباشر و غير مباشر. غير أن بلوغ هذا الهدف يتطلب وضع إستراتيجية تنمية مستدامة للسياحة في الجزائر بالإضافة إلى ضرورة وجود توجهات أكيدة نحو تبني أساليب تسيير حديثة تتماشى والتغيرات التي تحدث. من بين هذه الأساليب التسويق الذي يعتبر الأداة الفعالة التي تمكن من التفاعل مع البيئة المحيطة¹⁷¹، إن القدرات الاستيعابية للدول في مجال الجذب السياحي، و توفير الخدمات المختلفة للسائحين تقاس عادة بمؤشر نسبة عدد السياح إلى عدد السكان، إذ يلاحظ بأن هذه النسبة في بعض الدول السياحية تتجاوز 100% أي أن الدولة بإمكانها استقبال عدد من السائحين على مدار السنة أكثر من تعداد سكانها، مع قدرتها على توفير كافة الخدمات في هذا المجال ففي سنة 2008 بلغت هذه النسبة في النمسا 267.34% و في اسبانيا 141.5% و في فرنسا 123.8%¹⁷² و في البحرين 538.4%، الإمارات العربية المتحدة 143% و قطر 114.7%¹⁷³ و ما يمكن ملاحظة أن ما يجمع بين هذه الدول هو أنها دول ينخفض فيها عدد السكان بشكل كبير إلى جانب كونها دول ذات مستويات دخول مرتفعة وإنفاق كبير على البنية التحتية بالشكل الذي يمكنها من تقديم خدمات لعدد أكبر بكثير من تعداد سكانها.

Entrées aux frontières des touristes par nationalités pour les années 1990- 2008''
www.ons.dz/them_sta.htm

¹⁶⁹ Ahmed TESSA **l'économie touristique : un impératif de l'après pétrole colloque national** , le tourism en algerie , centre universitaire de bouira may 2010

¹⁷⁰ <http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/ar/features/awi/features/2011/05/29/feature-01>
page consultée le 10-10-2011

¹⁷¹ مرداوي كمال استراتيجيات التسويق السياحي و اشكالية التنمية في الجزائر مرجع سبق ذكره

¹⁷² عشي صليحة الأداء و الأثر الاقتصادي و الاجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس و المغرب مرجع سبق ذكره ص 130

¹⁷³ جامعة الدول العربية، النشرة الإحصائية في دول الوطن العربي، ص 214

المطلب الثالث: آثار السياحة على الاقتصاد الجزائري

تتناول في هذا المطلب مساهمة عائدات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ، كذلك مساهمة السياحة في التوظيف الإجمالي (المباشر و الغير مباشر) و الاستثمار السياحي.

أولا: إيرادات السياحة في الجزائر

تغذي السياحة كثير من الاقتصاديات بموارد حرة تقدر بالمليارات، تعزى إلى الأموال الضخمة التي ينفقها السائحون و الجهات الأجنبية المرتبطة بالنشاط السياحي، مقابل السلع و الخدمات التي تقدم لهم، سواء داخل البلد المضيف (الإقامة، الطعام، الخدمات السياحية... الخ) أو خارجه (رسوم التأشيرات و تذاكر الطيران على وسائل النقل الوطنية للبلد المضيف... الخ). ويعود الاهتمام بالسياحة إلى عامل أساسي وهو توفير إحدى الطرق السهلة والسريعة للحصول على النقد الأجنبي مقابل الخدمات التي تعرض للسياح الأجانب، إضافة إلى هذا تعمل السياحة أيضا على توفير النقد المحلي للخرينة العمومية لإنفاقها في مجالات ذات النفع العام، وتساهم في تطوير القطاعات الإنتاجية و الخدمية كالصناعة والنقل والمواصلات¹⁷⁴، و تتوقف قيمة الإيرادات على أعداد السياح و مدى قدراتهم المالية و نمط إنفاقهم و مدة تواجدهم، كما أنها تختلف من دولة إلى أخرى حسب الموسم السياحي و تنوع الأنشطة السياحية¹⁷⁵.

الجدول رقم (2-4): الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة 1990-2009

الوحدة: مليون دولار أمريكي

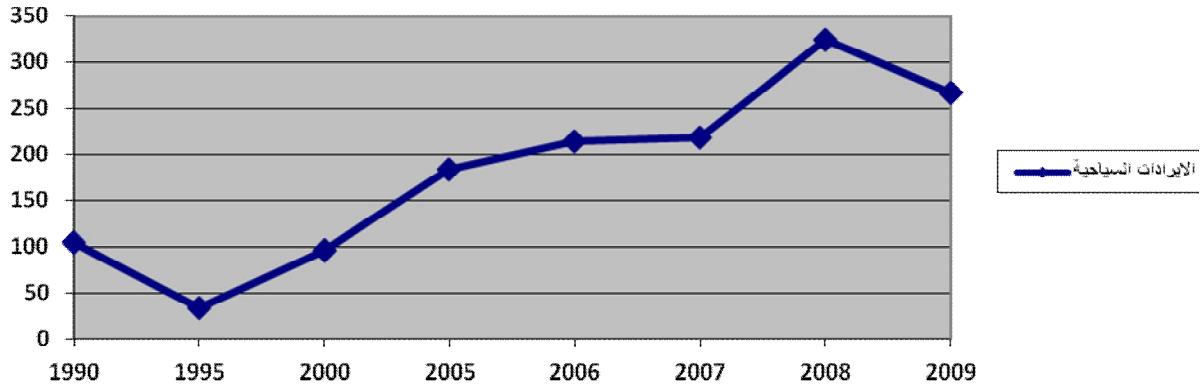
2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
267	324	219	215	184	96	33	105	الإيرادات السياحية
17.59-	47.94	1.71	16.82	80.68	209	68.57-	—	معدل التغير

Source : -World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights 2009 Edition, Madrid p09
-World tourism organisation « UNWTO tourism highlights » edition 2011, Madrid, , p09

¹⁷⁴ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية 1977 (الكويت)، ص. 216

¹⁷⁵ اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، الاستعراض السنوي للتطورات في مجال العولمة و التكامل الاقليمي في الدول العربية

الشكل رقم (2-3): الإيرادات السياحية في الجزائر



المصدر: من اعداد الطالبية باعتماد على الجدول رقم 2-4

أي تغير يطرأ على عدد السياح القادمين ينعكس على الإيرادات السياحية فهما في علاقة طردية مع بعضهما البعض، بحيث نلاحظ من خلال الشكل أن المداخيل بالعملة الصعبة في الجزائر انخفضت من 105 مليون دولار أمريكي سنة 1990 إلى 33 مليون دولار أمريكي سنة 1995 و بمعدل نمو سلبي قدر ب 68.57% وذلك بسبب اللا استقرار التي كانت تعاني منه الجزائر و الذي حال دون دخول السياح إلى الجزائر مما انعكس سلبا على الإيرادات السياحية، مقارنة بنظيرتها تونس فقد حققت 948 مليون دولار أمريكي سنة 1990 ليرتفع إلى 1530 سنة 1995، و مع بداية تحسن الظروف و استرجاع الأمن تدريجيا سرعان ما بدأت الإيرادات السياحية في التزايد بمعدل نمو ايجابي 217%، حيث ارتفعت من 96 مليون دولار أمريكي سنة 2000 إلى 324 مليون دولار أمريكي سنة 2008، غير أنه في سنة 2009 انخفضت الإيرادات بنسبة 17.59% لتسجل 267 مليون دولار، لان أغلبية السياح الوافدون إلى الجزائر من جنسيات أوروبية. ونتيجة لتداعيات الأزمة المالية العالمية التي أدت إلى انحصار السياحة الدولية، و انتشار وباء إنفلونزا الخنازير ودرجة الخطورة التي أعلنت عليها المنظمة العالمية للسياحة من هذا الوباء¹⁷⁶. كما تشير إحصائيات المجلس العالمي للسفر و السياحة إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل الى حدود 10% و بالنسبة للجزائر فان مساهمة القطاع السياحي في الناتج الإجمالي يتضح من خلال الجدول التالي:

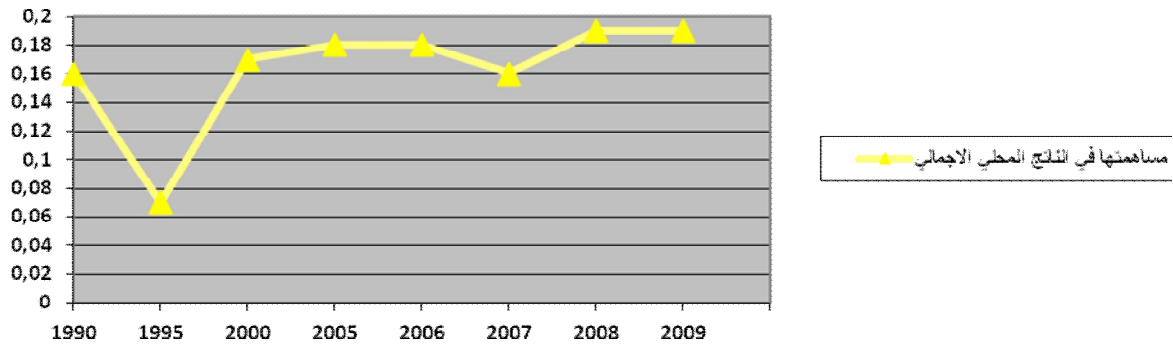
¹⁷⁶ Organisation mondiale du tourisme, Baromètre OMT du tourisme mondial, volume 7, N3, octobre 2009, p08

الجدول رقم (2-5): مساهمة عائدات القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر 1990-2009

2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
140.577	170.989	135.804	117.169	102.339	54.790	41.764	62.045	PIB (مليون دولار)
0.19	0.19	0.16	0.18	0.18	0.17	0.07	0.16	مساهمتها في PIB

Source : <http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?codeTheme=2&codeStat=NY.GDP.MKTP.CD&codePays=DZA&codeTheme2=2&codeStat2=NY.GDP.MKTP.CD&langue=fr> site consultée le 12/09/2011

الشكل رقم (2-6): مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي



المصدر: من اعداد الطلبة باعتماد على الجدول رقم 2-5

يتضح من خلال الشكل أن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (1990-2009) تراوحت بين 0.16% و 0.19% وهي نسبة مساهمة ضئيلة جدا مقارنة بالمتوسط العالمي 10%، كما نلاحظ تذبذبا في معدل المساهمة حيث سجلت سنة 1995 نسبة 0.07% و ذلك نتيجة تأثير الاستقرار السياسي والتدمير الذاتي الذي تعرضت له البلاد، على كل القطاعات بما فيها قطاع السياحة و تقلص الإيرادات السياحية، و كذلك سجلت سنة 2007 اقل نسبة مساهمة و هذا راجع الى ارتفاع حصة المحروقات مما أدى إلى تراجع في حصة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، بحيث انتقل الى أكثر من 46% خلال السنوات الأخيرة بسبب ارتفاع أسعار النفط. ان ضعف و محدودية مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي كان نتيجة حتمية للسياسة المنتهجة من قبل الدولة الجزائرية اتجاه القطاع حيث لم تول الأهمية اللازمة لتفعيله و جعله يؤدي الدور المنوط به في التنمية الاقتصادية، و اقتصر اعتماد الدولة الكلي على قطاع المحروقات¹⁷⁷.

¹⁷⁷ عيساني عامر الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر مرجع سبق ذكره ص 246

ثانيا: مؤشرات التوظيف

إن القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي، وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزه بمستلزمات الإنتاج¹⁷⁸، كما تمثل فرص العمل الجديدة التي تتيحها المشروعات الإنمائية و منها القطاع السياحي¹⁷⁹، أحد الأهداف الإنمائية في الخطط الإنمائية، بحيث يمثل قطاع السياحة مصدرا رئيسا للتوظيف و العمالة حيث تشير الدراسات إلى أن الفرص الوظيفية في قطاع السياحة تنمو بما يقارب الضعف بالقطاعات الأخرى، و تمثل حوالي 8% من نسبة التوظيف على المستوى العالمي، أي أن كل 12 وظيفة عمل منها وظيفة واحدة ضمن قطاع السياحة وأن بناء غرفة فندقية جديدة توفر ثلاث فرص عمل مباشرة و غير مباشرة، و من هذا المنطلق فإن التنمية السياحية تعد ضرورة و مخرجا لمعالجة أزمة البطالة بالجزائر سواءا تعلق الأمر بالعمالة المباشرة المرتبطة بالمؤسسات السياحية أو بالعمالة غير مباشرة الموزعة على القطاعات الاقتصادية المغذية للنشاط السياحي، و يبين الجدول التالي مساهمة القطاع السياحي في التوظيف المباشر و الإجمالي في القطاعات المختلفة

الجدول رقم (2-6): مساهمة السياحة في التوظيف المباشر و الإجمالي في الجزائر (1990-2010)

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
175.6	181.3	172.5	171	173.7	154.1	136.8	97.3	63	التوظيف المباشر في السياحة (000*)
498.3	517.9	503.4	510.3	509.3	491.3	414.4	269.8	208.8	التوظيف في الاقتصاد السياحي (000)

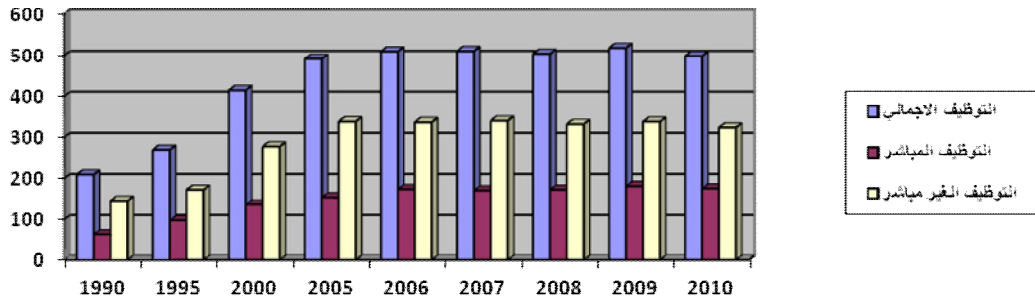
Source : http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/ page consultée le 12/09/2011

¹⁷⁸ بن قطاف احمد، علاوي عبد الفتاح مداخلة بعنوان ترقية الخدمات السياحية كشرط للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر الملتقى الوطني

الاول حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق مركز الجامعي البويرة يومي 11-12 ماي 2010 ص 04

¹⁷⁹ نبيل الروبي اقتصاديات السياحة مرجع سبق ذكره ص 171

الشكل رقم (2-7): التوظيف السياحي المباشر و الغير المباشر و التوظيف الإجمالي في الجزائر



المصدر: من اعداد الطلبة باعتماد على الجدول رقم 2-6

نلاحظ من الشكل اعلاه ان عدد العمال الموظفون في قطاع السياحة المباشر تزايد من 1990 ب 63000 موظف الى 175600 موظف عام 2010 كما قدر ب 208800 موظف عام 1990 ليصل عام 2010 الى 498300 موظف في إجمالي الاقتصاد السياحي ، و الملاحظ أيضا من الشكل أن مساهمة السياحة في التوظيف الغير مباشر قدرت ب 145800 موظف عام 1990 ليصل عام 2010 إلى 322700 موظف (عمالة غير مباشرة) التي تخص العمالة في الشركات التي تنتج خدمات للمؤسسات السياحية بالنسبة للجزائر تمثل العمالة الغير مباشرة في خدمات التأمين ، المصارف، تجارة المواد الغذائية ، المطاعم، المقاهي الغير متضمنة برنامج سياحي... الخ والتي تعتبر اكبر من نظيرتها من التوظيف المباشر و الناتجة عن الاستثمار في القطاع السياحي أي أن التوظيف في قطاعات لها علاقة بالسياحة مباشرة تعتبر قليلة جدا فمثلا فيما يخص بالاسترشاد سياحي تقريبا معدوم في الجزائر — و تعتبر نسبة توظيف في مكاتب السياحة النسبة الأكبر في وظائف التي لها علاقة مباشرة بالسياحة في الجزائر تزايدت خلال الفترة 1990-2010 بحوالي 176900 منصب شغل غير مباشر و 112600 منصب شغل مباشر ، و بالنظر إلى النتائج المحققة تعتبر مساهمة السياحة في التوظيف ضئيلة جدا مقارنة بالدول المغاربية المجاورة حيث قدر نصيب قطاع السياحة من إجمالي حجم التوظيف في تونس سنة 2009 نسبة 17% في حين لم تتعدى الجزائر نسبة 6% حيث يعتبر قليلا مقارنة بطاقات الإيواء الموجودة لو اعتبرنا عدد الأسرة كأحد المؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها في عملية التوظيف، و ذلك دلالة على أن الجزائر لا تولي اهتمام كبير للسياحة غير انه تعدد السياحة واحدة من اكبر القطاعات توليدا لوظائف عديدة و متنوعة ، من واقع أنها صناعة كثيفة العمالة، لكونها نشاطا يعتمد على الخدمة الإنسانية إلى حد كبير، أي أنها تؤدي إلى زيادة فرص العمالة و هذا خلافا ما توضحه المعطيات في الجدول أعلاه.

ثالثا: الاستثمار السياحي

تحاول الدول النامية اجتذاب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المجالات السياحية و الفندقية و تقدم لهم حوافز متنوعة. و إذا عرفنا أن انتقال رؤوس الأموال على هذا النحو يتطلب توافر ثلاث عناصر: الأمان و

السيولة و العائد.فان على الجزائر ان توفر المناخ المناسب للاستثمار الأجنبي و إرساء عوامل الاستقرار السياسي،الاقتصادي و السياحي فيها و أن تحمي رؤوس الأموال الأجنبية من التأمين و المصادرة القواعد التي تكفل تحويل الأرباح بسهولة .دخل القطاع السياحي في الجزائر مثله مثل عدد كبير من القطاعات، مجال الخوصصة سنة 1988، وتم على إثر ذلك فتح الباب أمام القطاع الخاص للولوج إلى هذا المجال، كما يتجه الاستثمار السياحي في بلادنا إلى تغطية العجز المسجل في مجال الإيواء،و الجدول التالي يبين الإنفاق السياحي الاستثماري في الجزائر .

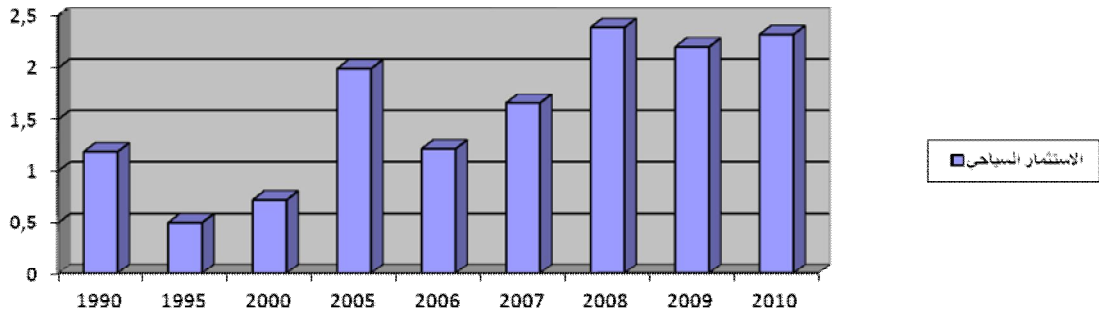
الجدول رقم(2-7):الاستثمار السياحي في الجزائر (1990-2010)

الوحدة:مليون دولار أمريكي

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
2.323	2.207	2.39	1.653	1.21	1.99	0.713	0.499	1.182	الاستثمار السياحي
5.45	7.65-	44.84	36.36	39.19-	179	42.88	57.78-	_	%التغير

Source : http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/ page consultée le 12-09-2011

الشكل رقم (2-8):الاستثمار السياحي في الجزائر



المصدر:من إعداد الطالبة باعتماد على الجدول رقم 2-7

من خلال الشكل نلاحظ أن هذا الأخير يبقى بعيدا عن تلبية الطلب في ظل الرواج المتزايد للسياحة الجزائرية، إن الرغبة المسجلة للاستثمار في مختلف النشاطات السياحية تبين الطابع الواعد لقطاع ذي قيمة مضافة كبيرة،و ما يمكن أن يلعبه من دور كمحرك للاقتصاد الوطني،و حسب البرنامج فان الاستثمار السياحي خلال العشرية عرف وتيرة توسع حسب مرحلتين مختلفتين 2004 الى 2007 و 2008 الى غاية 2013 و ذلك يعود إلى تبني إستراتيجية تنمية القطاع ،و في تنفيذ جملة من الإجراءات لإعادة تفعيله من جهة أخرى،و عليه فان حجم الاستثمار المتوقع خلال الفترة 2004-2013 يصل إلى 232.5 مليار مع العلم أن مبلغ العقارات

(الأرض) ليس محسوبا ضمن هذا التقييم بسبب الفوارق الكبيرة التي تبقى تميز سوق العقار. فقد تم تسجيل دخول 8300 سرير حيز الاستغلال بعد إنجاز 115 فندق في الفترة 2004-2007 و كما هو موضح في الشكل فقد زادت قيمة الإنفاق الاستثمار السياحي في الفترة 2004-2007 بقيمة 1.025 مليار دولار و 1.653 مليار دولار على التوالي، ارتفعت القيمة راس المال المستثمر في 2008 لتصل إلى 2.39 مليار دولار ، وتندرج الاستثمارات التي منها ما هو في طور الإنجاز في إطار الإستراتيجية الوطنية الخاصة بتهيئة القطاع السياحي في آفاق 2025 والتي هي جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الذي يرمي إلى خلق نوع من التناسق والتناغم في إنجاز مختلف المشاريع القطاعية، وتم في هذا الإطار الانطلاق في تجسيد مشاريع سياحية ضخمة من شأنها الاستجابة للتدفق الهائل المرتقب للسياح، وإنعاش السياحة المحلية والوطنية، ويخص الأمر إنجاز سبعة أقطاب سياحية بامتياز، و50 قرية سياحية ذات مواصفات عالمية، بمختلف ولايات الوطن. ويرتكز العمل في هذا المجال على تدارك التأخر المسجل في المجال السياحي في بلادنا، وتأهيل القطاع وجعله في المستوى الذي يجب أن يكون عليه في ظل ما يتوفر عليه من مؤهلات طبيعية ومادية وتاريخية وتراث مادي وغير مادي، وهي مؤهلات مشجعة للتدفق السياحي ومدعمة لهذا النوع من الاقتصاد الذي يقف في قائمة الاقتصاديات المدرة للثروات والخالقة للقيمة المضافة¹⁸⁰. كما تتضمن السياسة السياحية الجزائرية تحديد وتوزيع المهام في المجال السياحي على كل من القطاعين الخاص والحكومي والمرمى من هذه السياحة هي إنشاء صناعة سياحية حقيقية يرجى منها آثار اقتصادية واجتماعية وثقافية. لذلك تم توزيع المهام في المجال السياحي كما يلي :

يتحمل القطاع الخاص الاستثمار ، تكوين منتج سياحي تنافسي التنظيم والإدارة بينما تتحمل الدولة مهام وضع إطار قانوني واضح وملائم للاستثمار ونمو صناعة سياحية عن طريق تحديد خطة تتمثل في¹⁸¹:

- بذل جهود ترقوية متميزة ومتزايدة باتجاه السياح والمستثمرين عن طريق جهاز الدولة للترفيه .
- تحسين محيط القطاع السياحي.
- غاية السائح بوضع أنماط وقوانين تلزم هياكل الاستقبال خدمته بنوعية.
- التكوين والرسكلة لعمال وموظفي القطاع لرفع مستوى أدائهم.
- الحفاظ على مناطق التوسع السياحي.

¹⁸⁰ جريدة المساء الجزائرية نقلا عن الوزير صالح عكموم بتاريخ 2009/07/19

¹⁸¹ هواري معراج، محمد سليمان جردات:: "السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية -حالة الاقتصاد الجزائري -،مجلة محكمة علميا تصدر

المبحث الثاني: مقومات الجغرافية السياحية و آثارها الاقتصادية في المغرب

تلعب السياحة دورا هاما في اقتصاد المغرب، حيث تعد النواة الأساسية لقطاع الخدمات، توجد بالمغرب العديد من مواقع التراث العالمي: الموقع الأثري لوليلي، قصر آيت بن حدو، مازاكان (الجديدة)، المدينة العتيقة للصويرة، المدينة القديمة في فاس، المدينة العتيقة لمراكش، المدينة العتيقة لتطوان، المدينة التاريخية لمكناس، الفضاء الثقافي لساحة جامع الفنا، مدينة طنجة ومدينة طانطان.

المطلب الاول: جغرافية المغرب الطبيعية و الحضارية

يتوفر المغرب على مقومات طبيعية، حضارية على درجة كبيرة من الاهمية ساعدته على تطوير قطاعه السياحي، وعلى استقطاب السياحة الاقليمية و الدولية . تتوفر المغرب على شبكة طرقية وسككية يصل طولها إلى 59474 كلم و 1813 كلم، وتوجد أهم المطارات الدولية بكل من الدار البيضاء، الرباط، فاس، أكادير، مراكش، طنجة، وجدة والعيون. كما تتمركز أهم الموانئ بكل من الدار البيضاء، المحمدية، القنيطرة، طنجة، الداخلة والناظور وأكادير.. وتظهر هذه الامكانيات في العناصر التالية:

اولا :المقومات الطبيعية:

يتمتع المغرب بموقع جغرافي مهم، اذ يقع في الركن الشمالي الغربي لقارة افريقيا، و كان يطلق عليها مراكش. يعتبر موقعه الاستراتيجي من بين المقومات الطبيعية الهامة، بحيث يطل على البحر المتوسط شمالا، و الجزائر و الصحراء الغربية جنوبا، و المحيط الاطلسي غربا¹⁸²، بشريط ساحلي يمتد طوله بحوالي 3500 كم، توفر للزائر امكانية ممارسة هواياته في السباحة و التزهة و صيد الاسماك.

ينقسم المغرب الى خمسة أقاليم رئيسية¹⁸³

الأراضي الساحلية المنخفضة : و تقع على امتداد ساحل البحر الأبيض المتوسط و المحيط الأطلسي و ترتفع بالتدرج من الساحل الأطلسي مكونة هضبة تمتد باتجاه الجبال و تتعدد الأتجار الضحلة في هذه المناطق

سلسلة جبال الأطلس : و تنقسم الجبال في المغرب الى سلسلتين : الأولى ساحلية بجوار ساحل البحر الأبيض المتوسط و تعرف باسم جبال الريف. و الثانية الى الداخل قليلا و تعرف باسم جبال الأطلس و تنقسم الأخيرة الى ثلاث سلاسل متميزة هي: الأطلس الكبير و الأطلس المتوسط و الأطلس الصغير أو الأطلس الصحراوي و تقطع هذه الجبال أودية عميقة خصبة، و تقع جبال الريف شمال المغرب و تمتد بمحاذاة ساحل البحر الأبيض المتوسط على شكل قوس واسع من مضيق جبل طارق حتى نهر ملوية و يبلغ 2456 مترا في الوسط و

¹⁸² السمات الجغرافية للمملكة المغربية

http://www.moqatel.com/openshare/Behoth/Dwal-Modn1/Morocco/Sec02.doc_cvt.htm
(2011/05/08)

¹⁸³ جغرافية المغرب

(2011/05/08) <http://www.maroc.ma/NR/exeres/93FEB266-2DFF-4CC7-B212-4FDF6485B0E9.htm>

1800 متر في الشرق ثم تضيق في الغرب قبل أن تنحدر طبقاتها نحو البحر و يعتقد أن هذه السلسلة جزء من جبال سيرانيفادا في اسبانيا و أهمها كانتا ملتصقتين قبل أن يتكون مضيق جبل طارق و الساحل بجوار هذه الجبال صخريا مرتفعا و كثير الرؤوس. أما جبال الأطلس الداخلية فانها تخرق وسط المغرب من الجنوب الغربي الى الشمال الشرقي و تنقسم الى:

الأطلس الكبير: و هو عبارة عن سلاسل شامخة تمتد من أكادير على المحيط الأطلسي في اتجاه الشمال الشرقي و أعلى قممها جبل توبقال **4165** م ويقع جنوب مدينة مراكش و هي أعلى قمة جبلية في الوطن العربي و تنقسم هذه السلسلة بدورها الى كتلتين منفصلتين عن بعضها بواسطة ممر تلوين و الكتلة الغربية أكثر ارتفاعا من الشرقية

الأطلس المتوسط: يوجد في شمال الأطلس الكبير حيث يفصلهما وادي سهل ملوية و أشهر جبالها جبل بوييلان **3190** مترا فوق مستوى سطح البحر و جبل بوناصر **3326** مترا و تكثر بها البحيرات الجبلية و الشلالات و تمتد على شكل قوس من الشمال الشرقي الى الجنوب الغربي و تقترب من سلسلة جبال الريف شرقا بحيث يفصلها ممر تارة. كما تتصل بجبال الأطلس الكبير من الجنوب و تعد هذه الجبال بمثابة خزان مياه بالنسبة للمغرب حيث تنبع منها كل الأنهار المهمة في البلاد. الأطلس الصغير أو الأطلس الصحراوي: و تمتد جنوب الأطلس الكبير و تشرف بسفوحها على سهل وادي درعة و بسفوحها الغربية على سهل وادي سوس و أعلى قممها جبل سيروا **3304** متر كما تتميز سفوحها الغربية بأنها مغطاة بالحشائش و الغابات أما الجنوبية فهي شبه جرداء، كما تقع بين جبال الأطلس بأقسامه المختلفة سهول و هي مرتفعة ذات تربة خصبة مثل سهل الحوز و تادلة و سايس و الشاوية و دكالة و عبدة.. كما تحف بالساحل الأطلسي بعض السهول الفيضية الخصبة، يفصل بين بعضها البعض منطقة سبخات و مستنقعات. كما تتموقع صحراء المغرب الى الشرق و الجنوب من جبال الأطلس و هو اقليم جاف أجرد يغطيه الحصى و الرمال و الفتات الصخرية و الواحات المتناثرة. كما تتمتع المغرب بشبكة نهرية مهمة حيث يعد المغرب من أغنى الدول العربية من حيث المياه و تتكون هذه الشبكة من الروافد المائية الجبلية التي تنحدر من المحيط الأطلسي و البحر الأبيض المتوسط و تنبع من جبال الأطلس المتوسط بصفة عامة و تنحدر أنهار المغرب جميعا نحو المحيط الأطلسي عدا نهر ملوية الذي يصب في البحر الأبيض المتوسط و نهر درعة الذي يصب في الصحراء و تفيض أنهار المغرب في فصل الشتاء و في مطلع الربيع و من أهم الأنهار في المغرب نهر سبو و نهر أم الربيع أفضل أنهار المغرب جريانا ثم نهر أبورقراق و نهر درعة و نهر سوس و نهر ملوية و تتفق أنهار المغرب جميعا في سمة واحدة هي انها أنهار سلسلية متدفقة الجريان. أما سيول الريف فتفيض في أشهر الخريف كما تفيض في الربيع بعد أن تذوب الثلوج في الجبال. تعتبر قمة توبقال التي ترتفع **4156** مترا

فوق مستوى سطح البحر من اعلى المرتفعات بالمغرب , كما تنحدر الى ما دون مستوى سطح البحر في سبخة تاه بما يعادل 55 متر¹⁸⁴ .

ثانيا: المقومات الحضارية و التاريخية

الى جانب الكم من المقومات الطبيعية التي يتوفر عليها المغرب ,فانه يتربع على قمة هذه الثروة الجغرافية السياحية الطبيعية توافر تراث ثقافي و حضاري, يدل على اصالة الحضارة المغربية, التي تعود عهود غابرة تعكس اجمـاد و حضارات عريقة , كالحضارة الرومانية و الفينيقية و الاسلامية. كما تشمل هذه الثروة حرفا و مهارات تقليدية و عادات و فنون, تميز المجتمع المغربي و طبيعة المنطقة التي تعيش بها.

ان التراث التاريخي و الحضاري للمغرب يعود جذوره الى ما قبل التاريخ. ابتداء من العصر الحجري و كانت تسمى الحضارة آنذاك ببلاد اشولية تعود بقايا هذه الحضارة الى حوالي 700.000 سنة وأهم الاكتشافات تمت بمواقع مدينة الدار البيضاء¹⁸⁵ مقالع طوما¹⁸⁶ و سيدي عبد الرحمان¹⁸⁷. و ايضا جبل يغود¹⁸⁸ الذي تم به اكتشاف حفريات تمثل بقايا لانسان و خاصة مجتمعتين مع ادوات حجرية ترجع الى الفترة المoustيرية . و ثمة دار السلطان¹⁸⁹ التي يعود الى تاريخها العصر الحجري الاوسط و التي تم العثور فيها على بقايا جمجمة انسان يرجع الى فترة العاتيرية. و ايضا من المعالم الاثرية مغارة تافوغالت , الروازي الصخيرات اضافة الى موقع المزورة كما تعتبر المغرب من الدول الغنية بالنقوش الصخرية و هي تنتشر في عدة مناطق بالمغرب: منطقة جبال الاطلس و المناطق الشبه الصحراوية و الصحراوية, بحيث يعتبر موقع او كيمدن, الذي يوجد على بعد 72 كلم

¹⁸⁴ جغرافية المغرب المرجع السابق

¹⁸⁵ تاريخ المغرب <http://ar.wikipedia.org/> (2011/05/08)

¹⁸⁶ تقع مقالع طوما جنوب غرب الدار البيضاء على بعد حوالي 8 كلم. ترجع أهمية هذه المقالع إلى مجموعة من الاكتشافات التي تمت بها، حيث تم العثور على بقايا ما يسمى "بالإنسان القائم" "فك سفلي، عظام الجمجمة وفك علوي (وكذلك على أدوات حجرية ترجع إلى الفترة الأشولية وبقايا عظام الحيوانات. ترجع هذه البقايا إلى حوالي 400.000 قبل الآن وقد أثبتت أعمال التنقيب بموقع طوما1 في عام 1986 إلى أن مجموعة من الأدوات تعود إلى العهد الأشولي القديم وترجع إلى حوالي 700.000 سنة. هذه الأدوات هي إحدى العلامات الذي تدل على أن استيطان الإنسان بالمغرب يرجع إلى حوالي بداية العهد البليوستوسين الأوسط.

¹⁸⁷ سيدي عبد الرحمان: تقع جنوب الدار البيضاء وق د ابتدأت الحفريات بهذا منذ سنة 1941 و قد ادت اعمال استغلال هذا المقلع الى اكتشاف مجموعة من المغارات :مغارة الدبية,مغارة وحيد القرن,مغارة الفيل

¹⁸⁸ جبل يغود: تاريخ الموقع يمكن ان يوضع بين 90000 و 190000 سنة, الشيء الذي يبين ان انسان يغود يمكن ان يكون قد عاش في نفس الفترة او في عهد سابق لاول انسان عاقل عثر في منطقة الشرق الاوسط

¹⁸⁹ بعض مواقع فترة ما قبل التاريخ بالمغرب www.minculture.gov.ma (2011/02/20)

من مدينة مراكش ,الى جانب موقعي ياكورت و غات,من اهم المواقع النقوش الصخرية بالمغرب.و يعد هذا الموقع متحفا في الهواء الطلق يعرض مئات النقوش التي خلفها انسان العصر البرونزي منذ حوالي 5000 سنة من خلال رسومات متنوعة و التي تجسد بعضا من مظاهر حياته اليومية.

كما يتوفر المغرب على مواقع اثرية تعود الى فترة ما قبل الاسلام,منها موقع تمودة و يعود تسمية هذا الموقع الى نقش لاتيني عثر عليه علماء الآثار بهذا الموقع تحمل اسم تمودة و التي تم توطينها به.في حين يمثل موقع كوطا مجمعا صناعيا خاصا بتمليح السمك,يعود تاريخه الى القرن الثالث قبل الميلاد,وقد عرف هذا النشاط تطورا كبيرا في عهد الملك يوبا الثاني و ابنه بتوليمي زيادة ايضا على المعالم الاثرية نجد موقع الاقواس الاثري الذي يعد تاريخها الى الفترة المورية و كذلك موقع زليل ,موقع موكادور الذي يمثل اهم المواقع الفينيقية و مواقع اخرى كثيرة لها اهميتها التاريخية و الحضارية في التراث المادي المغربي,منها موقع وليلي الذي تم تسجيله تراثا عالميا في عام 1997 .

كما لا ننسى ذكر اثار و المعالم الحضارة الاسلامية من بينها موقع القصر الصغير تشمل حفريات بقايا اثرية تتمثل في مسجد و مركز تجاري و حمام تشهد عن عظمة الدولة المرينية,وموقع بليونش الذي كان يمثل منتزها لسكان سبتة الاسلامية خلال القرن عشر الميلادي,و ثمة قصبة المهديّة التي تم بنائها على منحدر صخري .

و يدعم هذا الكم من التراث التاريخي و الحضاري بالمغرب رصيذا من المتاحف التي تحظى باقبال واسع من مهتمّي السياحة الثقافية و من اهم المتاحف :المتحف الاركيولوجي لتطوان(1939),المتحف الاثري بالرباط,متحف الفنون المعاصرة بطنجة(اللوحات من ابداعات الفن التشكيلي المغربي),المتحف الوطني للخزف ,متحف الاسلحة بفاس (1582) و متاحف اخرى تعرض تاريخ المغرب .اضافة الى تنوع الفريد و المميز في امكانيات المغرب الطبيعية و الحضارية فانه يحظى بتراث شعبي غني بعبادات و تقاليد و صناعات تقليدية تعبر عن اصالة هذه المنطقة عبر مراحل التاريخ كصناعة السجاد المغربي المميز باشكاله و الوانه,صناعة النحاس,صناعة الجلد و الطرز و الحرير. كما تولي المغرب اهتماما كبيرا بالمهرجانات لتنشيط السوق السياحية المغربية و للاثبات واجهة السياحة الاساسية في منطقة شمال افريقيا و في العالم العربي.

ان هذا الكم الطبيعي و التاريخي و الحضاري للمغرب دليل على اصالة الحضارة المغربية من خلال طبيعتها و اسوارها و مساجدها و مناراتها و متاحفها و تراثها الشعبي الغني,مما يجعل السائح يقف على اروع صفحات التاريخ المغربي الاسلامي كمدينة فاس التي تحتضن اول جامعة في العالم و هي جامعة القرويين وكذلك مدينة الرباط العاصمة الادارية للمغرب و المشهورة بمعالمها التاريخية المتنوعة منذ عهود غابرة تعكس اجماد الحضارات الرومانية و الفينيقية و الاسلامية .ناهيك عن تلك المواقع و المآثر التاريخية التي تعبر عن فترات ما قبل الاسلام,و الحضارات التي تعاقبت على هذا البلد.

المطلب الثاني: جغرافية المغرب المادية

لقد حظيت السياحة في المغرب منذ سنة 1965 بالأولوية ضمن مخططاته التنموية و كان ذلك بدافع الحاجة إلى تحسين الأوضاع الاقتصادية و الاجتماعية للبلاد، و جلب العملة الصعبة لاستيراد المنتجات الغذائية و المعدات التجهيزية. و كان سعي المغاربة نحو توسيع الطاقة الاستيعابية لمؤسساتهم الفندقية و تحسين مستوى الخدمات بهذه الهياكل السياحية لتلبية الطلب الحالي و المرتقب .

أولاً: الطاقة الفندقية

في المخطط الثلاثي الأول 1965-1967 ركز المغرب إلى أهمية توفير سلطات البنى الأساسية و إنجاز الأشغال الكبرى للتهيئة في ستة مناطق سياحية: أغادير ،طنجة، تطوان، الحسيمة، الجنوب الكبير، و عدد من المدن ذات المآثر التاريخية. و ما يميز هذا المخطط هو أنه ساعد على تطوير طاقات الإيواء بفنادقه من 5000 سرير في عام 1955 لتصبح 20000 سريرا في عام 1967.

و في الفترة الممتدة بين 1968-1977 تم تنفيذ مخططين تميزا بتطبيق اللامركزية الجهوية في قطاع السياحة، لإعطاء مرونة لهذا القطاع لتطوير مناطق الجذب السياحي و تهيئة المقومات السياحية لهذه المناطق. و ما يميز هذه المرحلة هو تقلص دور الدولة و فتح المجال امام القطاع الخاص ، مما ساهم في إعطاء القطاع الخاص المحلي و الأجنبي للاستثمار في هذا القطاع، و زاد من قدرة توسيع الطاقة الفندقية بوتيرة أسرع من ذي قبل. و تلت هذه الفترة مخططات تنموية أخرى اهتمت فيها المغرب بانتهاج سياسة سياحية جديدة، و ذلك بمقتضى القرار الملكي الصادر بتاريخ 08 أفريل 1988 و القانون رقم 89/39، اللذان تضمننا تحويل ملكية الفنادق التي تملكها الدولة للقطاع الخاص من أجل معالجة مسألة نوعية الخدمات السياحية بهذه الفنادق و تقوية مردوديتها. إضافة إلى سعي هذا البلد إلى ترقية منتوجه السياحي، و ذلك بتطوير تسويقه على مستوى الأسواق العالمية و بشكل خاص السوق الأوروبية.

و في ظل إمكاناته الطبيعية و الحضارية المتنوعة كانت الطاقة الاستيعابية لفنادق المصنفة بمعيار عدد الأسرة و الفنادق المصنفة في المغرب كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول (2-8): تطور عدد الأسرة و الفنادق المصنفة في المغرب 1990-2008

2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990		
24498	22159	19848	18454	15006	13571	13055	الاسرة	5 نجوم
56	50	46	41	36	32	33	الفنادق	
39149	36981	36568	33907	26935	27036	30500	الاسرة	4 نجوم
145	139	136	129	104	101	115	الفنادق	
24526	23204	23175	22781	17925	17157	10157	الاسرة	3 نجوم
170	163	164	161	131	121	100	الفنادق	
13199	13391	12586	11492	9768	8269	6629	الاسرة	نجمتان
174	170	165	150	147	125	107	الفنادق	
9003	7972	6277	5894	5246	4648	4061	الاسرة	نجمة واحدة
149	132	113	105	101	87	89	الفنادق	
42561	39562	34776	31742	25546	19830	24176	الاسرة	الغير المصنفة
1026	889	730	526	57	60	67	الفنادق	
152936	143269	133230	124270	95180	90511	88578	الاسرة	الاجمالي
1720	4543	4354	1148	576	526	511	الفنادق	العام

المصدر: - عشي صليحة، الاداء و الاثر الاقتصادي و الاجتماعي مرجع سبق ذكره ص 149

-Eurostat, "Capacité des établissements d'hébergement touristique 1990-2009".

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/medstat/database>

-Forum Marocain du Tourisme, "Evolution de la Capacité d'hébergement dans les hôtels classés durant la période 1986- 2004, 2000-2008", pdf.

www.fmdt.ma/?mod=Stats&action=show&id

يظهر متوسط حصة الفنادق المصنفة بمختلف فئاتها من إجمالي عدد الأسرة في المغرب للفترة 1990-2008 حيث تصدرت حصة الفنادق المصنفة من فئة 4 نجوم بنسبة 38.46% و تليها حصة الفنادق المصنفة من فئة 3 نجوم بنسبة 22.65% ثم حصة الفنادق المصنفة من فئة 5 نجوم 20.52% و ليس آخرا حصة الفنادق المصنفة من نجمتين بنسبة 12.3% و أخيرا حصة الفنادق المصنفة من فئة نجمة واحدة 7%. و كما تعتبر الطاقة الفندقية المصنفة في المغرب بمقياس عدد الفنادق متناسبة مع نظيرتها غير المصنفة، إذ تقدر حصتها مع نهاية سنة 2008 ب 40% من إجمالي عدد الوحدات و الفنادق التي في البلد، و تقدر سعتها الإيوائية ب 73% من

مجموع هذه الطاقة، أي ما يعادل ثلاث مرات عدد الأسرة في المؤسسات و الفنادق غير المصنفة. كما يلاحظ بان متوسط عدد الفنادق من فئة خمس نجوم هي ادني حصة في توزيع الفنادق المصنفة في المغرب بنسبة 7% و هذا يعني قلة الاستثمارات الموجهة نحو هذا النوع من الفنادق ،لضخامة تكاليفها، و أيضا قلة عائداها. و يتقارب نصيب كل من الفنادق من صنف ثلاث نجوم و نجمتين بأكثر من ربع عددها الإجمالي ب 25% و 26% على التوالي. وقد تم تسجيل المغرب ضمن "تقرير التنافسية لمجلس السياحة و السفر العالمي سنة 2009" في الرتبة 75، في حين كان ترتيبه في الدرجة 67 في سنة 2008. و صنف في مؤشر البنية التحتية للسياحة (غرف فندقية) في المرتبة 80. و هكذا يأتي المغرب في ترتيب متأخر بعد تونس ب 59 درجة و الفرق يبين بأن الطاقة الفندقية في تونس أكثر تطورا مما هي عليه في المغرب ، و في الوقت نفسه يتفوق المغرب على تونس في المؤشرات أخرى حسب "تقرير المنظمة العالمية للسياحة" ابريل 2011، مثل إيرادات السياحة الدولية في مرتبة 36 عالميا أما بالنسبة عدد السياح الدوليين الوافدون فقد احتلت المغرب المرتبة 25 في حين احتلت تونس المرتبة 36 سنة 2010¹⁹⁰.

ثانيا: السياحة الدولية الوافدة للمغرب

يعد المغرب من الدول التي حققت نتائج هامة على خريطة السياحة العربية و المتوسطة ،نتيجة لجهودها الرامية إلى جذب السياح الأجانب ، و ذلك من خلال سعيها إلى تحديث أساليب الترويج لمنتوجها السياحي و العمل على تنويعه ليشمل السياحة الجبلية و البيئية و الثقافية ،إضافة إلى منتوجه الساحلي الذي يحظى باهتمام السياحة الداخلية. و يمثل الجدول التالي تطور عدد السياح الأجانب من 1990-2010

الجدول رقم(2-9): تطور عدد السياح غير المقيمين القادمين إلى المغرب خلال الفترة 1990-2010

الوحدة: ألف سائح

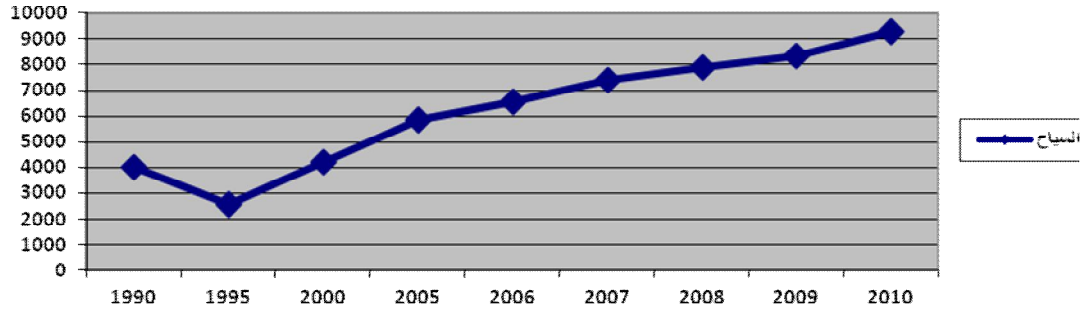
2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
9288	8341	7879	7408	6558	5843	4240	2602	4024	إجمالي السياح
11.35	11.4	5.9	12.96	12.23	37.8	62.95	35.34-	-	% التغير

Source: Ministère du tourisme, **Forum Marocain du Tourisme**, Rapport D'évaluation du Tourisme Marocain durant la période 1986-2004, 2000-2008, 'Evolution des arrivées de touristes étrangers de séjour aux postes frontières'

- organisation mondiale du tourisme « fait saillants OMT du tourisme » edition 2011,p9

¹⁹⁰ World tourism barometer kcommitted to tourism, travel and the millennium development goals ,inteim update,april2011, p19

الشكل رقم(2-9):تطور عدد السياح الوافدين إلى المغرب



المصدر: من اعداد الطلبة باعتماد على الجدول رقم 2-9

نلاحظ من الشكل أن تطور الحركة السياحية في المغرب ازدادت من سنة إلى أخرى بمعدلات مختلفة إذ بلغ عدد السياح 4024000 سائح في سنة 1990 ليصل إلى 9288000 سائح عام 2010، إن هذه الزيادة في حجم الحركة السياحية الدولية الوافدة على المغرب تعكس اهتمامات سلطات المغرب على استقطاب المزيد من السياح، في إطار تنشيط سوق السياحة المغربية، و تأكيد دور هذا البلد كواجهة سياحية أساسية في منطقة شمال إفريقيا و العالم العربي. حيث تتوفر المقومات المناسبة التي يسعى إليها السائح ولاسيما فيما يتعلق بالأمن والاستقرار، عكس الجزائر لهذا يسعى المغرب إلى تفعيل السياحة البينية العربية، لزيادة حصته من عدد السياح العرب، سيما من منطقة الخليج العربي باعتبار أن السياحة البينية العربية هي البديل للحفاظ على استمرارية تطور هذا القطاع من تأثيرات الأحداث الدولية و المحلية. تنصدر جنسيات السائحين القادمين إلى المغرب الجنسيات الأوروبية، حيث تعتبر أهم سوق سياحية مصدرة للسياح نحو هذا البلد و هي: فرنسا، إسبانيا، إنجلترا، ألمانيا، إيطاليا، وغيرها من الدول الأوروبية.¹⁹¹ ويعد ذلك أمراً طبيعياً بالنسبة لدول حوض البحر الأبيض المتوسط حيث تربطها بأوروبا علاقات الجوار الجغرافي وسهولة الانتقال ورخص التكلفة، كما أن القرب الجغرافي لدول المغرب العربي من دول أوروبا يجعلها مقصداً متميزاً لسياح اليوم الواحد و سياحة الأجازات التي تنتشر في أوروبا على نطاق واسع.¹⁹²

¹⁹¹ Royaume du Maroc , Administration du Tourisme, “Tourisme en chiffres: Evolution annuelle des arrivées de touristes par nationalité”.

www.tourisme.gov.ma/ page cconsulté le 20/06/2011

¹⁹² صندوق النقد العربي، الفصل الثاني عشر التعاون العربي في قطاع السياحة

www.arabfund.org/Data/site1/pdf/jaer/.../12.pdf page consultée le 12/05/2011

المطلب الثالث: آثار السياحة على الاقتصاد المغربي

يمكن القول أن المغرب من الدول التي تحظى بشراء طبيعي و بمآثر تاريخية غنية و عريقة، و بنية أساسية و طاقة فندقية على درجة من الأهمية، مما مكنها من الاندماج في سوق السياحة الدولية و العربية. و تساهم السياحة في هذا البلد في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية بشكل معتبر.

أولا: إيرادات المغرب

تعتبر الإيرادات السياحية من أهداف السياسة العامة المتعلقة بتنمية و تطوير هذا القطاع. بمختلق أنشطته، و تعد أيضا من العناصر التي تستغلها الحكومات في تحسين الأداء الاقتصادي و الاجتماعي، سيما إذا كانت هذه الإيرادات تشكل قدرا معتبرا في الناتج المحلي الإجمالي، إذ يصبح من الضروري التركيز على العوامل الأساسية المؤثرة في حجم الإنفاق السياحي و هي الارتفاع الادخار مما ينشط الصناعات و الخدمات المرتبطة بصناعة السياحة، و الذي بدوره يؤثر في حجم الإيرادات السياحية. يهدف المغرب من خلال إستراتيجيته التنموية كغيره من الدول السياحية الأخرى إلى تطوير قطاعه السياحي و جعله أكثر مردودية من خلال استغلاله لمقوماته السياحية، و توسيع مناطق الجذب السياحي و تهيئة مدن جديدة لرفع حصته من السياحة الدولية، و بالتالي زيادة عائدات القطاع السياحي من النقد الأجنبي و الجدول التالي يبين الإيرادات المغرب من السياحة للفترة 1990-2010

الجدول رقم (2-10): تطور الإيرادات السياحية للمغرب 1990-2010

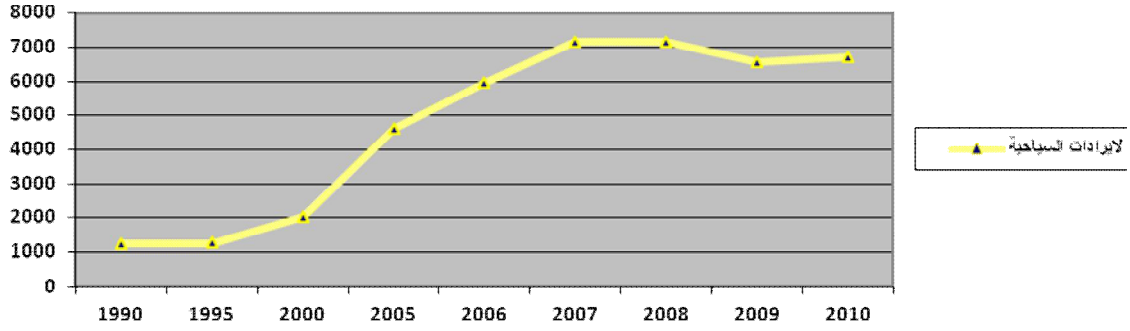
2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
6720	6557	7168	7162	5984	4621	2039	1296	1259	الإيرادات السياحية (مليون دولار)
2.48	-8.52	0.08	19.68	29.49	126.63	57.33	2.94	-	معدل التغير %

Source: - World Tourism Organization, Tourism Highlights 2010 Edition, Madrid, WTO, (2010), p. 9.

- World Tourism Organisation, Committed To Tourism Travel and the Millennium Development Goals, Volume 5. No. 2. June 2007, Madrid, WTO, (2007), p. 32.

- organisation mondiale du tourisme « fait saillants OMT du tourisme » edition 2011 ,p09

الشكل رقم(2-10):تطور الإيرادات السياحية في المغرب



المصدر: من اعداد الطلبة باعتماد على الجدول 10-2

يبين الشكل أعلاه بان عائدات القطاع السياحي المغرب تميزت بتحسن مستمر، حيث تطورت قيمتها خلال الفترة 1990-2008 من 1.259 مليار دولار أمريكي في سنة 1990 لتبلغ قيمتها 1.296 مليار دولار في سنة 1995، وتعتبر هذه الزيادة ضئيلة مقارنة بالفترات التي تليها، و نظرا لان المغرب لم يتمكن خلال هذا الفاصل الزمني من استغلال الطلب السياحي عليه، و لم يقدم آنذاك سوى منتوجا وحيدا تمثل في المنتج البحري. و بالنسبة للفترة بين 1995-2008 كان تطور هذه العائدات ب 5872 مليار دولار أمريكي أي بمعدل يقارب 451 مليون دولار سنويا. و تعتبر هذه الزيادة في عائدات السياحة في هذا البلد مهمة و تفوق ما تم تحقيقه في تونس و الجزائر لنفس الفترة على مستوى هذا القطاع. و لكن و نتيجة لآثار الأزمة المالية العالمية على اقتصاديات الدول و خاصة الأوروبية و ذلك لأن أغلبية السياح من المنطقة الأورو أدت إلى تقلص الحركة السياحية مما انعكس على إيرادات السياحة و أدى إلى انخفاضها لتصبح 6557 مليار دولار سنة 2009 و نتيجة لتعافي البطيء ارتفعت بنسبة 2.48% سنة 2010 مقارنة بالعام 2009.

ثانيا: مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الاجمالي في المغرب

انطلاقا من النتائج الايجابية المسجلة على مستوى حجم السياحة الدولية الوافدة إلى المغرب، و ما تم تحقيقه من عائدات في هذا القطاع خلال الفترة 1990-2009 يمكن للمرء أن يتصور مساهمة هذه الإيرادات في الناتج المحلي الإجمالي لهذا البلد في نفس الفترة و يمكن ملاحظة ذلك من واقع البيانات الجدول التالي:

الجدول رقم (2-11): مساهمة عائدات القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب 1990-2009

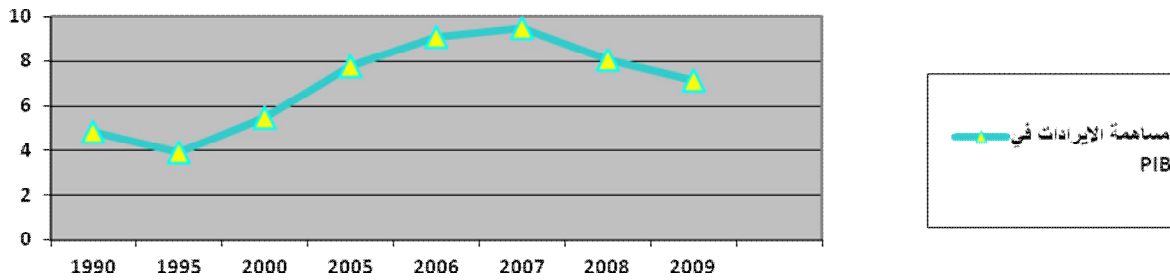
2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
91.374	88.882	75.226	65.637	59.523	37.020	32.986	25.820	PIB (مليون دولار)
7.17	8.06	9.52	9.11	7.76	5.50	3.94	4.88	مساهمة عائدات السياحة في PIB

Source: - Morocco, "Recent economic indicators," Fact sheets are updated biannually, (May and September 2009), p. 1.

- Maroc, "Les indicateurs économiques marocains, PIB (\$US courant)."

<http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&codePays=MAR&codeTheme=2&codeTheme2=2&codeStat=NY.GDP.MKTP.CD&codeStat>

الشكل رقم (2-11): مساهمة عائدات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي



المصدر: من اعداد الطلبة باعتماد على الجدول 11-2

من الشكل أعلاه يمكن ملاحظة أن متوسط مساهمة عائدات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب قدر في سنة 2007 ب 9.52% أي انه اقترب من المتوسط العالمي، غير انه سجل انخفاضا ضئيلا في سنتي 2008 و 2009 بنسبة 8.06% و 7.17% على التوالي و ذلك بسبب تداعيات الأزمة على القطاع السياحي العالمي و انحصار تدفقات السائحين مما انعكس سلبا على الإيرادات السياحية و انخفاض مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي ويبقى قريبا من المستوى العالمي 10%، تبقى أهمية إيرادات المغرب مرشحة إلى التطور و بشكل ايجابي في المستقبل من واقع مؤشرات هذا القطاع في هذا البلد.

ثالثا: مؤشر التوظيف

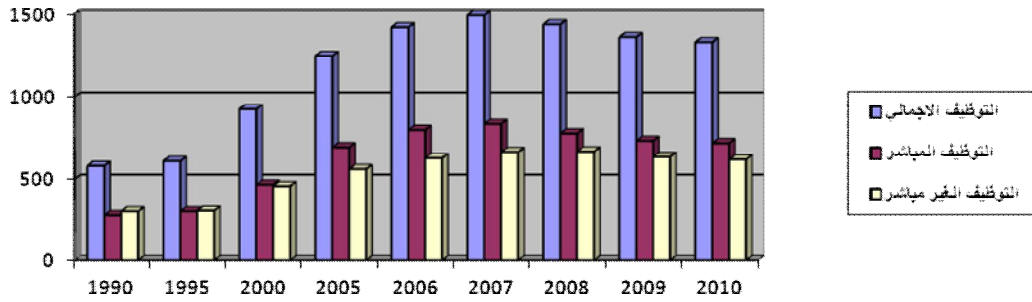
يعتبر قطاع السياحة أحد أهم القطاعات الاقتصادية التي توفر فرص عمل في مختلف التخصصات العلمية و المهنية و الجدول التالي يوضح تطور عدد المستخدمين في القطاع السياحي في المغرب خلال الفترة (1990-2010):

الجدول رقم (2-12): مساهمة السياحة في التوظيف المباشر و الإجمالي في المغرب

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	90	
716.6	730.4	774.9	833.2	796.5	691.3	465.5	302.2	277.9	التوظيف المباشر في لسياحة (000)
1334.3	1364.3	1440.7	1495.4	1422.9	1250.5	922.3	607.9	579.3	التوظيف في الاقتصاد السياحي (000)

Source :THE WORLD TRAVEL and TOURISM COUNCIL (WTTC), Travel and Tourism Economic Impact (2000-2010).

الشكل رقم (2-12): التوظيف السياحي المباشر و الغير المباشر و الإجمالي في المغرب



المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على الجدول رقم 2-12

نلاحظ من الشكل ان قيمة مساهمة السياحة في التوظيف تعتبر مباشرة و يعتبر قطاع السياحي في المغرب من القطاعات المهمة في توليد فرص العمل وراء قطاع الزراعة الذي يشغل قيمة 40% من سكان الجزائر حيث وصل مجموعهم مع نهاية 2008 الى 1440700 عامل، بحيث يعمل ثلث سكان مراكش فقط في أنشطة لها علاقة بالسياحة فمنهم تجار و واصحاب المقاهي و المطاعم و المستخدمون و المرشدو السياح، و صناعات المنتجات التقليدية من زرابي و أوان فضية و نحاسية و جلود و غيرها¹⁹³. و على الرغم من النتائج التي حققها المغرب على مستوى التشغيل في قطاع السياحي فإنه يعتبر بأن حظوظه ما زالت متواضعة في هذا المجال، إذ تعدت نسبة التشغيل في سنة 2008 في هذا القطاع 13.8% من الإجمالي المحقق في باقي قطاعات الاقتصاد بالمغرب، أي بمعدل وظيفة واحدة إلى 7.1 وظيفة¹⁹⁴. اما الانخفاض المسجل في سنتي 2009-2010 فهذا يعود إلى أسباب الاقتصادية و ما خلفتها الأزمة على كل اقتصاديات. و تسعى سلطات هذا البلد لرفع مساهمة

¹⁹³ زيد سلمان عيوي، السياحة في الوطن العربي دراسة لاهم المواقع السياحية العربية مرجع سبق ذكره ص 264

¹⁹⁴ عشي صليحة، الاداء و الاثر الاقتصادي و الاجتماعي، دكتوراه مرجع سبق ذكره ص 184

هذا القطاع في حل مشكلة البطالة ، و يتوقع أن تصبح هذه النسبة 14.4% بحلول 2020، أي ما يعادل 1903700 وظيفة.

و تظل جهود المغرب قائمة من اجل رفع أداء القطاع السياحي من جانب التشغيل، و توسيع طاقاته التأهيلية و التكوينية في أوساط الفئات العاملة بهذه الصناعة لتحسين المستوى الاجتماعي لشرائح واسعة من المواطنين، و رفع جودة الخدمات السياحية.¹⁹⁵

رابعا: الاستثمار السياحي

يتمثل الاستثمار السياحي في مجموع ما ينفق في قطاع السياحة و ما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع . و يعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح و تحقيق عوائد مالية معتبرة . كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية و الأجنبية للاستثمار في مجال السياحة، إلى جانب قوة المنتج السياحي المعروض و حجم الطلب عليه في سوق السياحة العالمية و مدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بمنتجها السياحي¹⁹⁶. و الجدول التالي يظهر راس المال المستثمر في قطاع السياحي في المغرب في الفترة (1990-2010)

الجدول رقم (2-13): الاستثمار السياحي في المغرب (1990-2010)

الوحدة: مليون دولار امريكي

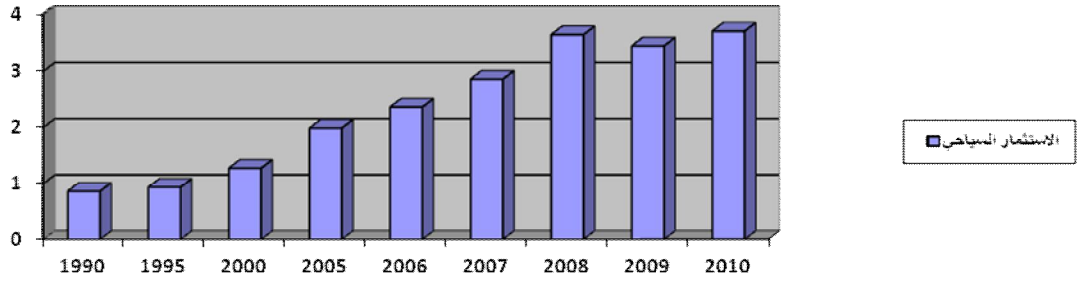
2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
3.708	3.449	3.646	2.858	2.355	1.983	1.267	0.93	0.857	الاستثمار السياحي

Source : http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/ page consultée le 12/09/2011

¹⁹⁵ عشي صليحة، الاداء و الاثر الاقتصادي و الاجتماعي، دكتوراه مرجع سبق ذكره ص 185

¹⁹⁶ بوفليح نبيل، تقوروت محمد. مداخلة بعنوان التجربة المغربية في قطاع السياحة (تونس، المغرب) الملتقى الوطني الأول حول السياحة في

الشكل رقم (2-13): الاستثمار السياحي في المغرب



نلاحظ من الشكل أعلاه أن قيمة الاستثمار السياحي ارتفعت من 857000000 دولار سنة 1990 إلى 3708000000 دولار سنة 2010، وذلك لأن الاستثمار السياحي يشكل أحد أهم الاستثمارات في المغرب لما يمتلكه من عناصر جذب كبيرة، ويأتي اهتمام الحكومة بدعم الاستثمار في القطاع السياحي من منطلق أن القطاع السياحي يتميز بمجموعة من السمات المهمة في عملية التنمية ومنها أنه أحد أهم القطاعات التي تساهم في تحقيق قيمة مضافة غير منظورة للعديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى وخاصة قطاع التجارة قطاع الخدمات الأمر الذي يساهم في رواج الحركة الاقتصادية ككل. كما تضمنت مدونة الاستثمار لسنة 1995 إجراءات هادفة لخفض كلفة الاستثمار وتسمح بحرية تحويل الرساميل الأجنبية المستثمرة والفوائد المحققة. هكذا، انتقل المغرب سنة 2003 من المركز الرابع إلى الأول بين البلدان العربية التي توجهت لها الاستثمارات الأجنبية المباشرة ويحتل المرتبة الثالثة أفريقياً. تكمن الزيادة في حجم الإنفاق الاستثماري في قطاع السياحة من فكرة تحسين موقع المغرب كوجهة مفضلة للاستثمارات، و في سنة 2010 قررت الحكومة المغربية رصد 90 مليار درهم (9 مليارات دولار) للاستثمار في قطاع السياحة، كما استعرض وزير السياحة والصناعة التقليدية المغربي الفرص الاستثمارية المتاحة بالمغرب التي تضمن هامشا كبيرا لريح سريع في ظل المخطط الحكومي المغربي المشجع على الاستثمار في القطاع السياحي والمروج على نطاق واسع لوجهة المغرب السياحية عبر القارات الخمس في إطار رؤية 2020 التي ترمي إلى تنويع المنتج السياحي واستقطاب 15 مليون سائح.

المبحث الثالث: مقومات الجغرافية السياحية و آثارها الاقتصادية في مصر

يتأثر النشاط السياحي في أي منطقة بمجموعة من العوامل المتشابكة، سواء الجغرافية أو التاريخية أو الاقتصادية، وتعد العوامل الطبيعية والتاريخية والحضارية من أهم العوامل المؤثرة في النشاط السياحي والتي تؤثر على الاقتصاد ككل، و يعتبر موقع مصر الجغرافي استراتيجي بحكم صلة دائمة بالثقافات والحضارات المجاورة التي تأثرت بها و أثرت فيها على مر العصور

المطلب الأول : جغرافية مصر التاريخية طبيعية ومادية

تتوفر مصر على كنوز طبيعية و أثرية و تاريخية و مادية, جعلتها من بين أهم البلدان العربية في مجال السياحة , كما تعتبر قطب من أقطاب السياحة في القارة الأفريقية.

أولاً: المقومات الطبيعية

تقع مصر في الركن الشمالي الشرقي من قارة أفريقيا. يحدها من الشمال الحدود الدولية للبحر الأبيض المتوسط. ويحدها شرقاً الحدود الدولية للبحر الأحمر. ويحدها في الشمال الشرقي الحدود الدولية مع فلسطين وإسرائيل. ويحدها من الغرب الحدود الدولية مع الجماهيرية الليبية . ويحدها جنوباً الحدود الدولية مع جمهورية السودان. تبلغ مساحة جمهورية مصر العربية حوالي (1.2 مليون كم2). تعتبر مدينة القاهرة عاصمة جمهورية مصر العربية وهي مدينة عريقة ذات مكانة بارزة بين عواصم العالم.

كما يمكن تقسيم تضاريس جمهورية مصر العربية إلى أربعة أقسام رئيسية :¹⁹⁷

1 - وادي النيل والدلتا : يبدأ وادي النيل جنوباً من شمال وادي حلفا حتى البحر المتوسط وينقسم إلى مصر العليا (الصعيد) من حلفا إلى جنوب القاهرة ، ومصر السفلي (دلتا النيل) وتمتد من شمال القاهرة إلى البحر المتوسط. ويمتد نهر النيل من الحدود المصرية جنوباً إلى مصبيه في البحر المتوسط شمالاً. ويتفرع النيل شمال القاهرة إلى فرعين رئيسيين هما فرع دمياط وفرع رشيد اللذان يحصران بينهما مثلث الدلتا الذي يعد من أحصب الأراضي الزراعية.

2- الصحراء الغربية : تمتد من وادي النيل في الشرق حتى الحدود الليبية في الغرب ومن البحر المتوسط شمالاً إلى الحدود المصرية الجنوبية ، وتنقسم إلى : - القسم الشمالي ويشمل السهل الساحلي والهضبة الشمالية ومنطقة المنخفضات العظمي والتي تضم واحة سيوة ومنخفض القطارة ووادي النطرون والواحات البحرية - القسم الجنوبي ويشمل واحات الفرافرة والخارجة والداخلة وفي أقصى الجنوب واحة العوينات.

3- الصحراء الشرقية: تمتد بين وادي النيل غرباً والبحر الأحمر وخليج السويس وقناة السويس شرقاً ومن بحيرة المتزلة علي البحر المتوسط شمالاً حتى حدود مصر مع السودان جنوباً. وتتميز الصحراء الشرقية بوجود المرتفعات الجبلية التي تطل علي البحر الأحمر ويصل ارتفاعها إلي حوالي 3000 قدم فوق سطح البحر وتعتبر هذه الصحراء بمثابة مخزون الموارد الطبيعية المصرية من خامات المعادن المختلفة من ذهب وفحم وبتروول¹⁹⁸ .

4- شبه جزيرة سيناء: وهي علي شكل هضبة مثلثة الشكل قاعدته علي البحر المتوسط شمالاً ورأسه جنوباً في

¹⁹⁷ جمهورية مصر العربية (الدولة - الأرض - الجغرافيا) http://www.egypt.com/egyptana/state/Egypt_geography.asp

(2011-05-05)

¹⁹⁸ جغرافيا مصر www.marefa.org/index.php/ (2011-05-05)

منطقة رأس محمد وخليج العقبة من الشرق وخليج السويس وقناة السويس من الغرب¹⁹⁹ وتنقسم سيناء من حيث التضاريس إلى ثلاثة أقسام رئيسية هي

– القسم الجنوبي : وهو منطقة وعرة شديدة الصلابة تتألف من جبال جرانيتية شاهقة الارتفاع ، ويصل ارتفاع جبل كاترين نحو 2640 متراً فوق سطح البحر وهو أعلى قمة جبلية في مصر .

– القسم الأوسط: منطقة الهضاب الوسطي أو هضبة التيه وتنحدر أودية هذه الهضبة نحو البحر المتوسط انحداراً تدريجياً.

– القسم الشمالي : وهو يضم المنطقة المحصورة بين البحر المتوسط شمالاً وهضبة التيه جنوباً وهو عبارة عن أرض منبسطة ومنطقة سهلية تكثر فيها موارد المياه الناتجة عن الأمطار التي تنحدر مياهها من المرتفعات الجنوبية وهضبات المنطقة الوسطي.

تعتمد مصر في مصادرها المائية علي ثلاثة مصادر أساسية للمياه العذبة هي : المياه الفيضية التي تتمثل في نهر النيل ومياه الأمطار والسيول ثم المياه الجوفية بالإضافة إلى بعض المصادر الأخرى²⁰⁰.

ثانياً: المقومات الحضارية

تاريخ مصر هو تاريخ الحضارة الإنسانية حيث أبدع الإنسان المصري وقدم حضارة عريقة سبقت حضارات شعوب العالم, حضارة رائدة في ابتكاراتها وعمارتها وفنونها حيث أذهلت العالم والعلماء بفكرها وعلمها فهي حضارة متصلة الحلقات تفاعل معها الإنسان المصري وتركت في عقله ووجدانه بصماتها لقد كانت مصر أول دولة في العالم القديم عرفت مبادئ الكتابة وابتدعت الحروف والعلامات الهيروغليفية ، وكان المصريون القدماء حريصين علي تدوين وتسجيل تاريخهم والأحداث التي صنعوها وعاشوها ، وبهذه الخطوة الحضارية العظيمة انتقلت مصر من عصور ما قبل التاريخ وأصبحت أول دولة في العالم لها تاريخ مكتوب ، ولها نظم ثابتة ولذلك اعتبرت بكافة المعايير , أما للحضارات الإنسانية إن لمصر دورها الحضاري والتاريخي والديني حيث كانت المكان الذي احتضن الأنبياء . والأرض التي سارت خطوات الأنبياء والرسول عليها , ف جاء إليها أبو الأنبياء إبراهيم عليه السلام وتزوج منها السيدة هاجر وجاء إليها يوسف عليه السلام وأصبح فيها وزيراً وتبعه إليها أبوه يعقوب, ودار أعظم حوار بين الله عز وجل وبين موسى عليه السلام علي أرضها وإلي مصر لجأت العائلة المقدسة السيدة مريم العذراء وطفلها سيدنا عيسى²⁰¹, لقد تتابعت علي أرض مصر حضارات متعددة فكانت مصر مهدياً للحضارة الفرعونية ، وحاضنة للحضارة الإغريقية والرومانية ومنارة للحضارة

¹⁹⁹ جغرافية مصر www.petroleum.gov.eg/ar/AboutEgypt/Pages/Geography.aspx (2011-05-05)

²⁰⁰ جغرافية مصر الموارد الطبيعية www.kenanaonline.com/page/2956 (2011-05/05)

²⁰¹ التاريخ المصري www.emigration.gov.eg/EgyptianHistory/EgyptianHistoryIntroduction.aspx

القبطية ، وحامية للحضارة الإسلامية. فتاريخ مصر هو أطول تاريخ مستمر لدولة في العالم لما يزيد عن 3000 عام قبل الميلاد. حيث تميزت مصر بوجود نهر النيل الذي يشق أرضها والذي اعتبر عامل مساعد لقيام حضارة عريقة بها، كما تقع مصر بموقع جغرافي متميز يربط بين قارتي آسيا وإفريقيا ويرتبط بقارة أوروبا عن طريق البحر الأبيض المتوسط. كل هذا أدى إلى قيام حضارة عرفت بأنها أقدم حضارة في التاريخ الإنساني، الذي يظهر في المدرجات النهرية على جوانب النيل من لادلة المادية و النباتية و الحيوانية التي عثر عليها فيها و التي تعود الى العصر الحجري القديم او الاوسط او غير ذلك لان الانسان كان يترك اثاره على المدرجات و هو يعيش على ضفاف النهر²⁰². و قد مر على مصر حضارات عديدة نذكر اهمها:

عصر الدولة القديمة (2980 - 2475 ق.م)، توصل المصريون إلى الكتابة الهيروغليفية أي (النقش المقدس) ونشطت حركة التجارة بين مصر والسودان. واستقبلت مصر عصرا مجيدا في تاريخها عرف باسم عصر بناء الأهرامات.

عصر الدولة الوسطى (2160 - 1580 ق.م) ازدهرت الزراعة وتطورت المصنوعات اليدوية، وأنتج الفنانون المصريون والمهندسون تراثا رائعا. كذلك ازدهر الفن والأدب في هذا العصر .

عصر الدولة الحديثة (1580 - 1150 ق.م) تميزت هذه الفترة بالتطورات على الصعيد العسكري و التعليمي و التجاري و تميزت بوضع معايير الحوافز و الاجور كذلك شيدت واحدا من أعظم الآثار المعمارية وأكثرها روعة وفخامة وهو معبد "الدير البحري" على الشاطئ الغربي للنيل في مواجهة الأقصر وهو معبد فريد في تصميمه وليس له مثيل بين معابد العالم القديم كلها

العصر اليوناني وقد توج الإسكندر نفسه ملكا على منهج الفراعنة ووضع أساس مدينة الإسكندرية وأصبحت العاصمة المصرية الإسكندرية أكبر مركز تجارى وصناعى فى شرق البحر المتوسط فى مصر وثانى مدن الإمبراطورية الرومانية وقد استمرت جامعة الإسكندرية فى عهد الرومان مركزاً للبحث العلمى ومقرّاً للعلماء من شتى أنحاء العالم. فى العصر الرومانى. فى العصور التالية تعاقبت ممالك و دول على مصر، فبعد دخول العرب و عصر الراشدين حكمها الأمويون ثم العباسيون عن بعد بوكلائهم الإخشيديين و الطولونيين لفترات و جيزة ثم الفاطميون الذين تلاهم الأيوبيون. أتى الأيوبيون بفترة من المحاربين العبيد هم المماليك استقوت حتى حكمت البلاد بنظام إقطاعي عسكري، و استمر حكمهم للبلاد بشكل فعلي حتى بعد أن فتحها العثمانيون و أصبحت ولاية عثمانية عام 1517. وشهدت مصر خلال الحكم الإسلامي نهضة شاملة فى العمران والفنون تمثلت فى العمارة الإسلامية بإنشاء العديد من المساجد والقلاع والحصون والأسوار، كذلك الفنون الزخرفية

²⁰² يسري الجوهري جغرافيا مصر السياحية مكتبة و مطبعة الاشعاع الفنية جامعة المنيا مصر 1998 ص13

خاصة مع إضافة النافورة والمئذنة والدعامات والزخرفة واللوحة التأسيسية , ومئذنة جامع ابن طولون²⁰³ هي الوحيدة في مساجد مصر التي لها هذا الشكل وهي مستمدة من المعابد الفارسية المعروفة باسم "الزيجورات"²⁰⁴.

وتقدمت العمارة الإسلامية في العهد الفاطمي ويعد الجامع الأزهر²⁰⁵ من أشهر فنون العمارة الفاطمية في مصر، وكذلك الجامع الأنور "الحاكم بأمر الله" والجامع الأحمر، ويعد مشهد الجيوشي نموذجاً لتشييد القباب وإنشاء المساجد. وتتميز العصر الأيوبي بتقدم العمارة، ومن أشهر معالمها بناء قلعة صلاح الدين²⁰⁶ وتمثل هذه القلعة العمارة الإسلامية منذ الدولة الأيوبية حتى عصر "محمد علي"²⁰⁷ الذي قام ببناء الجامع فيها. كما ترك المماليك ثروة فنية عظيمة تمثلت في المساجد والقباب ودور الصوفية والقصور والمدارس والقلاع.

و من بين اهم المعالم الاثرية المعروفة الاهرامات الجيزة و التي تعتبر من اقدم عجائب الدنيا السبع, و هي مقابر الفرعنة و بنيت حوالي عام 2690 قبل الميلاد ثلاثة اهرام حيث بنى الاول منها الفرعون خوفو و ارتفاعه 147 مترا و الثاني الفرعون خفرع و ارتفاعه 136 مترا و الثالث الفرعون منقرع و ارتفاعه 62 مترا و هي عجائب الدنيا السبع المتبقية و قد امتلات ممراتها و مقابرها في يوم من الايام بممتلكات الملوك التي لا تقدر بثمن, و التي دفنوها معهم حتى يستعملوها في الحياة الاخرى على حد زعمهم و قد نهب كنوز الاهرامات منذ آلاف السنين و لا زالت الاكتشافات متوالية الى الآن و كذلك نجد القرية الفرعونية: هي قرية عندما تدخلها تعتقد انك جرعت آلاف السنين مجتمع غير الذي كنت تعيش فيه, فمنذ اللحظة التي تبدأ فيها التجول²⁰⁸ بالقرب خلال القنوات التي تحترق القرية تجد نفسك مستغرقا تماما في مصر الفرعونية, فاينما وجهت بصرك سوف تلقى المزيد والمزيد من مشاهد و أصداء مصر القديمة حتى انك تقتنع في النهاية انك قد سافرت خلال الزمن الى ماضي بعيد و رائع بدأت هذه القرية بحلم, تخيل الدكتور حسن رجب بإمكانية إقامة متحف حي

²⁰³ جامع بن احمد بن طولون "يعد جامع ابن طولون الكائن في ميدان ابن طولون بالقاهرة بالقرب من مسجد السيد زينب في حي السيدة زينب ثالث المساجد في مصر بعد مسجد عمرو بن العاص و مسجد العسكر الذي لم يعد له وجود و انشا المسجد احمد بن طولون سنة 879م و الذي تولى حكم مصر في فترة الخلافة العباسية و تم تعيينه من قبل الخليفة العباسي

²⁰⁴ تاريخ مصر www.marefa.org/index.php تاريخ مصر (2011/05/05)

²⁰⁵ الجامع الأزهر: هو اول عمل معماري اقامه الفاطميون في مصر بناه جوهر الصقلي بعد عام من فتح الفاطميين لمصر عام 970م, و تمت اول صلاة فيه يوم 7 رمضان 361 الموافق لعام 972 و لم يكن يعرف منذ انشائه بالجامع الأزهر, و انما كان اسمه جامع القاهرة كان له دور بارز في مقاومة الاحتلال الفرنسي و تشجيع الجماهير للوقوف في وجهه الاحتلال.

²⁰⁶ قلعة صلاح الدين الايوبي؛ تقع في حي "القلعة" قسم الخليفة. تعتبر قلعة صلاح الدين الايوبي بالقاهرة من افخم القلاع الحربية التي شيدت في العصور الوسطى فموقعها استراتيجي من الدرجة الاولى بما يوفره هذا الموقع من اهمية دفاعية لانه يسيطر على مدينتي القاهرة و القسطنطينية, كما انه يشكل حاجزا طبيعيا مرتفعا بين المدينتين .

²⁰⁷ الجامع: هو اكثر معالم القلعة شهرة حتى ان الكثيرين يعتقدون ان قلعة صلاح الدين الايوبي هي قلعة محمد علي باشا لشهرة هذا الجامع بها, كما يسمى ايضا جامع المرمر و هو نوع من انواع الرخام النادر الذي كسي به.

²⁰⁸ آثار مصر <http://www.holidays4arab.com/vb/r1302.html> (2011/05/08)

بأشخاص حقيقيين يلبسون ما كان موجودا منذ سبعة آلاف سنة و ذلك عام 1974 كذلك نجد قصر بارون الذي شيده المليونير البلجيكي ادوارد امبان لزوجته في نهاية القرن 18 حيث و اختار مكانا صحراويا لبناء قصره بالقرب من القاهرة ووقع اختياره على الفنان الكسندر مارسيل لتصميم القصر و الذي مزج بين فن العمارة الهندي و الأوروبي و ظهرت الى العالم في سنة 1905 تحفة معمارية فريدة من نوعها في العالم و هذا القصر الوحيد في العالم الذي لا تغيب عنه الشمس طوال النهار و من شدة حبه لمصر طلب ان يدفن فيها و بعد ان تم بناء القصر سنة 1905 أصيب البارون بسرطان و دفن تنفيذًا لوصيته في مصر و امر بقتل الكسندر قبل مماته حتى لا يبني قصر مثل قصره و لا يخفى علينا أيضا دار الأوبرا المصرية موجودة في الزمالك و التي تعتبر احد اهم المنارات الثقافية بمصر أنشأت عام 1988, وتم بنائها بدلا من الأوبرا القديمة التي احترقت عام 1971, و التي عاشت لمدة 102 عام تضم مسرحا كبيرا يشمل 1200 كرسي ,بالإضافة لمسرح صغير لتقدم العروض في المواسم الثقافية,وقد روعي في تصميمها وجود انحناءات في الحوائط لتوزيع الصوت و بالنسبة للترفيه نجد مدينة دريم بارك و هي من إحدى اكبر المدن الترفيهية في الشرق الاوسط و شمال افريقيا و كذلك حديقة الحيوان و التي انشأت عام 1890, اقدم ثلاث حدائق في العالم و هي حديقة كبيرة جدا و بما 1200 من الحيوانات و الطيور المختلفة كالنعام الاسترالي و الحية الهندية ...الخ.

اما بالنسبة للمتاحف فنجد المتحف القبطي²⁰⁹, المتحف المصري²¹⁰, متحف الحضارة المصرية²¹¹, متحف الحربي²¹² متحف قصر عابدين²¹³, متحف الفن الاسلامي, متحف التحنيط, المتحف اليوناني الروماني, متحف

²⁰⁹ المتحف القبطي: يقع هذا المتحف داخل حصن بابلون الشهير, في مصر القديمة و بجانبه كنيسة الروم و قام بتأسيس المتحف مرقص سميكة باشا عام 1910 في عهد السلطان حسين .

²¹⁰ لمتحف المصري من اقدم و اشهر متاحف الدنيا حيث به اكبر مجموعة من الآثار المصرية المختلفة. و للمتحف المصري تاريخ طويل يبدأ منذ عام 1825م حين اصدر محمد باشا مرسوما بإنشاء متحف للآثار فاختاروا له مكانا مؤقتا على ضفاف بركة الازبكية, و هي بين ميداني الأوبرا و العتبة, 1902

²¹¹ متحف الحضارة المصرية: انشئ في عام 1943-1949 في عهد الملك فاروق, يحتوي على نماذج و صور فوتوغرافية و مخطوطات و لوحات زيتية و تحف فنية و آثار من العصر الحجري و الفرعوني و اليوناني و الروماني و القبطي و العربي و حضارة السودان و العصر الحديث

²¹² المتحف الحربي بني بقرار من محمد علي باشا عام 1826م و يحتوي على عدة اقسام: قاعة الجدد, و تحتوي على جميع الاحداث التاريخية لمصر منذ العصر الفرعوني حتى حرب السادس من اكتوبر, الجناح الفرعوني, الجناح الاسلامي, قاعة الاسلحة, قاعة الحملة الفرنسية, صالة الشهداء مصر منذ حرب 1948 الى حرب تحرير الكويت, صالة العرض المكشوف و تعرض اهم المعدات العسكرية من طائرات و دبابات كانت تستخدم في حرب اكتوبر.

²¹³ متحف قصر عابدين: كان ابناء و احفاد الخديوي اسماعيل الذين حكموا مصر بعده مولعين بوضع لمساتهم على القصر, و عمل الاضافات التي تتناسب ميول و عصر كل منهم, و من ذلك ما قام به الملك فؤاد الاول ابن اسماعيل و الذي حكم مصر في الفترة من عام 1917-الى 1936م بتخصيص بعض قاعات القصر لاعداد متحف لعرض مقتنيات الاسرة من اسلحة و ذخائر و اوسمة و نياشين و غيرها, ثم قام ابنه الملك فاروق الاول الذي حكم مصر من عام 1937 الى عام 1952 باستكمال المتحف و اضافة الكثير من المقتنيات, خاصة في الاسلحة بانواعها, و الحق بالمتحف

قصر النيل، متحف الخزف الاسلامي، متحف السكة الحديد، متحف مركب خوفو، المتحف الجيولوجي المصري متحف الفن الحديث المتحف الحيواني و غيرها من المتاحف²¹⁴. و يحظى التراث المصري بعادات و تقاليد تترجمها تلك الصناعات التقليدية اليدوية، كالححاس، النسيج، بتنوع اشكاله و الوانه التي تعبر عن تراث كل منطقة. و ما يمكن استخلاصه ان موقع مصر ذو الطبيعة المتنوعة و ما يتضمنه من ثراء متعدد من تاريخ و ثقافة و تراث هذا البلد ساعده على النهوض بقطاعه السياحي و تطويره، و تنشيط الانماط السياحية²¹⁵ المرتبطة بهذا المنتج السياحي الطبيعي و الحضاري الذي تتوفر عليه مصر، سيما السياحة التاريخية (الاهرامات، المتاحف و المعابد) السياحة الدينية (الجامع الازهر و غيرها من المساجد)، سياحة المعالم الطبيعية (اقليم الفيوم، جزيرة سيناء و الواحات) و سياحة التعرف على النهضة الحديثة (بانوراما، حديقة سادس من اكتوبر القرية الفرعونية و دار الأوبرا)²¹⁶

المطلب الثاني: جغرافيا مصر المادية

تتوفر مصر على مقومات سياحية طبيعية و على مخزون تاريخي و ثقافي عريق و تنموع مما ساعدها على تطوير قطاعها السياحي.

أولا: الطاقة الفندقية:

يمكن توضيح تطور السعة الإيوائية في الفنادق في مصر بحسب عدد الأسرة و عدد الفنادق من خلال الجدول التالي:

مكتبة متخصصة في هذا المجال. و هكذا اصبح قصر عابدين مجمع للمتاحف المتنوعة تم ربطها بخط زيارة واحد يمر من خلاله الزائر بحقائق القصر مما يتيح للزائر المتعة الثقافية و الترفيهية معا.

²¹⁴ المتاحف المصرية http://www.egypt.com/egyptana/Arts_culture/museum.asp (2011-05-05)

²¹⁵ انواع السياحة في مصر www.sanstefano.net/19/manhag/1/goegrfia.doc (2011-02-11)

²¹⁶ مدينة السادس من أكتوبر بما مشروعات سياحية مركز ترفيهي سياحي - مدينة ملاحى - ونادي رياضي - مجموعه من الحدائق ومركز للألعاب الاولمبية .

القرية الفرعونية : خصائصها :- تصور حياة المصريين والمنازل التي كان يعيشها الفلاحين . - توضح معالم الحياة الزراعية في مصر . - تصور الحياة الدينية والتحنيط .

بانو راما حرب أكتوبر في مدينة نصر حيث يشاهد الزائرون بالصورة ويسمعون صوت وأحداث المعركة والحرب .

الأعمال التشكيلية لبانو راما حرب 1973 : تجسد الأعمال والبطولات بما لوحه زيتية تعد من أضخم اللوحات الزيتية المرسومة (ماكيت)

المركز الثقافي العربي " دار الأوبرا " احترقت دار الأوبرا 1971 وتم افتتاحها 1988 وبها قاعات مجهزة بأحدث الوسائل السمعية والبصرية وتتكون من مسرح رئيسي ومسرح ثاني وتعرض بها مسرحيات عالمية وعربية وتعتبر مركز إشعاع ثقافي وهي بيت للممثل العربي .

الحديقة الدولية بالقاهرة: توجد في مدينة نصر ساهمت دول عربية في أقامتها نجد بما ركن سعودي مغربي وسوداني وتوجد بما مجموعه من الزهور الجميلة ونباتات زيتية حيث يستمتع الزائر بالجو الجميل وسماع أنغام الموسيقى .

الجدول رقم(2-14): الطاقة الفندقية في مصر (1995-2009)

السنوات									
2009	2008	2007	2006	2005	2000	1999	1995	العدد	الفنادق
1458	1490	1370	1309	1321	1010	914	752		
2.1-	8.8	4.7	0.9-	9.4	10.5	5.2	-	%التغير	
429066	421694	380382	355226	341552	227222	187284	120854	العدد	الأسرة
1.7	10.9	7.1	4.0	15.4	21.3	12.3	-	%التغير	

Source : ministre du tourisme « tourist accommodation hotel capacity 2009 » www.tourism.gov.eg
page consultée le 02/04/2011

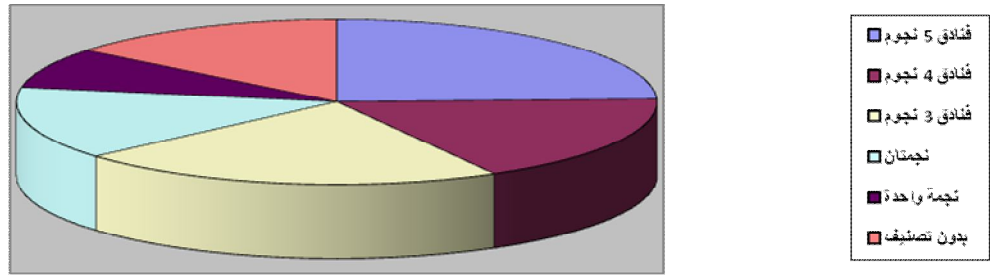
نلاحظ من الجدول أعلاه تزايداً في عدد الأسر والفنادق في مصر خلال الفترة 1994-2009 من 752 فندق عام 1994 إلى 1458 فندق عام 2009 أي بزيادة تقدر 1.93 مرة بما يعادل 706 فندقاً خلال هذه الفترة، مع العلم أن عدد هذه الفنادق يشمل كل الوحدات المصنفة و غير المصنفة، و الجدول التالي يوضح عدد الفنادق المصنفة في عام 2009

الجدول رقم(2-15) : توزيع عدد الفنادق في مصر عام 2009

المجموع		الفنادق العائمة		الفنادق و القرى السياحية		التصنيف
النسبة	عدد الفنادق	النسبة	عدد الفنادق	النسبة	عدد الفنادق	
24.48	357	71.1	204	13.1	153	5 نجوم
17.35	253	17.1	49	17.4	204	4 نجوم
21.67	316	4.2	12	26	304	3 نجوم
14.26	208	1	3	17.5	205	نجمتان
8.00	116	0	0	9.9	116	نجمة واحدة
14.26	208	6.6	19	16.1	189	بدون تصنيف
100	1458	100	287	100	1171	العدد الاجمالي

Source : ministre du tourisme « tourist accommodation hotel capacity 2009 » www.tourism.gov.eg
page consultée le 02/04/2011

الشكل رقم (2-14): توزيع عدد الفنادق في مصر عام 2009



المصدر: من اعداد الطلبة باعتماد على الجدول رقم 2-15

من الشكل أعلاه يتضح أن عدد الفنادق من صنف 5 نجوم و 3 نجوم المهيمنة و ذلك دلالة على نضوج هذا القطاع في مصر و انعكاسا للتوجيه الفعال للاستثمار الوطني نحو قطاع السياحي ، و فسح المجال أمام القطاع الخاص و الأجنبي للاستثمار في هذا المجال ، مما جعله من القطاعات المفضلة لدى المستثمرين ، و باعتبار مصر بلد سياحي 100 % فان الدولة حريصة على تلبية طلبات السواح .

كما نلاحظ تنوعا في طاقات الإيواء من فنادق تقليدية إلى فنادق عائمة بحيث توزعت على نحو التالي الفنادق و القرى السياحية بمجموع 1171 فندق بنسبة 80.31% من إجمالي عدد الفنادق ، وكما توزعت هذه الطاقة إلى فنادق مصنفة و التي قدرت بالمجموع 982 فندق مصنفة اي ما يعادل 83.85% ، و الباقي مؤسسات غير مصنفة اي ما يعادل 189 فندق بنسبة 16.14% .

أما الفنادق العائمة فهي تشكل 287 مؤسسة اي بنسبة 19.69% ، و كما توزعت هذه الطاقة الى فنادق مصنفة و التي قدرت بالمجموع 268 فندق مصنفة اي ما يعادل 93.37% ، و الباقي مؤسسات غير مصنفة اي ما يعادل 19 فندق بنسبة 6.62% ، سمحت هذه الإمكانيات السياحية المتوفرة في تطوير الإيرادات السياحية التي أصبحت المصدر الأول للعملات الأجنبية قبل تحويلات المهاجرين .

ثانيا: السياح الوافدين الى مصر

استطاعت مصر أن تدعم مكانتها في الأسواق العالمية و العربية ، بفضل الجدية المتخذة في مجال قطاع السياحة، و تدل ذلك من النتائج المحققة على مستوى مؤشر عدد السياح الوافدين إليها، لتبرهن المسيرة الموفقة للسياحة في مصر. و الجدول التالي يوضح تطور السواح الوافدين إلى مصر .

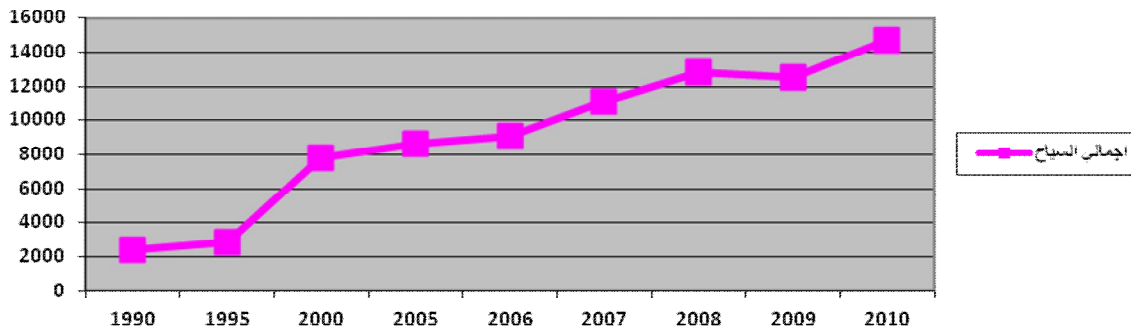
الجدول رقم (2-16): عدد السياح الدوليين الوافدون الى مصر 2003-2010

الوحدة: ألف سائح

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
14731	12535	12835	11090	9082	8607	7795	2871	2411	إجمالي السواح
17.51	-2.33	15.73	22.10	5.51	10.41	171	19.07	_	%التغير

- Source : inbound tourism ,tourists and tourist nights 2007-2009,p05 www.tourism.gov.eg
- <http://www.capmas.gov.eg/pdf/indicators/tables/23.pdf> (2010) page consultée le 16/09/2011
- WNTTO Tourism Highlights,edition 2010 p09 www.ontit.it/.../ONT_2010-09-30_02430.pdf

الشكل رقم (2-15): إجمالي السياح الوافدون إلى مصر



المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على الجدول رقم 2-16

يشير الشكل أعلاه بأن قطاع السياحة في مصر تمكن من جذب أعداد كبيرة من السياح غير المقيمين من جنسيات متعددة، حيث دخل الأراضي المصرية في عام 2003 ما يعادل 6044160 سائح ليصل الى 12835351 سائح عام 2008 إلا أن في عام 2009 و نتيجة تداعيات الأزمة المالية على قطاع السياحة في مصر انخفض قيمة السواح الوافدون إلى مصر بنسبة 2.33% مقارنة إلى سنة 2008. و تقدر النسبة في 2005 10% وقليلة مقارنة بخمس سنوات و يعود السبب في انخفاض النسبة إلى الأحداث الإرهابية التي شهدتها مصر عام 2005 في كا من طابا و شرم الشيخ²¹⁷، قدر تقرير أصدرته منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة من يزورون مصر سنويا من دول العالم المختلفة بـ12.8 مليون سائح من اغلب المناطق نذكر منها: أوروبا الغربية و الجنوبية أوروبا الشرقية، الشرق الأوسط، أمريكا الشمالية و إفريقيا ، وأشار هذا التقرير إلى أن معظم هؤلاء يتوجهون إلى المزارات الأثرية التقليدية في الأقصر وأسوان والقاهرة والواحات، فيما تفضل شريحة كبيرة منهم قضاء العطلات في مناطق الرياضات المائية والغوص في مدن البحر الأحمر وسيناء²¹⁸.

²¹⁷ عامر عيساني لاهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر مرجع سبق ذكره ص 168

²¹⁸ <http://www.el-wasat.com/portal/News-55608263.html> page consultée le 11/06/2011

المطلب الثالث: : آثار السياحة على الاقتصاد المصري

من خلال دراسة المبحث الأول تتضح ملامح قوة المنتج السياحي في مصر، ويعود ذلك إلى الاستغلال الجيد لهذا المنتج، وتحسين الخدمات المرتبطة به، مما أفرز نتائج إيجابية على مجمل هذا القطاع .و لذلك تمكنت مصر من احتلال مكانة مهمة ضمن الدول التي تعتمد على إيرادات السياحة لتنمية اقتصادها و لتوضيح مثل هذه الآثار سنتعرض في هذا المطلب العناصر التالية:

أولاً: إيرادات مصر

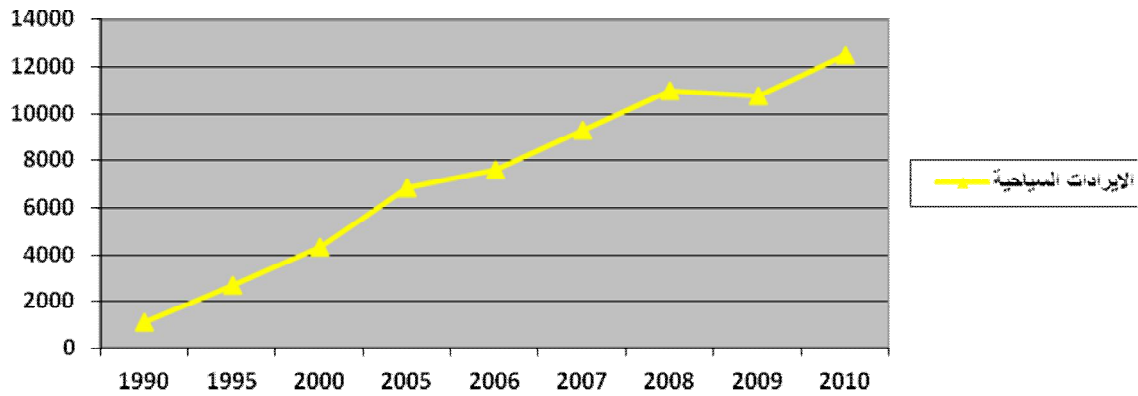
بالرجوع إلى عدد السياح الوافدين إلى مصر يتضح جليا بأن هذا البلد يعتبر قبلة سياحية مفضلة لدى الملايين من السياح الأجانب ،حيث استطاع على امتداد أكثر من خمسة عقود من الزمن أن يدعم مكانته في الأسواق المتوسطة و الإفريقية ليصبح قطبا سياحيا في المنطقة.و من الطبيعي أن يكون لهذا التزايد في حركة السياحة الدولية إلى مصر انعكاسا إيجابيا على حجم الإيرادات المسجلة على مستوى هذا القطاع و هذا ما سيلاحظ من واقع بيانات الجدول التالي :

الجدول رقم(2-17) :تطور الإيرادات السياحية لمصر 1990-2010

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
12.528	10755	10985	9303	7600	6851	4345	2684	1100	الإيرادات السياحية الف دولار
16.48	2.09-	18.08	22.40	10.93	57.67	61.88	144	_	%التغير

Source: - World Tourism Organization, Tourism Highlights Edition2011, Madrid,WTO, 2011 p. 9.
- www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm page consultée le 02/02/2011
-World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights Edition2010 p09

الشكل رقم (2-16) :الإيرادات السياحية المسجلة في مصر



المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على الجدول رقم 2-17

من الشكل نلاحظ ان القطاع السياحي في مصر يمثل أهم القطاعات التي تساهم في جلب العملة الصعبة بعد قطاع الصناعة و بالتالي يعتبر المحرك لتنمية مجالات أخرى في اقتصاد هذا البلد، كالنقل و البناء و الصناعة الغندائية و التقليدية، و أيضا في تطوير البني الأساسية التي تخدم القطاع السياحي و غيره من واقع الإيرادات السياحية التي تحققها على مستوى صناعة السياحة في مصر و التي تعتبر هامة بالنسبة لاقتصاد هذا البلد، و تعكس مدى قطاعه السياحي في المنطقة العربية و الإفريقية.

و للوقوف على أهمية العائدات يمكن إبراز أهميتها بالنسبة للنتائج المحلي الإجمالي في مصر ،حيث يتوقف أثر تنمية قطاع السياحة على الدخل الوطني على كل من الإنفاق السياحي ،و المضاعف السياحي، حيث يمثل الإنفاق السياحي التقييم الاقتصادي لمجموع السلع و الخدمات المقدمة للسائحين و إذا كان هذا الإنفاق يمثل دخلا مباشرا للأفراد الذين يعملون في القطاع السياحي فإنهم يقومون بدورهم بإنفاق جزء من هذا الدخل لتلبية احتياجاتهم المختلفة فتتولد بذلك دخول أخرى لمجموعة جديدة من الأفراد و هكذا تستمر دورة الدخل و الإنفاق حتى تتوقف أثر الإنفاق تماما. و أي زيادة في الإنفاق في العديد من المجالات المختلفة المرتبطة بالنشاط السياحي و ما يترتب عنها من زيادة الدخل للعديد من الأفراد يؤدي إلى ارتفاع معدلات الإنفاق على السلع و الخدمات المختلفة في الدولة مما يساعد على تنشيط العديد من الصناعات المرتبطة بالقطاع السياحي بطريقة مباشرة او غير مباشرة، و يتراوح المضاعف السياحي في الدول النامية ما بين 1.5 و 2.6 و تتوقف درجة قوة المضاعف من دولة إلى أخرى، و ذلك حسب درجة نمو و تقدم الدولة السياحية فكلما كان النشاط الاقتصادي داخل الدولة يتمتع بالنمو و الازدهار كلما أدى ذلك إلى زيادة قيمة المضاعف نتيجة لزيادة الاعتماد على وحدات النشاط الاقتصادي المحلية و الحد من الاستيراد من الخارج و العكس صحيح فكلما زاد الاعتماد على الاستيراد من الخارج كلما أدى إلى زيادة التسرب و من ثم انخفاض قيمة المضاعف السياحي ، و يقدر البعض قيمة المضاعف السياحي المصري بحوالي 1.9²¹⁹ ، من خلال معطيات الجدول التالي يمكن ملاحظة نسبة الإيرادات إلى الناتج المحلي قبل المضاعف و بعد المضاعف:

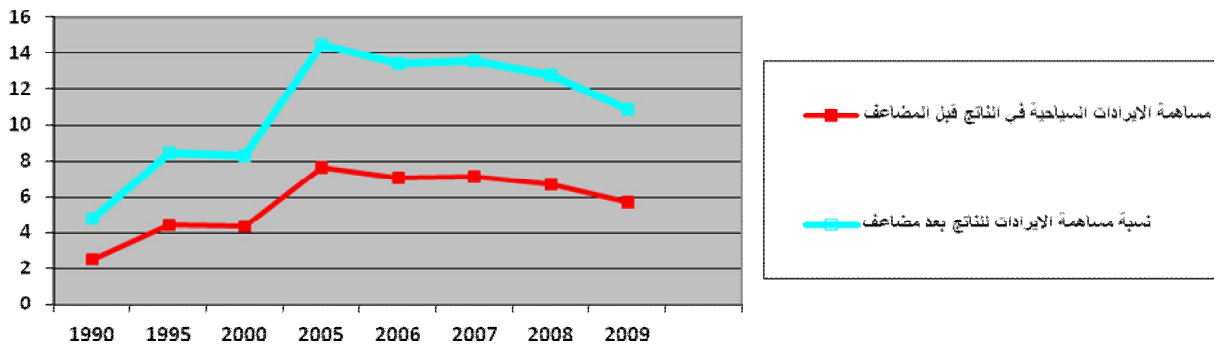
الجدول رقم (2-18): مساهمة عائدات القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في مصر 1990-2009

2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
188.413	162.836	130.473	107.484	89.685	99.838	60.159	43.130	PIB (مليون دولار)
10755	10985	9303	7600	6851	4345	2684	1100	الإيرادات السياحية
5.70	6.74	7.13	7.07	7.63	4.35	4.46	2.55	مساهمة عائدات السياحة في PIB قبل المضاعف
10.83	12.80	13.54	13.43	14.49	8.26	8.47	4.84	نسبة الإيرادات السياحية الى الناتج بعد المضاعف

Source: - EGYPT, "Les indicateurs économiques égyptienne, PIB (\$US courant)."

<http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?codeTheme=2&codeStat=NY.GDP.MKTP.CD&codePays=EGY&codeTheme2=2&codeStat2=NY.GDP.MKTP.CD&langue=fr>

الشكل رقم (2-17): مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي بمصر



المصدر: من إعداد الطلبة باعتماد على الجدول رقم 2-18

من الشكل أعلاه يتضح مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي في مصر قدرت في المتوسط بأكثر من 7.13% خلال الفترة 1990-2007، و كما نرى أن نسبة مساهمة الإيرادات عام 2007 تقدر ب 7.13 قبل المضاعف و ارتفعت إلى 13.54 بعد المضاعف، و كما نرى فان المضاعف يصحح وضع النشاط السياحي بشكل كبير و يبرز أهمية الإيرادات السياحية و نسبتها الى الناتج المحلي الإجمالي، و من ثم يمكن القول

أن القطاع السياحي على علاقة تشابكية مع القطاعات الاقتصادية الأخرى. و تدل النسب قبل المضاعف على أهمية مساهمة العائدات السياحية المسجلة على مستوى هذا القطاع في الناتج المحلي الإجمالي في هذا البلد حيث يقترب هذا المتوسط من نظيره على المستوى العالمي 10% و تعتبر مساهمة العائدات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في مصر هامة و تعكس بوضوح المكانة المتميزة التي يحظى بها القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية لهذا البلد، باعتباره اكبر قطاع مساهم في جلب العملة الصعبة لخزينة الدولة، إلا أن في عام 2009 و نتيجة لتداعيات الأزمة انخفضت الإيرادات السياحية و لكن بشكل طفيف مقارنة بسنة 2008 لتعاود الارتفاع في سنة 2010، بحيث صنفت مصر سنة 2010 أول دولة بين دول شمال إفريقيا و احتلت المركز الأول في إفريقيا و احتلت المرتب 18 من أهم 50 مقصد سياحي عالمي²²⁰. و ذكر تقرير منظمة السياحة العالمية إن معظم سكان المدن المصرية المطللة على البحر الأحمر يعتمدون في معاشهم بنسب متفاوتة على السياحة، التي تمثل نسبة 11% من مصادر الدخل الوطني وتأتي في المرتبة الرابعة بعد التحويلات القادمة من الخارج ورسوم المرور بقناة السويس وعائدات النفط والغاز²²¹. و كانت للأحداث 25 يناير 2011 أثر على الاقتصاد السياحي المصري بحيث رأى الخبير في مجال السياحة المصرية وأستاذ علوم المصريات بجامعة إشتات الألمانية هانز بوفينغر ان حركة الاحتجاجات التي دارت في مصر تسببت في أضرار فادحة للاقتصاد المصري المعتمد بشكل رئيسي على العائدات المالية للسياحة نتيجة لإلغاء الولايات المتحدة بترحيل مواطنيها من هناك، وانضمام دول عديدة كفرنسا وبلجيكا والسويد وألمانيا وفنلندا وبولندا وروسيا والصين وأستراليا إلى قائمة الدول المحذرة لرعاياها من السفر لأي سبب إلى الأراضي المصرية المضطربة.

ثانيا: التوظيف السياحي

انعكس النمو المستمر لحجم السياحة الدولية الوافدة إلى مصر على قطاع التشغيل في البلاد، حيث أنه وفر آفاق واسعة أمام عدد كبير من مصريين للحصول على منصب شغل في قطاع السياحة لتلبية الحاجات المتزايدة من الموارد البشرية المؤهلة و الغير مؤهلة، و الجدول الآتي يبين تطور عدد المشتغلين في هذا القطاع:

الجدول رقم (2-19): مساهمة السياحة في التوظيف المباشر و الإجمالي في مصر (1990-2010)

²²⁰ عادلة رجب، نحو تعزيز تنافسية السياحة في مصر المركز المصري للدراسات الاقتصادية 14 افريل 2011-10-28

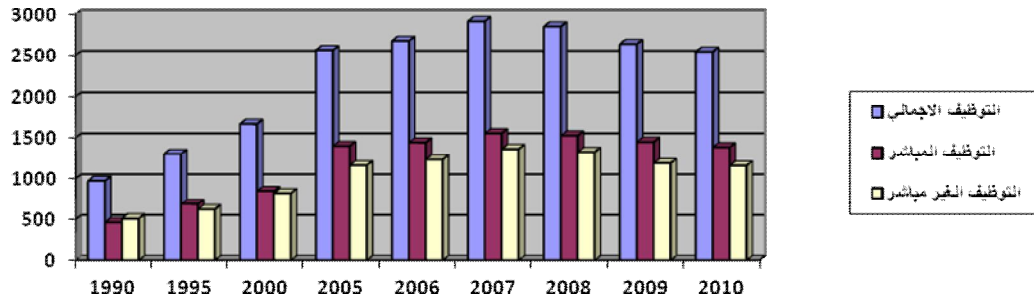
http://www.eces.org.eg/Uploaded_Files/events/%7B3A41FD90-A020-4910-9042-64E2C3E93406%7D_2011-04-14%20Dr.%20Adla%20Ragab%20Tourism%20ECES%2014%20April%202011%20Modified.pdf
page consultée le 24/09/2011

²²¹ <http://www.el-wasat.com/portal/News-55608263.html> page consultée le 11/06/2011

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
1384.5	1448.5	1523.8	1551.8	1441.2	1400.2	845.7	684.6	463.2	التوظيف المباشر (000)
2543.4	2636.4	2850.1	2914.6	2674.7	2562	1663.6	1303.3	971.9	التوظيف الإجمالي (000)

Source : http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/ page consultée le 12/09/2011

الشكل رقم (2-18): التوظيف السياحي المباشر و الغير مباشر و الإجمالي في مصر



المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على الجدول رقم 2-19

نلاحظ من الشكل أعلاه ان مساهمة السياحة في التوظيف المباشر اكبر من مساهمتها في التوظيف الغير مباشر و باعتبار السياحة في مصر ثاني قطاع مشغل للأيدي العاملة، فان الأرقام المسجلة على مستوى الوظائف المباشرة تصبح أكبر أهمية، و طبقا للدراسات تشير الى ان كل غرفة فندقية تخلق 2 الى 3 فرص عمل مباشرة و غير مباشرة. وبما ان مصر تعتبر من الدول التي تعتمد على قطاع السياحة بعد قطاع الصناعة في تقليل من نسبة البطالة الذي يصل الى 28.94%، و الملاحظ من الجدول أعلاه بأن مناصب الشغل المتاحة في القطاع السياحي بمصر خلال الفترة (1990-2010) تزايدت بما يعادل 1574.5 الف منصب، و تعتبر هذه الزيادة في مناصب العمل بقطاع السياحة في مصر مهمة جدا، و تنعكس أهمية هذا القطاع و مستوى تطوره. كما تمثل العمالة في القطاع السياحي 12.6% سنة 2009 من إجمالي القوى العاملة²²² و بالاسترشاد بمعاملات العامل/غرفة، تقدر فرص العمل الجديدة المباشرة المستهدفة بالقطاع السياحي - سواء خدمة فندقية أو خدمات سياحية - بنحو 1.8 مليون عمل خلال الفترة الممتدة²²³ حتى عام 2017 بعد تعافي السياحة

²²² http://old.moheet.com/show_news.aspx?nid=365411&pg=13 page consultée le 20/09/2011

²²³ عامر عيساني الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة مرجع سبق ذكره ص 165

المصرية من جراء الثورة 25 جانفي ، كما تركز مصر إلى جانب توفير أكبر عدد ممكن من مناصب الشغل في قطاعها السياحي ، على عامل التكوين و التأهيل نظرا لما له من أهمية في عناصر العرض السياحي في أي بلد.

ثالثا: الاستثمار السياحي

تعتبر مصر من الدول العربية و العالمية السياحية و لهذا تحاول السلطات على تنمية هذا القطاع من خلال الاستثمارات و حوافز التي تقدمها لتشجيعه و الجدول التالي يبين قيم راس المال المنفق في المشاريع السياحية.

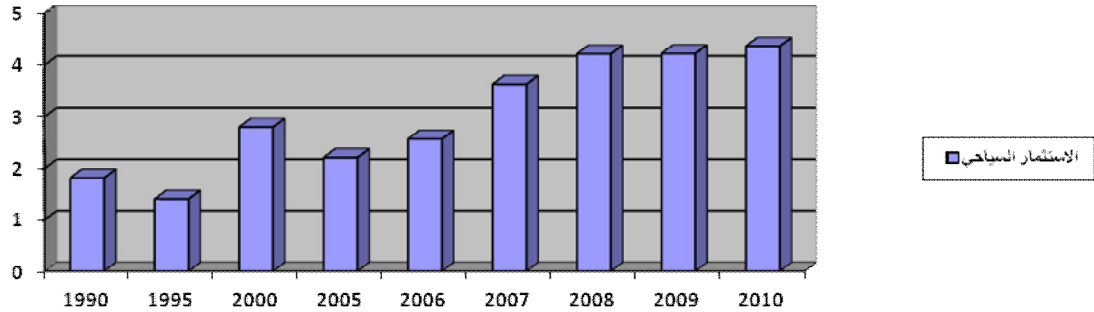
الجدول رقم (2-20): الاستثمار السياحي في مصر (1990-2010)

الوحدة: مليون دولار أمريكي

2010	2009	2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
4.365	4.218	4.212	3.633	2.56	2.202	2.797	1.397	1.814	الاستثمار السياحي

Source : http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/ page consultée le 12/09/2011

الشكل رقم (2-19): الاستثمار السياحي في مصر



المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على الجدول رقم 2-20

من الشكل أعلاه نلاحظ أن الاستثمار السياحي في مصر عرف تذبذبا في السنوات 1990.1995.2005.2006 إلى استقراره نوعا ما في السنوات الأخيرة ، و هذا يدل على أهمية القطاع السياحي في مصر و الذي يعتبر الاستثمار من أولويات ترقيته ، بحيث مثلت نسبة التغير بين سنتي 1990 و 2010 ب 140% و هي تمثل نسبة قليلة إذا ما قورنت بالمغرب التي وصلت فيها النسبة إلى 332% عكس الجزائر التي لم تتعدى نسبة التغير 97%. قدمت الحكومة المصرية مجموعة من الحوافز الاستثمار في القطاع الخاص الذي يؤدي دور الأساسي في تنفيذ خطة التنمية السياحية التي شرعت فيها مصر

1997-2017، حيث ارتفعت قيمة الاستثمار السياحي إلى 2.111 مليون دولار سنة 1997 مقارنة ب 1.724 سنة 1996²²⁴

الجدول (2-21): المشروعات المنشأة وفقا لقانون الاستثمار حتى 2010/06/90

استثمار مناطق حرة		قانون استثمار 159		استثمار داخلي		
رأس المال	عدد	رأس المال	عدد	رأس المال	عدد	
المصدر	المشروعات	المصدر (مليار جنيه)	المشروعات	المصدر (مليار جنيه)	المشروعات	
(مليار جنيه)						
0.1	1	31.5	3013	72.8	2657	مشروعات السياحة
8.7	491	55.7	3801	142.1	17222	مشروعات صناعية
16.5	490	75.4	17611	16.8	5268	مشروعات خدمية
0.5	36	20.5	1078	24.1	2647	مشروعات الاتصالات
-	1	9.9	5627	24.8	1821	مشروعات انشائية
0.2	4	7.6	880	28.9	4597	مشروعات زراعية
4.9	19	9.9	389	57.1	1151	مشروعات تمويلية
30.9	1042	258.8	32399	366.6	36357	الاجمالي

المصدر: البنك الأهلي المصري، الاقتصاد المصري في ارقام 2010

<http://www.nbe.com.eg/malia/malia.aspx> page consultée le 19/09/2011

تقدر الاستثمارات المستهدفة لتنمية قطاع السياحة بنحو 120 مليار جنيه، منها 96 مليار جنيه لتوفير طاقات إيوائية جديدة بخدمات المرافق و البنية الأساسية، 24 مليار جنيه لتطوير الخدمات السياحية للارتقاء بجودة المنتج السياحي و توفير أنماط سياحية جديدة²²⁵. و تعتبر مصر من الدول التي تحفز الاستثمارات في مجالات عديدة (الصناعة، الزراعة، الفنادق، النقل، الخدمات البترولية الساندة، البنية الأساسية، المستشفيات، الإسكان... الخ).

²²⁴ <http://www.arab-api.org/jodep/prpducts/delivery/wps0105.pdf> page consultée le 11-11-2011

²²⁵ عامر عيساني لاهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة مرجع سبق ذكره ص 165

وضعت الحكومة على رأس قائمة أولويات سياستها تشجيع القطاع الخاص المحلي و الدولي،على الاستثمار في مختلف قطاعات الإنتاج و الخدمات و القيام بدور أكبر في تنمية الاقتصاد الوطني ، و من أجل ذلك تمنح الحكومة مجموعة من الحوافز و الإعفاءات و التسهيلات ،إذ تقدم لإقامة مشروعات سياحية التي تقام بمناطق صحراوية مثل منطقة عين السخنة و زعفرانة الحوافز التالية²²⁶:

- إعفاء من ضريبة الأرباح لمدة عشر سنوات تبدأ من السنة المالية التي تأتي عقب بدء التشغيل
- إمكانية تجديد فترة إعفاء من ضريبة الأرباح لمدة خمس سنوات إضافية بموافقة من مجلس الوزراء
- الإعفاء من ضريبة الدمغة لرأس المال
- الإعفاء من ضريبة الدمغة و شروط التسجيل لجميع تعاقدات التشييد حتى التاريخ الذي يتم فيه تنفيذ المشروع

كما تنص ضمانات الاستثمار على عدم جواز المصادرة و التأميم و فرض الحراسة،و يجوز للمستثمر الأجنبي في مصر:

- إخراج رأسماله الذي ادخله لغرض الاستثمار
- يحق له تحويل الأرباح الناجمة عن مشروعه للخارج بعملة قابلة للتحويل
- يجوز للعاملين غير المصريين تحويل رواتبهم إلى الخارج²²⁷

²²⁶ زيد منير عبوي،السياحة في الوطن العربي دراسة لاهم المواقع السياحية العربية مرجع سبق ذكره ص 212

²²⁷<http://www.iier.org/i/uploadedfiles/120806investmentcomparisonIIER3B.pdf> page consultée le 27/10/2011

خلاصة الفصل:

بينت الدراسة بان الأولوية التي حظي بها قطاع السياحة في المغرب و مصر ضمن سياستهما التنموية في إطار التنمية الشاملة ، كان لها انعكاسا ايجابيا على أداء هذا القطاع ، و بالتالي على الوضع الاقتصادي و الاجتماعي لهذين البلدين ، من خلال المساهمة الفعالة لهذا القطاع في توفير عائدات سياحية معتبرة بالنقد الأجنبي لخزينة هذين البلدين، كما كانت مساهمة الإيرادات المحققة على مستوى هذا القطاع في مصر و المغرب في تكوين الناتج المحلي الإجمالي لها على قدر كبير من الأهمية.

و كان الأثر ايجابي بالنسبة لمصر و المغرب عكس الجزائر من خلال عدم قدرته على توفير مناصب الشغل لأفراد المجتمع القادرين على العمل، بسبب ضعف إمكاناته ، مما يسهم في تحسين المستوى المعيشي لعدد أوسع من فئات المجتمع التي مازالت تنتظر حظها في التشغيل في هذا القطاع أو في غيره.

رغم أن الجزائر تزخر بثروة سياحية معتبر كقيلة بان تجعلها قطبا سياحيا مهما , إلا أن هذا لا يكفي لقيام صناعة سياحية حقيقية وإنما ينبغي وضع إستراتيجية فعالة لتثمين تلك الموارد واستغلالها الاستغلال الأمثل بما يخدم التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد , وعلي الرغم من هذه الجهود تؤكد المؤشرات إلى تدهور القطاع السياحي وبالأخص الاستثمارات السياحية حيث تشير الإحصائيات إلى أن هناك 327 مشروع متوقف منذ سنة 2007 ويعود ذلك إلى عدة مشاكل يعاني منها المستثمرون في هذا القطاع ولعل اكبر مشكل هو مشكل التمويل , حيث يبقى نظام التمويل في الجزائر يركز على النظام المصرفي والذي يخلو من بنوك متخصصة في هذا القطاع , وذلك في ظل عدم وجود سوق مالية قادرة على تمويل هذا النوع من الاستثمارات ويلي هذا المشكل مشكل العقار الذي كان وما يزال من أسباب عدم تقدم الاستثمار السياحي في الجزائر إضافة إلى المشاكل الإدارية والأمنية وغيرها من المشاكل التي كانت حائلا دون استمرار هذه المشاريع ولتخطي هذه المشاكل لا بد من توفر محيط يساعد على بناء صناعة سياحية تنافسية من خلال الرفع من مستوى وكفاءة نظام التمويل في الجزائر , والاهتمام بالعقار السياحي .

الفصل الثالث

دراسة آثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر, مصر و المغرب باستخدام

تمهيد:

عرف القياس الاقتصادي لمعطيات بانل منذ أربعين سنة من الوجود تطور معتبر سواء من حيث التطبيقات أو من حيث بناء النماذج الملائمة، ويعود أساس هذه النماذج إلى تحليل التباين والتباين المشترك والتي تسمى كذلك بالنماذج ذات الأثر الثابت؛ أما أول استعمال لنماذج بانيل يعود إلى القرن التاسع عشر وكان ذلك في ميدان علم الفلك وفي علم الزراعة وفي هذه الأخيرة استعمل من أجل معرفة المرد ودية الزراعية حسب أنواع الأسمدة.

ستتطرق في هذا الفصل إلى دراسة أثر النمو الاقتصادي بكل من الإيرادات السياحية، التوظيف السياحي وبالاستثمار السياحي باستعمال معطيات 'بانل' في كل من الدول العربية المنتقاة مصر والجزائر والمغرب و14 سنة للفترة بين 1995-2009، ولهذا الغرض قسمنا هذا الفصل إلى ثلاثة أجزاء:

المبحث الأول: تقدير العلاقة بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي عن طريق معطيات بانل

المبحث الثاني: تقدير العلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي عن طريق معطيات بانل

المبحث الثالث: تقدير العلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي عن طريق معطيات بانل

المبحث الأول: تقدير العلاقة بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي عن طريق معطيات بانل

سنتطرق في هذا الإطار إلى دراسة العلاقة بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي ولهذا الغرض سنقوم بتقدير النموذج الإجمالي لكل العينة المأخوذة، ثم نتطرق إلى بناء النماذج التي يمكن بنائها المتمثلة في تقدير النموذج ذو الأثر الثابت ونماذج ذات الأثر العشوائي، واختيار النموذج الملائم لدراسة العلاقة بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي.

المطلب الأول: تقدير النموذج الإجمالي:

أولاً: تقدير النموذج:

● من أجل القيام ببناء النموذج الذي يربط بين الإيرادات السياحية و النمو الاقتصادي ، قمنا بأخذ الإيرادات السياحية RTRSM (مليون دولار) كمتغيرة مستقلة و النمو الاقتصادي TCR كمتغيرة تابعة؛ حيث في البداية سنقوم بدراسة الاستقرار لهاتين المتغيرتين.

أ- دراسة الاستقرار للمتغيرة المستقلة RTRSM : من خلال الاختبارات التي أجريت على هذه المتغيرة تم التوصل إلى أن هذه المتغيرة غير مستقرة، وبالتالي قمنا بالتفريق من الدرجة الأولى ثم التفريق من الدرجة الثانية وتوصلنا من خلال الاختبارات الإحصائية إلى أن المتغيرة DD(RTRSM) مستقرة. نتائج اختبار الإستقرارية بالنسبة لسلسلة الأولى RTRSM تمثل الإيرادات السياحية الخاصة بنموذج الدراسة مبينة في الجداول التالية:

الجدول رقم (3-1) نتائج الاختبارات ل RTRSM

الفرضية الصفرية: تحتوي السلسلة على جذر الوحدة				
النموذج	الاحصائية ل ADF	الاحصائية ل PP	الاحصائية ل LEVIN	القرار
النموذج 3	0.7330	0.9716	0.3123	قبول H_0
النموذج 2	0.9299	1.0000	0.9733	قبول H_0
النموذج 1	0.6620	1.0000	0.9930	قبول H_0

من اعداد الطلبة باعتماد على الملاحق رقم 16-17-18

نلاحظ من الجدول ان جميع الإحصائيات اكبر من القيم الحرجة عند مستوى معنوية 5% وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية، ومعنى ذلك وجود جذر الوحدة و بالتالي السلسلة غير مستقرة.

و لجعل السلسلة مستقرة نقوم بإجراء اختبار الجذور الأحادية على السلسلة ذات الفروقات من الدرجة الأولى، و نتائج الاختبار موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-2): نتائج الاختبارات ل DRTRSM

الفرضية الصفرية: تحتوي السلسلة على جذر الوحدة				
النموذج	الإحصائية ل ADF	الإحصائية ل PP	الإحصائية ل LEVIN	القرار
النموذج 3	0.0495	0.0291	0.0072	رفض H_0
النموذج 2	0.0014	0.0014	0.6999	قبول H_0
النموذج 1	0.0286	0.0291	0.0126	قبول H_0

من اعداد الطلبة باعتماد على الملاحق رقم 19-20-21

نلاحظ من الجدول ان الإحصائيات النموذج الثاني و الاول اكبر من القيم الحرجة عند مستوى معنوية 5% و بالتالي نقبل الفرضية الصفرية، و معنى ذلك وجود جذر الوحدة و بالتالي السلسلة غير مستقرة. و لجعل السلسلة مستقرة نقوم بإجراء اختبار الجذور الأحادية على السلسلة ذات الفروقات من الدرجة الثانية، و نتائج الاختبار موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-3): نتائج الاختبارات DDRTRSM

الفرضية الصفرية: تحتوي السلسلة على جذر الوحدة				
النموذج	الإحصائية ل ADF	الإحصائية ل PP	الإحصائية ل LEVIN	القرار
النموذج 3	0.0049	0.0001	0.0507	رفض H_0
النموذج 2	0.0000	0.0003	0.0000	رفض H_0
النموذج 1	0.0010	0.0001	0.0000	رفض H_0

من اعداد الطلبة باعتماد على الملاحق رقم 22-23-24

نلاحظ من الجدول أن جميع الإحصائيات أقل من القيم الحرجة عند مستوى معنوية 5% و بالتالي نرفض الفرضية الصفرية، و معنى ذلك عدم وجود جذر الوحدة و بالتالي السلسلة مستقرة.

ب- دراسة الإستقرارية للمتغيرة التابعة (TCR): من خلال الاختبارات التي أجريت على هذه المتغيرة تم التوصل إلى أن هذه المتغيرة غير مستقرة، و بالتالي قمنا بالتفريق من الدرجة الأولى و توصلنا من خلال الاختبارات الإحصائية إلى أن المتغيرة $D(TCR_{it})$ مستقرة.

نتائج اختبار الإستقرارية بالنسبة لسلسلة الثانية TCR تمثل النمو الاقتصادي الخاصة بنموذج الدراسة مبينة في الجداول التالية:

الجدول رقم (3-4) نتائج الاختبارات ل TCR

الفرضية الصفرية: تحتوي السلسلة على جذر الوحدة				
النموذج	الاحصائية ل ADF	الاحصائية ل PP	الاحصائية ل LEVIN	القرار
النموذج 3	0.0014	0.0014	0.0000	رفض H_0
النموذج 2	0.0000	0.0000	0.0000	رفض H_0
النموذج 1	0.4660	0.0053	0.2444	قبول H_0

من اعداد الطلبة باعتماد على الملاحق رقم 10-11-12

نلاحظ من الجدول ان الإحصائيات النموذج الأول اكبر من القيم الحرجة عند مستوى معنوية 5% وبالتالي

نقبل الفرضية الصفرية، ومعنى ذلك وجود جذر الوحدة و بالتالي السلسلة غير مستقرة.

و لجعل السلسلة مستقرة نقوم بإجراء اختبار الجذور الأحادية على السلسلة ذات الفروقات من الدرجة

الأولى، و نتائج الاختبار موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-5): نتائج الاختبارات DTCR

الفرضية الصفرية: تحتوي السلسلة على جذر الوحدة				
النموذج	الاحصائية ل ADF	الاحصائية ل PP	الاحصائية ل LEVIN	القرار
النموذج 3	0.0008	0.0000	0.0000	رفض H_0
النموذج 2	0.0004	0.0001	0.0414	رفض H_0
النموذج 1	0.0000	0.0000	0.0000	رفض H_0

من اعداد الطلبة باعتماد على الملاحق رقم 13-14-15

نلاحظ من الجدول أن جميع الإحصائيات أقل من القيم الحرجة عند مستوى معنوية 5% وبالتالي نرفض

الفرضية الصفرية، ومعنى ذلك عدم وجود جذر الوحدة وبالتالي السلسلة مستقرة

من خلال دراسة الإستقرارية للسلسلتين السابقتين يمكن اقتراح النموذج التالي :

$$D(TCR_{it}) = b_0 + b_1 * DD(RTRSM_{it}) + \varepsilon_{it}$$

إن عملية التقدير أعطتنا النتائج المتواجد في الجدول التالي:

الجدول (3-6): تقدير العلاقة بين الإيرادات السياحية و النمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel Least Squares				
Date: 11/15/11 Time: 20:39				
Sample (adjusted): 1997 2009				
Periods included: 13				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 39				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(RTRSM,2)	0.001563	0.000752	2.078934	0.0446
C	-0.156055	0.590974	-0.264064	0.7932
R-squared	0.104592	Mean dependent var		-0.246410
Adjusted R-squared	0.080392	S.D. dependent var		3.838151
S.E. of regression	3.680640	Akaike info criterion		5.493971
Sum squared resid	501.2431	Schwarz criterion		5.579282
Log likelihood	-105.1324	Hannan-Quinn criter.		5.524580
F-statistic	4.321966	Durbin-Watson stat		2.881906
Prob(F-statistic)	0.044611			

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج : Eviews 7

و بما احتمال الثابتة اكبر من القيم الحرجة 5% و هذا يعني إعادة تقدير النموذج و أعطانا النتائج التالية:

الجدول رقم (3-7) : إعادة تقدير العلاقة بين الإيرادات السياحية و النمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel Least Squares				
Date: 11/15/11 Time: 20:39				
Sample (adjusted): 1997 2009				
Periods included: 13				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 39				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(RTRSM,2)	0.001578	0.000741	2.130289	0.0397
R-squared	0.102905	Mean dependent var		-0.246410
Adjusted R-squared	0.102905	S.D. dependent var		3.838151
S.E. of regression	3.635308	Akaike info criterion		5.444572
Sum squared resid	502.1878	Schwarz criterion		5.487227
Log likelihood	-105.1691	Hannan-Quinn criter.		5.459876
Durbin-Watson stat	2.875520			

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج : Eviews 7

ثانيا: النموذج ذو التباين المتجانس:

أ- اختبار الكشف على عدم تجانس التباين (اختبار "white"):

يقوم اختبار 'وايت' على اختبار العلاقة بين مربعات الأخطاء و عدة متغيرات مفسرة وفق النموذج التالي:

$$e_{it}^2 = a_0 + a_1 \cdot d(RTRSM_{it}) + a_2 \cdot [d(RTRSM_{it})]^2$$

حيث الأخطاء e_{it} نتحصل عليها من خلال النموذج السابق.

و إحصائية اختبار 'وايت' هي:

$$\chi_p^2 = NT * R^2 \rightarrow \chi_p^2$$

إذا كان $NT * R^2$ أكبر من $\chi_p^2(0.05)$ فإننا نقبل فرضية وجود عدم تجانس في التباين، أما في حالة

العكس نقبل فرضية وجود تجانس في التباين.

إن عملية تقدير النموذج المقترح من طرف 'وايت' أعطتنا النتائج التالية:

الجدول رقم (3-8): نموذج *White* لاختبار الكشف على تجانس التباين

Dependent Variable: RESIDSQUAR				
Method: Panel EGLS (Cross-section SUR)				
Date: 11/16/11 Time: 10:33				
Sample (adjusted): 1998 2009				
Periods included: 12				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 36				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(RTRSM)	0.000940	0.000893	1.052673	0.3001
D(RTRSMSQUAR)	1.28E-07	4.33E-07	0.294936	0.7699
C	3.900731	1.778522	2.193243	0.0354
Weighted Statistics				
R-squared	0.042294	Mean dependent var	0.482506	
Adjusted R-squared	-0.015749	S.D. dependent var	0.861873	
S.E. of regression	0.910873	Sum squared resid	27.37978	
F-statistic	0.728662	Durbin-Watson stat	1.203705	
Prob(F-statistic)	0.490156			
Unweighted Statistics				
R-squared	-0.071249	Mean dependent var	8.621704	
Sum squared resid	9808.884	Durbin-Watson stat	0.540637	

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

بما أن الإحصائية المحسوبة $\chi_{34,2}^2 = 1.5192$ هي أقل من $\chi_{34,2}^2 = 5.99$ ، فإننا نقبل فرضية وجود تجانس

في التباين.

ثالثاً: النموذج الإجمالي

بعد قبول فرضية وجود تجانس في التباين نقوم بتشخيص النموذج السابق.

أ- اختبار معنوية \hat{b}_1 : كون الإحصائية المحسوبة تساوي 2.13 والتي يقابلها الاحتمال 0.0397 وهو أقل

من 0.05، فإننا نرفض فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة \hat{b}_1 تختلف معنوياً عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج: نهدف هنا إلى اختبار الفرضيتين التاليتين:

$$\begin{cases} H_0: \text{كُل معاملات النموذج معدومة} \\ H_1: \text{يوجد على الأقل معامل واحد يختلف معنوياً على الصفر} \end{cases}$$

يتم حساب القيمة لاختبار فيشر من العلاقة التالية :

$$F = \frac{(R_1^2 - R_0^2)}{(1 - R_1^2) / (nT - n - K)} \rightarrow F(n-1, nT - n - K)$$

بما أن الإحصائية المحسوبة لـ "فيشر" وهي 4.24 وهي أكبر من القيمة الجدولية 4.08 فإننا نرفض

الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج تختلف معنوياً على الصفر.

من خلال نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن هناك أثر إيجابي للإيرادات السياحية على النمو الاقتصادي حيث

كل زيادة في الفروقات في الإيرادات السياحية بوحدة واحدة يرفع من الفروقات في النمو الاقتصادي بـ

0.0015%. رغم قبولنا لهذه النتائج فهي لا تعتبر بعد من أحسن النماذج المعبرة للعلاقة بين هاتين المتغيرتين،

و بما ان قيمة معامل التحديد R^2 الذي يظهر في الجدول السابق صغير وعليه فإننا سنقوم بتقدير نماذج أخرى.

المطلب الثاني: تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر الثابت:

أولاً: تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد (الدول):

إن عملية تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-9) : تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد (الدول) للعلاقة بين الإيرادات والنمو الاقتصادي

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(RTRSM,2)	0.001072	0.000238	4.496399	0.0001
C	-0.184457	0.218140	-0.845589	0.4035
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.368937	Mean dependent var	-0.048775	
Adjusted R-squared	0.314846	S.D. dependent var	1.203873	
S.E. of regression	0.997254	Sum squared resid	34.80805	
F-statistic	6.820668	Durbin-Watson stat	2.541811	
Prob(F-statistic)	0.000970			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.097270	Mean dependent var	-0.246410	
Sum squared resid	505.3423	Durbin-Watson stat	2.917379	

Cross-section Fixed Effects

	CROSSID	Effect
1	ALG	0.029209
2	MAR	-0.267991
3	EGY	0.238782

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج : 7 Eviews

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة \hat{b}_1, \hat{b}_0 :

- اختبار معنوية الثابت \hat{b}_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة تساوي -0.84 والتي يقابلها الاحتمال $0.40 > 0.05$ ، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن الثابت \hat{b}_0 لا يختلف معنويا عن الصفر.
- اختبار معنوية \hat{b}_1 : كون الإحصائية المحسوبة تساوي 4.49 والتي يقابلها الاحتمال $0.0001 < 0.05$ ، فإننا نرفض فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة \hat{b}_1 تختلف معنويا عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج: بما أن الإحصائية المحسوبة $F_{cal} = 6.82$ والتي يقابلها الاحتمال $0.0009 < 0.05$ ، فإننا نرفض الفرضية H_0 ، و عليه فإن معالم النموذج تختلف معنويا عن الصفر.

ج- اختبار الأثر الثابت الفردي الجماعي:

يسمح اختبار "ستودنت" باختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت الفردي الخاص بالدولة، وعليه فهو يسمح لنا بمعرفة وجود أو عدم وجود الأثر الثابت لكل فرد من مجموعة معينة فقط، وهذا غير أساسي في هذا النوع من نماذج الانحدار؛ ولكن ما هو أساسي هو معرفة إن كان هناك اختلاف ما بين المجموعات، وفي هذه الحالة فإن الاختبار الملائم هو اختبار 'فيشر' والذي يعطى بالعلاقة التالية:

$$F = \frac{(R_1^2 - R_0^2)}{(1 - R_1^2) / (nT - n - K)} \rightarrow F(n - 1, nT - n - K)$$

حيث: R_1^2 يمثل معامل التحديد للنموذج ذو الأثر الثابت بينما R_0^2 يمثل معامل التحديد للنموذج الإجمالي. K تمثل عدد المتغيرات المفسرة.

إذا كان $F \geq F_{0.01}^{(n-1, nT-n-K)}$ نرفض الفرضية H_0 (عدم وجود أثر فردي)، أما إذا كان $F \leq F_{0.01}^{(n-1, nT-n-K)}$

نقبل الفرضية H_0 .

حيث تحت فرضية العدم المتمثلة في تساوي معالم الأثر الفردي، فإن أحسن التقديرات هو التقدير الإجمالي أي أن النموذج يحتوي على ثابت مشترك لجميع مجموعات الأفراد.

نتائج اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت الفردي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-10): اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت الفردي

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.120158	(2,41)	0.8871

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج : Eviews 7

بما أن الإحصائية المحسوبة لـ "فيشر" 0.12 والتي يقابلها الاحتمال 0.88 وهو أكبر من 0.05، فإننا

نقبل الفرضية H_0 ، وعليه فإن الأثر الفردي لا يختلف من دولة إلى أخرى.

من خلال نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن هناك أثر إيجابي للإيرادات السياحية على النمو الاقتصادي بالنسبة للدول قيد الدراسة، حيث كل أن تغير في الإيرادات السياحية بـ 1% يتغير النمو الاقتصادي بـ 0.001%؛ بالإضافة إلى أن معامل التحديد $R^2 = 0.3689$ وهذا يعني أن 36.89% من المشاهدات الخاصة بالنمو الاقتصادي مشروحة عن طريق الإيرادات السياحية. غير أنه لا يمكن القول عن هذا النموذج على أنه أحسن نموذج إلا بعد تقدير النموذج ذو الأثر العشوائي والمقارنة بينهما.

ثانياً: تقدير نموذج الأثر الثابت للزمن (السنوات):

إن عملية تقدير نموذج الأثر الثابت للزمن أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-11): تقدير نموذج الأثر الثابت (الزمن) للعلاقة بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel EGLS (Period weights)				
Date: 11/15/11 Time: 21:12				
Sample (adjusted): 1997 2009				
Periods included: 13				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 39				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.098250	0.054500	-1.802762	0.0835
D(RTRSM,2)	0.002564	0.000117	21.92686	0.0000
Effects Specification				
Period fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.952971	Mean dependent var	-1.790996	
Adjusted R-squared	0.928516	S.D. dependent var	13.21971	
S.E. of regression	3.053140	Sum squared resid	233.0416	
F-statistic	38.96846	Durbin-Watson stat	2.631143	
Unweighted Statistics				
R-squared	0.553004	Mean dependent var	-0.246410	
Sum squared resid	250.2254	Durbin-Watson stat	2.454259	

Period Fixed Effects

	DATEID	Effect
1	1/1/1997	-4.874802
2	1/1/1998	5.108490
3	1/1/1999	-4.307451
4	1/1/2000	0.937165
5	1/1/2001	1.843242
6	1/1/2002	-1.061566
7	1/1/2003	1.249547
8	1/1/2004	-1.709901
9	1/1/2005	0.147188
10	1/1/2006	0.882561
11	1/1/2007	-2.170763
12	1/1/2008	1.880512
13	1/1/2009	2.075777

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة لـ \hat{b}_1, \hat{b}_0 :

- اختبار معنوية الثابت \hat{b}_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة -1.80 والتي يقابلها الاحتمال 0.08 وهو أقل من 10%، فإننا نرفض فرضية العدم، ومنه فإن الثابت \hat{b}_0 غير معنوي عند 5% ويختلف معنوياً عن الصفر عند مستوى معنوي 10%.

- اختبار معنوية \hat{b}_1 : كون الإحصائية المحسوبة 21.92 والتي يقابلها الاحتمال 0.00 وهو أقل من 0.05، فإننا نرفض فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة \hat{b}_1 تختلف معنوياً عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج:

بما أن الإحصائية المحسوبة لفيشر 38.96 والتي يقابلها الاحتمال 0.00 وهو أقل من 0.05، فإننا نرفض الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج تختلف معنويًا على الصفر.

ج- اختبار الأثر الثابت للزمن (السنوات):

نتائج اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت للزمن موضحة فيما يلي:

الجدول رقم (3-12): اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت للزمن.

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test period fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Period F	5.117690	(12,25)	0.0003

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

بما أن الإحصائية المحسوبة "لفيشر" 5.11 والتي يقابلها الاحتمال 0.00 وهو أقل من 0.05 فإننا نرفض الفرضية H_0 ، أي يوجد أثر ثابت للزمن، أي أن السنوات المدروسة ليس لها نفس الأثر الثابت على النمو الاقتصادي للدول.

من خلال النتائج السابقة نستنتج أن هناك أثر إيجابي للإيرادات السياحية على النمو الاقتصادي في الدول الثلاث، حيث أن كل زيادة في الفروقات في الإيرادات السياحية بوحدة واحدة يرفع من الفروقات في النمو الاقتصادي بـ 0.002%؛ بالإضافة إلى أن معامل التحديد يساوي $R^2 = 0.9529$ وهذا يعني أن 95.29% من المشاهدات الخاصة بالنمو الاقتصادي مشروحة عن طريق المتغيرة المفسرة، إلا أن هذه القيمة تعتبر كبيرة بالمقارنة بمعاملات التحديد الخاصة بالنموذج الإجمالي و نموذج الأثر الثابت للأفراد.

المطلب الثالث: تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر العشوائي:

أولاً: تقدير نموذج الأثر العشوائي للأفراد (الدول):

إن عملية تقدير نموذج الأثر العشوائي للأفراد (الدول) أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-13): تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الأفراد) للعلاقة بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 11/15/11 Time: 21:19				
Sample (adjusted): 1997 2009				
Periods included: 13				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 39				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.156055	0.606660	-0.257237	0.7984
D(RTRSM,2)	0.001563	0.000772	2.025183	0.0501
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.000000	0.0000
Idiosyncratic random			3.778329	1.0000
Weighted Statistics				
R-squared	0.104592	Mean dependent var	-0.246410	
Adjusted R-squared	0.080392	S.D. dependent var	3.838151	
S.E. of regression	3.680640	Sum squared resid	501.2431	
F-statistic	4.321966	Durbin-Watson stat	2.881906	
Prob(F-statistic)	0.044611			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.104592	Mean dependent var	-0.246410	
Sum squared resid	501.2431	Durbin-Watson stat	2.881906	

Cross-section Random Effects

	CROSSID	Effect
1	ALG	0.000000
2	MAR	0.000000
3	EGY	0.000000

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة $\hat{\beta}_0, \hat{\beta}_1$:

- اختبار معنوية الثابت $\hat{\beta}_0$: بما أن الإحصائية المحسوبة -0.25 والتي يقابلها الاحتمال 0.79 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن الثابت $\hat{\beta}_0$ معنويا معدوم.

- اختبار معنوية $\hat{\beta}_1$: كون الإحصائية المحسوبة 2.02 والتي يقابلها الاحتمال 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم ومنه فإن المعلمة المقدرة $\hat{\beta}_1$ يختلف معنويا عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج:

بما أن الإحصائية المحسوبة لفيشر تساوي 4.32 والتي يقابلها الاحتمال 0.04 وهو أقل من 0.05، فإننا نرفض الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج تختلف معنويا على الصفر.

ج- اختبار وجود أو عدم وجود الأثر العشوائي للأفراد:

من أجل اختبار وجود أو عدم وجود الأثر العشوائي لدنيا اختبار 'برش وياقن' (Breusch and Pagan(1980))، يعتمد هذا الاختبار على "مضاعف لاغرانج"، حيث يختبر الفرضية التالية:

H_0 : عدم وجود أثر عشوائي

H_1 : وجود أثر عشوائي

والتي يتم اختبارها عن طريق الإحصائية التالية:

$$LM = \frac{NT}{2(T-1)} \left(\frac{\sum_{i=1}^n (\sum_{t=1}^T \hat{\varepsilon}_{nt})^2}{\sum_{i=1}^n \sum_{t=1}^T \hat{\varepsilon}_{nt}^2} - 1 \right)^2 \rightarrow \chi_1^2$$

كما هو موضح أعلاه فإن هذه الإحصائية تتبع توزيع "كاي تربيع" ذات درجة حرية واحدة. من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن كل معاملات الأثر العشوائي للأفراد معدومة وبالتالي مبدئياً يمكن استنتاج أنه لا يوجد أثر عشوائي للزمن لكن علينا إثبات هذا إحصائياً. إذا كانت الإحصائية LM المحسوبة أكبر من $\chi_1^2(0.05)$ نرفض فرضية عدم وجود أثر عشوائي، أما في الحالة المعاكسة نقبل هذه الفرضية.

بما أن الإحصائية المحسوبة $LM = 1.4772$ وهي أصغر من $\chi_1^2(0.05) = 3.8414$ فإننا نقبل الفرضية H_0 ، ومنه نستنتج أنه لا يوجد أثر عشوائي للأفراد (الدول). وبما أنه لا يوجد أثر عشوائي للزمن لا داعي لاختبار وجود أو عدم وجود الارتباط بين الأثر الزمني والمتغيرات المفسرة (Test Hausman).

ثانياً: تقدير نموذج الأثر العشوائي للزمن (السنوات):

إن عملية تقدير نموذج الأثر العشوائي للزمن (السنوات) أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي: الجدول رقم (3-14): تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي(الزمن) للعلاقة بين الإيرادات السياحية والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)
Method: Panel EGLS (Period random effects)
Date: 11/15/11 Time: 21:23
Sample (adjusted): 1997 2009
Periods included: 13
Cross-sections included: 3
Total panel (balanced) observations: 39
Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.133534	0.687554	-0.194216	0.8471
D(RTRSM,2)	0.001953	0.000713	2.738471	0.0094
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Period random			1.670883	0.2183
Idiosyncratic random			3.161439	0.7817
Weighted Statistics				
R-squared	0.160339	Mean dependent var	-0.181755	
Adjusted R-squared	0.137645	S.D. dependent var	3.507372	
S.E. of regression	3.257053	Sum squared resid	392.5106	
F-statistic	7.065390	Durbin-Watson stat	2.772356	
Prob(F-statistic)	0.011538			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.098095	Mean dependent var	-0.246410	
Sum squared resid	504.8806	Durbin-Watson stat	2.851170	

Period Random Effects

	DATEID	Effect
1	1/1/1997	-2.279985
2	1/1/1998	2.251438
3	1/1/1999	-1.721349
4	1/1/2000	0.327670
5	1/1/2001	0.830962
6	1/1/2002	-0.461418
7	1/1/2003	0.678668
8	1/1/2004	-0.651150
9	1/1/2005	0.022144
10	1/1/2006	0.479895
11	1/1/2007	-0.864797
12	1/1/2008	0.765008
13	1/1/2009	0.622916

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعامل المقدرة β_0, β_1 :

- اختبار معنوية الثابت β_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة -0.19 و التي يقابلها الاحتمال 0.84 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، و منه فإن الثابت β_0 معنوياً معدوم.

– اختبار معنوية المتغيرة β_1 : كون الإحصائية المحسوبة 2.73 والتي يقابلها الاحتمال 0.009 و هو أقل من 0.05، فإننا نرفض فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة β_1 تختلف معنويًا عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج:

بما أن الإحصائية المحسوبة لفيشر والتي تساوي 7.06 والتي يقابلها الاحتمال 0.01 وهو أقل من 0.05، فإننا نرفض الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج تختلف معنويًا على الصفر.

ج- اختبار وجود أو عدم وجود الأثر العشوائي للزمن (السنوات): من أجل اختبار وجود أو عدم وجود الأثر العشوائي للزمن لدينا اختبار 'برش و باقن' (Breusch and Pagan(1980))، يعتمد هذا الاختبار على "مضاعف لاغرانج"، حيث يختبر الفرضية التالية:

H_0 : عدم وجود أثر عشوائي

H_1 : وجود أثر عشوائي

والتي يتم اختبارها عن طريق الإحصائية التالية:

$$LM = \frac{NT}{2(N-1)} \left(\frac{\sum_{t=1}^T (\sum_{n=1}^N \hat{\epsilon}_{nt})^2}{\sum_{i=1}^n \sum_{t=1}^T \hat{\epsilon}_{nt}^2} - 1 \right)^2 \rightarrow \chi_1^2$$

كما هو موضح أعلاه فإن هذه الإحصائية تتبع توزيع 'كاي تربيع' ذات درجة حرية واحدة. إذا كانت الإحصائية LM المحسوبة أكبر من $\chi_1^2(0.05)$ نرفض فرضية عدم وجود أثر عشوائي، أما في الحالة المعاكسة نقبل هذه الفرضية.

بما أن الإحصائية المحسوبة $LM = 1.4772$ وهي أصغر من $\chi_1^2(0.05) = 3.8414$ فإننا نقبل الفرضية H_0 ، ومنه نستنتج أنه لا يوجد أثر عشوائي للزمن (السنوات)، وبما أنه لا يوجد أثر عشوائي للزمن لا داعي لاختبار وجود أو عدم وجود الارتباط بين الأثر الزمني و المتغيرات المفسرة (Test Hausman) لأنه لا وجود لهذا الأثر أصلاً.

من خلال النماذج المدروسة سابقاً نستنتج أن الإيرادات السياحية تؤثر إيجابياً على النمو الاقتصادي في الجزائر، المغرب ومصر، وأن أثر كل دولة على النمو الاقتصادي غير ثابت وهذا حسب الخصائص الاقتصادية لكل دولة، بينما الأثر الزمني على النمو الاقتصادي معدوم.

المبحث الثاني: تقدير العلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي عن طريق معطيات بانل

سنتطرق في هذا الإطار إلى دراسة العلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي ولهذا الغرض سنقوم بتقدير النموذج الإجمالي للعينة المأخوذة، ثم نتطرق إلى بناء النماذج التي يمكن بنائها المتمثلة في تقدير النموذج ذو الأثر الثابت ونماذج ذات الأثر العشوائي، واختيار النموذج الملائم لدراسة العلاقة بين التوظيف والنمو الاقتصادي.

المطلب الأول: تقدير النموذج الإجمالي:

أولاً: تقدير النموذج:

● من أجل القيام ببناء النموذج الذي يربط بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي، قمنا بأخذ التوظيف السياحي EMP (بالآلاف) كمتغيرة مستقلة والنمو الاقتصادي TCR كمتغيرة تابعة؛ حيث في البداية سنقوم بدراسة الاستقرار لهاتين المتغيرتين.

أ- دراسة الإستقرارية للمتغيرة المستقلة EMP: من خلال الاختبارات التي أجريت على هذه المتغيرة تم التوصل إلى أن هذه المتغيرة غير مستقرة، وبالتالي قمنا بالتفريق من الدرجة الأولى وتوصلنا من خلال الاختبارات الإحصائية إلى أن المتغيرة $D(EMP)$ مستقرة.

نتائج اختبار الإستقرارية بالنسبة لسلسلة الثالثة EMP تمثل التوظيف السياحي الخاصة بنموذج الدراسة مبينة في الجداول التالية:

الجدول رقم (3-15) نتائج الاختبارات ل EMP

الفرضية الصفرية: تحتوي السلسلة على جذر الوحدة				
النموذج	الاحصائية ل ADF	الاحصائية ل PP	الاحصائية ل LEVIN	القرار
النموذج 3	0.4709	0.8843	0.2869	قبول H_0
النموذج 2	0.4486	0.2644	0.0414	قبول H_0
النموذج 1	0.9828	0.9977	0.9746	قبول H_0

من اعداد الطالبة باعتماد على الملاحق رقم 25-26-27

نلاحظ من الجدول ان جميع الإحصائيات اكبر من القيم الحرجة عند مستوى معنوية 5% وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية، ومعنى ذلك وجود جذر الوحدة و بالتالي السلسلة غير مستقرة. و لجعل السلسلة مستقرة نقوم بإجراء اختبار الجذور الأحادية على السلسلة ذات الفروقات من الدرجة الأولى، و نتائج الاختبار موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-16) نتائج الاختبارات ل DEMP

الفرضية الصفرية: تحتوي السلسلة على جذر الوحدة				
النموذج	الاحصائية ل ADF	الاحصائية ل PP	الاحصائية ل LEVIN	القرار
النموذج 3	0.0445	0.0157	0.0003	رفض H_0
النموذج 2	0.0445	0.0157	0.0003	رفض H_0
النموذج 1	0.0199	0.0202	0.0079	رفض H_0

من اعداد الطلبة باعتماد على الملاحق رقم 28-29-30

نلاحظ من الجدول أن جميع الإحصائيات أقل من القيم الحرجة عند مستوى معنوية 5% وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية، ومعنى ذلك عدم وجود جذر الوحدة وبالتالي السلسلة مستقرة

ب-دراسة الاستقرار للمتغيرة التابعة (TCR): تم دراسة استقرارية هذه السلسلة في الجزء السابق وتوصلنا من خلال الاختبارات الإحصائية إلى أن المتغيرة $D(TCR_{it})$ مستقرة.

من خلال دراسة الاستقرارية للسلسلتين السابقتين يمكن اقتراح النموذج التالي :

$$D(TCR_{it}) = b_0 + b_1 * D(EMP_{it}) + \varepsilon_{it}$$

إن عملية التقدير أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-17) : تقدير العلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel Least Squares				
Date: 11/16/11 Time: 09:37				
Sample (adjusted): 1996 2009				
Periods included: 14				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 42				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(EMP)	0.003572	0.006231	0.573312	0.5696
C	0.035457	0.812157	0.043657	0.9654
R-squared	0.008150	Mean dependent var	0.234286	
Adjusted R-squared	-0.016646	S.D. dependent var	4.720243	
S.E. of regression	4.759367	Akaike info criterion	6.004555	
Sum squared resid	906.0632	Schwarz criterion	6.087301	
Log likelihood	-124.0956	Hannan-Quinn criter.	6.034884	
F-statistic	0.328687	Durbin-Watson stat	3.082330	

المصدر: من إعداد الطلبة، باستخدام برنامج Eviews 7

ثانيا: النموذج ذو التباين المتجانس:

أ- اختبار الكشف على عدم تجانس التباين (اختبار "white"):

يقوم اختبار 'وايت' على اختبار العلاقة بين مربعات الأخطاء و عدة متغيرات مفسرة وفق النموذج التالي:

$$e_{it}^2 = a_0 + a_1 \cdot d(EMP_{it}) + a_2 \cdot [d(EMP_{it})]^2$$

حيث الأخطاء e_{it} نتحصل عليها من خلال النموذج السابق.

و إحصائية اختبار 'وايت' هي:

$$\chi^2 = NT * R^2 \rightarrow \chi_P^2$$

و p تمثل عدد المتغيرات المفسرة في النموذج.

إذا كان $NT * R^2$ أكبر من $\chi_P^2(0.05)$ فإننا نقبل فرضية وجود عدم تجانس في التباين، أما في حالة العكس نقبل فرضية وجود تجانس في التباين.

إن عملية تقدير النموذج المقترح من طرف 'وايت' أعطتنا النتائج التالية:

الجدول رقم (3-18): نموذج *White* لاختبار الكشف على تجانس التباين

Dependent Variable: RESIDSQUAR Method: Panel EGLS (Cross-section SUR) Date: 11/19/11 Time: 21:44 Sample (adjusted): 1996 2009 Periods included: 14 Cross-sections included: 3 Total panel (balanced) observations: 42 Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(EMP)	0.048145	0.076626	0.628312	0.5335
D(EMPSQUAR)	-1.18E-05	1.71E-05	-0.690632	0.4939
C	7.156294	4.548275	1.573408	0.1237
Weighted Statistics				
R-squared	0.024640	Mean dependent var	0.311605	
Adjusted R-squared	-0.025379	S.D. dependent var	0.687011	
S.E. of regression	0.711822	Sum squared resid	19.76094	
F-statistic	0.492615	Durbin-Watson stat	0.361979	
Prob(F-statistic)	0.614777			
Unweighted Statistics				
R-squared	-0.040049	Mean dependent var	21.57683	
Sum squared resid	166523.2	Durbin-Watson stat	0.234259	

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

بما أن الإحصائية المحسوبة $\chi^2 = 1.107$ و هي اقل من $\chi^2 = 5.99$ ، فإننا نقبل فرضية وجود تجانس في

التباين.

ثالثا: النموذج الإجمالي:

بعد قبول فرضية وجود تجانس في التباين نقوم بتشخيص النموذج السابق.

أ- اختبار معنوية \hat{b}_0 : كون الإحصائية المحسوبة تساوي 0.04 والتي يقابلها الاحتمال 0.9654 و هو أكبر

من 0.05، فإننا نقبل فرضية عدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة \hat{b}_0 لا تختلف معنويا عن الصفر.

ب- اختبار معنوية \hat{b}_1 : كون الإحصائية المحسوبة تساوي 0.57 والتي يقابلها الاحتمال 0.5696 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة \hat{b}_1 لا تختلف معنويًا عن الصفر.

ج- دراسة المعنوية الكلية للنموذج: نهدف هنا إلى اختبار الفرضيتين التاليتين:

$$\begin{cases} H_0: \text{كُل معاملات النموذج معدومة} \\ H_1: \text{يوجد على الأقل معامل واحد يختلف معنويًا على الصفر} \end{cases}$$

بما أن الإحصائية المحسوبة لـ "فيشر" وهي 0.32 وهي أصغر من القيمة الجدولية 4.08 فإننا نقبل

الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج لا تختلف معنويًا على الصفر.

من خلال نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن هناك أثر إيجابي للتوظيف السياحي على النمو الاقتصادي حيث

كل زيادة في الفروقات في التوظيف السياحي بوحدة واحدة يرفع من الفروقات في النمو الاقتصادي بـ

0.0035%. غير أن النموذج مرفوض من الناحية القياسية وبالتالي يتم تقدير النماذج ذات الأثر الثابت

وذات الأثر العشوائي.

المطلب الثاني: تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر الثابت:

أولاً: تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد (الدول):

إن عملية تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-19): تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد (الدول) للعلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel EGLS (Cross-section SUR)				
Date: 11/16/11 Time: 09:45				
Sample (adjusted): 1996 2009				
Periods included: 14				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 42				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.012179	0.173778	-0.070084	0.9445
D(EMP)	0.004428	0.001194	3.708779	0.0007
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.252017	Mean dependent var	0.002694	
Adjusted R-squared	0.192966	S.D. dependent var	1.167356	
S.E. of regression	1.047446	Sum squared resid	41.69147	
F-statistic	4.267769	Durbin-Watson stat	2.470865	
Prob(F-statistic)	0.010819			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.016236	Mean dependent var	0.234286	
Sum squared resid	898.6765	Durbin-Watson stat	3.110787	

Cross-section Fixed Effects

CROSSID	Effect
1 <i>ALG</i>	-0.187725
2 <i>MAR</i>	0.596497
3 <i>EGY</i>	-0.408773

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج : Eviews 7

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة \hat{b}_1, \hat{b}_0 :

- اختبار معنوية الثابت \hat{b}_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة تساوي -0.07 والتي يقابلها الاحتمال $0.94 > 0.05$ ، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن الثابت \hat{b}_0 لا يختلف معنويا عن الصفر.
- اختبار معنوية \hat{b}_1 : كون الإحصائية المحسوبة تساوي 3.70 والتي يقابلها الاحتمال $0.0007 < 0.05$ ، فإننا نرفض فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة \hat{b}_1 تختلف معنويا عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج: بما أن الإحصائية المحسوبة $F_{cal} = 6.82$ والتي يقابلها الاحتمال $0.01 < 0.05$ ، فإننا نرفض الفرضية H_0 ، و عليه فإن معالم النموذج تختلف معنويا عن الصفر.

ج- اختبار الأثر الثابت الفردي الجماعي:

يسمح اختبار "ستودنت" باختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت الفردي الخاص بالدولة، وعليه فهو يسمح لنا بمعرفة وجود أو عدم وجود الأثر الثابت لكل فرد من مجموعة معينة فقط، وهذا غير أساسي في هذا النوع من نماذج الانحدار؛ ولكن ما هو أساسي هو معرفة إن كان هناك اختلاف ما بين المجموعات، وفي هذه الحالة فإن الاختبار الملائم هو اختبار 'فيشر' والذي يعطى بالعلاقة التالية:

$$F = \frac{(R_1^2 - R_0^2)}{(1 - R_1^2)/(nT - n - K)} \rightarrow F(n-1, nT - n - K)$$

حيث: R_1^2 يمثل معامل التحديد للنموذج ذو الأثر الثابت بينما R_0^2 يمثل معامل التحديد للنموذج الإجمالي. K تمثل عدد المتغيرات المفسرة.

إذا كان $F \geq F_{0.01}^{(n-1, nT-n-K)}$ نرفض الفرضية H_0 (عدم وجود أثر فردي)، أما إذا كان $F \leq F_{0.01}^{(n-1, nT-n-K)}$ نقبل الفرضية H_0 .

حيث تحت فرضية العدم المتمثلة في تساوي معالم الأثر الفردي، فإن أحسن التقديرات هو التقدير الإجمالي، أي أن النموذج يحتوي على ثابت مشترك لجميع مجموعات الأفراد. نتائج اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت الفردي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-20): اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت الفردي

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	0.111496	(2,38)	0.8948

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews 7

بما أن الإحصائية المحسوبة لـ "فيشر" 0.11 والتي يقابلها الاحتمال 0.89 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل الفرضية H_0 ، وعليه فإن الأثر الفردي لا يختلف من دولة إلى أخرى.

من خلال نتائج الجدول أعلاه نستنتج أن هناك أثر إيجابي للتوظيف السياحي على النمو الاقتصادي بالنسبة للدول قيد الدراسة، حيث كل أن تغير في التوظيف السياحي بألف موظف يتغير النمو الاقتصادي بـ 0.0044%؛ بالإضافة إلى أن معامل التحديد $R^2 = 0.2520$ وهذا يعني أن النمو الاقتصادي مشروح بـ 25.20% من التوظيف السياحي. غير أنه لا يمكن القول عن هذا النموذج على أنه أحسن نموذج إلا بعد تقدير النموذج ذو الأثر العشوائي والمقارنة بينهما.

الفرع الثاني: تقدير نموذج الأثر الثابت للزمن (السنوات):

إن عملية تقدير نموذج الأثر الثابت للزمن أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-21): تقدير نموذج الأثر الثابت (الزمن) للعلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel EGLS (Period weights)				
Date: 11/16/11 Time: 09:48				
Sample (adjusted): 1996 2009				
Periods included: 14				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 42				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.263503	0.165430	-1.592835	0.1228
D(EMP)	0.008944	0.001415	6.320859	0.0000
Effects Specification				
Period fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.683754	Mean dependent var	-1.316208	
Adjusted R-squared	0.519775	S.D. dependent var	7.423141	
S.E. of regression	4.377110	Sum squared resid	517.2956	
F-statistic	4.169755	Durbin-Watson stat	2.755773	
Prob(F-statistic)	0.000723			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.400464	Mean dependent var	0.234286	
Sum squared resid	547.6812	Durbin-Watson stat	2.921464	

Period Fixed Effects

	DATEID	Effect
1	1/1/1996	6.191424
2	1/1/1997	-5.906134
3	1/1/1998	4.973036
4	1/1/1999	-3.395689
5	1/1/2000	-0.554352
6	1/1/2001	1.345689
7	1/1/2002	-1.058006
8	1/1/2003	1.034726
9	1/1/2004	-2.151026
10	1/1/2005	-0.609969
11	1/1/2006	0.709877
12	1/1/2007	-1.937497
13	1/1/2008	1.422776
14	1/1/2009	-0.064855

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة لـ \hat{b}_1, \hat{b}_0 :

- اختبار معنوية الثابت \hat{b}_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة -1.59 والتي يقابلها الاحتمال 0.12 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن الثابت \hat{b}_0 لا يختلف معنويًا عن الصفر عند مستوى معنوي 5%.

– اختبار معنوية \hat{b}_1 : كون الإحصائية المحسوبة 6.32 والتي يقابلها الاحتمال 0.00 وهو أقل من 0.05، فإننا نرفض فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدر \hat{b}_1 تختلف معنويا عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج:

بما أن الإحصائية المحسوبة لفيشر 4.16 والتي يقابلها الاحتمال 0.00 وهو أقل من 0.05، فإننا نقبل الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج تختلف معنويا على الصفر.

ج- اختبار الأثر الثابت للزمن (السنوات):

نتائج اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت للزمن موضحة فيما يلي:

الجدول رقم (3-22): اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت للزمن.

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test period fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Period F	2.186836	(13,27)	0.0418

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

بما أن الإحصائية المحسوبة "الفيشر" 2.18 والتي يقابلها الاحتمال 0.04 وهو أقل من 0.05 فإننا نرفض الفرضية H_0 ، أي يوجد أثر ثابت للزمن، أي أن السنوات المدروسة ليس لها نفس الأثر على النمو الاقتصادي للدول.

من خلال النتائج السابقة نستنتج أن هناك أثر إيجابي للتوظيف السياحي على النمو الاقتصادي في الدول الثلاث، حيث أن كل زيادة في الفروقات في التوظيف السياحي بألف موظف يرفع من الفروقات في النمو الاقتصادي بـ 0.0089%؛ بالإضافة إلى أن معامل التحديد يساوي $R^2 = 0.6839$ وهذا يعني أن النمو الاقتصادي مشروح بـ 68.39% عن طريق المتغيرة المفسرة، إلا أن هذه القيمة تعتبر كبيرة بالمقارنة بمعاملات التحديد الخاصة بالنموذج الإجمالي و نموذج الأثر الثابت للأفراد، وسوف نقوم في المرحلة الموالية بتقدير النماذج ذات الأثر العشوائي وإجراء المقارنة.

المطلب الثالث: تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر العشوائي:

أولاً: تقدير نموذج الأثر العشوائي للأفراد (الدول):

إن عملية تقدير نموذج الأثر العشوائي للأفراد (الدول) أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-23): تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الأفراد) للعلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 11/16/11 Time: 09:50				
Sample (adjusted): 1996 2009				
Periods included: 14				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 42				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.035457	0.829742	0.042732	0.9661
D(EMP)	0.003572	0.006366	0.561161	0.5778
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.000000	0.0000
Idiosyncratic random			4.862419	1.0000
Weighted Statistics				
R-squared	0.008150	Mean dependent var		0.234286
Adjusted R-squared	-0.016646	S.D. dependent var		4.720243
S.E. of regression	4.759367	Sum squared resid		906.0632
F-statistic	0.328687	Durbin-Watson stat		3.082330
Prob(F-statistic)	0.569643			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.008150	Mean dependent var		0.234286
Sum squared resid	906.0632	Durbin-Watson stat		3.082330

Cross-section Random Effects

	CROSSID	Effect
1	ALG	0.000000
2	MAR	0.000000
3	EGY	0.000000

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة β_0, β_1 :

- اختبار معنوية الثابت β_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة 0.04 والتي يقابلها الاحتمال 0.96 وهو أكبر من

0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن الثابت β_0 معنويا معدوم.

- اختبار معنوية β_1 : كون الإحصائية المحسوبة 0.56 والتي يقابلها الاحتمال 0.57، فإننا نقبل فرضية العدم

ومنه فإن المعلمة المقدرة β_1 لا تختلف معنويا عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج:

بما أن الإحصائية المحسوبة لفيشر تساوي 0.32 والتي يقابلها الاحتمال 0.56 وهو أكبر من 0.05، فإننا

نقبل الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج لا تختلف معنويا على الصفر.

من خلال النتائج السابقة يتضح أن النموذج غير مقبول من الناحية القياسية.

ثانياً: تقدير نموذج الأثر العشوائي للزمن (السنوات):

إن عملية تقدير نموذج الأثر العشوائي للزمن (السنوات) أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-24): تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الزمن) للعلاقة بين التوظيف السياحي والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel EGLS (Period random effects)				
Date: 11/16/11 Time: 09:54				
Sample (adjusted): 1996 2009				
Periods included: 14				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 42				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.025307	0.868576	-0.029136	0.9769
D(EMP)	0.004664	0.006220	0.749908	0.4577
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Period random			1.461315	0.0954
Idiosyncratic random			4.499618	0.9046
Weighted Statistics				
R-squared	0.013644	Mean dependent var	0.204197	
Adjusted R-squared	-0.011015	S.D. dependent var	4.511525	
S.E. of regression	4.536304	Sum squared resid	823.1222	
F-statistic	0.553303	Durbin-Watson stat	3.064807	
Prob(F-statistic)	0.461319			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.007389	Mean dependent var	0.234286	
Sum squared resid	906.7585	Durbin-Watson stat	3.084175	

Period Random Effects

	DATEID	Effect
1	1/1/1996	1.494807
2	1/1/1997	-1.417094
3	1/1/1998	1.073335
4	1/1/1999	-0.719419
5	1/1/2000	-0.122502
6	1/1/2001	0.315404
7	1/1/2002	-0.286080
8	1/1/2003	0.333550
9	1/1/2004	-0.385515
10	1/1/2005	-0.162445
11	1/1/2006	0.217304
12	1/1/2007	-0.415490
13	1/1/2008	0.241489
14	1/1/2009	-0.167343

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة β_0, β_1 :

- اختبار معنوية الثابت β_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة -0.02 و التي يقابلها الاحتمال 0.97 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، و منه فإن الثابت β_0 معنوياً معدوم.

- اختبار معنوية المتغيرة β_1 : كون الإحصائية المحسوبة 0.74 و التي يقابلها الاحتمال 0.45 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، و منه فإن المعلمة المقدرة β_1 لا تختلف معنوياً عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج:

بما أن الإحصائية المحسوبة لفيشر والتي تساوي 0.55 والتي يقابلها الاحتمال 0.46 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج لا تختلف معنويًا على الصفر. و عليه فإن النموذج غير مقبول من الناحية القياسية.

في خلاصة القول و بعد استخلاصنا النتائج التالية: إن الأثر الفردي لا يختلف من دولة إلى أخرى، و أن السنوات المدروسة ليس لها نفس الأثر على النمو الاقتصادي للدول، و ان الأثر العشوائي غير مقبول من الناحية القياسية نستنتج انه لا وجود للعلاقة بين التوظيف السياحي و النمو الاقتصادي .

المبحث الثالث: تقدير العلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي عن طريق معطيات بانل

ستتطرق في هذا الإطار إلى دراسة العلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي ولهذا الغرض سنقوم بتقدير النموذج الإجمالي للعينة المأخوذة، ثم نتطرق إلى بناء النماذج التي يمكن بنائها المتمثلة في تقدير النموذج ذو الأثر الثابت ونماذج ذات الأثر العشوائي، واختيار النموذج الملائم لدراسة العلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي.

المطلب الأول: تقدير النموذج الإجمالي:

أولاً: تقدير النموذج:

• من أجل القيام ببناء النموذج الذي يربط بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي، قمنا بأخذ الاستثمار السياحي CAP (بالمليار دولار) كمتغيرة مستقلة والنمو الاقتصادي TCR كمتغيرة تابعة؛ حيث في البداية سنقوم بدراسة الاستقرار لهاتين المتغيرتين.

أ- دراسة الاستقرار للمتغيرة المستقلة CAP: من خلال الاختبارات التي أجريت على هذه المتغيرة تم التوصل إلى أن هذه المتغيرة غير مستقرة، وبالتالي قمنا بالتفريق من الدرجة الأولى وتوصلنا من خلال الاختبارات الإحصائية إلى أن المتغيرة $D(CAP)$ مستقرة.

نتائج اختبار الاستقرار بالنسبة لسلسلة الثالثة CAP تمثل الاستثمار السياحي الخاصة بنموذج الدراسة مبينة في الجداول التالية:

الجدول رقم (3-25) نتائج الاختبارات ل CAP

الفرضية الصفرية: تحتوي السلسلة على جذر الوحدة				
النموذج	الاحصائية ل ADF	الاحصائية ل PP	الاحصائية ل LEVIN	القرار

النموذج 3	0.2594	0.9429	0.1148	قبول H_0
النموذج 2	0.8251	0.9751	0.9310	قبول H_0
النموذج 1	0.9964	0.9997	0.9970	قبول H_0

من اعداد الطلبة باعتماد على الملاحق رقم 31-32-33

نلاحظ من الجدول ان جميع الإحصائيات اكبر من القيم الحرجة عند مستوى معنوية 5% و بالتالي نقبل الفرضية الصفرية، ومعنى ذلك وجود جذر الوحدة و بالتالي السلسلة غير مستقرة. و لجعل السلسلة مستقرة نقوم بإجراء اختبار الجذور الأحادية على السلسلة ذات الفروقات من الدرجة الأولى، و نتائج الاختبار موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-26) نتائج الاختبارات ل DCAP

الفرضية الصفرية: تحتوي السلسلة على جذر الوحدة				
النموذج	الاحصائية ل ADF	الاحصائية ل PP	الاحصائية ل LEVIN	القرار
النموذج 3	0.0049	0.0001	0.0282	رفض H_0
النموذج 2	0.0067	0.0001	0.0007	رفض H_0
النموذج 1	0.0529	0.0550	0.0262	رفض H_0

من اعداد الطلبة باعتماد على الملاحق رقم 34-35-36

نلاحظ من الجدول أن جميع الإحصائيات أقل من القيم الحرجة عند مستوى معنوية 5% و بالتالي نرفض الفرضية الصفرية، ومعنى ذلك عدم وجود جذر الوحدة و بالتالي السلسلة مستقرة
ب- دراسة الإستقرارية للمتغيرة التابعة (TCR): تم دراسة استقرارية هذه السلسلة في الجزء السابق وتوصلنا من خلال الاختبارات الإحصائية إلى أن المتغيرة $D(TCR_{it})$ مستقرة.

من خلال دراسة الاستقرارية للسلسلتين السابقتين يمكن اقتراح النموذج التالي :

$$D(TCR_{it}) = b_0 + b_1 * D(CAP_{it}) + \varepsilon_{it}$$

إن عملية التقدير أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-27) : تقدير العلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel Least Squares				
Date: 11/16/11 Time: 10:03				
Sample (adjusted): 1996 2009				
Periods included: 14				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 42				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(CAP)	0.822423	2.051060	0.400975	0.6906
C	0.096275	0.812430	0.118503	0.9063
R-squared	0.004003	Mean dependent var		0.234286
Adjusted R-squared	-0.020896	S.D. dependent var		4.720243
S.E. of regression	4.769306	Akaike info criterion		6.008727
Sum squared resid	909.8513	Schwarz criterion		6.091473
Log likelihood	-124.1833	Hannan-Quinn criter.		6.039056
F-statistic	0.160781	Durbin-Watson stat		3.044284
Prob(F-statistic)	0.690573			

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج : Eviews 7

ثانيا: النموذج ذو التباين المتجانس

أ- اختبار الكشف على عدم تجانس التباين (اختبار "white"):

يقوم اختبار 'وايت' على اختبار العلاقة بين مربعات الأخطاء و عدة متغيرات مفسرة وفق النموذج التالي:

$$e_{it}^2 = a_0 + a_1 \cdot d(CAP_{it}) + a_2 \cdot [d(CAP_{it})]^2$$

حيث الأخطاء e_{it} نتحصل عليها من خلال النموذج السابق.

و إحصائية اختبار 'وايت' هي:

$$\chi^2 = NT * R^2 \rightarrow \chi_p^2$$

و p تمثل عدد المتغيرات المفسرة في النموذج.

إذا كان $NT * R^2$ أكبر من $\chi_p^2(0.05)$ فإننا نقبل فرضية وجود عدم تجانس في التباين، أما في حالة

العكس نقبل فرضية وجود تجانس في التباين.

إن عملية تقدير النموذج المقترح من طرف 'وايت' أعطتنا النتائج التالية:

الجدول رقم (3-28): نموذج *White* لاختبار الكشف على تجانس التباين

Dependent Variable: RESIDSQUAR				
Method: Panel EGLS (Cross-section SUR)				
Date: 11/19/11 Time: 21:51				
Sample (adjusted): 1996 2009				
Periods included: 14				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 42				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(CAP)	-0.854083	12.57397	-0.067925	0.9462
D(CAPSQUAR)	-0.605288	2.696261	-0.224492	0.8235
C	8.622382	4.776578	1.805138	0.0788
Weighted Statistics				
R-squared	0.019934	Mean dependent var	0.221228	
Adjusted R-squared	-0.030326	S.D. dependent var	0.748682	
S.E. of regression	0.744298	Sum squared resid	21.60518	
F-statistic	0.396619	Durbin-Watson stat	0.341784	
Prob(F-statistic)	0.675272			
Unweighted Statistics				
R-squared	-0.042963	Mean dependent var	21.67074	
Sum squared resid	172096.8	Durbin-Watson stat	0.254410	

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

بما أن الإحصائية المحسوبة $\chi^2 = 0.8955$ وهي أقل من $\chi^2 = 5.99$ ، فإننا نقبل فرضية بوجود تجانس في التباين.

ثالثاً: النموذج الإجمالي:

بعد قبول فرضية وجود تجانس في التباين نقوم بتشخيص النموذج السابق.

د- اختبار معنوية \hat{b}_0 : كون الإحصائية المحسوبة تساوي 0.11 والتي يقابلها الاحتمال 0.90 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة \hat{b}_0 لا تختلف معنوياً عن الصفر.

ه- اختبار معنوية \hat{b}_1 : كون الإحصائية المحسوبة تساوي 0.40 والتي يقابلها الاحتمال 0.69 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة \hat{b}_1 لا تختلف معنوياً عن الصفر.

و- دراسة المعنوية الكلية للنموذج: نهدف هنا إلى اختبار الفرضيتين التاليتين:

$$\begin{cases} \text{كل معاملات النموذج معلومة: } H_0 \\ \text{يوجد على الأقل معامل واحد يختلف معنوياً عن الصفر: } H_1 \end{cases}$$

بما أن الإحصائية المحسوبة لـ "فيشر" وهي 0.16 وهي أصغر من القيمة الجدولية 4.08 فإننا نقبل الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج لا تختلف معنويا على الصفر. يتضح أن النموذج غير مقبول من الناحية القياسية.

المطلب الثاني: تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر الثابت:

أولا: تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد (الدول)

إن عملية تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-29) : تقدير نموذج الأثر الثابت للأفراد (الدول) للعلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.084421	0.217926	0.387383	0.7006
D(CAP)	0.893065	0.555125	1.608763	0.1159
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.064590	Mean dependent var	0.010586	
Adjusted R-squared	-0.009259	S.D. dependent var	1.047256	
S.E. of regression	1.050875	Sum squared resid	41.96487	
F-statistic	0.874628	Durbin-Watson stat	2.336683	
Prob(F-statistic)	0.462756			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.011686	Mean dependent var	0.234286	
Sum squared resid	902.8329	Durbin-Watson stat	3.066243	

Cross-section Fixed Effects

CROSSID	Effect
1 ALG	-0.314803
2 MAR	0.578463
3 EGY	-0.263659

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews 7

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة \hat{b}_1, \hat{b}_0 :

- اختبار معنوية الثابت \hat{b}_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة تساوي 0.38 والتي يقابلها الاحتمال $\hat{b}_0 = 0.70 > 0.05$ ، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن الثابت \hat{b}_0 لا يختلف معنويا عن الصفر.

- اختبار معنوية \hat{b}_1 : كون الإحصائية المحسوبة تساوي 1.60 والتي يقابلها الاحتمال $\hat{b}_1 = 0.11 > 0.05$ ، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة \hat{b}_1 لا تختلف معنويا عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج: بما أن الإحصائية المحسوبة $F_{cal} = 0.87$ والتي يقابلها الاحتمال $prob = 0.46 > 0.05$ ، فإننا نقبل الفرضية H_0 ، و عليه فإن معالم النموذج لا تختلف معنويا عن الصفر. يتضح أن النموذج غير مقبول من الناحية القياسية.

ثانيا: تقدير نموذج الأثر الثابت للزمن (السنوات)

إن عملية تقدير نموذج الأثر الثابت للزمن أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-30): تقدير نموذج الأثر الثابت (الزمن) للعلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel EGLS (Period weights)				
Date: 11/16/11 Time: 10:09				
Sample (adjusted): 1996 2009				
Periods included: 14				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 42				
Linear estimation after one-step weighting matrix				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.222986	0.146491	-1.522178	0.1396
D(CAP)	2.724943	0.406300	6.706724	0.0000
Effects Specification				
Period fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.792403	Mean dependent var	2.180753	
Adjusted R-squared	0.684760	S.D. dependent var	11.41137	
S.E. of regression	4.453653	Sum squared resid	535.5456	
F-statistic	7.361407	Durbin-Watson stat	2.676072	
Prob(F-statistic)	0.000005			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.385789	Mean dependent var	0.234286	
Sum squared resid	561.0873	Durbin-Watson stat	2.907746	

Period Fixed Effects

DATEID	Effect	
1	1/1/1996	6.426558
2	1/1/1997	-5.831214
3	1/1/1998	3.778340
4	1/1/1999	-2.303202
5	1/1/2000	-0.294342
6	1/1/2001	2.492336
7	1/1/2002	-1.101368
8	1/1/2003	2.184237
9	1/1/2004	-1.009955
10	1/1/2005	-1.590145
11	1/1/2006	1.618401
12	1/1/2007	-2.877567
13	1/1/2008	-0.904774
14	1/1/2009	-0.587305

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة لـ \hat{b}_1, \hat{b}_0 :

- اختبار معنوية الثابت \hat{b}_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة -1.52 والتي يقابلها الاحتمال 0.13 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن الثابت \hat{b}_0 لا يختلف معنويًا عن الصفر عند مستوى معنوي 5%.

- اختبار معنوية \hat{b}_1 : كون الإحصائية المحسوبة 6.70 والتي يقابلها الاحتمال 0.00 وهو أقل من 0.05، فإننا نرفض فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة \hat{b}_1 تختلف معنويًا عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج:

بما أن الإحصائية المحسوبة لفيشر 7.36 والتي يقابلها الاحتمال 0.00 وهو أقل من 0.05، فإننا نقبل الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج تختلف معنويًا على الصفر.

ج- اختبار الأثر الثابت للزمن (السنوات):

نتائج اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت للزمن موضحة فيما يلي:

الجدول رقم (3-31): اختبار وجود أو عدم وجود الأثر الثابت للزمن.

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test period fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Period F	6.117773	(13,27)	0.0000

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

بما أن الإحصائية المحسوبة "فيسشر" 6.11 والتي يقابلها الاحتمال 0.00 وهو أقل من 0.05 فإننا نرفض

الفرضية H_0 ، أي أن السنوات المدروسة ليس لها نفس الأثر الثابت على النمو الاقتصادي للدول.

من خلال النتائج السابقة نستنتج أن هناك أثر إيجابي للاستثمار السياحي على النمو الاقتصادي في الدول الثلاث، حيث أن كل زيادة في الفروقات في الاستثمار السياحي بواحد مليار دولار يرفع من الفروقات في النمو الاقتصادي بـ 2.72%؛ بالإضافة إلى أن معامل التحديد يساوي $R^2 = 0.79.24$ وهذا يعني أن النمو الاقتصادي مشروح بـ 79.24% عن طريق المتغيرة المفسرة، إلا أن هذه القيمة تعتبر كبيرة بالمقارنة بمعاملات التحديد الخاصة بالنموذج الإجمالي و نموذج الأثر الثابت للأفراد، وسوف نقوم في المرحلة الموالية بتقدير النماذج ذات الأثر العشوائي وإجراء المقارنة.

المطلب الثالث: تقدير النموذج الإجمالي ذو الأثر العشوائي:

أولاً: تقدير نموذج الأثر العشوائي للأفراد (الدول)

إن عملية تقدير نموذج الأثر العشوائي للأفراد (الدول) أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-32): تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الأفراد) للعلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 11/16/11 Time: 10:11				
Sample (adjusted): 1996 2009				
Periods included: 14				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 42				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.096275	0.830288	0.115954	0.9083
D(CAP)	0.822423	2.096144	0.392350	0.6969
Effects Specification				
		S.D.	Rho	
Cross-section random		0.000000	0.0000	
Idiosyncratic random		4.874139	1.0000	
Weighted Statistics				
R-squared	0.004003	Mean dependent var	0.234286	
Adjusted R-squared	-0.020896	S.D. dependent var	4.720243	
S.E. of regression	4.769306	Sum squared resid	909.8513	
F-statistic	0.160781	Durbin-Watson stat	3.044284	
Prob(F-statistic)	0.690573			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.004003	Mean dependent var	0.234286	
Sum squared resid	909.8513	Durbin-Watson stat	3.044284	

Cross-section Random Effects

CROSSID	Effect
1 ALG	0.000000
2 MAR	0.000000
3 EGY	0.000000

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة \bar{b}_1, \bar{b}_0 :

- اختبار معنوية الثابت \bar{b}_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة 0.11 والتي يقابلها الاحتمال 0.90 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن الثابت \bar{b}_0 معنويًا معدوم.
- اختبار معنوية \bar{b}_1 : كون الإحصائية المحسوبة 0.39 والتي يقابلها الاحتمال 0.69، فإننا نقبل فرضية العدم ومنه فإن المعلمة المقدرة \bar{b}_1 لا تختلف معنويًا عن الصفر.

ب- دراسة المعنوية الكلية للنموذج:

بما أن الإحصائية المحسوبة لفيشر تساوي 0.16 والتي يقابلها الاحتمال 0.69 وهو أكبر من 0.05، فإننا

نقبل الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج لا تختلف معنويًا على الصفر.

من خلال النتائج السابقة يتضح أن النموذج غير مقبول من الناحية القياسية.

ثانياً: تقدير نموذج الأثر العشوائي للزمن (السنوات)

إن عملية تقدير نموذج الأثر العشوائي للزمن (السنوات) أعطتنا النتائج المتواجدة في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-33): تقدير نموذج ذو الأثر العشوائي (الزمن) للعلاقة بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي

Dependent Variable: D(TCR)				
Method: Panel EGLS (Period random effects)				
Date: 11/16/11 Time: 10:13				
Sample (adjusted): 1996 2009				
Periods included: 14				
Cross-sections included: 3				
Total panel (balanced) observations: 42				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.049048	0.877405	0.055901	0.9557
D(CAP)	1.103857	2.101388	0.525299	0.6023
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Period random			1.454650	0.0925
Idiosyncratic random			4.556591	0.9075
Weighted Statistics				
R-squared	0.006849	Mean dependent var		0.205030
Adjusted R-squared	-0.017930	S.D. dependent var		4.517037
S.E. of regression	4.557465	Sum squared resid		830.8194
F-statistic	0.275833	Durbin-Watson stat		3.023758
Prob(F-statistic)	0.602344			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.003535	Mean dependent var		0.234286
Sum squared resid	910.2795	Durbin-Watson stat		3.036811

Period Random Effects

	DATEID	Effect
1	1/1/1996	1.480072
2	1/1/1997	-1.372790
3	1/1/1998	0.903382
4	1/1/1999	-0.574278
5	1/1/2000	-0.092130
6	1/1/2001	0.414114
7	1/1/2002	-0.290334
8	1/1/2003	0.454075
9	1/1/2004	-0.236159
10	1/1/2005	-0.254974
11	1/1/2006	0.308930
12	1/1/2007	-0.482030
13	1/1/2008	-0.009340
14	1/1/2009	-0.248538

المصدر: من إعداد الطالبة، باستخدام برنامج Eviews7

تشخيص النموذج:

أ- دراسة معنوية المعالم المقدرة β_0, β_1 :

- اختبار معنوية الثابت β_0 : بما أن الإحصائية المحسوبة 0.05 و التي يقابلها الاحتمال 0.95 وهو أكبر من

0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن الثابت β_0 ليس له معنوية إحصائية.

- اختبار معنوية المتغيرة H_1 : كون الإحصائية المحسوبة 0.52 والتي يقابلها الاحتمال 0.60 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل فرضية العدم، ومنه فإن المعلمة المقدرة H_1 لا تختلف معنويًا عن الصفر.

ت-دراسة المعنوية الكلية للنموذج:

بما أن الإحصائية المحسوبة لفيشر والتي تساوي 0.27 والتي يقابلها الاحتمال 0.60 وهو أكبر من 0.05، فإننا نقبل الفرضية H_0 ، وعليه فإن معالم النموذج لا تختلف معنويًا على الصفر. يتضح أن النموذج غير مقبول من الناحية القياسية.

خلاصة القول و بعد استخلاصنا النتائج التالية: أن السنوات المدروسة ليس لها نفس الأثر الثابت و عدم قبول الأثر الفردي للأفراد و العشوائي للأفراد و الأثر العشوائي للزمن من الناحية القياسية نستنتج انه لا وجود للعلاقة بين الاستثمار السياحي و النمو الاقتصادي .

خلاصة الفصل:

قدمنا في هذا الفصل آثار الاقتصادية للسياحة من خلال بعض مؤشراتنا فاحترنا في دراستنا هته علاقة بين كل من الإيرادات السياحية ، التوظيف السياحي و الاستثمار السياحي على النمو الاقتصادي في الدول الجزائر مصر و المغرب. كما تبين من الدراسة أن الإيرادات السياحية تؤثر إيجابيا على النمو الاقتصادي في الدول الثلاث مصر،المغرب و الجزائر، وأن أثر كل دولة على النمو الاقتصادي غير ثابت وهذا حسب الخصوصيات الاقتصادية لكل دولة، بينما الأثر الزمني على النمو الاقتصادي معدوم.

أما فيما يخص العلاقة بين التوظيف السياحي و النمو الاقتصادي توصلنا إلى أن الأثر الفردي لا يختلف من دولة إلى أخرى،و ان أن السنوات المدروسة ليس لها نفس الأثر على النمو الاقتصادي للدول،و أن الأثر العشوائي غير مقبول من الناحية القياسية هذا دلالة على عدم وجود علاقة بين التوظيف السياحي و النمو الاقتصادي .

و نتائج الخاصة بالعلاقة بين الاستثمار السياحي و النمو الاقتصادي توصلنا بعد جملة من اختبارات على النتائج التالية: أن السنوات المدروسة ليس لها نفس الأثر الثابت و عدم قبول الأثر الفردي للأفراد و العشوائي للأفراد و الأثر العشوائي للزمن من الناحية القياسية نستنتج انه لا وجود للعلاقة بين الاستثمار السياحي و النمو الاقتصادي .

الغائمة

تبين الدراسة بأن السياحة ظاهرة اجتماعية و اقتصادية و تعد من القطاعات الرائدة لإحداث التنمية الاقتصادية و حتى الاجتماعية في كثير من الدول ،و ذلك لما توفره من فرص جديدة للتشغيل،و تنوع في مصادر الدخل و مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي ،و بالتالي رأس مال يمكن استثماره في هذا القطاع،و هي تعتبر من أكبر الأنشطة نموا في العالم،إذ تضاهي دخل هذه الصناعة في بعض الدول الدخل الناتج عن صادرات المنتجات النفطية.

و من خلال هذا العمل اتضح بأن السياحة على علاقة وطيدة بالتنمية الاقتصادية في أي مجتمع متقدم كان أو نام،فمتى وجدت السياحة عناية في بلد إلا وساهمت في تنمية القطاعات الأخرى ،و في الوقت ذاته إذا اشتملت الاستراتيجيات التنموية على القطاع السياحي إلا وشهد هذا الأخير انتعاشا ليؤدي الدور المنوط به.

ومن هنا يتضح الدور الحيوي للسياحة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، إذ تشكل موردا هاما للعديد من الدول في العالم مثل الولايات المتحدة الأمريكية، إيطاليا، إسبانيا، فرنسا، بريطانيا ومصر والهند وغيرها. ويمكن القول أن السياحة أخذت بعين الاعتبار من طرف صانعي القرار السياسي في معظم الدول النامية منذ النصف الثاني من القرن الماضي. إلا أن النجاح لم يكن حليف كل الدول في استقطاب أكبر عدد من السياح من الدول المتقدمة.

• نتائج الدراسة:

بعد الدراسة التي قمنا بها حول الموضوع والمعنون بـ: "انعكاسات الجغرافيا السياحية على التنمية الاقتصادية"، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج، وهي:

* النتائج المتعلقة بالجانب النظري:

1. ان ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني الجزائري يعود أساسا إلى إهماله في مختلف برامج التنمية الاقتصادية،و باعتباره غير ذي أهمية مقارنة بالقطاعات الأخرى في الاقتصاد ،و بدلا عن ذلك كان الاعتماد الكلي على قطاع المحروقات و الصناعات الثقيلة ،التي التهمت كتلا نقدية ضخمة دون أن يكون لها مردودا ملموسا.أما الوضع في المغرب و مصر فقد كان مختلفا ،حيث اعتبر القطاع السياحي فيهما قطبا من أقطاب النمو ،له دوره القيادي في اقتصاديهما.و ذلك للأهمية القطاع ضمن السياسات التنموية في هذين البلدين منذ استقلالهما إلى يوم.

2. تظهر مساهمة قطاع السياحة في الجزائر متدنية و غير ذي قيمة في التنمية الاقتصادية للبلاد، من خلال واقع إيرادات هذا القطاع، و مدى مساهمتها في تكوين الناتج المحلي الإجمالي ، و التي لم تتعد 0.19% خلال الفترة 1990-2010. و يختلف الوضع في مصر و المغرب ، إذ يوصف أداء القطاع السياحي فيهما بالاجابي و ذلك من خلال النتائج التي تم تحقيقها على مستوى هذا القطاع ، حيث يقدر متوسط مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي لهذين البلدين بأكثر من 9% ، و هي بالتالي تقترب من المتوسط العالمي 10%.

3. اعتماد الجزائر على القطاع العام في الهياكل السياحية ، و أهملت دور القطاع الخاص مما ساهم في تراجع بل و تدهور القطاع السياحي بشكل عام بجرمانه من الاستثمار الخاص الوطني و الأجنبي. في حين كان دور القطاع الخاص بارزا في كل من المغرب و مصر ، حيث حققا خطرات عملاقة في جلب الاستثمارات الأجنبية، و الاستحواذ على قدر معتبر من الاستثمارات السياحية لتحتل بذلك الصدارة في منطقة العربية.

4. ضعف مساهمة القطاع السياحي في حل مشكلة البطالة و إحداث مناصب الشغل في الجزائر، و مرد ذلك قلة الاستثمار السياحي الوطني و الأجنبي ، إضافة إلى نقص مراكز التكوين و التأهيل مما أدى إلى افتقار هذا القطاع إلى عمالة متخصصة في هذا المجال . أما مصر و المغرب فيعتبر القطاع السياحي من أكبر القطاعات الاقتصادية التي تتيح فرصا هامة للتشغيل، و من ثم تحسين المستوى المعيشي للمواطنين. إضافة إلى اهتمام حكومي هذين البلدين على عامل التكوين و التأهيل الذي يمثل شرطا أساسيا لترقية الخدمات السياحية.

و انطلاقا من النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذا البحث نخلص إلى أن القطاع السياحي في الجزائر لا يزال يراوح مكانه، و يتجلى ذلك في ضعف أداء هذا القطاع من خلال مخرجاته التي كانت في أدنى مستواها مقارنة مع مصر و المغرب . و بالنظر إلى الوعود التي أبدتها السلطات المعنية في الجزائر لإعطاء هذا القطاع الدور المنوط به فان من الناحية العلمية لم يتحقق الكثير. و من ثم فان بلوغ الأهداف المرسومة لإحداث نقلة نوعية في هذا القطاع لا تعدو أن تكون مجرد آمال أكثر من كونها واقعا ملموسا.

* النتائج المتعلقة بالجانب التطبيقي:

● من خلال دراسة علاقة الإيرادات السياحية على النمو الاقتصادي توصلنا إلى أن هناك أثر ثابت للأفراد أي أن السنوات المدروسة ليس لها نفس الأثر الثابت على النمو الاقتصادي، بينما لا يوجد أثر عشوائي للزمن أي معدوم ومنه من خلال النماذج المدروسة سابقا نستنتج أن الإيرادات السياحية تؤثر إيجابيا على النمو الاقتصادي في الجزائر، المغرب ومصر، وأن أثر كل دولة على النمو الاقتصادي غير ثابت وهذا حسب الخصائص الاقتصادية لكل دولة، بينما الأثر الزمني على النمو الاقتصادي معدوم.

● و فيما يخص العلاقة بين التوظيف السياحي و النمو الاقتصادي توصلنا إلى أن الأثر الفردي لا يختلف من دولة إلى أخرى، وأن السنوات المدروسة ليس لها نفس الأثر على النمو الاقتصادي للدول، وأن الأثر العشوائي غير مقبول من الناحية القياسية هذا دلالة على عدم وجود علاقة بين التوظيف السياحي و النمو الاقتصادي .

● و خلاصة القول فيما يخص العلاقة بين الاستثمار السياحي و النمو الاقتصادي توصلنا بعد جملة من اختبارات على النتائج التالية: أن السنوات المدروسة ليس لها نفس الأثر الثابت و عدم قبول الأثر الفردي للأفراد و العشوائي للأفراد و الأثر العشوائي للزمن من الناحية القياسية نستنتج انه لا وجود للعلاقة بين الاستثمار السياحي و النمو الاقتصادي .

و مما سبق، يمكن الخروج بالاقترحات التالية :

1. الاستفادة من التجارب السابقة للدول المتقدمة سياحيا : حيث أثبتت تجارب الدول التي لها رصيد سياحي كبير أن حسن الضيافة مع خدمة جيدة يساوي تدفقا سياحيا ، كما أوضحت تجارب هذه الدول أهمية الاعتماد على السياحة الداخلية، فنجد دول مثل أمريكا و كندا و استراليا، تعتمد بنسبة تصل أو تزيد عن 70% على السياحة الداخلية من خلال تشجيع مواطنيها على الاستمتاع و التعرف على بلادهم، و من هنا لا بد من وجود سياسة عامة لتنشيط السياحة الداخلية، يكون من أهم عناصرها: تخفيض الأسعار مع حسن المعاملة السائح الجزائري و تشجيع المستثمرين في بناء فنادق ذات مستوى معقول و تكون في متناول المواطن العادي.

2. تحديد الجهات المسؤولة عن حماية البيئة الطبيعية وتنمية مواردها من خلال التنسيق مع الجهات المعنية للحفاظ على الموروث الحضاري لما تشكله الطبيعة من أهمية باعتبارها احد عناصر البيئة ووجوب حمايتها وتنميتها.و كذلك الاستغلال الإمكانات
3. العمل على تشجيع الاستثمار من خلال تخفيف القيود و الإجراءات الخاصة بالاستثمار الخاص و تخصيص بعض الحوافز في المشاريع الاستثمارية.
4. تعزيز جودة صناعة السياحة من خلال تدريب اليد العاملة لأداء خدمة ذات نوعية و جودة عالية و توفير مراكز متخصصة في مجال السياحة و الفنادق ،و الإرشاد السياحي فمن يكتلك الخبرة يمتلك السائح،و احترام المقاييس و معايير تصنيف القانوني للمنشآت السياحية ورفع مستوى الخدمات العامة في المقصد السياحي،من خدمات صحية،النقل،و النظافة
5. تحسين واقع الخدمات السياحية خاصة أنظمة النقل ووسائل الطرق والنقل والاتصال.
6. العمل على نشر الوعي الثقافي لدى المواطنين بأهمية السياحة واستخدام الإعلام السياحي كأحد العناصر الرئيسة في ذلك، فضلا عن العمل على تحسين الصورة عن السياحة في الجزائر لدى الأجانب بحملة توعية وتنظيف شاملة تتصف بالعلمية بأهمية المواقع السياحية بما يعكس حضارة الجزائر وعمقها التاريخي.

و أخيرا ورغم محاولتنا للربط بين السياحة و التنمية الاقتصادية من خلال مؤشر النمو الاقتصادي في الجزائر،المغرب و مصر عن طريق النماذج القياسية تبقى هذه الدراسة محدودة، وهذا لعدم التطرق إلى عينة ذات حجم أكبر تعبر عن كل الدول العربية السياحية بالإضافة إلى دمج الجزائر في الدراسة و هي دولة غير سياحية مقارنة بالمغرب و مصر و لهذا قد تكون أثرت في نتائج الدراسة بشكل سلبي فمن أحسن لو استبدلت بتونس، لهذا نأمل أن يكون هناك توسع في هذا الموضوع، بإدخال دول سياحية فقط مع إضافة مختلف المتغيرات التي لم ندخلها في نموذجنا والمتمثلة في الرأس المال البشري المؤهل ،الرأس المال المادي المخصص لقطاع السياحة كالفنادق المصنفة ، وبالإضافة إلى السياحة العربية البينية والتي يمكن أن تشكل عامل من عوامل

الرفع من التبادل وبالتالي الرفع من صادرات السياحة للدول التي تستلزم الرفع من الإيرادات السياحية التي تؤثر بدورها بشكل ايجابي على النمو الاقتصادي.

● آفاق البحث:

و بعد إتمام هذا البحث نقترح جملة من المواضيع قابلة للبحث و هي كالتالي:

- استثمار رأس المال الفكري في قطاع السياحة -دراسة حالة الإمارات-
- توظيف الأسهم المؤسسات السياحية في الأسواق المالية-دراسة حالة فندق الأوراسي-
- دراسة تكاليف إستراتيجية التسويقية السياحية -دراسة قياسية-
- حساسية القطاع السياحي من أوضاع السياسية في الدول-دراسة حالة مصر، تونس و سوريا-

قائمة المراجع

1. ابراهيم بظاظو: الجغرافيا و المعالم السياحية، مؤسسة الوارق للنشر و التوزيع الطبعة الأولى، عمان، الاردن 2008
2. ابراهيم خليل بظاظو الجغرافيا السياحية "تطبيقات على الوطن العربي مؤسسة الوارق للنشر و التوزيع الطبعة الأولى عمان 2009
3. أحمد الجلاد، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، دار النشر عالم الكتاب، القاهرة، الطبعة الأولى 1998
4. احمد الجلاد، التنمية والإعلام السياحي المستدام، عالم الكتب، القاهرة-مصر، سنة 2003
5. احمد فوزي ملوخية: التنمية السياحية دار الفكر الجامعي مصر 2007
6. أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007
7. احمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، سنة 2008
8. اياد عبد الفتاح النور اسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية مدخل مفاهيمي دار صفاء للنشر و التوزيع الطبعة الاولى عمان 2008
9. جليلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية مصر 2003
10. حسن كافي، رؤية عصرية للتنمية السياحية، المؤسسة المصرية العامة للكتاب القاهرة مصر 1991
11. خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، الطبعة الاولى، 2000
12. دلال عبد الهادي، اقتصاديات صناعة السياحة، الفتح للطباعة و النشر الإسكندرية مصر، 2006
13. رانيا محمود عبد العزيز عمارة، تحرير التجارة الدولية وفقا لاتفاقية الجات (GATS) في مجال الخدمات الفكر الجامعي، الإسكندرية-مصر، 2008
14. رعد مجيد العاني الاستثمار و التسويق السياحي دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع الطبعة الأولى 2008
15. زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2007
16. زيد سلمان عبوي السياحة في الوطن العربي دراسة لأهم المواقع السياحية العربية دار الراية للنشر و التوزيع الطبعة الاولى 2008
17. زيد منير عبوي، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر و التوزيع الطبعة الأولى 2008
18. سراب الياس و آخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الطبعة الاولى، 2002
19. عبد الباسط وفا التنمية السياحية المستدامة بين الاستراتيجية و التحديات العالمية المعاصرة دار النهضة العربية 2005
20. عبد العظيم حمدي، اقتصاديات السياحة دار الزهراء للنشر الاردن 1996
21. عثمان محمد غنيم، نيتا نبيل سعد: التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، الأردن، 1999،
22. علي اسماعيل، مستقبل السياحة و أثرها في الاقتصاد القومي، مطبعة دار الكتب القاهرة مصر 1970
23. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، الاردن 2008
24. محمد عبد العزيز عبد الله عبد، الاستثمار الأجنبي المباشر في الدول الإسلامية في ضوء الاقتصاد الإسلامي، دار النفائس للنشر و التوزيع عمان-الأردن، 2005

25. مروان السكر : مختارات من الاقتصاد السياحي , مجدلاوي للنشر والتوزيع الاردن 1999
26. مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي (دراسة مقارنة)، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع لبنان 2003
27. محمد خميس الزوكة صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، مصر، سنة 2006
28. محمد مرسي الحريري ، جغرافية السياحة ، - دار المعرفة الجامعية الإسكندرية - مصر ، 1991
29. محمد يسري دعيس: الترتيب السياحي و التنمية الشاملة دار المعارف القاهرة مصر 1993
30. محسن أحمد الخضيري ،التسويق السياحي ،مكتبة مدبولي،القاهرة،1989
31. محمد صبحي عبد الحكيم ،حمدي أحمد الديب ،جغرافية السياحة مكتبة أنجلو المصرية القاهرة مصر 1995
32. مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر، الأردن، 2001
33. محمد الصيرفي السياحة و البيئة دار الفكر الجامعي الاسكندرية مصر الطبعة الاولى 2007
34. محمد الصيرفي، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، دار الهناء للتجليد الفني، مصر 2009
35. نبيل الروبي اقتصاديات السياحة مجموعة الدراسات السياحية (2) مؤسسة الثقافة الجامعية الاسكندرية دون سنة نشر
36. نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية-مصر، سنة

الاطروحات و مذكرات:

37. أحمد أديب أحمد : تحليل الانشطة السياحية في سورية باستخدام النماذج القياسية دراسة ميدانية مذكرة ماجستير قسم احصاء و البرمجة جامعة سورية 2005-2006
38. حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم اقتصادية تخصص نقود ومالية وبنوك، جامعة سعد دحلب بالبلدية 2006
39. خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر ، أطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 2004
40. زيان بروجعة علي، اثر تحرير تجارة الخدمات على السياحة العربية، مذكرة ماجستير لعلوم الاقتصادية جامعة الشلف 2010
41. عامر عيساني الاهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر اطروحة دكتوراه علوم تسيير جامعة الحاج لخضر باتنة،الجزائر 2009-2010
42. عبد القادر بودي، أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر" السياحية بالجنوب الغربي"، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006
43. عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة -دراسة مقارنة بين الجزائر ،تونس و المغرب_ مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة باتنة،الجزائر 2005
44. عشي صليحة الأداء و الأثر الاقتصادي و الاجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس و المغرب أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية جامعة الحاج لخضر ،باتنة،الجزائر 2010/2011
45. مبارك بلالطة أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر 2002

46. محمود فوزي شعوبي السياحة و الفنادق في الجزائر دراسة قياسية 2002/1974 اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية جامعة الجزائر

47. محمد عز الدين التطور السياحي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة الجزائر 2003

48. مسدوي دليمة دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ترقية و نمو القطاع السياحي دراسة حالة ولاية بومرداس مذكرة لنيل درجة الماجستير جامعة بومرداس، الجزائر 2009

49. هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها، رسالة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير جامعة الجزائر، الجزائر 2006/2005

المجلات والمحاضرات:

50. المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني: جغرافيا السياحة و الطيران الادارة العامة لتصميم و تطوير المناهج المملكة العربية السعودية

51. بلالطة مبارك، طواش خالد، سوق الخدمات السياحية في مجلة: العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، العدد 2005، 04، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف

52. جريدة المساء الجزائرية نقلا عن الوزير صالح عكوم بتاريخ 2009/07/19

<http://www.djazairess.com/elmassa/23385> page consultée le 05/09/2011

53. خالد كواش، مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر مجلة اقتصاديات شمال افريقيا العدد الاول جامعة الشلف

54. خزامي عبد العزيز الجندي، الاستثمار في الجمهورية العربية السورية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية- المجلد 26- العدد الثاني- 2010

55. ممدوح شعبان الدبس، محاضرات في الجغرافيا السياحة رقم 01 كلية الآداب قسم الجغرافيا جامعة حلب، سوريا

56. ممدوح شعبان الدبس، محاضرات في جغرافية السياحة رقم 02، كلية الآداب قسم الجغرافيا، جامعة حلب سوريا

57. ممدوح شعبان الدبس، محاضرات في الجغرافيا السياحة رقم 03 كلية الآداب قسم الجغرافيا، جامعة حلب سوريا

58. هوارى معراج، محمد سليمان جردات: "السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية - حالة الاقتصاد الجزائري - مجلة محكمة علميا تصدر عن جامعة قاصدي مرباح بورقلة، العدد 01، سنة 2004.

الملتقيات و المؤتمرات:

59. أحمد قايد نور الدين الأهمية و الأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة: حالة الجزائر الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010

60. أحمد قايد نور الدين، مداخلة بعنوان النهوض بالسياحة في الجزائر الملتقى الوطني الاول بالمركز الجامعي بالبويرة 2010

61. الهيئة العليا للسياحة، الأهمية والأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة" حالة المملكة العربية السعودية"، ورقة عمل مقدمة لندوة الأثر الاقتصادي للسياحة مع تطبيقات على المملكة ب أهما (19-21/06/2001) السعودية

62. اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغربي آسيا(الإسكوا) ،الاستعراض السنوي للتطورات في مجال العولمة و التكامل الاقليمي في الدول العربية 2007 ،الامم المتحدة نيويورك 2007

63. المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية الكويت 1977

64. برجم حنان ،مستقبل التسويق الفندقي في الجزائر ،الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010

65. بن قطاف احمد،علاوي عبد الفتاح مداخلة بعنوان ترقية الخدمات السياحية كشرط للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر الملتقى الوطني الاول حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق يومي 11-12 ماي 2010

66. بوفليح نبيل،تقروورت محمد ،دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال افريقيا،حالة الجزائر،تونس ،المغرب الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر -الواقع و الآفاق جامعة البويرة يومي 11-12 ماي 2010

67. تومي ميلود و حريف سامية مداخلة بعنوان دور التسويق الالكتروني للسياحة في التنشيط صناعة السياحة الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010

68. حميد قرومي ،عبد الرزاق حميدي السياحة في الجزائر :واقع و آفاق التطوير الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010

69. زايد مراد السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني ،حالة الجزائر الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010

70. صديقي نوال و بن لخضر محمد العربي ،مداخلة بعنوان السياحة البيئية بمنطقة الجنوب الغربي الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010

71. صندوق النقد العربي ،الفصل الثاني عشر التعاون العربي في قطاع السياحة

www.arabfund.org/Data/site1/pdf/jaer/.../12.pdf page consultée le 12/05/2011

72. علاوي عبد الفتاح،بن قطاف احمد ترقية الخدمات السياحية كشرط للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر الملتقى الوطني الاول حول:السياحة في الجزائر المركز الجامعي البويرة الجزائر 11-12 ماي 2010

73. عادل رجب ،نحو تعزيز تنافسية السياحة في مصر المركز المصري للدراسات الاقتصادية 14 افريل 2011-10-

28

74. ليازيد وهيبه مداخلة بعنوان السياحة بالجزائر :امكانيات ضخمة و معوقات عديدة الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010

75. مرداوي كمال استراتيجيات التسويق السياحي و اشكالية التنمية في الجزائر الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010

76. مسمش نجاة،بن عبيد فريد ،دور التخطيط السياحي في التنمية السياحية الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي و التنمية المستدامة جامعة بسكرة مارس 2010

77. هناء نظير علي إمكانيات نظم المعلومات الجغرافية في إدارة الازمات نموذج تطبيقي على منطقة المرج باقليم القاهرة الكبرى الملتقى الثاني للجغرافيين العرب جامعة القاهرة نوفمبر 2000

78. Ahmed Tessa, Economie Touristique et aménagement du territoire, Office des Publications Universitaires (OPU), Alger, 1993
79. Ahmed TESSA ,l'economie touristique :un impératif de l'après pétrole colloque national , le tourism en algerie , centre universitaire de bouira may 2010
80. Belkacem Heddar Rôle socio économique du tourisme en algerie (edition ENAP-ENAL- OPU.Alger1998).
81. Balfert michel ,marketing des services touristique et hoteliers ellipses,édition marketing S.A,paris.2001
82. Claude Kaspar, L'expansion des transports touristiques, Revue de tourisme, Berne, 2ème anné N° 2, Avril-Juin 1965.
83. Emanuel de KADT;TOURISME: passeport pour le developpement?:regards sur les effets culturels et sociayx du tourisme dans les pays en developpement;economica ;1997
84. GERARD GUIBILATO Economie Touristique ,Edition d'E LTAS
85. G.P la zoto géographique du tourisme, maison Paris 1990
86. Gerard TOCQUER , michel ZINS :MARKETING DU TOURISME.2 édition ,gaetanmorin éditeur,France,1999
87. inbound tourism ,tourists and tourist nights egypt 2007-2009
88. Jacque Brasseur , , Introduction à l'économie du développement, Paris, Armond colin édition, 1993
89. Louis barma jean,marketing du tourisme et de l'hotelier, edition d'organisation, paris,2001
90. MATHIESON AND WALL. Tourism economic physical and social impact Longman. London. and New Work.1981
91. R.Dristine.le tourisme. publication universitaire d'études européennes Genève 1985
92. STEPHEN WILLIAMS :TOURISM GEOGRAPHY A NEW SYNTHESIS SECOND EDITION. Routeldge united states 2009

107. احمد محمد الشمسي ،التدريب السياحي و الفندقى بين واقع التنمية و متطلباتها الهيئة العامة للتدريب المهني و التقني page consultée le 15/08/2011
www.yemen-nic.info/files/turism/studies/train.pdf
108. http://www.wttc.org/eng/Tourism_Research/Economic_Data_Search_Tool/ cosultée le 03/06/2011
109. http://www.aleqtisadi.net/pdf/altawn_arapic.pdf
110. http://www.ont-dz.org/site%20-%20arabe/Sites_algeriens_classes.html(2011/05/08)
111. <http://www.h2f2.com/vb/t56987.html> شهيد. (2011/05/08)
112. <http://www.el-mouradia.dz/arabe/algerie/Histoire/algeriear.htm> (2011/05/04)
113. محطات تاريخية للجزائر <http://www.el-mouradia.dz/arabe/algerie/Histoire/algeriear.htm>
114. دليل استثمار في الجزائر 2006 <http://www.ambalgdamas.com/dz/algimages/pdf/Investirar.pdf> (2011/05/01)
115. Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat, “Tourisme: Les Entrées aux frontières des touristes par nationalités pour les années 1990- 2008”.www.ons.dz/them_sta.htm
116. السمات الجغرافية للمملكة المغربية <http://www.moqatel.com/> (2011/05/08)
117. جغرافية المغرب <http://www.maroc.ma/> (2011/05/08)
118. بعض مواقع فترة ما قبل التاريخ بالمغرب www.minculture.gov.ma (2011/02/20)
119. تاريخ المغرب <http://ar.wikipedia.org/> (2011/05/08)
120. Royaume du Maroc , Administration du Tourisme, “Tourisme en chiffres: Evolution annuelle des arrivées de touristes par nationalité”.
www.tourisme.gov.ma/ page cfonsulté le 20/06/2011
121. جمهورية مصر العربية (الدولة -الارض-الجغرافيا) <http://www.egypty.com/e> (2011-05-05)
122. عادلة رجب ،نحو تعزيز تنافسية السياحة في مصر المركز المصري للدراسات الاقتصادية 14 افريل 2011
<http://www.eces.org.e>
123. جغرافيا مصر www.marefa.org/index.php/ (2011-05-05)
124. جغرافية مصر www.petroleum.gov.eg/ (2011-05-05)

125. جغرافية مصر الموارد الطبيعية www.kenanaonline.com/page/2956 (2011-05/05)

126. التاريخ المصري www.emigration.gov.eg/ (2011-05-05)

127. <http://dc106.4shared.com/download/StL5GOah/online.pdf?tsid=20110509-125709-4cd196cc> page consultée le (2011-03-02)

128. تاريخ مصر www.marefa.org/index.php/ تاريخ مصر (2011/05/05)

129. آثار مصر

<http://www.holidays4arab.com/vb/r1302.html> page consultée le (08/05/2011)

130. المتاحف المصرية

http://www.egypt.com/egyptana/Arts_culture/museum.asp page consultée le (05/05/2011)

131. انواع السياحة في مصر

www.sanstefano.net/19/manhag/1/goegrfia.doc page consultée le (11/02/2011)

132. Passports, Emigration & Nationality Administration (Ministry of Interior) « inbound tourism 2007-2009 pdf »

133. ministre du tourisme « tourist accommodation hotel capacity 2009 » www.tourism.gov.eg page consultée le 02/04/2011

134. EGYPT, “Les indicateurs économiques égyptiens, PIB (\$US courant).”

<http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&codePays=&codeT>

[heme=2&codeTheme2=2&codeStat=NY.GDP.MKTP.CD&codeStat2=x](http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&codePays=EGYPT&codeTheme=2&codeTheme2=2&codeStat=NY.GDP.MKTP.CD&codeStat2=x)

135. Maroc, “Les indicateurs économiques marocains, PIB (\$US courant).” <http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&codePays=MAR&codeTheme=2&codeTheme2=2&codeStat=NY.GDP.MKTP.CD&codeStat>

136. www.ech-chaab.com/ar/index.php?option=com.

137. <http://www.djazairess.com/elhiwar/13129> page consultée le 15/08/2011

138. <http://www.capmas.gov.eg/pdf/indicators/tables/23.pdf>

139. www.ontit.it/.../ONT_2010-09-30_02430.pdf

140. <http://www.tourisme.gov.ma/francais/5-Tourisme-chiffres/CapaciteHoteliere.htm>

141. <http://www.el-wasat.com/portal/News-55608263.html> page consultée le 11/06/2011
142. http://old.moheet.com/show_news.aspx?nid=365411&pg=13 page consultée le 20/09/2011
143. <http://www.magharebia.com/cocoon/awi/xhtml1/ar/features/awi/features/2011/05/29/feature-01> page consultée le 10-10-2011
144. <http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?codeTheme=2&codeStat=NY.GDP.MKTP.CD&codePays=DZA&codeTheme2=2&codeStat2=NY.GDP.MKTP.CD&langue=fr> page consultée le 12/09/2011
145. www.mota.gov.jo/ar/Documents/.../Jordan.doc page consultée le 14/11/2011
146. <http://www.nbe.com.eg/malia/malia.aspx> page consultée le 19/09/2011
147. <http://www.arab-api.org/jodep/products/delivery/wps0105.pdf> page consultée le 11-11-2011
- .148 البنك الأهلي المصري، الاقتصاد المصري في ارقام 2010
- <http://www.nbe.com.eg/malia/malia.aspx> page consultée le 19/09/2011
149. <http://www.arab-api.org/jodep/prpducts/delivery/wps0105.pdf> page consultée le 11-11-2011
150. <http://www.iier.org/i/uploadedfiles/120806investmentcomparisonIIER3B.pdf> page consultée le 27/10/2011
151. <http://www.el-wasat.com/portal/News-55608263.html> page consultée le 11/06/2011
152. http://old.moheet.com/show_news.aspx?nid=365411&pg=13 page consultée le 20/09/2011

الملاحق

الملحق رقم 01: توزيع عدد الأسرة بحسب تصنيف الوحدات الفندقية في الجزائر خلال الفترة 1990-1990

2008

2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1990	لتصنيف السنوات
5455	5455	5455	4590	4590	4959	4832	4506	4604	2758	5 نجوم
3743	3743	3743	3383	3383	3757	3592	3187	3222	3535	4 نجوم
11601	11225	11225	1480 7	1480 7	1474 1	1465 6	1927 2	2131 0	21715	3 نجوم
5843	5843	5843	5800	5415	5424	5454	4882	5519	6151	نجمتين
2378	2378	2378	2315	2315	4212	2084	2563	2541	2534	نجمة واحدة
29020	56356	56225	5300 0	5147 4	4438 1	4194 6	3211 3	2989 1	17119	غير مصنفة
85876	85000	84869	8389 5	8203 4	7747 3	7256 7	6652 3	6708 7	53812	المجموع

المصدر:

- ♦ Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat, "Tourisme: Répartition des hôtels et établissements assimilés par catégorie d'établissement (1985-2004), (2004-2008)".
- ♦ Ministère de L'aménagement du territoire de L'environnement et tourisme Juin 2007

الملحق رقم 02: توزيع طاقات الايواء حسب نوع المنتج السياحي للفترة في الجزائر (1991-2008)

2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1995	1991	
44700	44592	44561	42628	48680	35204	43424	33493	33000	30827	29689	26286	حضر ي
23500	23248	23148	23148	21770	26034	19308	17531	19723	19407	19410	18972	بحري
1119	913	913	913	1411	1225	1385	1246	1844	1844	1352	1006	جبلي
4918	4608	4608	4608	5742	6905	5236	6530	6335	6434	3934	3696	معدني
11639	11639	11639	11511	4431	8105	3214	7723	7679	8390	7615	5026	صحرا وي
85876	85000	84869	82808	82034	77473	72567	66523	67087	66902	62000	54986	إجمالي عدد الاسرة

Source: - Office national des Statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat,

“Tourisme: Répartition des hôtels et établissements assimilés par catégorie d'établissement (1985-2004), (2004-2008)”.

www.ons.dz/IMG/pdf/file_Tourisme.pdf

- Ulrich Sporel, Volker Taube, “Tendances du tourisme en Europe et dans les Pays Partenaires Méditerranéens, 2000-2006,” Eurostat Statistiques en bref 95/2008, p. 5

الملحق رقم 03: توزيع عدد الأسرة بحسب تصنيف الوحدات الفندقية في المغرب خلال الفترة 1990-

2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1996	1995	1990	لتصنيف السواكن
5455	5455	5455	4590	4590	4959	4832	4506	4604	3888	5158	4943	2758	5 عوم
3743	3743	3743	3383	3383	3757	3592	3187	3222	3222	5001	4792	3535	4 عوم
11601	11225	11225	1480 7	1480 7	1474 1	1465 6	1927 2	2131 0	17029	27040	25914	21715	3 عوم
5843	5843	5843	5800	5415	5424	5454	4882	5519	5557	6345	6081	6151	نجمين
2378	2378	2378	2315	2315	4212	2084	2563	2541	2509	2772	2657	2534	نجمة واحدة
29020	56356	56225	5300 0	5147 4	4438 1	4194 6	3211 3	2989 1	30071	2772	17613	17119	غير مصنفة
85876	85000	84869	8389 5	8203 4	7747 3	7256 7	6652 3	6708 7	62676	49088	62000	53812	المجموع

الملحق رقم 04: تطور عدد الاسرة في الفنادق المصنفة في المغرب 1990-2008

2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	
24498	22159	19848	18454	15006	13571	13055	5 نجوم
39149	36981	36568	33907	26935	27036	30500	4 نجوم
24526	23204	23175	22781	17925	17157	10157	3 نجوم
13199	13391	12586	11492	9768	8269	6629	نجمتان
9003	7972	6277	5894	5246	4648	4061	نجمة واحدة
42561	39562	34776	31742	25546	19830	24176	الغير المصنفة
152936	143269	133230	124270	95180	90511	88578	الاجمالي العام للأسرة

الملحق رقم 5 : الطاقة الفندقية في المناطق المغربية من حيث عدد الاسرة (2002-2008)

2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	
44394	39550	35068	30648	28464	22109	20399	مراكش
28605	27904	26660	25491	25605	25367	22716	أكادير
12762	12656	10850	9334	9334	8448	8219	الدار البيضاء
7431	7371	7141	7165	7039	7017	6807	طنجة
7224	6802	6584	6268	5880	5880	5287	فاس
7006	6716	6582	5915	5683	5021	5106	ورزازات
4812	4812	4592	4592	4364	4367	4367	الرباط
4359	3821	4047	4793	4743	4637	4384	تطوان
3139	2936	2780	2730	2614	2162	2138	مكناس
3322	2618	2130	1971	1398	1352	1352	الصويرة
29882	28035	26796	25363	24124	23255	21322	أخرى
152936	143221	133230	124270	119248	109615	102097	المجموع

Source : <http://www.tourisme.gov.ma/francais/5-Tourisme-chiffres/CapaciteHoteliere.htm> page
consultée le 12/02/2011

الملحق رقم 06:تطور طاقات الايواء 1990-2006 في مصر

السنوات	عدد الوحدات الفندقية		عدد الغرف		عدد الاسرة	
	العدد	نسبة التطور	العدد	نسبة التطور	العدد	نسبة التطور
1990	632	-	51208	-	101469	-
1991	638	1	53727	4.9	105690	4.2
1992	663	3.9	55610	3.5	109820	3.9
1993	692	4.4	58755	5.7	116531	6.1
1994	718	3.8	61068	3.9	120854	3.7
1995	752	4.7	64958	6.4	128957	6.7
1996	789	4.9	70471	8.5	140741	9.1
1997	829	5.1	75679	7.4	150986	7.3
1998	869	4.8	82925	9.6	166817	10.5
1999	914	5.2	93822	13.1	187284	12.3
2000	1010	10.5	113611	21.1	227222	21.3
2001	1057	4.7	120720	6.3	241440	6.3
2002	1127	6.6	132109	9.4	264218	9.4
2003	1152	2.2	136510	3.3	273020	3.3
2004	1207	4.8	148039	8.4	296078	8.4
2005	1321	9.4	170776	15.4	341552	15.4
2006	1309	0.9	177613	4	355226	4

عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر اطروحة دكتوراه في علوم التسيير ص 171 جامعة باتنة

2010-2009

الملحق رقم 07: برنامج تنفيذي للتعاون السياحي بين حكومة المملكة الأردنية الهاشمية و

حكومة المملكة المغربية

لسنوات 2006-2007-2008

إن حكومة المملكة الأردنية الهاشمية وحكومة المملكة المغربية، المشار إليها فيما بعد بـ "الطرفين"؛ استناداً إلى اتفاق التعاون في الميدان السياحي الموقع بين حكومة المملكة الأردنية الهاشمية وحكومة المملكة المغربية بتاريخ 1998/6/16 ، وانطلاقاً من الرغبة الصادقة لدى البلدين في توطيد وتدعيم العلاقات السياحية ، ورغبة منهما في ربط جسور التعاون وتوثيق العلاقات الطيبة بين البلدين فقد اتفقا على مايلي :

المادة الاولى: في مجال الترويج والتسويق السياحي :

يشجع الطرفان وكالات الأسفار لكلا البلدين على تسويق وترويج الخدمات السياحية. يسهر الطرفان على تنظيم تبادل زيارات وفود منظمي الرحلات السياحية من كلا البلدين. يشجع الطرفان المشاركة في المعارض والمهرجانات والندوات السياحية التي تقام بالبلدين.

المادة الثانية : في مجال التشريعات والأنظمة السياحية :

يعمل الطرفان على تبادل المعلومات بخصوص التشريعات والأنظمة السياحية المعمول بها في كلا البلدين. بما في ذلك تصنيف المؤسسات الفندقية ووكالات السياحة والسفر والقوانين التي تنظم أعمال الجمعيات المهنية والخدمات السياحية.

المادة الثالثة: في مجال التهيئة والاستثمار:

يحث الطرفان المستثمرين في كلا البلدين على القيام بزيارات متبادلة قصد الاطلاع على فرص الاستثمار في البلدين . يعمل الطرفان على تبادل الزيارات الميدانية قصد الوقوف على تجربة البلدين في مجال التهيئة.

المادة الرابعة: في مجال التكوين والتدريب والتأهيل:

يعمل الطرفان على تبادل الخبرات في مجال التكوين الفندقي والسياحي وتبادل مناهج وأساليب التعليم والتدريب في الجامعات والمعاهد والمراكز المختصة بالبلدين، وكذلك تبادل منح الدراسة والتدريب السياحي والفندقي في مؤسسات البلدين.

المادة الخامسة: في مجال السياحة الصحراوية:

يشجع الطرفان على تبادل الخبرات في مجال التنمية السياحية بالمناطق الصحراوية واستكشاف السبل الكفيلة لتطويرها مع الحفاظ على مقوماتها البيئية والاجتماعية.

المادة السادسة: في مجال الإعلام السياحي:

يعمل الطرفان على تبادل الوفود الإعلامية السياحية المختصة في كلا البلدين .

المادة السابعة: في مجال الإحصاء السياحي:

يقوم الطرفان بتبادل الإحصاءات السياحية في كلا البلدين وكذلك الخبرات في هذا المجال .

المادة الثامنة: في مجال التعاون والتنسيق في المحافل الدولية:

يعمل الطرفان على التعاون والتنسيق وتوحيد المواقف في المحافل والمنظمات الدولية المتخصصة .

المادة التاسعة: تشكيل اللجنة القطاعية:

يتم تشكيل اللجنة القطاعية من كلا الطرفين، يحدد موعد اجتماع هذه اللجنة عبر القنوات الدبلوماسية لوضع الجداول الزمنية للتنفيذ والمتابعة.

المادة العاشرة: الدخول حيز التنفيذ:

يدخل هذا البرنامج حيز التنفيذ ابتداءً من الأول من يناير / كانون ثاني 2006 ويظل سارياً لمدة ثلاث سنوات ما لم يخطر احد الطرفين الطرف الاخر كتابة برغبة في إلغائه قبل ستة أشهر من تاريخ الإلغاء ولا يؤثر هذا الإلغاء على استكمال تنفيذ المشاريع التي التزم بها الطرفان خلال سريان البرنامج .
حرر ووقع هذا البرنامج في الرباط بتاريخ 7 ربيع الثاني 1426 هـ الموافق 16 ماي/أيار 2005 في نسختين أصليتين باللغة العربية .

عن حكومة المملكة المغربية

عادل الدويري

وزير السياحة والصناعة التقليدية

والاقتصاد الاجتماعي

عن حكومة المملكة الأردنية الهاشمية

علياء حاتوغ بوران

وزير السياحة والآثار.

Copyright © 2002-2003 Ministry of Tourism & Antiquities

Powered by ESKADENIA Software Solutions

الملحق رقم 08

- معدل النمو الاقتصادي **TCR** (%)
- الإيرادات السياحية **RTRSM** (مليون دولار)
- التوظيف السياحي **EMP** (بالآلاف)
- رأس المال السياحي المستثمر **CAP** (بليون دولار)

ALGERIA

ANNEE	TCR	RTRSM	EMP	CAP
1995	3.8	32	269.8	0.499
1996	4.1	45	281.9	0.509
1997	1.1	28	317.7	0.553
1998	5.1	74	339.8	0.59
1999	3.2	80	361.1	0.582
2000	2.2	102	414.4	0.713
2001	2.6	100	437.1	0.659
2002	4.7	111	388.8	0.762
2003	6.9	112	422.5	0.9
2004	5.2	178	491.1	1.025
2005	5.1	184	491.3	1.99
2006	2,0	215	509.3	1.21
2007	3,0	219	510.3	1.653
2008	2.4	300	503.4	2.39
2009	2.1	330	517.9	2.207

MAROC

ANNEE	TCR	RTRSM	EMP	CAP
1995	-6.58	1469	607.9	0.93
1996	12.22	1857	683.9	0.901
1997	-2.23	1649	717.6	0.915
1998	7.66	1934	691	1.068
1999	0.53	2177	814.4	1.086
2000	1.59	2280	922.3	1.267
2001	7.55	2966	1039	1.102
2002	3.32	3157	1052.4	1.302
2003	6.32	3802	1054.7	1.659
2004	4.8	4540	1132.8	1.815
2005	2.98	5426	1250.5	1.983
2006	7.76	6900	1422.9	2.355
2007	2.71	8307	1495.4	2.858
2008	5.59	8885	1440.7	3.646
2009	4.95	7978	1364.3	3.449

EGYPT

ANNEE	TCR	RTRSM	EMP	CAP
1995	4.64	2954	1303.3	1.397
1996	4.99	3583	1401.5	1.724
1997	5.49	4045.8	1506.3	2.111
1998	4.04	2942	1322	2.572
1999	6.11	4361	1626.5	2.789
2000	5.37	4657	1663.6	2.797
2001	3.54	4119	1667.7	2.18
2002	2.37	4133	1776.9	2.124
2003	3.19	4704	2155.3	1.679
2004	4.09	6328	2559.1	1.904
2005	4.47	7206	2562	2.202
2006	6.84	8133	2674.7	2.56
2007	7.09	10327	2914.6	3.633
2008	7.16	12104	2850.1	4.212
2009	4.65	11757	2636.4	4.218

دراسة استقرارية سلسلة معدل النمو الاقتصادي:

1- عند المستوى: من أجل دراسة الاستقرارية للسلسلة الزمنية استخدمنا الاختبارات التالية: Levin, Lin and Chu (2002), Breitung (2000), Im, Pesaran and Shin (2003), Fisher-type tests using ADF and PP tests and Choi (2001)), and Hadri (2000) ، حيث تم اختيار عدد التأخيرات الأمثل p ذلك الذي يعطي أقل قيمة للمعيار Schwars، وتم ذلك آليا عن طريق برنامج Eviews 7، والنتائج المتحصل عليها من هذه الاختبارات موضحة في الجداول التالية:

الملحق رقم 10 : تقدير النموذج الثالث لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة TCR

Panel Unit Root Test on TCR

Panel unit root test: Summary				
Series: TCR				
Date: 11/15/11 Time: 18:44				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-7.64552	0.0000	3	42
Breitung t-stat	-1.81727	0.0346	3	39
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-7.23706	0.0000	3	42
ADF - Fisher Chi-square	21.6439	0.0014	3	42
PP - Fisher Chi-square	21.6439	0.0014	3	42
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 11: تقدير النموذج الثاني لاختبار وجود الجذر الحدودي المتغير المفسرة (TCR)

Panel Unit Root Test on TCR

Panel unit root test: Summary				
Series: TCR				
Date: 11/15/11 Time: 18:45				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-8.15076	0.0000	3	42
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-7.93320	0.0000	3	42
ADF - Fisher Chi-square	32.6584	0.0000	3	42
PP - Fisher Chi-square	33.2528	0.0000	3	42
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 12: تقدير النموذج الأول لاختبار وجود الجذر الحدودي للمتغيرة المفسرة TCR

Panel Unit Root Test on TCR

Panel unit root test: Summary				
Series: TCR				
Date: 11/15/11 Time: 18:46				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: None				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 2				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-0.69223	0.2444	2	26
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
ADF - Fisher Chi-square	3.57860	0.4660	2	26
PP - Fisher Chi-square	14.7440	0.0053	2	28
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

2- عند الفروق من الدرجة الأولى:

الملحق رقم 13: تقدير النموذج الثالث لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DTCR

:

Panel Unit Root Test on D(TCR)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(TCR)				
Date: 11/15/11 Time: 18:49				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-7.64552	0.0000	3	38
Breitung t-stat	-2.30706	0.0105	3	35
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-3.74675	0.0001	3	38
ADF - Fisher Chi-square	22.8712	0.0008	3	38
PP - Fisher Chi-square	32.5928	0.0000	3	39
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 14: تقدير النموذج الثاني لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DTCR

Panel Unit Root Test on D(TCR)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(TCR)				
Date: 11/15/11 Time: 18:52				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-1.73498	0.0414	2	25
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-4.07420	0.0000	2	25
ADF - Fisher Chi-square	20.4257	0.0004	2	25
PP - Fisher Chi-square	23.5316	0.0001	2	26
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 15: تقدير النموذج الأول لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DTCR

Panel Unit Root Test on D(TCR)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(TCR)				
Date: 11/15/11 Time: 18:49				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: None				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-7.00717	0.0000	2	25
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
ADF - Fisher Chi-square	40.4917	0.0000	2	25
PP - Fisher Chi-square	38.7792	0.0000	2	26
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

دراسة استقرارية سلسلة الإيرادات السياحية:

1- عند المستوى: النتائج المتحصل عليها من خلال الاختبارات موضحة في الجداول التالية:

الملحق رقم 16: تقدير النموذج الثالث لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة RTRSM

Panel Unit Root Test on RTRSM

Panel unit root test: Summary				
Series: RTRSM				
Date: 11/15/11 Time: 18:53				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 2				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	-0.48942	0.3123	3	40
Breitung t-stat	1.80626	0.9646	3	37
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	0.48302	0.6855	3	40
ADF - Fisher Chi-square	3.58260	0.7330	3	40
PP - Fisher Chi-square	1.30117	0.9716	3	42
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 17: تقدير النموذج الثاني لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة RTRSM

Panel Unit Root Test on RTRSM

Panel unit root test: Summary				
Series: RTRSM				
Date: 11/15/11 Time: 18:54				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
<u>Null: Unit root (assumes common unit root process)</u>				
Levin, Lin & Chu t*	1.93225	0.9733	3	40
<u>Null: Unit root (assumes individual unit root process)</u>				
Im, Pesaran and Shin W-stat	3.24088	0.9994	3	40
ADF - Fisher Chi-square	1.88590	0.9299	3	40
PP - Fisher Chi-square	0.12776	1.0000	3	42
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 18 : تقدير النموذج الاول لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة RTRSM

Panel Unit Root Test on RTRSM

Panel unit root test: Summary				
Series: RTRSM				
Date: 11/15/11 Time: 18:54				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: None				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	2.45668	0.9930	2	26
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
ADF - Fisher Chi-square	2.40342	0.6620	2	26
PP - Fisher Chi-square	0.01987	1.0000	2	28
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

2- عند الفروق من الدرجة الأولى:

الملحق رقم 19: تقدير النموذج الثالث لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DRTRSM

Panel Unit Root Test on D(RTRSM)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(RTRSM)				
Date: 11/15/11 Time: 18:54				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-2.44532	0.0072	1	12
Breitung t-stat	0.27393	0.6079	1	11
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-1.52341	0.0638	1	12
ADF - Fisher Chi-square	6.01248	0.0495	1	12
PP - Fisher Chi-square	7.07649	0.0291	1	13
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 20: تقدير النموذج الثاني لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DRTRSM

Panel Unit Root Test on D(RTRSM)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(RTRSM)				
Date: 11/15/11 Time: 18:55				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 2				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	0.52413	0.6999	1	11
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-7.23706	0.0000	1	11
ADF - Fisher Chi-square	21.6439	0.0014	1	11
PP - Fisher Chi-square	21.6439	0.0014	1	13
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 21: تقدير النموذج الاول لاختبار وجود الجذر الواحدوي للمتغيرة المفسرة DRTRSM

Panel Unit Root Test on D(RTRSM)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(RTRSM)				
Date: 11/15/11 Time: 18:55				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: None				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-2.23889	0.0126	1	13
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
ADF - Fisher Chi-square	7.11046	0.0286	1	13
PP - Fisher Chi-square	7.07483	0.0291	1	13
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

3- عند الفروق من الدرجة الثانية:

الملحق رقم 22: تقدير النموذج الثالث لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DDRTRSM

Panel Unit Root Test on D(RTRSM,2)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(RTRSM,2)				
Date: 11/15/11 Time: 20:14				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-1.63778	0.0507	1	12
Breitung t-stat	-1.81727	0.0346	1	11
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-2.87950	0.0020	1	12
ADF - Fisher Chi-square	18.6216	0.0049	1	12
PP - Fisher Chi-square	27.1121	0.0001	1	12
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج Eviews 7

الملحق رقم 23: تقدير النموذج الثاني لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DDRTRSM

Panel Unit Root Test on D(RTRSM,2)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(RTRSM,2)				
Date: 11/15/11 Time: 20:15				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-7.24069	0.0000	2	24
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-6.01063	0.0000	2	24
ADF - Fisher Chi-square	26.0553	0.0000	2	24
PP - Fisher Chi-square	21.0554	0.0003	2	24
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج Eviews 7

الملحق رقم 24: تقدير النموذج الأول لاختبار وجود الجذر الحدودي للمتغيرة المفسرة DDRTRSM

Panel Unit Root Test on D(RTRSM,2)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(RTRSM,2)				
Date: 11/15/11 Time: 20:12				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: None				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 2				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-4.68925	0.0000	1	10
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
ADF - Fisher Chi-square	13.8786	0.0010	1	10
PP - Fisher Chi-square	18.4207	0.0001	1	12
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج Eviews 7

دراسة استقرارية سلسلة التوظيف السياحي:

1- عند المستوى:

الملحق رقم 25: تقدير النموذج الثالث لاختبار وجود الجذر الحدودي للمتغيرة المفسرة EMP

Panel Unit Root Test on EMP

Panel unit root test: Summary				
Series: EMP				
Date: 11/15/11 Time: 18:57				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-0.56254	0.2869	2	27
Breitung t-stat	0.05788	0.5231	2	25
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-0.04894	0.4805	2	27
ADF - Fisher Chi-square	3.54582	0.4709	2	27
PP - Fisher Chi-square	1.16222	0.8843	2	28
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج Eviews 7

الملحق رقم 26: تقدير النموذج الثاني لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة EMP

Panel Unit Root Test on EMP

Panel unit root test: Summary				
Series: EMP				
Date: 11/15/11 Time: 18:57				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 2				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-1.73498	0.0414	1	12
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-0.23093	0.4087	1	12
ADF - Fisher Chi-square	1.60325	0.4486	1	12
PP - Fisher Chi-square	2.66085	0.2644	1	14
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 27: تقدير النموذج الأول لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة EMP

Panel Unit Root Test on EMP

Panel unit root test: Summary				
Series: EMP				
Date: 11/15/11 Time: 18:57				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: None				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	1.95341	0.9746	1	14
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
ADF - Fisher Chi-square	0.03460	0.9828	1	14
PP - Fisher Chi-square	0.00464	0.9977	1	14
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

2- عند الفروق من الدرجة الأولى:

الملحق رقم 28: تقدير النموذج الثالث لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DEMP

Panel Unit Root Test on D(EMP)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(EMP)				
Date: 11/15/11 Time: 20:02				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-3.44142	0.0003	3	37
Breitung t-stat	-1.60184	0.0546	3	34
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-1.72058	0.0427	3	37
ADF - Fisher Chi-square	12.9073	0.0445	3	37
PP - Fisher Chi-square	15.6551	0.0157	3	39
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 29: تقدير النموذج الثاني لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DEMP

Panel Unit Root Test on D(EMP)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(EMP)				
Date: 11/15/11 Time: 20:02				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-3.44142	0.0003	3	37
Breitung t-stat	-1.60184	0.0546	3	34
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-1.72058	0.0427	3	37
ADF - Fisher Chi-square	12.9073	0.0445	3	37
PP - Fisher Chi-square	15.6551	0.0157	3	39
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 30: تقدير النموذج الأول لاختبار وجود الجذر الحدودي للمتغيرة المفسرة DEMP

Panel Unit Root Test on D(EMP)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(EMP)				
Date: 11/15/11 Time: 20:02				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: None				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-2.41549	0.0079	1	13
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
ADF - Fisher Chi-square	7.83676	0.0199	1	13
PP - Fisher Chi-square	7.80572	0.0202	1	13
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج Eviews 7

دراسة استقرارية سلسلة رأس المال المستثمر في السياحة:

1- عند المستوى:

الملحق رقم 31: تقدير النموذج الثالث لاختبار وجود الجذر الحدودي للمتغيرة المفسرة CAP

Panel Unit Root Test on CAP

Panel unit root test: Summary				
Series: CAP				
Date: 11/15/11 Time: 20:03				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 2				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-1.20120	0.1148	2	26
Breitung t-stat	-0.01757	0.4930	2	24
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-0.53672	0.2957	2	26
ADF - Fisher Chi-square	5.28368	0.2594	2	26
PP - Fisher Chi-square	0.76612	0.9429	2	28
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج Eviews 7

الملحق رقم 32: تقدير النموذج الثاني لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة CAP

Panel Unit Root Test on CAP

Panel unit root test: Summary				
Series: CAP				
Date: 11/15/11 Time: 20:04				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	1.48360	0.9310	2	27
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	1.64276	0.9498	2	27
ADF - Fisher Chi-square	1.50897	0.8251	2	27
PP - Fisher Chi-square	0.48313	0.9751	2	28
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج Eviews 7

الملحق رقم 33: تقدير النموذج الأول لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة CAP

Panel Unit Root Test on CAP

Panel unit root test: Summary				
Series: CAP				
Date: 11/15/11 Time: 20:04				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: None				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	2.74469	0.9970	1	14
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
ADF - Fisher Chi-square	0.00713	0.9964	1	14
PP - Fisher Chi-square	0.00061	0.9997	1	14
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج Eviews 7

2- عند الفروق من الدرجة الأولى:

الملحق رقم 34: تقدير النموذج الثالث لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DCAP

Panel Unit Root Test on D(CAP)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(CAP)				
Date: 11/15/11 Time: 20:05				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects, individual linear trends				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0 to 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-1.90786	0.0282	3	38
Breitung t-stat	0.70841	0.7607	3	35
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-2.87950	0.0020	3	38
ADF - Fisher Chi-square	18.6216	0.0049	3	38
PP - Fisher Chi-square	27.1121	0.0001	3	39
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 35: تقدير النموذج الثاني لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DCAP

Panel Unit Root Test on D(CAP)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(CAP)				
Date: 11/15/11 Time: 20:06				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: Individual effects				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 1				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-3.19289	0.0007	1	12
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
Im, Pesaran and Shin W-stat	-2.67468	0.0037	1	12
ADF - Fisher Chi-square	10.0201	0.0067	1	12
PP - Fisher Chi-square	18.7798	0.0001	1	13
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج: Eviews 7

الملحق رقم 36: تقدير النموذج الأول لاختبار وجود الجذر الوحدوي للمتغيرة المفسرة DCAP

Panel Unit Root Test on D(CAP)

Panel unit root test: Summary				
Series: D(CAP)				
Date: 11/15/11 Time: 20:06				
Sample: 1995 2009				
Exogenous variables: None				
Automatic selection of maximum lags				
Automatic lag length selection based on SIC: 0				
Newey-West automatic bandwidth selection and Bartlett kernel				
Balanced observations for each test				
Method	Statistic	Prob.**	Cross-sections	Obs
Null: Unit root (assumes common unit root process)				
Levin, Lin & Chu t*	-1.93996	0.0262	1	13
Null: Unit root (assumes individual unit root process)				
ADF - Fisher Chi-square	5.87897	0.0529	1	13
PP - Fisher Chi-square	5.80087	0.0550	1	13
** Probabilities for Fisher tests are computed using an asymptotic Chi-square distribution. All other tests assume asymptotic normality.				

المصدر: من اعداد الطالبة باستخدام برنامج Eviews 7