



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة فرحات عباس سطيف 01

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

الموضوع

الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد

البترو

دراسة حالة الجزائر للفترة 1995-2014

دراسة قياسية

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية

- تخصص اقتصاديات الأعمال والتجارة الدولية-

إشراف:  
أ.د عمر جنيبة

إعداد الطالبة  
صورية مساني

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة الأصلية	الرتبة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة سطيف 01	أستاذ	أ.د كورتل فريد
مشرفا ومقررا	جامعة تبسة	أستاذ	أ.د عمر جنيبة
مناقشا	جامعة سطيف 01	أستاذ	أ.د. صالح صالح
مناقشا	جامعة باتنة 01	أستاذ	أ.د عيساني عامر
مناقشا	جامعة برج بوعريش	أستاذ	أ.دصاطوري الجودي
مناقشا	جامعة تبسة	أستاذ محاضر أ	د. براهيم زرزور
أستاذ مدعو	جامعة سطيف 01	أستاذ محاضر ب	د. رابع حميدة

السنة الجامعية: 2019/2018

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي  
أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ  
صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي

عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴿١٩﴾

التَّحْلِيقُ: ١٩

# شكر و عرفان

تقدم بخالص شكري وتقديري وعظيم امتناني للأستاذ الفاضل الأستاذ الدكتور "جنيّة عمر"، لتفضله بقبول الإشراف على هذه الرسالة، وما بذله من جهد كبير وما قدمه لي من توجيهات سديدة في سبيل إخراج هذا العمل إلى النور، كما أتقدم بخالص شكري وتقديري إلى جميع أساتذتي الذين تتلمذت على أيدهم طيلة سنوات دراستي وأخص بالذكر، الاستاذ "بقة الشريف" مؤطري طيلة أربع سنوات الأولى من انجاز هذه الأطروحة والأستاذ "طرطار أحمد" على مساعدته وإرشادته، وإلى زوجي محمد علي لدعمه لي طيلة فترة إنجاز هذه الأطروحة.

# الإهداء

إلى روح والدي رحمه الله

إلى أمي الغالية حفظها الله

إلى زوجي حفظه الله

وقرة عيني "إمتنان"

إهداء خاص جدا إلى كتكوتي "عبد الرحمان" الذي تحمل معي مشقة

السفر وإتمام الأطروحة إلى غاية مناقشتها في بطني

إلى كل أفراد عائلتي "رشيدة ، سكينه ، ياسين ، عادل."

إلى عائلة زوجي

إلى كل معلمي وأساتذتي من التعليم الابتدائي حتى التعليم العالي لهم

فائق الاحترام والتقدير:

إلى كل زملائي وأخص بالذكر: وفاء، مونية، إيمان

إلى كل من عرفني في مشواري الدراسي،

أهدي هذا العمل

## الملخص

تعتبر السياحة أحد أهم القطاعات الاستراتيجية للتنمية وعليه فالسياسات السياحية المصممة هي جزء من السياسة العامة التي تتأثر بالخصائص الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمع وسمات النظام القائم لذا وجب توسيع صناعة السياحة، نظرا لأهميتها في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال المساهمة في تقليص البطالة وتوفير فرص عمل والمساهمة في خلق قيمة مضافة وتحسين الدخل الفردي وتحسين الخدمات وتنمية البنية التحتية والفوقية كما أنها تساهم في بعث ديناميكية الصناعات الأخرى إلا أن هذا لا يمنع من آثار التكاليف الناتجة عن التنمية السياحية تجعل دائرة واسعة من الانتقادات خاصة إذا لم تتمتع بسمة الاستدامة. إن تصميم سياسات سياحية ملائمة يمكن أن تجعل التحول نحو اقتصاد بديل قائم على السياحة بمثابة توجه استراتيجي لمعالجة الخلل التنموي في الاقتصاديات النامية عموما وفي الاقتصاد الجزائري بصورة خاصة القائم على المورد الواحد أو الاقتصاديات الربعية بصفة خاصة وذلك عبر بعث التحول في البنية الاقتصادية القائمة على تنويع الصادرات ومن ثم تنويع مصادر الدخل. ونظرا لأهمية طرح موضوع السياحة كبديل لاقتصاد البترول في الجزائر تمت دراسته وتحليله من خلال إبراز أهم مؤشرات السياحة في الجزائر وآثارها المختلفة للوقوف على المكانة التنافسية للقطاع مقارنة بدول الجوار، ولتعزيز الدراسة تمت الاستعانة بنموذج تطبيقي لدراسة العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر والمتمثل في نموذج الانحدار الخطي البسيط للوقوف على الأثر المعنوي للاستثمار السياحي في الجزائر ونموذج التكامل المشترك واختبار السببية لدراسة العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر اعتمادا على البرنامج الإحصائي EVIEWS 08. لكن رغم الامكانيات السياحية في الجزائر والبرامج المتبناة للنهوض بالقطاع يبقى خيار السياحة لتنمية الاقتصاد الوطني صعب التحقيق في ظل هشاشة وضعف مردودية باقي القطاعات.

**الكلمات المفتاحية:** السياحة، الاقتصاد الريعي، الاستثمار السياحي، تنمية سياحية، التكامل المشترك، اختبار السببية.

## summary

One of the most important sector for development is tourism, therefore a mapped out tourism schemes are a part of public policy which can be affected by economic, social and cultural characteristics of the existing system, hence expanding tourism build out is a necessity regarding to its crucial role in achieving the economic development by reducing unemployment, improving individual income, improving services, developing infrastructure and it contributes in the dynamism of other industries. However there will be a large waves of critics regarding to the cost of tourism development.

Designing suitable tourism policies can make a transition towards an alternative economy based on tourism so it can imbalance the developmental dysfunction in the growing economies generally and in the Algerian economy specifically, which is based on a single resource or more precisely the “renting economies” and that would be by rising change in the economic structure by diversifying exports then diversifying sources of incomes.

Regarding to the importance of considering tourism as a substitution for Petroleum Economy in Algeria it was studied and analyzed by highlighting the finest Algerian touristic qualities and its ability to stand and compete among the neighboring countries, and to support this study a practical model of the relationship between tourism and economic growth in Algeria was administrated which was represented by a simple linear regression, to stand on moral impact for tourism investment in Algeria, joint integration model, and causality test to study the relationship between tourism and economic growth in Algeria using the statistical software “EVIEWS 08.”

But despite the Algerian touristic potentials and the adopted schemes the rise-up with this sector, the choice of tourism to develop the national economy remains unachievable due to the weakness and the fragility output of the other sectors.

**Key words:** Tourism, Rent economy, Tourism Investment, Tourism Development, Joint integration, causality test.

# مقدمة

تعيش الدول النفطية مشكلة نضوب باطن الأرض مع مرور الزمن مما يستوجب اتخاذ الاجراءات اللازمة لمواجهة والتماشي مع التغيرات الاقتصادية العالمية الناجمة عن ذلك حيث أن كل دول العالم النفطية منها وغيرها تدرس وضعها بعد نفاذ مواردها النفطية والغازية بل إن الدول المتقدمة بدأت ومنذ زمن طويل في محاولة ايجاد موارد وقود أخرى غير الغاز والنفط مما يعني تحولا اقتصاديا واستراتيجيا عالميا.

والجزائر ستكون من أولى الدول التي ستقع ضحية لنفاذ الموارد النفطية إن لم تسارع التخطيط والعمل، فعلى غرار التقديرات الرسمية التي أعطت بعض التفاؤل لمستقبل الجزائر على المدى القصير في حدود الثلاث إلى الخمس سنوات المتزامنة مع ارتفاع أسعار النفط منذ 2010 وانطلاقا من مجموعة المبررات التي تستند على المؤشرات الاقتصادية الكلية تتعلق بتراجع الديون الخارجية إلى أقل ما يمكن بالإضافة إلى احتياطي الصرف فضلا عن القيمة الهائلة المخزنة في صندوق ضبط الموارد ولكن هذه التطمينات حول الصحة المالية للجزائر في المدى القصير تستند أساسا إلى مداخل المحروقات التي تغطي 98% من مجموع صادرات الجزائر وهو ما يجعل الاقتصاد الجزائري في انكشاف على التغيرات العالمية التي تشهد تقلبات مالية شديدة التعقيد قد تصحب معها أزمات أخرى لا يمكن التنبؤ بها حاليا ومن بينها تكرر سناريو الأزمة الاقتصادية لعام 1986، وتكرر السيناريو مع منتصف شهر جوان 2014 حيث شهدت أسعار النفط تراجعا حادا خلال الفترة الأخيرة.

رغم المخططات المختلفة المعروفة لم يستطع الاقتصاد الجزائري أن يخرج عن نطاق أحادية المنتج والطابع الريعي مع جعلها رهينة له فالزيادة في الانفاق العام الممول من عائدات البترول، أضعف الموقف المالي والخارجي للبلاد في ظل انهيار أسعار النفط، مما يدعو إلى ضرورة دراسة البدائل الاستراتيجية لاقتصاد بديل للبترول فالاعتماد على طاقة زائلة مهما طال عمرها القصير يجعلنا نتساءل متى نتحرر من مداخل نفطية وكيف السبيل إلى ذلك؟

مواجهة الاقتصاد الجزائري للتحديات التي يفرضها واقع تقلبات النفطية يدفعها بالتفكير في البدائل الاستراتيجية لتكون مهدا لاستثمارات تعوض الإيرادات النفطية الزائلة بمرور الوقت ولعل أبرزها تمتع الجزائر بثروات سياحية إن توفر لها الاستخدام الأمثل ستعود بإيرادات وأهمية تنعكس على جميع جوانب الاقتصاد الجزائري.

فصناعة السياحة تمتاز بقدرتها الفائقة والخاصة على بعث سلسلة من العمليات والنشاطات الإنتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي بسبب امتدادات آثار الطلب السياحي المعقد والمركبة من العديد من السلع والخدمات إلى كافة القطاعات الاقتصادية الرئيسية منها والفرعية وهذا ما يؤكد الفعالية والتي تساهم

## مقدمة

في تصنيع المنتج السياحي إذ يعد خاصة في البلدان السياحية المحرك الديناميكي للاقتصاد القومي يبعث النشاط في الاقتصاد ويعمل على تحقيق التنمية.

وللتأكيد على مدى الأهمية الكبيرة للسياحة في الاقتصاد القومي عادة يشار إلى مجموعة الآثار المباشرة والغير مباشرة للسياحة في الاقتصاد القومي فالسياحة تعتبر عاملا قويا للنمو الاقتصادي وخلق فرص العمل في جميع أنحاء العالم ويشكل قطاع السياحة بشكل مباشر وغير مباشر 8.8% من الوظائف في جميع أنحاء العالم، 9.19% من الناتج المحلي الاجمالي العالمي 5.8% من الصادرات العالمية سنة 2011- حسب احصائيات المنظمة العالمية للسياحة-، وترجع الأهمية الاقتصادية للسياحة كونها من أبرز وأهم الخدمات ارتباطا بالعمولة، فهذه الأخيرة أثر واضح في السياحة وخاصة ما أفرزته من تقنية متقدمة ممثلة في المعلوماتية وشبكة الاتصالات والمواصلات وأثر ذلك تيسير سبل السفر والسياحة للسياح والمسافرين، فضلا عن الجانب الاقتصادي للعمولة وما شهده من تدفق لرؤوس الأموال وزيادة في حجم الاستثمار العالمي خاصة حصة الاستثمار في صناعة السياحة ما سهل بوجود مقومات السياحة بأنواعها المختلفة وقد هيا بذلك بيئة خاصة أمام زيادة عدد السائحين على المستوى العالمي، كما أن أهمية قطاع السياحة تنزايد بوتيرة متسارعة بين الدول.

لذا شرعت الجزائر في عملية إحصاء لثرواتها السياحية، بغية استغلالها وجعلها تساهم إلى جانب القطاعات الأخرى في عملية التنمية، وكان ذلك مباشرة بعد صدور الميثاق السياحي سنة 1966، الذي بموجبه تم تحديد الأهداف والوسائل الضرورية للتنمية السياحية، وتزامن ذلك مع التحضير لأول مخطط تنموي الذي شرع في تنفيذه بداية من سنة 1967، حيث ظهرت السياحة ضمن بيانات الاستثمار في اطار مختلف المخططات التي شهدتها عملية التنمية في الجزائر معتمدة في ذلك على جملة من الموارد السياحية والمتمثلة أساسا في المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية، الجبال، الأنهار، الشواطئ الغابات والصحاري بالإضافة إلى الموارد والآثار التاريخية المعمارية الدينية والصناعات التقليدية، الفلكلور" الفنون الشعبية المختلفة" وتعتبر هذه الموارد أساس النشاط السياحي ضف إلى ذلك تبني الجزائر لإستراتيجية تطوير السياحة الجزائرية خلال الفترة (2000- 2025) من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025).

لكن رغم الأهمية النسبية للسياحة كنشاط ضروري في الكثير من الاقتصاديات العالمية، غير أنها تواجه الكثير من العقبات في دول العالم النامي بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة، حيث أن عددا من الدول النامية والتي ترتفع فيها نسبة مساهمة السياحة في الناتج القومي المحلي تعود مرة أخرى أو تتسرب بشكل واردات وبنسبة تتجاوز 70% وسبب ذلك هو عدم قدرة القطاعات الاقتصادية المكونة للناتج القومي على سد متطلبات النمو السياحي فيها ففي الوقت الذي طورت صناعة السياحة فيها كان ذلك

# مقدمة

بمعزل عن الربط بين القطاعات الاقتصادية الزراعية والصناعية ونحوها لذلك لم تستطع سد حاجة السياح من متطلباتهم الأساسية فضلا عن ذلك فالموارد السياحية جزءا من الموارد الاقتصادية النادرة، إذ أن وجودها في الطبيعة نادر ومحدود فالمناطق السياحية التي تمتلك جاذبيات سياحية تتمثل بطبيعة ساحرة ومناخ ملائم وتضاريس جذابة وغطاء نباتي فمن الطبيعي أن استغلال هذه الأماكن للأغراض السياحية وإشباع الحاجات البشرية يتطلب منها المزيد من الجهود البشرية المؤهلة.

## مشكلة الدراسة:

تتلخص مشكلة الدراسة في ضعف صناعة السياحة وإمكانية تطويرها في الجزائر، علما أن أي استثمار في السياحة هو أسرع طريق لتحقيق الأهداف المرجوة من خطة التنمية، فالتنمية السياحية ليس مهمة أحادية من جانب الوزارة فحسب وإنما هي مهمة وطنية تتكاثف من خلالها الجهود في إطار التنمية السياحية وتسويقها لزيادة ريعها واستثمارها. وعلى هذا الأساس نطرح التساؤل الآتي:

" إلى أي مدى يمكن اعتبار الاستثمار السياحي بديلا استراتيجيا لمرحلة ما بعد البترول في الجزائر؟" و الذي تنفرع منه التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يرتبط تطور النشاطات السياحية بالتغيرات الاقتصادية العالمية؟
- فيما تكمن أهمية الخدمات السياحية في تحقيق النمو الاقتصادي للدول النامية؟
- هل تعمل السياحة على حماية البيئة وإدارة مواردها الطبيعية؟
- هل للاستثمار السياحي الجزائري أثر معنوي على النمو الاقتصادي؟
- هل يوجد ارتباط طويل المدى بين السياحة في الجزائر والنمو الاقتصادي؟
- هل تقتصر العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر على التوازن في المدى القصير؟

## فرضيات الدراسة:

ولمحاولة الاجابة على التساؤلات السابقة تم صياغة الفرضيات التالية:

- السياحة من أكثر الأنشطة الاقتصادية المرتبطة بالعولمة؛
- السياحة عامل داعم للبيئة والتنمية المستدامة؛
- السياحة مصدر من مصادر نمو الدول النامية؛
- للاستثمار السياحي أثر معنوي على النمو الاقتصادي في الجزائر؛
- هناك علاقة توازنية طويلة المدى بين النمو الاقتصادي والسياحة في الجزائر؛
- توجد علاقة توازنية قصيرة المدى بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر؛

# مقدمة

## أهمية الدراسة:

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال:
- تزايد الاهتمام العالمي والعربي والوطني بالتنمية السياحية وكذلك التخطيط السياحي بكافة مستوياته وأشكاله؛

- المحافظة على الموارد الطبيعية والبيئية على أن تبقى صالحة للأجيال القادمة؛
- الأهمية التاريخية والحضارية والسياحية التي تتمتع بها الجزائر.
- يعتبر تعميم ثقافة السياحة داخل المجتمع أمر ذو أهمية على جميع المجالات:
- المجال الاقتصادي: إنتاج سلع وخدمات؛
- المجال البيئي: الحفاظ على الموارد الطبيعية وإدارتها بحذر؛
- الصعيد الاجتماعي: الحفاظ على مستوى المعيشة وتعزيزه.

## أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تبيان أهمية القطاع السياحي في تنمية موارد الجزائر خارج قطاع المحروقات؛
- تحليل وتقييم الواقع الحالي للخدمات والمرافق السياحية في الجزائر؛
- معالجة حاجات السياح مع الأخذ بالاعتبار للمصالح الاقتصادية لقطاع السياحة؛
- معالجة مسألة تنمية السياحة بطريقة تخفف من وطئ الوقع السلبي لاقتصاد بديل للمحروقات؛
- إعادة اكتشاف الموارد الطبيعية والتاريخية والفنية للبلاد وتعزيزه.
- الحث على صنع منتجات محلية نموذجية من خلال اعتماد تدابير تسويقية فعالة؛
- حماية المصالح التجارية للسكان المحليين وإرثهم وبيئتهم؛
- وضع معايير جودة الخدمات السياحية؛
- تحليل الوضع السياحي للجزائر من خلال إبراز نقاط القوة والضعف .

## • أسباب اختيار الموضوع

### 1. الأسباب الموضوعية:

التفكير الجدي في استقرار الاقتصاد الجزائري في المراحل القادمة يعد الشغل الشاغل للعديد من الباحثين والسياسة وصناع القرار، لذا وجب أن يخصص لها حيز واسع من الكتابات والدراسات الأكاديمية أما الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول يعود السبب في اختيار هذا المدخل تأكيدا على الدور الذي يمكن أن يلعبه القطاع في الاقتصاد الجزائري بوجه عام.

# مقدمة

## 2. الأسباب الذاتية:

الرغبة في توجيه رسالة إلى القائمين على رسم السياسات الاقتصادية في الدولة الجزائرية تؤكد وتشدد على فاعلية دور الاستثمار السياحي في تحقيق نمو اقتصادي بالجزائر إذ ما وجدت الدعم والرعاية اللازمين لذلك.

### الإطار المكاني والزمني للدراسة:

الإطار المكاني: يتم معالجة الإشكالية المطروحة وفقا للوضع الاقتصادية للجزائر؟

الإطار الزمني: تم تحديد فترة الدراسة على مدى عشرين عاما من (1995-2014)؟

### • منهج الدراسة:

للإجابة على التساؤلات المطروحة والوقوف على صحة الفرضيات المصاغة من عدمها، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي للوقوف على ظاهرة السياحة وتحليل مختلف أبعادها، كما تم الاعتماد على دراسة قياسية للوقوف على الواقع السياحي للجزائر ومحاولة تشخيص إمكانياتها وأثرها ل طرح جملة من التوصيات والاقترحات للنهوض وتنمية القطاع معتمدين في ذلك على دراسة تطبيقية ونماذج إحصائية المتمثلة في "استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط ونموذج التكامل المشترك واختبار السببية" لإبراز العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر وتمت معالجة البيانات بالاستعانة بالبرنامج

### الإحصائي Eviews08.

### • الدراسات السابقة:

تم الاستفادة من مجموعة من الدراسات ذات العلاقة بموضوع الاستثمار في السياحة الدراسة الأولى: السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، للباحث " عوينان عبد القادر"، السنة الجامعية 2011-2012

حيث شمل البحث على دراسة ومقارنة بعض التجارب السياحية العربية الناجحة (مصر، تونس والمغرب) مع واقع السياحة الجزائرية ليقف بعدها الباحث على تشخيص وفحص واقع السياحة الوطنية من خلال الإمكانيات والمعوقات ليتطرق في الأخير إلى الاستراتيجية السياحية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 من خلال تحليل هذه الاستراتيجية وتقييمها.

وتلتقي هذه الدراسة مع الموضوع البحث في نقاط عدة تتمثل في عرض واقع القطاع السياحي للجزائر وعرض استراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 أما ما أضافته هذه الدراسة يكمن في عرض نموذج إحصائي يقيس العلاقة بين النمو الاقتصادي والسياحة في الجزائر خلال الفترة 1995-2014؛

## مقدمة

الدراسة الثانية " الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر " للباحثة بديعة بوعقلين"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تخطيط جامعة الجزائر،/20052006.

تمحورت إشكالية الدراسة حول تحليل واقع الاستثمارات السياحية في الجزائر ومدى تحقيقها لمتطلبات التسويق السياحي المتمثل في العرض والطلب السياحي وتوصلت الدراسة إلى كون بالرغم من السياسات المتبعة من قبل السلطات العمومية وتلك الإصلاحات الاقتصادية التي شهدتها القطاع السياحي إلا أن هذا الأخير عرف ركودا كبيرا منذ الاستقلال نظرا للإهمال والتهاون في تحقيق المخططات التنموية أو تطبيق السياسات السياحية زيادة على ذلك اعتماد السلطات العمومية على مداخل قطاع المحروقات بنسبة تجاوزت 95% ولم تعط الجزائر للنشاط السياحي دوره التنموي على غرار البلدان المجاورة.

تتشارك هذه الدراسة مع موضوع البحث في تناولها للاستثمارات السياحية في الجزائر، حيث ركزت على مشكلة تسويق المنتج السياحي في حين تناول الموضوع محور الدراسة إشكالية النهوض بالقطاع السياحي وأثره على النمو الاقتصادي في الجزائر.

الدراسة الثالثة : "الأداء والأثر الاقتصادي والإجماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب من إعداد الباحثة " صليحة عشي" أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة باتنة، 2011/2010

حيث تمحورت إشكالية الدراسة في إبراز واقع قطاع السياحة في الجزائر ومقارنته بنظيره في تونس والمغرب من خلال الوقوف على الآثار التي أفرزها أداء قطاع السياحة على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية في هذه الدول وتوصلت الباحثة إلى عدة نتائج منها ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري يعود أساسا إلى إهماله في مختلف برامج التنمية الاقتصادية واعتباره غير ذي أهمية مقارنة بالقطاعات الأخرى للمنتوج السياحي في الجزائر، ويختلف هذا الوضع في كل من تونس والمغرب إذ يوصف أداء القطاع السياحي بالإيجابي وذلك من خلال النتائج التي تم تحقيقها على مستوى هذا القطاع. حيث شملت الدراسة مقارنة بين تجارب السياحة بين الاقتصاد الجزائري والاقتصاد التونسي والمغربي في حين تتشارك مع موضوع الدراسة المقدمة في الوقوف على مختلف الآثار التي أفرزها القطاع السياحي في الجزائر.

الدراسة الرابعة: "أهمية التسويق السياحي في تنمية قطاع السياحي بالجزائر، السياحة بالجنوب الغربي" أطروحة دكتوراه دولة في علوم التسيير، جامعة الجزائر، للباحث بوادي عبد القادر، السنة الجامعية 2005-2006.

## مقدمة

تطرفت الدراسة لأهمية وضرورة تسويق الخدمات السياحية واستراتيجية ترقية المنتج السياحي الجزائري خاصة بالجنوب الغربي كما ركزت الدراسة على إبراز أهمية الحاجة إلى التسويق السياحي الجزائري وذلك من أجل الوصول إلى تنمية سياحية تتماشى ورغبات المستهلك ومتطلبات المجتمع وخاصة الصحراوي، ومن أهم نتائج التي توصل إليها الباحث: كون التجربة الجزائرية في إدارة وتثمين واستغلال الموارد السياحية محدودة ولم يول هذا القطاع السياحي العناية التي تمكنه من تحقيق الأهداف المرجوة وبالتالي المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية على الرغم من المميزات الطبيعية والجغرافية والثقافية والتاريخية للجزائر والتي بوسعها تلبية العديد من متطلبات السياح.

**الدراسة الخامسة: "دور استراتيجية الترويج في تحسين وتكييف الطلب السياحي الجزائري مع مستوى الخدمات المتاحة خلال الفترة 1995-2015"، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية للباحثة عميش سميرة، جامعة فرحات عباس سطيف السنة الجامعية 2014-2015.**

تمحورت اشكالية الدراسة حول تبني الفكر الاستراتيجي في البحث عن الحلول الممكنة التي يتمخض عنها تحليل SWOT واختبار تفعيل استراتيجية الترويج السياحي بما يتلاءم مع مستوى الطلب السياحي الجزائري من جهة والعرض السياحي الجزائري من جهة أخرى، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة كون من خلال التحليل البيئي الداخلي تبين أن من أهم نقاط قوة القطاع السياحي هي تعدد الامكانيات الطبيعية والتاريخية إلا أن نقاط الضعف مست العديد من الجوانب سواء المنتج السياحي من حيث نوعيته وأسعاره إضافة إلى عجز طاقات الاستقبال والهياكل الفندقية والإطعام ووكالات الأسفار وعدم تنظيمها والتحكم فيها فضلا عن عدم تأهيل الموارد البشرية العاملة في القطاع السياحي والتأهيل الإداري فضلا عن ضعف النقل في مختلف المواقع السياحية كما ونوعا ضف إلى ذلك تدني مستوى الخدمات المالية للترويج للاستثمارات فضلا عن عدم مراعاة خصوصية التمويل من قبل البنوك الخاصة في ظل غياب القوانين والتشريعات والنظم السياحية.

**الدراسة السادسة: "السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية" أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التسيير للباحثة شرفاوي عائشة، جامعة الجزائر 03 السنة الجامعية 2014-2015.**

تناولت الدراسة الرؤية الاستراتيجية للقطاع السياحي في ظل المتغيرات الحالية مع تقييم حصيلة الانجاز للفترة الأولى من تطبيق المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الباحثة :

رغم الثراء الطبيعي وامتلاك الجزائر لمقومات الجذب السياحي إلا أن السياسات المتعاقبة لتنمية القطاع السياحي ظلت عاجزة للنهوض بالقطاع السياحي رغم انتهاج خلال الاقتصاد الموجه أو خلال الانفتاح

# مقدمة

والتوجه نحو اقتصاد السوق؛ ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري دوليا حيث تذيّلت الجزائر المراتب الأخيرة في التقارير الدولية حول تنافسية السياحة والسفر إذ احتلت المرتبة 132 من أصل 140 دولة مشاركة سنة 2013، تردي وضعية المناخ الاستثماري في الجزائر وضعف جاذبيته مما أدى إلى عزوف كثير من المستثمرين الخواص الجزائريين وأجانب عن الاستثمار في القطاع السياحي بسبب كثرة العراقيل الإدارية والتنظيمية وغياب الشفافية وتقشي ظاهرة الفساد الإداري على جميع المستويات.

**الدراسة السابعة:** " دراسة تحليلية وتقييمية لاستراتيجية تنمية السياحة كقطاع بديل لقطاع المحروقات، حالة الجزائر " مقال ضمن مجلة التنظيم والعمل، العدد 05، 2014، الصادرة عن مخبر تحليل واستشراف وتطوير الوظائف والكفاءات جامعة معسكر، الجزائر للباحثين حفيظ إلياس وحمزة علي.

تناولت الدراسة عرضا لإمكانيات قطاع السياحة في الجزائر والأهمية التي يحظى بها هذا القطاع ضمن عمليات التنمية الاقتصادية لتتوصل لكون القطاع غير قادر على أن يكون قطاعا حيويا يمكن الاعتماد عليه كقطاع بديل للمحروقات لمرحلة ما بعد البترول، كما أكدت الدراسة التطبيقية التي بينت أن السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة المتعلقة بقطاع المحروقات والنتائج الداخلي الخام تتميز بسلوك متشابه في المدى الطويل على غرار غياب علاقة من أي نوع بين الناتج الداخلي وقطاع السياحة مما يؤكد أن هذا الأخير قادرا أن يكون منافسا لقطاع المحروقات وسبيلا لتنويع الاقتصاد الوطني.

أما دراسة هذا الموضوع تنطلق من مبدأ تبني قطاع السياحة كبديل للاقتصاد البترولي في الجزائر نظرا للظروف التي يمر بها الاقتصاد الوطني حاليا نتيجة تقلبات أسعار النفط تجعل ضرورة التفكير في تنمية بديلة للقطاع المحروقات ضرورة حتمية واختيار القطاع السياحي كأحد الخيارات البديلة نظرا لمردوديته الاقتصادية الاجتماعية والبيئية السريعة خاصة في ظل الإمكانيات التي تتمتع بها الجزائر سواء الطبيعية أو مقومات الاستثمار السياحي الأخرى هذا من جهة ومن جهة أخرى القطاع السياحي كثير التشابك مع باقي القطاعات وبالتالي فتتمتع القطاع يستوجب الاهتمام وتنمية باقي القطاعات المتصلة به سواء زراعة صناعة، صف إلى ذلك اعتماد دراسة قياسية لدراسة أثر الاستثمار السياحي على النمو الاقتصادي وإمكانية وجود علاقة طويلة المدى بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر .

سنحاول تقسيم البحث إلى أربع فصول

## الفصل الأول: تقلبات أسعار النفط وآثارها على الدول المصدرة

وتم تقسيمه إلى ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: تقلبات أسعار البترول؛
- المبحث الثاني: التبعية للاقتصاد الريعي

# مقدمة

- المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على تقلبات أسعار النفط وأثرها.

## الفصل الثاني: مدخل للسياحة

وتم تقسيمه لثلاث مباحث:

- المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة؛

- المبحث الثاني: السياحة الدولية؛

- المبحث الثالث: التسويق السياحي.

## الفصل الثالث: التنمية السياحية والتغيرات العالمية

وتم تقسيمه لثلاث مباحث:

- المبحث الأول: السياحة المستدامة منظور تنموي؛

- المبحث الثاني: عولمة السياحة؛

- المبحث الثالث: الاستثمار السياحي والتنمية.

## الفصل الرابع: الاقتصاد السياحي الجزائري

وتم تقسيمه لثلاث مباحث:

- المبحث الأول: تطور السياحة في الجزائر وأهم مؤشراتهما؛

- المبحث الثاني: الأداء الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر؛

- المبحث الثالث: اختبار العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر من خلال نموذج

الانحدار الخطي البسيط ونموذج التكامل المشترك واختبار السببية.

**تمهيد:**

يعتبر النفط من أهم الاكتشافات التي توصل إليها الإنسان منذ 1859، فهو المصدر الأول والأساسي للطاقة ومحور كل الإنتاج الصناعي والزراعي في العالم المعاصر وقد أصبح عنصراً حيوياً من عناصر الحياة اليومية ولم يعد النفط أهم مصادر الطاقة فحسب؛ بل أصبح أيضاً مصدراً لاستخراج ما لا يقل عن إحدى عشر ألف سلعة صناعية مختلفة في العالم، كما لم يعد مجرد سلعة تجارية عابرة بل يعتبر أهم سلعة في التجارة الدولية، ولم تستحوذ أي مادة أخرى على القدر نفسه من الأهمية التجارية والاقتصادية التي استحوذ عليها النفط، ويعود ذلك لتعدد استخداماته ومرونة منتجاته فتحول النفط إلى سلعة استراتيجية تتحكم في مصير العالم واقتصاده رغم المحاولات العديدة للدول الصناعية في إحلال بطاقات أخرى سواء كانت طاقات ناضبة كالغاز والفحم والطاقة النووية أو الطاقات المتجددة كالطاقة الشمسية والطاقة الهوائية والطاقة المائية وغيرها من الطاقات الدائمة منذ الأزمة النفطية الأولى لسنة 1973 إلى غاية الأزمة الأخيرة - 2014 - المتبوعة بانخفاض حاد في أسعار النفط. وعلى هذا الأساس تم تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث:

**المبحث الأول: تقلبات أسعار البترول**

**المبحث الثاني: التبعية للاقتصاد الريعي**

**المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على تقلبات أسعار النفط وآثارها**

**المبحث الأول: تقلبات أسعار البترول**

فمنذ مطلع سنة 2000 توالى الأحداث السياسية والاقتصادية وأنتجت تداعيات خطيرة على حركة الأسعار بحيث بلغت منذ سنة 2004 مستويات قياسية تجاوزت سقف 100 دولار للبرميل، أعطت للدول المنتجة وفرة مالية خلال السنوات الماضية لم تحقق مثلها من قبل وقد شكل وقوع الأزمة المالية العالمية سنة 2008 صدمة كبيرة لهذه الدول حيث تهافتت الأسعار إلى أدنى مستوياتها وما إن استعادت تعافيتها حتى انهارت ثانية منتصف سنة 2014 ولا يزال الاقتصاد العالمي يشهد حالة قلق جراء استمرار تهوي الأسعار تزامنا مع تناقص الطلب عليه ووفرة العرض، ففي الوقت الذي توقع الخبراء أن تصل الأسعار سقف 120 دولار للبرميل بحكم حالات الصراع والتوترات السياسية التي تعصف بالمنطقة العربية إلا أن التوقعات لم تأتي بالشكل المفترض أن تكون عليه الأمور وانخفضت الأسعار إلى ما دون 40 دولار للبرميل، الأمر الذي أثر على أرصدة الحسابات الخارجية والمالية العامة مع احتمال انتقال التداعيات إلى الانفاق الحكومي والنمو الاقتصادي غير النفطي في البلدان المصدرة، وتم التطرق من خلال المبحث إلى

**المطلب الأول: تطور أسعار البترول**

**المطلب الثاني: أهم الأزمات النفطية الرئيسية**

**المطلب الأول: تطور أسعار البترول**

إن النفط الخام ليس سلعة اعتيادية وإنما هي سلعة استراتيجية يختلف تسعيرها عن السلع الأخرى ويلعب المستوردون والمصدرون دورا أساسيا في ذلك حسب الظروف الدولية والتطورات الاقتصادية

**الفرع الأول: تطور أسعار النفط 1860-1973**

منذ اكتشاف أول حقل بترولي في ولاية بنسلفانيا الأمريكية عام 1860، ارتبط نمو صناعة البترول بنشاط وصراعات الشركات البترولية العملاقة والتي كانت تعتمد إلى حد كبير على الموارد البترولية الأمريكية حتى بداية الحرب العالمية الثانية حيث تنامي الإنتاج البترولي الأمريكي من 1397 برميل في اليوم عام 1860 إلى 4.7 مليون برميل في اليوم عام 1945 والتي مثلت 63% من إنتاج البترول العالمي لعام 1945 وبالتالي اعتمد العالم خلال تلك المرحلة في سد حاجاته البترولية على الامدادات البترولية الأمريكية بشكل كبير<sup>1</sup>، أما بالنسبة للحقبة الزمنية الممتدة من نهاية الحرب العالمية الثانية إلى مطلع التسعينات من القرن العشرين فقد شهدت الساحة البترولية تحولات جذرية أهمها تبوء منطقة الشرق الأوسط مركزا أساسيا في إمداد العالم بالبترول حيث تنامت حصة منطقة الشرق الأوسط من 7% عام 1945 إلى 30% عام 1970 من الإنتاج البترولي العالمي، إلا أن زيادة حصة الامدادات البترولية من

<sup>1</sup> - خالد بن منصور العقيل ، رحلة في عالم البترول، قضايا بترولية دولية، ص16

الشرق الأوسط جاءت وليدة سياسات الشركات البترولية العالمية القائمة في زيادات معدلات إنتاج الزيت الخام من منطقة الشرق الأوسط بأرخص الأسعار، الأمر الذي مكن من زيادة الطلب العالمي على بترول الشرق الأوسط بمعدلات عالية والإسراع في التحول من الفحم إلى البترول، وبالتالي اعتمدت الشركات البترولية العالمية في زيادة دخلها البترولي بانتهاج سياسة زيادة معدلات الإنتاج من منطقة الشرق الأوسط واستنزاف المكامن البترولية بمعدلات مرتفعة مع عدم التقييد بالاستغلال الاقتصادي الأمثل للحقول البترولية بغرض تزويد الدول المستهلكة بالبترول الرخيص وتنشيط حركة ونماء اقتصاديات الدول الصناعية الغربية ورفع مستوى رفاهية مجتمعاتها<sup>1</sup>، وهذا السلوك الاستغلالي هو أحد الأسباب الكامنة وراء تشكيل منطقة الأقطار المصدرة للبترول (الأوبك) عام 1960 لمواجهة تلك السياسة الجائرة وسعي دول الأوبك بالمشاركة في نظام تسعير البترول العالمي مع مطلع السبعينات من القرن العشرين، وباستعراض تاريخ نظام أسعار البترول في منطقة الشرق الأوسط نستطيع تحديده ابتداء من مطلع الثلاثينيات بعد الاكتشافات البترولية الكبيرة في بعض مناطق الخليج العربي حيث كانت الشركات تحدد سعر بترول منطقة الشرق الأوسط بناء على أسعار الخليج في الولايات المتحدة الأمريكية مضافا إليه كلفة نقل وهمية إلى ميناء الوصول وقد عرف هذا النظام بنقطة الأساس المنفردة "The single Basing Point\*" ونتج عنه تحقيق الشركات الكبرى البترولية مكاسب طائلة نظرا لأن الشركات كانت تدفع آتاوات ثابتة للدول المنتجة في الشرق الأوسط مقدرة ب 22 سنتا أمريكيا للبرميل بينما تبيع بترول الشرق الأوسط بعد معادلته بأسعار الخليج في الولايات المتحدة الأمريكية آنذاك ب 1.05 دولار للبرميل مضافا إليها أجور نقل وهمية تجنيها الشركات البترولية وينكدها المستهلك وكلما قرب ميناء التسليم من منطقة الشرق الأوسط مما يعني تضرر دول أوروبا الغربية والدول القريبة من منطقة الشرق الأوسط من تكاليف النقل الوهمية، ومع اندلاع الحرب العالمية الثانية تصاعدت الضغوط لتعديل طريقة تسعير بترول منطقة الشرق الأوسط حيث تمكنت بريطانيا عام 1944 من إجبار الشركات بإتباع نظام نقطة الأساس The Double Basing Point أو ما يعرف أيضا بنظرية تعادل الأسعار "Equalization Point Theory" حيث تم فصل سعر بترول منطقة الشرق الأوسط واعتبار الزيت العربي الخفيف بترول قياسي وحدد سعره ب 1.05 دولار للبرميل، ونتيجة لنظام نقطة الأساس المزدوجة أصبحت هناك نقطة أساس ثابتة في منطقة الخليج العربي تعادل بين سعر البترول في منطقة الخليج والبترول في خليج المكسيك على أساس تسليم ميناء التصدير FOB وبذلك تم القضاء على كلفة النقل الوهمية وتمكنت الدول خارج الولايات المتحدة الاستفادة من خفض تكاليف الفاتورة البترولية بشراء بترول الشرق الأوسط، وبالتالي تنامي

<sup>1</sup> - خالد بن منصور العقيل، مرجع سابق، ص16

الطلب على بترول الشرق الأوسط وارتفع زيت العربي الضعيف من 1.05 دولار للبرميل سنة 1944 إلى 2.22 دولار للبرميل سنة 1948 ولكن في أبريل من سنة 1948 عندما تأسست إدارة التعاون الاقتصادي الأمريكية لمساعدة أوروبا الغربية أو ما يعرف بمشروع مارشال ونظرا لأنها كانت تمول شراء أوروبا الغربية لبترول الشرق الأوسط تم الضغط على الشركات البترولية بتحويل نقطة تعادل أسعار بترول الخليج العربي وربطه بأسعار البترول الفنزويلي على أساس تسليم نيويورك والذي أدى إلى إحداث خصم في أسعار بترول الشرق الأوسط نظرا لقيام الشركات البترولية بتسعير بترول الشرق الأوسط وكأنه مصدر كله لنيويورك ومعناه أن سعر بترول الشرق الأوسط قد تحمل أجور نقل إضافية من لندن إلى نيويورك مع العلم أن صادرات الشرق الأوسط البترولية للولايات المتحدة الأمريكية لم تكن سواء جزءا صغيرا من مجمل صادرات الشرق الأوسط.

**الجدول (01-01): تطور أسعار الزيت الخام خلال الفترة 1944-1960 ( دولار للبرميل )**

الزيت الخام الكثافة (درجة) ميناء التصدير	العربي الخفيف رأس تنوره	الكويت الاحمدي	أوفيسينا الاكروز	غرب تكساس الحامض خليج المكسيك
1945 – 1944	1.05	-	-	1.05
1964 إبريل	-	-	-	1.15
نوفمبر	-	-	-	1.40
ديسمبر	1.20	-	-	1.50
1974 مارس	1.59	-	-	1.80
ديسمبر	2.22	-	-	2.75
1948 مارس	2.22	2.15	2.65	2.75
يوليو	2.03	1.97	2.65	2.75
1949 إبريل	1.88	1.82	2.65	2.75
يوليو	1.75	1.75	2.65	2.75
أكتوبر	1.75	1.65	2.65	2.75
1950 ، 1951 ، 1952	1.75	1.65	2.65	2.75
1935 إبريل	1.75	1.50	2.65	2.75
1935 يوليو	1.97	1.72	2.90	3.00
1954 – 1955	1.93	1.72	2.82	2.98
1956	1.93	1.72	2.82	2.98
1957	2.08	1.85	3.05	3.38
1958	2.08	1.85	3.05	3.28
1959	1.90	1.67	2.90	3.28
1960	1.80	1.59	2.80	3.28

المصدر: خالد بن منصور العقيل ، مرجع سابق، ص17

يبين الجدول أعلاه تأثير الأحداث السابقة على انخفاض سعر الزيت العربي الخفيف كثافة 36 درجة من 2.22 دولار للبرميل في مارس 1948 إلى 1.75 دولار للبرميل ولفترة طويلة من جانفي 1953 حتى أبريل 1953 بينما بلغ في نفس الفترة سعر زيت أفانسيا الفنزويلي كثافة 36 درجة 2.65 دولار للبرميل وسعر زيت غرب تكساس الحامض كثافة 36 درجة سعر 2.75 دولار للبرميل.

#### ثانيا: تأسيس منظمة الأقطار المصدرة للنفط ( أوبك) ودورها في تحقيق ثبات أسعار النفط

إن التخفيضات المتتالية في أسعار نفط الشرق الأوسط لم تكن في صالح إيرادات دول هذه المنطقة بل وكان من شأنها فقدان خزائن هذه الدول خسائر فادحة في عائدات الأقطار المصدرة للنفط تقدر بمبلغ يزيد عن 4000 مليون دولار خلال سنوات الستينات وتذهب إحصائية أخرى إلى أن خسائر الأقطار المنتجة للنفط من جراء هذه التخفيضات في الأسعار المعلنة للنفط الخام تقدر بحوالي 58.8 بليون دولار للفترة من 1950-1970 في حالة بقاء الأسعار على ما هي عليه في خليج المكسيك وحوالي 51.1 بليون دولار لنفس الفترة في حالة افتراض بقاء الأسعار كما هي عليه عام 1947، وقد طالبت الدول المصدرة للنفط دائما أسعار أعلى لصادراتها النفطية وذلك لأن مستوى الأرباح المقررة والحصيلة الناتجة من ضريبة الدخل تتأثر بشكل مباشر بالتغيرات التي تطرأ على الأسعار. ولذا ففي مؤتمر النفط العربي الأول الذي أُنعقد في القاهرة في شهر أبريل 1959 قررت الدول المجتمعة أنه لا يجوز تخفيض أسعار النفط الخام ومشتقاته دون موافقة حكومات الدول المنتجة ومع ذلك فإن الشركات لم تأبه بهذا النداء فلجأت إلى خفض الأسعار مرة أخرى عامي 1960 و1961 وكان ذلك هو الدافع الأساسي لإنشاء منظمة الدول المصدرة للنفط في 14/09/1960.

#### 1- تأسيس منظمة الأوبك: OPEC

نظم المجلس الاقتصادي لجامعة الدول العربية المؤتمر العربي للبترول بالقاهرة في أبريل 1959 والذي حضره مراقبون من فنزويلا وإيران وفي كواليس هذا المؤتمر أمكن للمندوبين العرب وغير العرب أن يبنوا البذور الأولى لمنظمة الأوبك بل أن " بريز ألفونسو" وزير النفط الفنزويلي يؤكد أن اتفاقية جنتلمان قد أمكن التوصل إليها في الكواليس آنذاك لإنشاء منظمة الدول المصدرة للنفط أوبك<sup>1</sup>. لكن منظمة الأوبك تأسست بشكل رسمي " خلال المؤتمر الذي دعا إليه العراق في بغداد خلال الفترة من 10-14 سبتمبر من سنة 1960 من قبل خمس دول هي " العراق، السعودية، الكويت، فنزويلا وإيران" وبالتالي أصبحت منظمة الأوبك هي أهم منظمة أنشئت من قبل الدول النامية لرعاية مصالحها.

<sup>1</sup> - عصمان نعمان، العرب والنفط والعالم، دعوة للتفكير والتغيير، دار مصباح الفكر، بيروت، لبنان، 1982، ص110

**2- حرب ماي 1967 وإنخفاض أسعار النفط**

تعتبر حرب ماي 1967 من أهم العوامل التي عجلت من الاتجاه النزولي في الأسعار فقد أغلقت قناة السويس وتوقف تصدير واضطرت ناقلات النفط العاملة بين الشرق الأوسط وأوروبا إلى أن تدور حول رأس الرجاء الصالح الأمر الذي جعل الرحلة تستغرق 62 يوم عوضاً عن 39 يوم وزادت مسافة الرحلة ذهاباً وإياباً بمقدار 950 ميل بحري وزادت تبعاً لذلك الحاجة إلى ناقلات النفط وارتفعت أجور الشحن في المتوفر منها ولهذه الأسباب مجتمعة فقد زاد الطلب على نفط نصف الكرة الغربي وزادت أسعار نفط الولايات المتحدة الأمريكية وأسعار الكاريبي ولم تقم الشركات برفع أسعار النفط في الشرق الأوسط ولكن حدث هبوط في نسبة تخفيضات التي تتم على الأسعار المعلنة<sup>1</sup>.

من هنا يمكن القول أن الصفحة الجديدة في العلاقات النفطية العالمية قد برزت منذ منتصف الستينات مروراً بالسبعينات من القرن العشرين وهي المدّة التي بدء فيها التضييق على الشركات النفطية العالمية من الأقطار المنتجة والمستوردة أيضاً فقد أخذت هذه الشركات تجبر في أقطار كثيرة على اتخاذ قرارات لا تتناسب مع مصالحها التجارية، ولا مع خططها في توسيع فرص التسويق والتكرير لعملياتها وأجبرت أن تأخذ أيضاً بالمصالح المشروعة للأقطار المنتجة والمستهلكة ولقد كان من الممكن أن تتوسع هذه الشركات وتنمو وتسيطر لو أتيحت لها الحرية الكاملة كما تريد وكما حدث في السنوات الخمسين الأولى من القرن العشرين<sup>2</sup>.

**الفرع الثاني: تطور أسعار النفط من 1973-1980**

شهدت الصناعة النفطية تطورات هامة منذ بداية عام 1970 وتجلت في ظهور بوادر اختلال بين العرض والطلب، ساعدت الدول المصدرة للنفط على المطالبة بزيادة الأسعار وأدت هذه التطورات إلى تقرير سعر النفط الخام في السوق العالمية من قبل دول منظمة أوبك بدلاً من تقريرها من قبل الشركات النفطية الكبرى<sup>3</sup>، ويمكن اعتبار المؤتمر الوزاري الحادي والعشرون لمنظمة أوبك الذي انعقد في كراكاس في الفترة بين 9-12 كانون الأول 1970 بمثابة أولى مجابهة تاريخية بين الدول المنتجة للنفط

<sup>1</sup> - عبد الستار عبد الجبار موسى، التطور التاريخي لأسعار النفط (1862-2010)، مجلة الكوئ للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، بغداد، العدد 18، 2015، ص 09

<sup>2</sup> - محمد الرميحي، النفط والعلاقات الدولية، وجهة نظر عربية، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت،

2010، ص 23

<sup>3</sup> - عبد الستار عبد الجبار موسى، مرجع سابق، ص 10

والكارتل\* النفطي وتكمن أهمية المؤتمر في المطالب الجديدة التي أعلنت عنها دول الأوبك ولم تقتصر كما كان الحال من قبل على الأهداف المتواضعة في زيادة نسبة الضريبة والأسعار.

في عام 1971 قررت الشركات النفطية الاحتكارية بالموافقة على إجراء محادثات رسمية مع أعضاء منظمة الأوبك كمجموعة واحدة لتحديد الزيادة في الأسعار المعلنة، وقد أسفر ذلك عن اجتماع طهران في 15 مارس 1971 الذي انعقد في طهران والذي تم من خلاله زيادة الأسعار المعلنة لنفط هذه الأقطار وهكذا ارتفع سعر البرميل العربي الخفيف خام الإشارة السعودي 34 درجة من 1.8 دولار للبرميل هو السعر الذي استمر مفعوله حتى سبتمبر 1960 ليصبح 2.18 دولار للبرميل اعتباراً من فيفري 1971 توصلت شركات النفط الكبرى ودول أوبك لاتفاقية طرابلس في أبريل 1971 على أن تعد سارية المفعول اعتباراً من 20 مارس 1971 ولمدة خمس سنوات، حيث تم تحديد سعر أدنى معلن للبرميل النفطي العربي الخام 40 درجة بمقدار 3.45 دولار للبرميل .

وبعد تراجع سعر الدولار الأمريكي في أسواق الصرف العالمية إثر تعويمه في 15 أوت 1971 فضلاً عن استمرار موجة التضخم العالمي وانعكاساتها على صادرات الأقطار المعنية وحصولها هذا هو عقد اتفاقية جنيف الأولى والتي أعدت نافذة من 20 جانفي 1972 وقد ازدادت الأسعار المعلنة بحوالي 8.49% ليصبح سعر البرميل من النفط العربي الخفيف 34 درجة 2.479 دولار للبرميل . وبعد التخفيض الثاني في 13 فيفري 1973 لسعر تبادل الدولار الأمريكي في أوت 1973 تم التوصل إلى اتفاقية جنيف الثانية وارتفعت بموجبها الأسعار المعلنة بما يقارب من 11.9% لنفط الأوبك ليصبح سعر البرميل العربي الخفيف 34 درجة 2.898 دولار للبرميل<sup>1</sup>.

في أكتوبر 1973 اتخذت دول منظمة الأوبك قرارها ويفسرها لفظها من جانب واحد دون الرجوع إلى الشركات النفطية فقد أنهى وإلى الأبد تحكم الشركات النفطية المطلق بأسعار النفط المنتجة في بلدان المنظمة والتي هي ثروات وطنية خاصة بتلك البلدان، منذ ذلك التاريخ بدأت مرحلة جديدة من تاريخ التسعير في صناعة النفط الدولية والتي بدأت فيها منظمة الأوبك ولأول مرة عبر التاريخ المساهمة الفعالة في مجال التأثير على سوق النفط الخام<sup>2</sup>.

وقامت دول الأوبك برفع الأسعار المعلنة من جانبها لتصبح 5.12 دولار للبرميل ونظراً لما سببه الخطر وتخفيض الإنتاج من نقص في الإمدادات النفطية فقد ارتفعت أسعار النفط في السوق الفورية بشدة وقد

\* يعرف الكارتل، أنه اتفاق غالباً ما يكون مكتوباً بين عدد من المشاريع تنتمي إلى فرع معين من فروع الإنتاج لأجل تقسيم الاسواق أو تنظيم المنافسة مع الإبقاء على شخصية كل مشروع من الناحيتين القانونية والاقتصادية، بحيث لا تندمج مع بعضها كما هو الحال بالنسبة لاتفاقيات الترس (Trust)، التي تتنازل فيها المشاريع عن استقلالها .

<sup>1</sup> - فوزي القرشي، التطور التاريخي لأسعار النفط الخام حتى عام 1973، مجلة النفط والتنمية، العدد الثالث، بغداد، 1978، ص 35:36  
<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 50

شجع هذا الارتفاع الشديد في الأسعار دول الأوبك على تعديل الأسعار المعلنة مرّة أخرى لتصل إلى 11.65 دولار للبرميل في ديسمبر 1973.

ومع نهاية عام 1978 بدأت بوادر الثورة الإسلامية في إيران مما تسبب في حالة من الترقب والحذر في السوق النفطية ومع تدهور الإنتاج الإيراني تدريجياً حتى توقف نهائياً خلال ديسمبر من عام 1978 ونظراً لضخامة الإنتاج الإيراني الذي بلغ 6 ملايين برميل في اليوم في أوائل 1978 فإن الدول النفطية الأخرى لم تستطع تعويض مجمل الإنتاج المفقود مما أدى إلى تراحم المشتريين على شراء النفط من السوق الفورية لضمان احتياجاتهم فضلاً عن زيادة المخزون تحسباً للظروف المستقبلية ومن نتائج هذه الفوضى في السوق والارتفاع المستمر في الأسعار تدخلت الدول النفطية الأعضاء لتعديل السعر الرسمي لنفط الإشارة بهدف إغلاق الفجوة بين السعر الفوري والرسمي.

استمرت هذه التطورات السعرية خلال عام 1979 هكذا واستمرت الزيادة من عام 1980 ليصل سعر نفط الإشارة إلى 32 دولار للبرميل ولم يلبث هذا الهدوء في السوق إلا مدة قصيرة جداً بعد استقرار الأوضاع في إيران حيث اشتعلت الحرب العراقية الإيرانية عام 1980 تسببت هذه الهزة الثانية في غضون مدة قصيرة جداً في إيجاد مرحلة جديدة من الفوضى في السوق النفطية ومرّة أخرى كان من نتائج ارتفاع الأسعار خلال هذه المدة أن ارتفعت الإيرادات النفطية لدول الأوبك لتصل إلى 201 مليار دولار عام 1979 و282 مليار دولار عام 1980 مقارنة مع 134.9 مليار دولار عام 1978<sup>1</sup>.

#### الفرع الثالث: تطور أسعار النفط خلال عقدي الثمانينات والتسعينات من القرن العشرين

لقد استمر سعر النفط الخام المعلنة والرسمية من قبل منظمة الأوبك في سريانه والتعامل به في السوق النفطية خلال 1980-1982 وخلال أواسط عام 1983 حيث أن العديد من أعضاء الأوبك لم يلزموا بسعرها الرسمي مثل إيران ونيجريا حيث أجرت تخفيضات في أسعار نفطها تراوحت بين 4 و5.5 دولار للبرميل أو بلدان من خارج الأوبك مثل إنجلترا والنرويج بإجراء تخفيض ب 3 دولار للبرميل ولم يتمكنوا من الوصول إلى قرارات لمعالجة تلك الأوضاع بسبب انعدام وحدة أوبك واستمرار خلافات أعضائها إلا في أواسط عام 1983 حيث اتفقت أوبك على خفض سعر النفط بمقدار 5 دولار للبرميل ليصبح 29 دولار بدلاً من 34 دولار، لم يمضي عام على ترتيبات أوبك السابقة حتى بدأت السوق العالمية تعاني من تزايد اضطراب السوق على إثر قيام كل من إنجلترا والنرويج بتخفيض أسعار نفطها 2 دولار للبرميل وأعقبتهما نيجريا بعد ذلك بتخفيض سعرها ب 2 دولار للبرميل دون تنسيق مع المنظمة لذلك اجتمعت أوبك في جنيف يوم 1984/10/29 للحيلولة دون انهيار أسعار النفط واتخذت قراراً بتخفيض حصتها

<sup>1</sup> - محمد يوسف حسن جواد، الطاقة والصناعات النفطية، أساسياتها واقتصادياتها، مطابع الزمان، الكويت، 1988، ص 50

الإنتاجية إلى حدود 16 مليون برميل باليوم بدل حصتها السابقة 17.5 مليون برميل لليوم وتكوين لجنة لمراقبة السوق والأسعار<sup>1</sup>.

أما خلال الفصل الأول عام 1986 ومنذ بدايتها حدث تدهور سريع وكبير في أسعار النفط الخام حيث انخفضت الأسعار رسمياً إلى حدود 50 % في سعر البرميل الواحد انخفض تدريجياً وسريعاً إلى حدود 12 دولار للبرميل الواحد خلال الثلاث أشهر من عام 1986، لقد بدأ الهبوط السريع في بحر الشمال من 30.7 دولار للبرميل في شهر نوفمبر إلى 20 دولار للبرميل واستمر في انخفاضه إلى حدود 10-12 دولار لشهري مارس وأفريل من عام 1987 ونجم عن حالة تدهور الأسعار بصورة كبيرة تجاوزت 50% عما كانت عليه في نهاية 1985 آثار سلبية نسبة في تناقض كبير في الإيرادات النفطية للدول لمنتجة والمصدرة للنفط فمثلاً قدرت خسائر دول أوبك خلال عام 1986 بأكثر من 55 مليار دولار نتيجة لفروق السعر بين القديم العالي والجديد المتدني<sup>2</sup>.

وعقب غزو العراق عام 1990 ارتفع السعر الاسمي ليصل إلى حدود 22.3 دولار والحقيقي 25.6 دولار للبرميل واستمر الانخفاض في الأسعار في عقد التسعينات حيث انخفض السعر إلى 16.9 دولار للبرميل عام 1995 وبلغ أدنى حد للهبوط عام 1998 حيث بلغ السعر الحقيقي 11.7 دولار للبرميل فيما بلغ السعر الاسمي 12.3 دولار للبرميل بسبب تزايد العرض النفطي وانخفاض الطلب عليه عقب الأزمة المالية التي عصفت بدول جنوب شرق آسيا ثم عادت أسعار النفط لترتفع وتنخفض مجدداً منذ منتصف عام 1999 بشكل متذبذب وأخيراً بلغ السعر الاسمي 27.5 دولار للبرميل في عام 2000.

<sup>1</sup> - محمد أحمد الدوري، مبادئ اقتصاد النفط، مطبعة الإرشاد، بغداد، 1988، ص 331

<sup>2</sup> - محمد أحمد الدوري، مرجع سابق، ص 338

الجدول (01-02): تطور الأسعار الاسمية والحقيقية للنفط الخام للفترة ( 1980-2000 )

الرقم القياسي 100=1995	السعر (دولار للبرميل)		
	السعر الحقيقي بأسعار 1995	السعر الاسمي	السنة
53.6	67.2	36	1980
58.6	58.4	34.2	1981
62.9	50.4	31.7	1982
66.4	45.3	30.1	1983
69.6	40.4	28.1	1984
72.5	37.9	27.5	1985
75.0	17.3	13	1986
77.4	22.9	17.7	1987
80.3	17.7	14.2	1988
83.6	20.7	17.3	1989
87.2	25.6	22.3	1990
91.1	20.4	18.6	1991
93.7	19.6	18.4	1992
96.0	17.0	16.3	1993
97.9	15.8	15.5	1994
100	16.9	16.9	1995
101.7	20.0	20.3	1996
103.4	18.1	18.7	1997
104.7	11.7	12.3	1998
105.9	16.5	17.5	1999
107.3	25.7	27.6	2000

منظمة الأقطار العربية المصدرة للنفط، تقرير الأمين العام السنوي، العدد 31، الكويت، 2004، ص 86

الفرع الرابع: تطور أسعار النفط خلال الألفية الثالثة إلى غاية 2014

إنخفضت الأسعار الإسمية خلال عام 2001 بمقدار 4.5 دولار للبرميل أي بنسبة انخفاض بلغت 16.3% عن مستوياتها عام 2000 والبالغة 27.6 دولار للبرميل لتصل إلى 23.1 دولار للبرميل حيث كان السعر الحقيقي 21.1 دولار للبرميل، أخذت الأسعار الإسمية والحقيقية منحى تصاعديا بعد عام 2002 لتصل إلى 30 دولار للبرميل وغدت الاضطرابات والمشاكل الفنية مسار النفط الصاعد إلى عام 2003 ليبلغ معدل 36 دولار للبرميل وشهد عام 2004 ثورة في أسعار البترول إذ ارتفعت الأسعار إلى 42 دولار للبرميل في الربع الثاني لسنة 2004 ليتخطى حدود 50 دولار للبرميل في الربع الأخير لعام 2004. ومن الأحداث التي ساهمت في ارتفاع أسعار النفط نجد<sup>1</sup>:

- الاضطرابات السياسية في نيجريا وإستهداف عمال النفط كل هذا أدى إلى نقص الإنتاج بنحو 10%؛
  - المشاكل التي واجهتها شركة الطاقة الروسية يوكوس بسبب حجم الضرائب المفروضة عليها ما ساهم في وقف إنتاجها الذي أدى إلى زيادة الأسعار بنسبة 23% أي قرابة 8.3% للبرميل؛
  - الاضطرابات السياسية في كل من فنزويلا والعراق؛
  - إحصار إيفان في خليج المكسيك والتخوف من قدوم شتاء قارص؛
  - تزايد معدلات النمو الاقتصادي العالمي في أمريكا وأوروبا والصين والهند ودول جنوب شرق آسيا؛
  - ارتفاع نشاط المضاربات على النفط نتيجة التخوف من انقطاع امدادات البترول لأي سبب من الأسباب المذكورة فقد لعب عامل المضاربة في الأسواق الآجلة دورا فعالا في لعبة ارتفاع الأسعار.
- واستمر سعر النفط بالارتفاع إلى أن وصل إلى مستويات مرتفعة تخطت عتبة 60 دولار للبرميل، حيث بلغ سعر الخام الأمريكي تخطت عتبة 60 دولار للبرميل حيث بلغ سعر الخام الأمريكي الحقيقي سقف 70 دولار للبرميل خلال نفس السنة 2005، وفي سنة نمو الاقتصاد العالمي 4.4% ووصل إجمالي الطلب العالمي على النفط إلى 83.3 مليون برميل أي بزيادة قدرها 1.5 مليون برميل يوميا مقارنة مع عام 2004 ووصلت امدادات دول الأوبك خلال نفس السنة إلى 84.3 مليون برميل يوميا.
- وقد بلغت أسعار النفط سنة 2006 أرقام غير مسبوقة تخطت عتبة 78 دولار للبرميل سنة 2006 لتتخفف إلى 53.37 دولار للبرميل بنهاية أكتوبر 2006؛ من بين أسباب ارتفاع الأسعار خلال سنة 2006 نجد<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> - ضياء مجيد الموسوي، ثورة أسعار النفط، ديوان المطبوعات الجامعية، العراق، 2004، ص 17-18  
<sup>2</sup> - منظمة الأقطار العربية المصدرة للنفط، تقرير الأمين العام السنوي لمنظمة الأوبك، الكويت، العدد 33، 2006، الموقع الإلكتروني: [www.oapcorg.org](http://www.oapcorg.org)، تاريخ الإطلاع: 2017/11/12 الساعة 17.00

- التوترات في منطقة الشرق الأوسط كانت وراء الارتفاع غير المسبوق للأسعار خلال الأشهر الأولى لسنة 2006؛

- أعمال العنف في نيجيريا وتوقف إنتاج شركة البترول البريطانية؛

- تعطل الإنتاج الروسي.

أما في الربع الأخير من سنة 2008 قد شهد انخفاضا في أسعار النفط نتيجة زيادة الإنتاج من دول خارج منظمة الأوبك فضلا عن انخفاض نمو الطلب العالمي على النفط خلال هذه الفترة.

كما شهدت سنة 2007 استمرارا في ارتفاع الأسعار، إذ تجاوز المعدل اليومي لسعر سلة أوبك حاجز 90 دولار للبرميل في نوفمبر 2007 كما وصلت إمدادات دول الأوبك إلى 85 مليون برميل يوميا<sup>1</sup>. ووصل السعر سنة 2008 إلى 92.7 دولار للبرميل خلال الفصل الأول ثم إلى 113.5 دولار للبرميل خلال الفصل الرابع نتيجة تفاقم الأزمة المالية العالمية وبدء الانهيارات المتلاحقة في أسواق المال والمؤسسات المصرفية كل ذلك ساهم في الانخفاض الحاد وبمعدلات أسرع لأسعار النفط واستقر السعر سنة 2009 في حدود 61 دولار للبرميل بنسبة انخفاض تقدر ب 34.5 % مقارنة بعام 2008،

<sup>1</sup> - منظمة الأقطار العربية المصدرة للنفط ، تقرير الأمين العام السنوي لمنظمة الأقطار العربية المصدرة للبترولش، العدد 34، الكويت 2007 ص 79

جدول (01-03): تطور أسعار النفط الخام الاسمية والحقيقية خلال الفترة 2001-2010

الرقم القياسي 100=1995	السعر (دولار للبرميل)		
	السعر الحقيقي بأسعار 1995	السعر الاسمي	السنة
109.5	21.1	23.1	2001
11.3	21.8	24.3	2002
113.3	24.9	28.2	2003
115.9	31.1	36.0	2004
118.0	42.9	50.6	2005
120.6	50.6	61.0	2006
123.4	56.0	69.1	2007
125.8	75.0	94.4	2008
126.7	48.1	61.0	2009
128.1	60.4	77.0	2010

منظمة الأقطار العربية المصدرة للنفط، تقرير الأمين العام السنوي، العدد 37، الكويت، 2010، ص 87

ظلت أسعار نفط خام الإشارة برنت تدور حول 100 دولار لسنوات، وكان التغيير في سوق النفط بأن هذه المستويات مقبولة في سوق النفط المستهدفة من قبل غالب الدول في مجالات الطاقة بأنواعها. وفعلا ارتفع إنتاج النفط وسوائل الغاز من النفط الصخري في السوق الأمريكية بشكل واضح خلال هذه السنوات وانخفضت معه احتياجات الولايات المتحدة الأمريكية من الواردات من النفط الخام، وكان لذلك تأثير كبير على تجارة النفط الخام في العالم ولكن هذه المستويات للأسعار قد أثرت سلبا على معدلات تنامي الطلب العالمي والتي جاءت عند 900 ألف برميل يوميا خلال السنوات من 2010-2013 وهي مستويات متواضعة كذلك فإن التحولات أيضا لم تكن في مصلحة تحقيق تنامي أكبر للطلب على النفط في العالم فقد انخفض الطلب على النفط في البلدان الصناعية خلال هذه الفترة بمقدار 400 ألف برميل يوميا وانحصر الطلب للبلدان النامية والتي بدأ يشهد أداؤها اختلالا في وتيرة النمو تتناسب من مختلف الأنشطة الصناعية فيها.

الجدول (01-04): تطور أسعار النفط الخام الاسمية والحقيقية خلال 2011-2014 (دولار للبرميل)

الرقم القياسي 100=2000	السعر (دولار للبرميل)		
	السعر الحقيقي بأسعار 2000	السعر الاسمي	السنة
120	89.6	107.5	2011
121.4	90.4	109.5	2012
122.8	86.2	105.9	2013
124.5	77.3	96.2	2014

منظمة الأقطار العربية المصدرة للنفط تقرير الأمين العام السنوي، العدد 43، الكويت، 2016، ص 53

وترجع أسباب انخفاض أسعار النفط خلال هذه الفترة إلى<sup>1</sup>:

- ارتفاع مخزون النفط في العالم يساهم في تخفيض الأسعار؛
- التوقعات السلبية لمعدلات نمو الاقتصاد العالمي كان لها أثر في انخفاض أسعار النفط حيث خفضت من مستوى النمو المتوقع وخفضت من مستويات الثقة لمستقبل الاقتصاد؛
- ارتفاع سعر الدولار الأمريكي نتيجة بيانات اقتصادية داخلية ساهم في انخفاض أسعار النفط وانخفاض الطلب العالمي على المنتجات البترولية والبتروكيماوية؛
- التخفيف من آثار طفرة الغاز الصخري حيث سيشكل إنتاجه أمر غير مجد اقتصاديا مما يدفع الولايات المتحدة في النهاية إلى العودة لاستيراد النفط؛
- تعويض الدول الصناعية عن نفقاتها المخصصة لتمويل عملياتها العسكرية في سوريا والعراق؛
- إثبات دور السعودية في سوق النفط الدولية وتطوير الشراكة مع دول أوروبا الغربية وآسيا المتعطشة للطاقة والتي تعاني من مشاكل بنيوية في اقتصادياتها؛
- الضغط على إيران وتحجيم نفوذها وهو أحد الهواجس السياسية الخليجية فعملية الضغط المكلفة لها مبرراتها في هذا السياق خاصة مع القيمة المرتفعة للهدف الجيوسياسي المبتغى وراء ذلك.

<sup>1</sup> - خفض سعر النفط غاية سياسية عانمة، ورقة تحليلية، مسار السياسة والعلاقات الدولية، مركز عمران للدراسات الاستراتيجية، نوفمبر 2014، ص 04 متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://www.omrandirasat.org>، تاريخ الإطلاع: 2014/10/12 الساعة 12.00

### المطلب الثاني: الأزمات النفطية الرئيسية

قد تطورت الأدبيات المتعلقة بأسباب تقلبات أسعار وأزمات النفط تطورا كبيرا منذ أوائل الثمانينات، في البداية كان يعتقد أن جميع التقلبات والأزمات الرئيسية في أسعار النفط تعكس تعطل تدفق إنتاج النفط العالمي المرتبط بالأحداث السياسية الخارجية مثل الحروب والثورات في الدول الأعضاء في منظمة أوبك<sup>1</sup>. وقد أظهرت الأبحاث اللاحقة أن هذا التفسير هو واحد فقط من بين العديد، وليس مهما كما كان يعتقد أصلا وفي الواقع فإن معظم التقلبات الرئيسية في أسعار النفط التي يعود تاريخها إلى عام 1973 ترجع إلى حد كبير إلى التحولات في الطلب على النفط الخام، حتى الآن كان أهم عامل محدد الطلب على النفط هو التحولات في الطلب على النفط المرتبط بدورة الأعمال العالمية، ومع توسع الاقتصاد العالمي فإن الطلب على المواد الخام الصناعية بما ذلك النفط وفي بعض الأحيان كانت هناك أيضا تحولات مهمة في الطلب على المخزونات النفط الخام مما يعكس التغييرات في التوقعات الأسعار النفط وهذه المشتريات لم تتم بسبب الحاجة إلى النفط فورا في إنتاج المنتجات المكررة مثل البنزين وزيت التدفئة ولكن للحماية من النقص في النفط مستقبلا، تاريخيا كان الطلب مرتفعا في ظل توتر الظروف الجيوسياسية في الشرق الأوسط وانخفاض القدرة الاحتياطية في إنتاج النفط والنمو الاقتصادي العالمي القوي المتوقع.

### الفرع الأول: أزمة 1973-1974

لأول وهلة ظهرت صدمة أسعار النفط 1973-1974 صدمة سلبية لتوريد النفط الخام حيث انخفضت كمية النفط الخام المنتج في الربع الأخير من عام 1973 وارتفع سعر النفط بما يتفق مع تحول منحنى العرض إلى اليسار على طول منحنى الطلب هذا هو التفسير التقليدي لهذه الزيادة في أسعار النفط التي قدمها هاميلتون<sup>2</sup> 2003، ومن الشائع الإشارة إلى الحرب بين إسرائيل وتحالف الدول العربية كما أشارت البلدان المصدرة للنفط (OPEC)، بين 6 - 26 أكتوبر من عام 1973 كسبب لصدمة العرض هذه حرق حقول النفط ولكن في الواقع لم يكن هناك قتال في أي من البلدان المنتجة للنفط عام 1973 ولم يتم تدمير مرافق لإنتاج النفط وبدلا من ذلك وقعة الحرب بين إسرائيل والعرب ( سوريا ومصر) ولم يكن أي من هذه البلدان منتجة رئيسا للنفط أو عضو في OPEC وهكذا لم يكن سبب انقطاع إنتاج النفط الذي حدث في الربع الأخير من عام 1973 بسبب الحرب بل أن الدول العربية الأعضاء في منظمة أوبك قلصت عمدا إنتاجها النفطي بنسبة 5% ابتداء من 6 أكتوبر 1973، وعشرة أيام في الحرب العربية الإسرائيلية مع رفع سعر النفط تم الإعلان عن خفض 25% إضافي بعد عشر أيام من الانتهاء الحرب. وما إذا كانت هذه

<sup>1</sup> - Hamilton James D, **What is an oil shock?** Journal of Econometrics, 2003, vol113, issue 02, p336

<sup>2</sup> - Ibid, p398

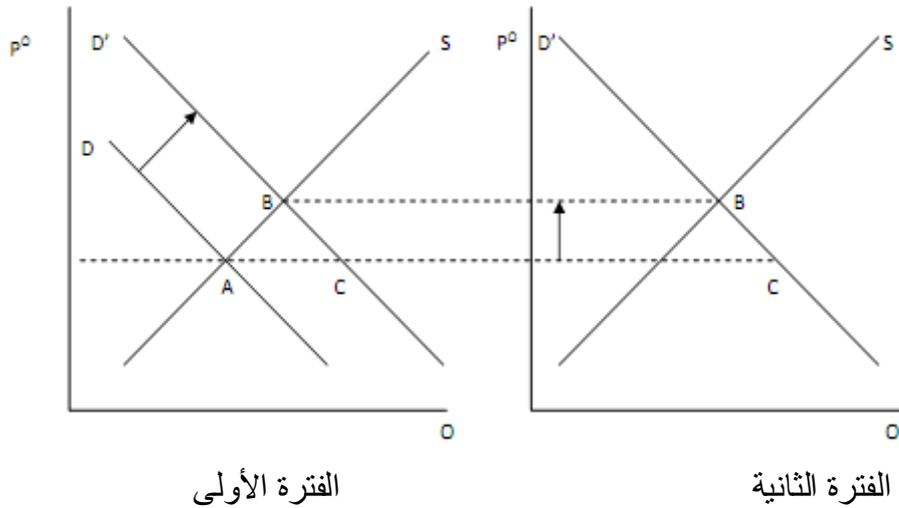
التخفيضات في إنتاج OPEC وزيادة الأسعار مدفوعة بأهداف سياسية بحتة، ويعزو هاميلتون التخفيضات العربية في إنتاج النفط في أكتوبر ونوفمبر تماما إلى الحظر النفطي العربي على بلدان غريبة مختارة، استمر من أكتوبر 1973 إلى آذار مارس 1974 مما يفسر هذا الحظر النفطي على أنه امتداد للصراع العسكري بوسائل أخرى استجابة داخلية للظروف الاقتصادية وفي الواقع هناك تفسير بديل لنفس البيانات التي لا تعتمد على الحرب كتفسير على الاطلاق حيث لفت ( Kilian و Barsky 2002) الانتباه إلى أن سعر النفط الخام الذي تلقاه منتجو النفط في الشرق الأوسط في أوائل عام 1973 تم تحديده فعليا نتيجة لاتفاقيات طهران وطرابلس لعام 1971 وحددت هذه الاتفاقيات الخماسية سعر النفط الذي تلقته الحكومة المضيفة لكل برميل نفط مستخرج مقابل ضمانات بأن الحكومة ستسمح لشركات النفط الأجنبية باستخراج النفط بقدرة ما تراه مناسبا<sup>1</sup>، فعندما تسارع الطلب العالمي على النفط في الفترة 1974/1973 في الفترة 1973/1972 مما يعكس طفرة اقتصادية عالمية فإن العديد من بلدان الشرق الأوسط تعمل على نحو قريب من القدرة بالفعل وغير قادرة على زيادة الإنتاج في حين أن البعض الآخر ولاسيما المملكة العربية السعودية والكويت لديهما القدرة الاحتياطية على زيادة الإنتاج وسمحت بزيادة إنتاجها النفطي<sup>2</sup> مما أدى إلى الانتقال من النقطة A إلى النقطة C في الفترة الأولى من الشكل 01 بدلا من التوازن الكامن عند B في الفترة 01 ويمكن أن يعتبر هذا التردد إلى حقيقة السعر المعلن المتفق عليه عام 1971 كان من الممكن أن يكون معقولا في ذلك الوقت ولكنه تراجع بسرعة بالقيمة الحقيقية نتيجة لانخفاض أسعار الدولار الأمريكي وارتفاع التضخم في الولايات المتحدة الأمريكية وقد تسبب هذا التطور في زيادة المعارضة العربية لاتفاقيات طهران/طرابلس التي رفضت الأسعار في مارس 1973 وبلغت ذروتها في أكتوبر 1973 حيث قرر منتجو النفط إنتاج كميات أقل بأسعار أعلى. وفي ظل هذا التغيير كان جزء من الانخفاض الملاحظ في إنتاج النفط العربي في أواخر 1973 الناجم عن الانتقال من النقطة C إلى النقطة B في الفترة الثانية - من الشكل (01-01) أدناه- مجرد انعكاس لزيادة غير عادية في إنتاج النفط في السعودية والكويت في وقت سابق من ذلك العام تنفيذا لاتفاقية طهران/ طرابلس وعلاوة على ذلك كان قرار خفض إنتاج النفط الهدف من رفع الأسعار بدافع واضح من الآثار التراكمية لانخفاض أسعار الدولار والتضخم الغير متوقع في الولايات المتحدة الأمريكية وارتفاع الطلب على النفط مدفوعا بنمو اقتصادي قوي مما يجعل هذه الزيادة في أسعار النفط الذاتية فيما يتعلق بالظروف الاقتصادية الكلية العالمية، أما عن أسباب ارتفاع أسعار النفط في الفترة في الفترة الثانية:

<sup>1</sup> - Barsky, Rebert B, Lutz kilian, Do We Really Know that oil Caused Great Stagflaion?, national bureau of economic research 1050,Massachusetts,Avenue, Cambridge, MA02318,Jyly, 2001,p137

<sup>2</sup> - Seymour, Ian, OPEC instrument of change, Mac Millan, London,1980,p 80

فتظهر التحاليل أن التغييرات الملحوظة في أسعار النفط وكميته المنتجة في الشرق الأوسط خلال علم 1973 تتفق تماما مع التفسير الراجع لخفض السعودية والكويت فقط إنتاجهما النفطي في أكتوبر 1973 وإلى الحد المطلوب للعودة للمستويات الطبيعية لإنتاج النفط مما يشير إلى أن الحرب لم تكن السبب الوحيد والأهم لخفض الإنتاج في أكتوبر 1973.

الشكل (01-01): تحليل ثنائي المدى للزيت في سوق النفط في الشرق الأوسط في الفترة 1972-1974



Source: Christian Baumeister, Lutz Kilian, 40 years of oil price Flucctuation: why the price of oil May Still surprise us, 13 sepetembre 2015,p38

### الفرع الثاني: أزمة النفط 1979-1980

وأعقبت أزمة النفط 1974/1973 أزمة النفط الرئيسية الثانية في 1979/ 1980 عندما ارتفع سعر خام تكساس الوسيط من أقل من 15 دولار للبرميل في سبتمبر 1978 إلى 40 دولار للبرميل في أبريل 1980، كما في 1973 استجابت الحكومات لارتفاع أسعار النفط من خلال تقنين البنزين وتطبيق ضوابط الأسعار مما سبب في تكرار الخطوط الطويلة في محطات الوقود وكان الرأي التقليدي الذي أعرب عنه هاميلتون (2003) هو أن هذه الزيادة في أسعار النفط كانت ناجمة عن انخفاض إنتاج النفط الإيراني بعد الثورة الإيرانية<sup>1</sup> وكما لوحظ فإن توقيت الأحداث يلقي ظلالة من الشك على هذا التفسير بدأت الثورة الإيرانية تدريجيا في أواخر عام 1978 وبلغت ذروتها في رحيل الشاه في جانفي 1979 ووصول آية الله الخمني في فبراير 1979 واستأنف إنتاج النفط الإيراني في مارس 1979 ولكن بوتيرة متدنية وبالنظر إلى زيادة الإنتاج في المملكة العربية السعودية استجابة مباشرة للثورة الإيرانية كان العجز في إنتاج أوبك

<sup>1</sup> - Barksy and Kilian, Oil and the Macroeconomic since the 1970s, bureau of economic research 1050,Massachusetts, Avenue , Cambridge, MA02318, 2004,p134

النفطي في يناير 1979 8% مقارنة بشهر سبتمبر 1978 وبحلول أبريل 1979 كان العجز في إنتاج OPEC 0% وفي أبريل 1978 كان سعر غرب تكساس الوسيط الإيراني دون 16 دولار أي نحو دولار واحد من 14.85 دولار قبل الثورة الإيرانية ولكن في غضون عام وصل سعر تكساس الوسيط إلى قمة 40 دولار للبرميل 1980 ويوجد نفس النمط أيضا في سلسلة أسعار النفط لا تنظمها الحكومة مثل اقتناء مصافي النفط من واردات النفط الخام للولايات المتحدة ومن الصعب معرفة سبب تأثير صدمة امدادات النفط على سعر النفط لفترة طويلة وبالتالي فإن توقيت هذه الصدمة لعرض النفط من غير المرجح لشرح زيادة الأسعار سنة 1979، وإن هذا لا يعني أن الثورة الإيرانية لم تكن ذات شأن بالنسبة لسعر النفط لأنها أثرت على توقعات أسعار النفط بدلا من أنها أثرت على تدفق إنتاج النفط وتؤكد نماذج سوق النفط التجريبية التي تسمح لكل من الطلب على النفط وصددمات امدادات النفط تؤثر على أسعار النفط حيث أن صدمات امدادات لعبت دورا طفيفا في زيادة أسعار 1979 ولكنها تشير إلى نحو ثلث الزيادة التراكمية في الأسعار كانت مرتبطة وزيادة الطلب على المخزون تحسبا لنقص النفط في المستقبل مما يفترض أنه يعكس التوترات الجيوسياسية بين الولايات المتحدة وإيران وبين إيران وجيرانها ولكن توقعات ارتفاع الطلب المستقبلي على النفط من اقتصاد عالمي مزدهر وهذا الدليل وعلى ارتفاع الطلب على المخزون ابتداء من مايو 1979، سبق مع الأدلة المستمدة من المشاركين في سوق النفط<sup>1</sup> أن الثلثان المتبقيان من الزيادة التراكمية في أسعار النفط 1979 فيعزى إلى تراكم آثار صدمات الطلب العالمي عن التدفقات الناجمة عن اقتصاد عالمي قوي غير متوقع وليس على عكس أزمة النفط الأولى هذا الدليل يلقي ظللا من الشك على التصور المشترك بأن نقص النفط 1979 تم تصميمه عام 1979 من قبل أوبك وكما هو الحال بالنسبة لأول أزمة نفطية لمنظمة أوبك فإن أزمة النفط الثانية التي وضعتها أوبك كانت أقل ارتباطا بعوامل سياسية أكثر منها اقتصادية<sup>2</sup>.

### الفرع الثالث: أزمات النفط خلال الثمانينات

#### أولا: الحرب العراقية الإيرانية وأزمة النفط (1980-1988)

ما كادت الثورة الإيرانية تنتهي بسقوط الشاه حتى اندلعت الحرب بين العراق وإيران في 22 أيلول 1980 لتزيد من حالة عدم الاستقرار في منطقة الخليج العربي ذات الأهمية الاستراتيجية والاقتصادية

<sup>1</sup> - Kilian and Murphy, *The Role of Inventories and Speculative Trading in the Global Market for Crude Oil*, Journal of Applied Econometrics, vol29 issue(3),p 454

<sup>2</sup> - Christian Baumeister, Lutz Kilian, *40 years of oil price Fluctuation: why the price of oil May Still surprise us*, 13 sepetembre 2015,p08

ويعتبر هذا الصراع تعبيراً عن مصالح القوى العظمى التي ترى في ثروات هذه المنطقة مصالح خاصة بها تسعى للاستيلاء عليها مباشرة أو عبر وسيط محلي أو إقليمي<sup>1</sup>.

لذلك سميت هذه الحرب "بحرب البترول الثانية" للدلالة على أهمية العامل النفطي كمحور مهم من محاور هذا الصراع إقليمياً ودولياً، فعلى الصعيد الإقليمي وبعيدا من الاعتبارات الدينية والخلافات الأيديولوجية والسياسية التي كانت الشرارة في إشعال فتيل الحرب، فإن النفط والتحكم في مساره إنتاجاً وتسعيراً وتسويقاً كان من أهم أهداف الصراع العراقي الإيراني.

فالعراق الذي كان يطمح لدور الزعامة في الخليج وجد في هذه الحرب مدخلاً للإسكاف بورقة النفط التي من شأنها تقوية نفوذه في المنطقة وتجاه العالم، لذلك طالب منذ البداية بإعادة سيادته على شط العرب بعد أن ألغى من جانب واحد لاتفاقية الجزائر - اتفاقية الجزائر عبارة عن اتفاقية وقعت في 6 مارس عام 1975 بين نائب الرئيس العراقي آنذاك صدام حسين وشاه إيران محمد رضا بهلوي وبإشراف رئيس الجزائر آنذاك هواري بومدين. شكلت حدود العراق مع إيران أحد المسائل التي تسببت في إثارة الكثير من النزاعات في تاريخ العراق. في عام 1937 عندما كان العراق تحت الهيمنة البريطانية تم توقيع اتفاقية تعتبر أن نقطة معينة في شط العرب غير خط القعر هي الحدود البحرية بين العراق وإيران لكن الحكومات المتلاحقة في إيران رفضت هذا الترسيم الحدودي واعتبرته "صنعة امبريالية" واعتبرت إيران نقطة خط القعر في شط العرب التي كان متفقاً عليه عام 1913 بين إيران والعثمانيين بمثابة الحدود الرسمية ونقطة خط القعر هي النقطة التي يكون الشط فيها بأشد حالات انحداره. في عام 1969 بلغ العراق الحكومة الإيرانية أن شط العرب كاملة هي مياه عراقية ولم تعترف بفكرة خط القعر. في عام 1975 ولغرض إخماد الصراع المسلح للأكراد بقيادة مصطفى البارزاني الذي كان يدعم من شاه إيران محمد رضا بهلوي قام العراق بتوقيع اتفاقية الجزائر مع إيران وتم الاتفاق على نقطة خط القعر كحدود بين الدولتين ولكن العراق مزق هذه الاتفاقية في عام 1980 وبدأت حرب الخليج الأولى -

لعام 1975. ويعتبر هذا الشط المنفذ الوحيد للعراق على مياه الخليج والمحيطات وأهمية استراتيجية لكونه وسيلة ممتازة للملاحة وعبور السفن الكبرى لنقل من الموانئ العراقية، وطرح العراق كذلك تحرير منطقة "عربستان" الغنية بالنفط والجزر الثلاث ( أبو موسى وطمب الكبرى والصغرى) التي تتميز بموقعها الإستراتيجي المشرف على سواحل دول الخليج العربي والمتحكم في مضيق هرمز أهم معابر النفط إلى دول العالم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> -حافظ برجاس، محمد المجذوب، الصراع الدولي على النفط، دار نيسان للنشر والإعلام، بيروت، 2000، ص290

<sup>2</sup> - حافظ برجاس، مرجع سابق، ص292

هذه الطروحات التي استهدفها العراق من خلال حربه مع إيران تمنحه في حال تحقيقها قوة إقليمية ومركزا استراتيجيا نفطيا يخوله التحكم في القرار النفطي والأمني في منطقة الخليج ومن جهة أخرى فإن مطامع شاه إيران في هذا المجال لم تتغير مع قيام النظام الإيراني الجديد فالمعروف أن الشاه فرض زعامته على الخليج بتأييد أو دعم أمريكي فسيطرة على منطقة "عربستان" النفطية واحتل الجزر الثلاث وباتت قواته البحرية تتحكم بنفط المنطقة وممراتها وقد عبر الشاه عن هذا القول "إننا لا نتولى مسؤوليات وطنية وإقليمية فحسب بل نقوم بدور عالمي بصفتنا حراسا وحماة لستين من المئة من احتياطي النفط في العالم.... إن الأمن الأوروبي سيصبح مجرد سخرية من دون استقرار أمن الخليج.... إن أوروبا الغربية واليابان والولايات المتحدة الأمريكية تعتبر الخليج جزء لا يتجزأ من أمنها ولكنها ليست في وضع يتيح لها الدفاع عن هذا الأمن ولها نفعل ذلك لأجلها".

ومع الثورة الإيرانية التي أسقطت نظام الشاه أعلنت منذ البداية رفضها المطلق الإذعان لأي من القوتين العظمتين فإن القيادة الإيرانية الجديدة لم تتخلى عن أهداف الشاه القديمة فقد تمسكت بشط العرب والجزر العربية الثلاث ونادت بسقوط النظام العراقي وإقامة الدولة الإسلامية الواحدة في المنطقة من خلال تصدير الثورة حيث أن الأهداف الإيرانية هذه تحمل في طياتها ما تحمله من معاني التهديد والسيطرة على الخليج والتحكم بمصادر النفط الأمر الذي أخاف الأقطار الخليجية عامة ودفعها إلى تقديم الدعم المالي اللامحدود للعراق في حربه الطاحنة.

وبعد ثماني سنوات من حرب لا فائدة منها من البديهي أن تخرج كل من العراق وإيران منهكتي القوى فالدمار والخراب الكبير الذي أصابهما على جميع الميادين فقد كبدت الحرب الطرفين خسائر وتكاليف مادية باهضة للغاية بلغت حوالي 170 بليون دولار باستثناء صادرات الأسلحة وقدرت الأموال المطلوبة لإعادة بناء البنى التحتية والإنتاجية في كلا البلدين بحوالي 500 دولار منها 250 بليون دولار للقطاع النفطي، أما مشتريات الدولتين من الأسلحة المتطورة فقد تعدت 27 بليون دولار عدا الأسلحة الخفيفة وقطع الغيار والمساعدات التقنية والتدريب. واستنفذت الحرب احتياطي العراق من العملة الصعبة البالغ 36 بليون دولار وجعلته يريزخ تحت عبء الديون الخارجية حوالي 60 بليون دولار ولم تكن إيران أفضل حالا من العراق فقد خرجت من الحرب مثقلة الاقتصادية والديون وارتفاع نسبة البطالة وغيرها من الصعوبات الاقتصادية والاجتماعية.

أما على الصعيد النفطي فقد تراجعت الأسعار حتى حدود 15 دولار للبرميل الواحد نتيجة تسابق العراق وإيران وكل دول الخليج العربي التي دعمت العراق إلى بيع نفطها لتغطية نفقات الحرب وفي الوقت نفسه

تحولت الدول الصناعية إلى شراء النفط من خارج دول الأوبك مما انعكس سلبا على مداخيل تلك الأقطار وبالتالي على توقف برامج التنمية فيها كما أضعف موقع منظمة الأوبك في الساحة الدولية<sup>1</sup>.

### ثانيا: أزمة النفط 1986

شهدت أوائل الثمانينات هبوطا منهجيا في أسعار النفط من ذروته في أبريل 1980، وكان أحد الأسباب هو التحول في أنظمة السياسة النقدية العالمية نحو موقف أكثر انكماشاً بقيادة "بول فولكر" وقراره رفع أسعار الفائدة الأمريكية وأدى الركود العالمي الناجم عن ذلك إلى خفض الطلب على النفط ومن ثم أسعار النفط وزاد هذا الانخفاض من جراء الجهود المبذولة والرامية إلى الحد من استخدام النفط في البلدان الصناعية، وبالإضافة إلى ذلك فإن تراجع آفاق النمو الاقتصادي في المستقبل بالاقتران إلى ذلك مع ارتفاع أسعار الفائدة جعلها أقل جاذبية للاحتفاظ بمخزون النفط مما تسبب في بيع مخزونات النفط المتراكمة 1979<sup>2</sup>.

كانت أول أزمة نفطية سببها أن العديد من البلدان غير الأعضاء في أوبك بما في ذلك المكسيك والنرويج ومصر والمملكة المتحدة والصين استجابة باستمرار لارتفاع أسعار النفط من خلال تبنيهم فكرة الإنتاج لأنفسهم أو بتوسيع إنتاجها الحالي من النفط، وبالنظر إلى الفارق الكبير بين التنقيب والإنتاج لم يكن في أوائل الثمانينات إلا أن استجاب العرض للزيادات السابقة في أسعار النفط حيث أضحت ذات أهمية كمية وانخفضت حصة أوبك في السوق 53% إلى 43% في 1980 و28% 1985، أدت الزيادة في إنتاج النفط من خارج أوبك إلى المزيد من الضغط الهبوطي على أسعار النفط حاولت أوبك مواجهة هذا الانخفاض في الأسعار في الواقع هذه المرة الأولى في تاريخها والوقت الوحيد التي تقوم فيها الأوبك بدور استباقي في محاولة التأثير على الأسعار عندما تقوم اتفاقيات منظمة الأوبك بتقييد إنتاج النفط بشكل مشترك لكن الجهود المبذولة لدعم أسعار النفط أثبتت عدم فعاليتها، في وقت لاحق قررت المملكة العربية السعودية تثبيت أسعار النفط ولكن النتيجة كانت غير ناجحة وإستمر سعر النفط في الانخفاض في أوائل الثمانينات وإن كان بوتيرة أبطأ وقد أثبتت الخسائر الناتجة في عائدات السعودية أن هذا الأمر كان كبيرا حتى نهاية 1985 حيث اضطرت المملكة العربية السعودية إلى عكس سياستها المتمثلة في تقييد إنتاج النفط وكانت النتيجة انخفاض حاد في أسعار النفط 1986 وصل إلى 13 دولار للبرميل، وهذا ليس راجع إلى استئناف إنتاج النفط السعودي ولكن الأهم من ذلك هو انخفاض الطلب على المخزونات من النفط بالنظر إلى أن منظمة أوبك أظهرت أنها غير قادرة على الحفاظ على أعلى سعر للنفط<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - حافظ برجاس، مرجع سابق، ص302

<sup>2</sup> - Christian Baumeister, Lutz Kilian, op- cit, p09

<sup>3</sup> - Ibid, p09

## الفرع الرابع: أزمات أسعار النفط ( 1990 - 2008 )

## أولاً: الحرب العراقية الكويتية وأزمة النفط

قد تسبب غزو العراق للكويت في أغسطس 1990 وتلتها حرب الخليج الفارسي لإخراج صدام حسين من الكويت زيادة حادة في الأسعار النفط وقد أدى الاضطراب في إنتاج النفط العراقي والكويتي المرتبط بهذه الحرب دوراً هاماً في إحداث هذا الارتفاع في أسعار النفط، إلا أن أحد العوامل التي لا تقل أهمية عن ذلك هو وجود الطلب على مخزونات النفط تحسباً لهجوم محتمل على حقول النفط السعودية وفي أواخر عام 1990 عندما كان التحالف الذي تقوده الولايات المتحدة الأمريكية قد نقل قوات كافية للسعودية لتفادي غزو المملكة وبذلك تراجعت المخاوف ومعها تراجع الطلب على مخزون النفط ومن ثم تهاوت أسعار النفط عام 1991 في ظل بطئ تعافي الإنتاج العراقي والكويت من النفط.

## ثانياً: الأزمة الآسيوية 1997

قد زاد إنتاج النفط الخام بين البلدان خارج منظمة الأوبك زيادة كبيرة، إلا أن زيادة الطلب في السنوات الأخيرة سمحت بزيادة إنتاج النفط الخام من أوبك، وأدى ذلك لانخفاض أسعار النفط الذي عجلت به الأزمة المالية الآسيوية إلى إبطاء خطط تطوير النفط والغاز في العديد من البلدان سواء أوبك أو خارج أوبك لأن شركات النفط والغاز انخفضت تدفقاته النقدية لتمويل أنشطة التنقيب والتطوير وقبل الانخفاض الأخير في أسعار النفط الخام كان يجري التخطيط للنمو السريع في إمدادات النفط الخام ولكن في البداية تم تخفيض إنتاج النفط الثقيل عالي التكلفة في بعض الحقول في كاليفورنيا وكندا و مع خفض مصافي التكرير في آسيا تعين على منتجي النفط في الشرق الأوسط وأفريقيا تخفيض الزيادات المقررة وتخفيض الإنتاج عن المستويات التي تحققت عام 1997 مع تباطؤ نشاط الشركات التي خفضت من تدفقاتها النقدية لدعم برامج الحفر في البلدان غير الأعضاء في الأوبك، كما انخفضت إيرادات منتجي الأوبك مما أثر على تمويل احتياطياتهم ومن ثم تباطأت قدراتهم المستدامة في الإنتاج<sup>1</sup>.

## 2 - آثار الأزمة على أسعار النفط

وقد بدأ سعر الخام بالانزلاق قبل الأزمة نتيجة للنمو في الإمدادات من خارج أوبك والإفراط في الإنتاج من جانب منظمة الأوبك والعودة لإمدادات العراق النفطية إلى الأسواق العالمية، وفي أوائل 1998 انخفض سعر النفط الخام بأكثر من عشر دولارات للبرميل من سعر جانفي 1997 حيث انخفض إلى 11 دولار للبرميل، ومن أجل وقف الانخفاض الحر في الأسعار دعت الأوبك إلى عقد مؤتمر استثنائي في مارس 1998 في فيينا حيث تم الإعلان عن اتفاق يدعو دول الأعضاء في الأوبك إلى خفض الإنتاج

<sup>1</sup> - Tom Manning, Asian financial crisis to slow growth in global oil demand, Oil & Gas journal, Digital Weekly Edition, 1998. [www.ogj.com/.../asian-financial-crisis-to-slow-growth-in-global-oil](http://www.ogj.com/.../asian-financial-crisis-to-slow-growth-in-global-oil), p02\_consulté le : 12/09/2017 12.00h

بمقدار 1.245 مليون برميل يوميا من خط الأساس البالغ 26.987 مليون برميل يوميا وبالإضافة إلى ذلك أعلنت الصين والمكسيك والنرويج واليمن وروسيا بين آخرين عن خطط لخفض الإنتاج بحوالي 300 و400 ألف برميل يوميا وقد استجاب السوق بشكل ايجابي لهذه التخفيضات وارتفعت الأسعار إلى 15 دولار للبرميل<sup>1</sup>.

### ثالثا: الأزمة الفنزويلية في أواخر 2002 وحرب العراق والكويت في أوائل 2003

وفي الفترة ما بين أواخر عام 2002 وأوائل 2003 عانى سوق النفط من إنقطاعين كبيرين في إمدادات النفط الخارجية كانا معا ينافسان انقطاع امدادات النفط في السبعينات أحدهما هو الانخفاض الحاد في إنتاج النفط الفنزويلي الناجم عن الاضطرابات المدنية في فنزويلا والثاني هو تعطيل إنتاج النفط المرتبط بحرب العراق عام 2003 غير أن النقص في الإنتاج في العراق وفنزويلا قبلت إلى حد كبير زيادة إنتاج النفط في أماكن أخرى وعلاوة على ذلك بالمقارنة مع عام 1990، كان هناك قلق أقل من أن هذه الحروب سوف تؤثر على حقول النفط في المملكة العربية السعودية وخاصة بعد أن أثبت الهجوم البري بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية نجاحه مع الهجمات الصاروخية التي تشكل التهديد الرئيس في بداية الحرب ونتيجة لذلك لم يحدث سوى تحول بسيط ومتواضع في الطلب على المخزون والواقع أن هذه الحلقة من صدمة امدادات النفط ملحوظة أساسا لأن أسعار النفط أثبتت مرونة في الأحداث الجيوسياسية فارتفع سعر البرميل لفترة وجيزة فقط مضيفا 6 دولارات إضافية تقريبا إلى سعر النفط<sup>2</sup>.

### رابعا: الطفرة الكبرى من 2003 – 2008

وحدث الارتفاع الأبرز في أسعار النفط منذ عام 1979 بين منتصف 2003 ومنتصف 2008 مع ارتفاع سعر خام غرب تكساس الوسيط من 28 دولار إلى 134 دولار وهناك اتفاق عام على أن هذه الزيادة في الأسعار لم تكن ناجمة عن اضطرابات في امدادات النفط وإنما من خلال سلسلة من الزيادات الصغيرة الفردية في الطلب على النفط الخام على مدى عدة سنوات وقد جعلت هذه التحولات في الطلب التي كانت مرتبطة بالتوسع غير المتوقع في الاقتصاد العالمي مدفوعا بالطلب الإضافي القوي على النفط من آسيا الناشئة بصفة خاصة ولأن منتجي النفط لم يتمكنوا من تلبية هذا الطلب الإضافي كان لابد من زيادة الأسعار سعر النفط ويتفق هذا الرأي مع التقديرات المستمدة من النماذج التجريبية لسوق النفط العالمية التي تغزو الجزء الأكبر من الزيادة التراكمية في أسعار النفط إلى صدمات الطلب المتدفقة<sup>3</sup>.

### خامسا: الأزمة العالمية 2008 وتأثيرها على أسعار النفط

<sup>1</sup> - Tom Manning, op cit; p02

<sup>2</sup> - Christian Baumeister, Lutz Kilian, op- cit, p11

<sup>3</sup> - Ibid,p11

أثرت الأزمة المالية العالمية على اقتصاديات الدول المنتجة للنفط إذ انخفضت الأسعار من ما يزيد عن 147 دولار للبرميل إلى 39 دولار للبرميل في غضون أشهر، وهو ما يبين بوضوح أن أحد تداعيات الأزمة المالية العالمية كانت على أسعار النفط، فارتفع الأسعار لم يحصل فجأة بل أخذ بشكل متدرج من 40 دولار في شهر ماي 2004 إلى 70 دولار في شهر أوت 2005 ليستقر عند 100 دولار في جانفي 2008 وإلى أكثر من 147 دولار للبرميل في نفس السنة ليبدأ بالتراجع بعد أن بلغ ذروته ليقترّب من 39 دولار للبرميل في فيفري 2009 ولم تنفع معها محاولات الأوبك في تخفيض حجم العرض من النفط كي تعاود الأسعار كما كانت عليه، وكان تأثير قراراتها محدوداً لأن السوق النفطية هي أساساً غير منضبطة تماماً لأن هناك دولا منتجة خارج أوبك أو حتى بعض دول أوبك لا تلتزم بحصصها تماماً من الإنتاج وستحاول كل دولة تعويض ما خسرت من إيرادات عامة بزيادة كمية إنتاجها ولو بشكل غير مباشر<sup>1</sup>.

وتوضح الأزمة المالية لعام 2008 الآثار القوية لانخفاض حاد في الطلب على السلع الصناعية على أسعار هذه السلع. ومع تقلص الطلب على السلع الصناعية في العالم بشكل حاد في النصف الثاني من عام 2008 تحسباً لانكماش عالمي كبير، انخفض الطلب على السلع الأساسية مثل النفط الخام، ومن الجدير بالذكر أن التحولات في الطلب على السلع الصناعية مثل النفط الخام قد يكون لها اتساع أكبر بكثير من التغيرات المناظرة في الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي العالمي لأن الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي العالمي يتكون إلى حد كبير من الاستهلاك الذي ظل أكثر بكثير مستقرة خلال الأزمة. عندما أصبح واضحاً في عام 2009 أن الأزمة المالية العالمية لن تؤدي إلى انهيار وشيك للنظام المالي، فإن الطلب على النفط تعافى إلى المستويات السائدة في عام 2007، واستقر سعر خام غرب تكساس الوسيط للنفط بالقرب من 100 دولار.

#### الفرع الخامس: أزمة النفط 2014

كان هناك عدد من صدمات العرض والطلب الصغرى في سوق النفط بين عامي 2010 وأوائل عام 2014؛ على سبيل المثال كانت أحداث مثل الإنتفاضة الليبية في عام 2011 مرتبطة بزيادة أسعار النفط. حيث أن الأزمة الليبية تسببت في زيادة أسعار النفط تتراوح بين 3 و 13 دولار اعتماداً على مواصفات النموذج وبالمثل فإن التوترات مع إيران في عام 2012 تمثل زيادة بين 0 و 9 دولارات ومن التطورات الإضافية التي طرأت منذ عام 2011 اتساع الفارق بين أسعار خام غرب تكساس الوسيط وأسعار خام برنت مع تداول خام غرب تكساس الوسيط بسعر مخفض كان هناك رأي بديل مفاده أن هذه الزيادة الكبيرة في أسعار النفط في السوق المادية لم يسبق لها مثيل ولا يمكن تفسيرها إلا نتيجة لمواقف

<sup>1</sup> - عبد الرسول عبد الرزاق الموسوي، التدفّيات في أسعار النفط الخام العالمية وأثرها على الميزانية العراقية، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي السابع، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزرقاء، 10، 11 نوفمبر 2009، الأردن، ص 05

المضاربات التي يتخذها التجار الماليون في سوق العقود الآجلة للنفط . ولا توجد أدلة مقنعة تدعم فرضية المضاربة المالية هذه التي تتعارض في الواقع مع تقديرات النماذج الاقتصادية القياسية للأسواق للسلع القابلة للتخزين<sup>1</sup>.

وفي الفترة مابين جوان 2014 وجانفي 2015 انخفض سعر نفط برنت من 112 دولار إلى 47 دولار مما يمثل مثالا آخر على الانخفاض الحاد في أسعار النفط وليس على عكس أسعار النفط في عامي 1986 و2008 ويقدم كل من ( بوميستر وكيليان 2015) أول تحليل كمي للتراجع البالغ 49 دولار في سعر البرنت بين جوان وجويلية وديسمبر وجانفي 2014، وخلصوا إلى أن نحو 11 دولار من هذا الانخفاض ارتبط بانخفاض النشاط الاقتصادي الحقيقي العالمي الذي حدث قبل جويلية 2014 ومن المحتمل أن تعكس هذه الصدمات النموير المتوقع لإنتاج النفط الصخري في الولايات المتحدة الأمريكية وإنتاج النفط في بلدان أخرى بما في ذلك كندا وروسيا، ويعزى الانخفاض المتبقي البالغ 22 دولار في سعر برنت إلى صدمتين تحدثان في النصف الثاني من عام 2014 واحد منها هو انخفاض قدره 9 دولار للبرميل أوضحت صدمة لتوقعات أسعار النفط في جويلية 2014 ويفسر انخفاض إضافي قدره 13 دولار بسبب ضعف غير متوقع للاقتصاد العالمي في ديسمبر 2014<sup>2</sup>.

كانت صدمات أسعار النفط سمة متكررة للاقتصاد العالمي لأكثر من أربعين عاما، والعائدة لأسباب التقلبات التاريخية في أسعار النفط وتبقى صدمات أسعار النفط تحديا للمستهلكين والمشاركين في السوق المالية ومحلي الصناعة وصناع السياسات باعتمادها على توقعات أسعار النفط بحيث يمكن أن يواجه صناع القرار المختلفون نفس تقلبات أسعار النفط بشكل مختلف تماما.

### المبحث الثاني: التبعية للاقتصاد الريعي

كان كارل ماركس أول من لفت النظر إلى ما أسماه " الرأسمالية الريعية" وكان يقصد ظاهرة اقتصادية اجتماعية يصف من خلالها طبقة رأسمالية غير منتجة اقتصاديا ودخلها لا يأتي من إنتاج البضائع والسلع بل من خلال امتلاك مصادر الريع مثل الأراضي والعقارات المؤجرة وحتى الأسهم والسندات وفي صناعة النفطية كانت الكلمة ترد بشكل مستقل عن الضريبة باعتبارها حصة للمالك قبل احتساب الضريبة وكان هذا الاستعمال شائعا في زمن الامتيازات، وتم تقسيم محتوى المبحث إلى مطلبين:

**المطلب الأول: الاقتصاد النفطي ونقمة الموارد**

**المطلب الثاني: الطلب على النفط وذروة هربرت**

**المطلب الأول: الاقتصاد النفطي ونقمة الموارد**

<sup>1</sup> - Christian Baumeister, Lutz Kilian, op- cit, p13

<sup>2</sup> - ibid, p13

الفرع: الدولة الريعية النفطية

تعتبر المكسيك وفنزويلا من أعرق الدول النفطية منذ نهاية القرن التاسع عشر، ولعبت الإيرادات النفطية المتأتية من الخارج دورا هاما في الميل نحو الدكتاتوريات في كل منهما، إلا أن الدخل الريعي القادم من الخارج لم يكن هو المهيمن على الاقتصاد المكسيكي فنرى في هذا البلد تقلبا بين الديمقراطية تتزامن مع زيادة أو نقصان حصة النفط في صادرات المكسيك تبعا لتقلبات الإنتاج خلال القرن الماضي وبالعكس فإن الدخل الريعي بقي مسيطرا على الاقتصاد الفنزويلي مما جعلها حتى اليوم تميل على الدكتاتوريات ودفع تضخم الدولة وفسادها المحتوم كما ذكر " بابلو بيريز ألفونسو" المهندس المؤسس لمنظمة أوبك إلى القول " سيجلب علينا النفط الخراب" وهكذا نجد فنزويلا اليوم من أكثر دول أمريكا اللاتينية تخلفا واضطرابا بالرغم من ثرواتها الهائلة وعند دراسة حالتي ماليزيا وأندونيسيا، و الأنماط التنموية الناجحة فيهما، نجد أن النفط والمطاط لم يكونا المحرك الأساس للاقتصاد في حالة ماليزيا بالذات ورغم ظهور الحكم التسلسلي لمحاضير محمد كان حكمه دوما من نوع التسلسل الرحيم مما يسمح بظهور نموذج تنموي في ماليزيا، وخاصة بعد أن قلت حصة النفط في صادراتها غير أن أندونيسيا سقطت منذ البداية بعد حرب التحرير التي قادها سوكارنو في مخالاب الديكتاتوريات العسكرية من اشتراكية سوكارنو إلى رأسمالية الدولة الريعية الدكتاتورية لسوهارتو ولم تأخذ أندونيسيا فرصتها التنموية، والحكم التمثيلي إلا بعد تدهور صادرات أندونيسيا النفطية إلى درجة أنها تحولت إلى استيراد المشتقات بأكثر من صادراتها النفطية<sup>1</sup>.

ومن التجارب الناجحة " نموذج النرويج" نجد أنها فصلت بين ريع النفط وميزانية الدولة، وأوجدت النرويج مؤسسات مستقلة ومحكمة للسيطرة على إيرادات النفط، ورغم الهزات التضخمية التي عانت منها النرويج بعد عام 1975 فإن سياساتها التدريجية في التوسع بالإنتاج والتصدير من جهة والفصل في موازنة الدولة والريع النفطي وقوة المؤسسات الراسخة في التجربة الديمقراطية من جهة أخرى مما جنب النرويج مآسي الدولة الريعية ففي 1990 تم تأسيس صندوق النفط بموجب قانون خاص ويدر وفق المبادئ الآتية<sup>2</sup>:

- يشمل دخل الصندوق كل عائدات النفط والريع المترتب عن الاستثمارات التي يقوم بها الصندوق؛
- لا يسمح للحكومة سحب أي أموال من الصندوق تزيد عن النقص في موازنة الدولة غير النفطية؛
- كقاعدة عامة اتفقت عليها الأكثرية من السياسيين في البلد فيجب أن لا يتجاوز النقص في الميزانية تحت الظروف الاعتيادية نسبة تزيد عن 4% من الربح السنوي من الاستثمارات التي يتولاها الصندوق؛

<sup>1</sup> - عدنان الجنابي، الدولة الريعية والديكتاتوريات، مركز الأبحاث والدراسات العراقية، بغداد، 2013، ص 05، متوفر على الموقع الإلكتروني:

[www.mobdii.org/ArticleDetails.aspx?ID=13](http://www.mobdii.org/ArticleDetails.aspx?ID=13) ، تاريخ الإطلاع: 2017/08/10. الساعة 14.00

<sup>2</sup> - فاروق القاسم، النرويج كسبت نعمة النفط وتجنبت نقمته، شبكة الاقتصاديين العراقيين، مقتطف من ورشة عمل مخصصة للجنة النفط والطاقة في مجلس النواب العراقي، فيينا، 12-15 أكتوبر 2011، منظمة الأوبك ومعهد العراق للطاقة متوفر على الموقع الإلكتروني:

[www.net/...](http://www.net/...) ، تاريخ الإطلاع: 2017 /08/10 الساعة 15.00

وعلى العكس من ذلك فإن الربيع النفطي لعب دورا هاما في سقوط الاتحاد السوفياتي كما يلعب اليوم دورا غير قليل في الخلل التنموي والنزعة التسلطية في روسيا الاتحادية ففي دراسة لصالح المركز الدولي لدراسة الطاقة (C.G.E.S) وجد أن الاتحاد السوفياتي بعد أن عاش على ريع النفط خلال الستينات والسبعينات من القرن الماضي، أصبح ينتج النفط بكلف باهضة وأساليب متخلفة صار معها فائض الربيع شبه معدوم، وتوقعت الدراسة انهيار الاتحاد السوفياتي وانهيار الإنتاج التقليدي إلى أقل من خمسة ملايين برميل يوميا؛ وبعد انهيار الاتحاد السوفياتي قام الاتحاد الروسي باستعمال التكنولوجيا الغربية واعد إنتاج النفط إلى أكثر من عشر ملايين برميل يوميا<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: نقمة الموارد النفطية ( المرض الهولندي)

يعد مصطلح " المرض الهولندي" أحد التفسيرات التي يستخدمها للدلالة على ضعف القطاعات غير النفطية من الاقتصاد وهناك روايتان مختلفتان لأصل العبارة تشير إحداهما إلى التحول الجذري الذي طرأ على الاقتصاد الهولندي في أثناء مرحلة ازدهار تجارة زهرة التوليب في القرن السادس عشر فيما اشتقت الرواية الثانية من أثر تطویر وتصدير الغاز الطبيعي في الستينات من القرن العشرين إذ تقول النظرية أن الأرباح الغير متوقعة في أحد القطاعات تميل إلى رفع أسعار الصرف مما يجعل التصدير في القطاعات الأخرى أعلى تكلفة والاستيراد أرخص وفي تلك العملية يتم تحجيف الموارد الرأسمالية من الزراعة والتصنيع وامتصاصها في قطاعات الخدمات والمواصلات والإنشاءات وأجزاء أخرى من الاقتصاد التي لا يمكن المتاجرة بها<sup>2</sup> وفي الوقت ذاته وفيما يمكن للأموال المتحققة للحكومة أن تعزز القطاع العام وتترجم بدورها إلى عقود لشركات القطاع الخاص فإن الأسعار المرتفعة التي أوجدت الأرباح غير المتوقعة للحكومة يمكن أن تزيد من أساس التكاليف للقطاع الخاص.

ففي المكسيك مثلا كانت أرباح النفط غير المتوقعة التي حصل عليها القطاع العام المكسيكي ما بين عامي 1973-1981 قد بلغت 51.5 مليار دولار ولكن القطاع الخاص شهد في المرحلة ذاتها انخفاضا في دخله وصل إلى 16 مليار دولار وذلك بسبب ارتفاع أسعار النفط.

ومع تراجع إيرادات النفط في أوائل الثمانينات من القرن العشرين أخذ أثر الأرباح غير المتوقعة يصبح عكسيا فانخفض نمو الإنتاج غير النفطي وتم تقليص الاستثمارات وارتفعت الأسعار حينما اضطرت الحكومات إلى التخفيض التدريجي للإعانات المالية التي كانت تقدمها في سنوات الازدهار ولما كانت الحكومات غير قادرة على تحديد المدّة الزمنية التي ستستمر فيها الإيرادات المرتفعة أو كانت تعتقد أنها ستدوم للأبد فقد وقعت تحت إغراء الاستدانة مقابل الإيرادات المستقبلية وذلك لتمويل الإنفاق ومع بدء انخفاض الأسعار عام 1981 كانت المكسيك تعاني من عجز تجاري وصل إلى 3.7 مليارات دولار تسبب

<sup>1</sup> - عدنان الجنابي، مرجع سابق، ص 07

<sup>2</sup> - توبي شيللي، النفط والفقر والكوكب، ترجمة دينا عبد الاله الملاح، مكتبة العبيكان، الرياض، 2009، ص 47

في استيرادها للسلع الرأسمالية ونصف الجاهزة ولجأت فنزويلا إلى صندوق النقد الدولي لمساعدتها بقرض بلغت قيمته 20 مليار دولار<sup>1</sup>، يبدو أن هذه المشروعات غالباً ما تم التخطيط لها وإدارتها على نحو سيء وكانت تكاليفها أكبر من اللازم على سبيل المثال كان معمل فولاذ أجاكوتا ( الفيل الأبيض الضخم) الذي ظل يطارد نيجريا عقوداً من الزمن ممثلاً صورة مصغرة للتجارة والفائض في الوقت والميزانية وعندما انخفضت أسعار أسواق النفط والمعادن في أوائل الثمانينات من القرن العشرين أثبتت تلك القطاعات التي تم الاستثمار فيها ضعفها.

إذ تشير الظاهرة الهولندية إلى حدوث ارتفاع كبير في قيمة الموارد الناتجة عن استغلال وتصدير الموارد الطبيعية نتيجة لظروف ومتغيرات خارجية وعادة ما يكون هذا الارتفاع سريعاً ودائماً وغير مرتقب مما يؤدي إلى حدوث تراجع نسبي للاقتصاد في قطاعات السلع التبادلية (صناعة، فلاحية) مقارنة بقطاع السلع الأولية الموجهة للسوق الدولي . فالنموذج الساكن للنمو الذي عرضه (Corden et Neary) توصل إلى أن حدوث طفرة في تحويل الموارد يؤدي إلى تراجع في التصنيع من خلال وجود أثرين<sup>2</sup>:

- أثر الانفاق الناتج عن تحول الموارد؛

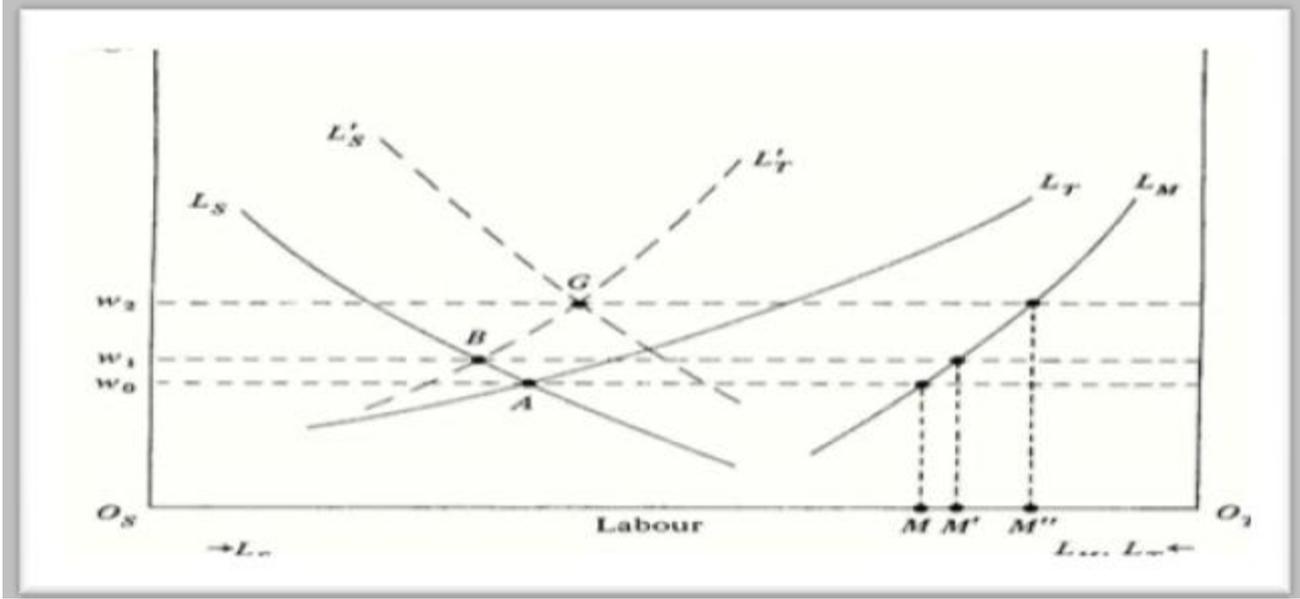
- أثر نقدي يسمى بأثر السيولة النقدية.

وعليه سيتأثر القطاع الصناعي نتيجة تحسن وضعية العملة الوطنية ( ارتفاع قيمتها وارتفاع سعر الصرف الحقيقي وعبر ارتفاع نسبي للأجور في القطاع الصناعي نظراً لزيادة الطلب على الخدمات بسبب ارتفاع المداخيل) .

<sup>1</sup> - توبي شيللي، مرجع سابق، ص 56

<sup>2</sup> - ناجي بن حسين، التنمية المستدامة في الجزائر، حتمية الانتقال من الاقتصاد الريعي إلى تنويع الاقتصاد، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 05، جامعة قسنطينة، ص 24

الشكل (01-02): أثر العلة الهولندية على الاقتصاد الكلي



المصدر: عبد القادر دربال، مختار دقيش، العلة الهولندية نظرية وفحص تجريبي في الجزائر للفترة 1981-2011، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 11، جامعة فرحات عباس سطيف، 2011، ص 112  
 في الدراسة المسماة «القطاع المنتعش وإنحلال التصنيع في اقتصاد صغير ومنفتح» استطاع كل من الاقتصاديين (Corden et Neary) استخلاص أثرين بارزين وأساسيين في المدى القصير: أثر الإنفاق Spending Effect وأثر تنقل عوامل الإنتاج Resource Movement Effect وحتى نعطي صورة أوضح و أشمل، فإن الرسم البياني أعلاه يلخص أثري العلة الهولندية إذا قلنا أن الإنتاج يحتاج إلى عاملين، أي أن الإنتاج ما هو إلا حصيد هذين العاملين ونسبة استخدام كل عامل، ليكن<sup>1</sup>:

$$(i) \dots\dots\dots \delta L(Li) + \delta K(Ki) = Qi$$

السعر لا بد أن يضمن تغطية تكاليف الإنتاج على الأقل، أي:

$$(ii) \dots\dots\dots \delta L(si) + \delta K(ri) = pi$$

مع  $\delta$  هي نسبة العامل المستخدم؛ أما  $L$  و  $K$  هما عاملي الإنتاج.  $Q$  تمثل الكمية المنتجة؛  $w$  و  $r$  تمثلان سعر عوامل الإنتاج المستخدمة، و  $i$  تمثل قطاع معين (غير تبادلي، تبادلي، أو منتعش). إذن كل تغير في السعر سيغير معه سعر عوامل الإنتاج. نعلم من جهة أخرى أن الأجر موحد بين القطاعات. والإنتاجية الحدية للعمل يجب أن تساوي الأجر الحقيقي، أي:

$$(wi = w)$$

$$.MPLi = W$$

<sup>1</sup> - عبد القادر دربال، مختار دقيش، مرجع سابق، ص 113

إن المقارنة التي تعطيها العلاقة (i) مهمة حيث أنها تبين العلاقة الثنائية بين الكمية المنتجة وكمية عناصر الإنتاج المتوفرة.

إذا كنا على مستوى المدى القصير - مع إمكانية تنقل عنصر إنتاج واحد - يمكننا أن نضع كمية الإنتاج على محور السينات على محور العينات نعين الأجر النسبي المعبر عنه بالسلع التبادلية. وتبين المنحنيات الثلاث الطلب على عنصر العمل لكل قطاع، حيث الكمية المشغلة في القطاع الغير تبادلي تقراً من المسافة  $O_s$  إلى  $A$ ، والكمية المطلوبة من القطاع التبادلي معبر عنها بالمسافة  $A$  إلى  $M$ . الكمية المتبقية يستفيد منها القطاع الصناعي من  $M$  إلى  $O_T$ . ويعطى الأجر النسبي الموحد ب  $O_w$ .

إن حدوث صدمة خارجية موجبة سيؤثر على السعر انظر (i) مع  $i$  القطاع المنتعش. هذا ما يقلل من كلفة اليد العاملة في القطاع، الشيء الذي سيعطي فرص للربح. إذن ينتقل منحنى القطاع التبادلي  $LT$  مؤثراً بذلك على الأجر التوازني الذي يرتفع إلى  $1w$ ، ويتقاطع  $LS$  و  $L'T$  في نقطة توازن جديدة  $B$ . في هذه النقطة يتم إعادة توزيع عنصر العمل بين القطاعات: فيرتفع في القطاع التبادلي وينخفض في القطاع الغير التبادلي. إن انخفاض اليد العاملة في القطاع الغير تبادلي يخلق حالة فائض طلب على هذه السلع. من جهة أخرى نعلم أن أثر الدخل يغذي سعر السلع الغير تبادلية، مما يجعل منه قطاع مربح انظر (ii) حيث  $i$  القطاع الغير تبادلي هذا ما يؤدي إلى زيادة طلب اليد العاملة لصالح القطاع، دافعا بمنحنى السلع الغير تبادلية إلى التنقل نحو اليمين إلى  $L'S$  مما يعدل معه الأجر التوازني إلى مستويات أعلى  $2w$ . وينتج عن هذه الهيكلة الجديدة تعديل في نقطة التوازن من  $B$  إلى  $G$ ، وإلى هذا المستوى الجديد ينخفض عنصر العمل في القطاع الصناعي والتبادلي ككل أنظر  $i$ . وكخلاصة لذلك، فإن القطاع الصناعي تعرض لتقل مزدوج لعنصر العمل: أثر تنقل عنصر العمل المسافة بين  $M$  و  $M'$  (وأثر الإنفاق) المسافة بين  $M'$  و  $M''$ .) وعليه يتضح لنا أن أزمة خارجية موجبة لها أثرين على مستوى سوقين متباينين<sup>1</sup>:

\* أثر الإنفاق الذي يخص سوق السلع، و\* أثر تنقل العناصر الذي يرتبط بسوق عوامل الإنتاج.

<sup>1</sup> - عيد القادر دربال، مختار دقيش، مرجع سابق، ص 114

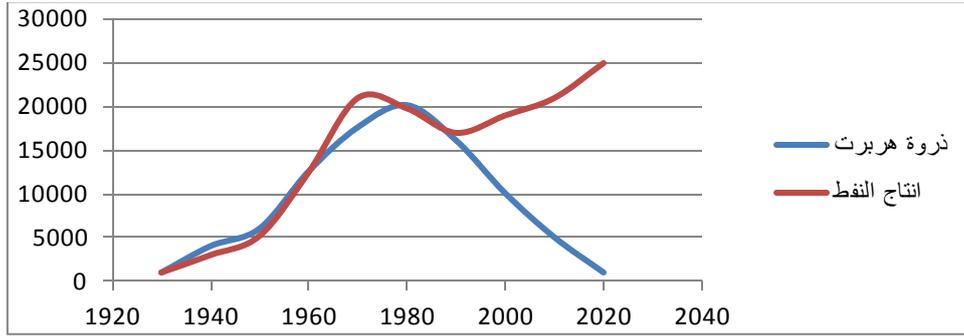
المطلب الثاني: الطلب على النفط وذروة هربرت

الفرع الأول: نظرية هربرت وذروة النفط

تستند أهمية العمل الذي قام به هربرت إلى توقعه المثير للجدل الذي أعلنه سنة 1956 حول وصول إنتاج النفط في الولايات المتحدة ذروته في أوائل السبعينات وقد بدأ فعلا بالهبوط إثر ذلك وبعد تحقيق توقعاته تبنت حركة الحفاظ على الموارد الطبيعية هربرت كأسطورة في زمنه<sup>1</sup> ففي خمسينيات القرن الماضي قدم الجيولوجي كينج هربرت نظريته حول ذروة النفط والتي قوبلت بالسخرية حتى عام 1971 أين بدأ إنتاج النفط الأمريكي يتناقص ولازال لحد الآن فبعد أن كانت أمريكا هي المصدرة للنفط صارت دولة مستوردة له وذروة النفط تكررت في بريطانيا صاحبة حقول الشمال سنة 1999 وحدثت للنرويج سنة 2005، فإنتاج البترول محكوم بالظروف الاقتصادية فمثلا في فترات الانكماش يقل الطلب عليه وكذا الأحداث السياسية كالحروب والثورات فينتأثر بشكل الخط البياني للإنتاج بالتوافر المتزايد للموارد البترولية غير التقليدية ومنها النفط الثقيل والمواد المستخلصة من الغاز الطبيعي ورمال القطران وكذا بتكنولوجيا الاستخراج الجديدة و الأثر المستخلص لتلك العوامل هو تسطيح القمة و إطالة خط الانحدار. حيث ركز هربرت حول أربعة أسئلة تمحورت حول ما هي كمية النفط المتبقية لاستغلالها؟ ما هو احتمال وجود اكتشافات جديدة؟ ما هو المعدل المتوقع للاستهلاك الاجمالي للبترول؟ ومتى تكون نهاية عصر النفط؟ الجواب على هذه الأسئلة هو أساس نظرية هربرت وأظهر هربرت لذروة البترول سنة 1956 كما يلي في الشكل (01-03).

<sup>1</sup> - ديفيس .س. كينيث، ما بعد النفط منظور إليه من ذروة هربرت، ترجمة الدمولوجي صباح صديق، دراسات الوحدة العربية، بيروت 2009،ص

الشكل(03-01):منحنى هربرت وتوقعه ذروة النفط عند وتيرة إنتاج 200 ألف برميل سنوي



Source : <sup>1</sup>Steven.M Gorelick, *Oil Panic and global crisis, prediction and Myths*, Wiley-Blackwell, <sup>1st</sup> edition, New Jersey,2011,p03

### الفرع الثاني: ذروة هربرت من جانب الطلب

ما أسفرت عنه الأزمة النفطية الأخيرة أن ذروة النفط التي تحدث عنها هربرت نعيشها من جانب الطلب وليس العرض فتقارير الطاقة مؤخرا تتحدث بكثرة عن اقتراب ذروة النفط من الاتجاه المعاكس (الطلب)؛ حيث توقعت بيتشي جروب في 26 مارس 2013 أن الطلب على النفط يقترب من نقطة اللاعودة وقد يصل إلى مستوى ذروته بحلول 2020 فعند ما ننظر إلى مستوى الطلب خلال الفترة 2009-2012 نجد أنه ارتفع من 85.4 مليون برميل يوميا إلى 88.1 مليون برميل يوميا في 2010 ولكنه ارتفع بعد ذلك إلى 89.8 مليون برميل يوميا في 2012 أي ما يقارب 2% وهذا نمو متدن كما لم تشهد الفترة السابقة ارتفاعات كبيرة في الأسعار حتى تمارس ضغوط على الطلب العالمي، حيث بلغ متوسط أسعار غرب تكساس خلال نفس الفترة ما بين 62 و 95 دولار للبرميل وبرت ما بين 62 و 112 دولار للبرميل وأن من الواضح أن الطلب العالمي على النفط يقترب من ذروته<sup>2</sup>. رغم أن معدل نمو استهلاك النفط في آسيا تضاعف ولكنه عوض النقص في طلب الولايات المتحدة الأمريكية التي ترى أن هذا الموقف يتعارض مع تنبؤ وكالة الطاقة الأمريكية التي ترى أن الطلب العالمي سيرتفع إلى 98 مليون برميل يوميا في 2020 لكن هذه التنبؤات تتغير مع ارتفاع كفاءة استهلاك الوقود في المركبات والاستعانة بالغاز الطبيعي بدلا من النفط في بعض القطاعات الاقتصادية التي كانت تستخدمه تاريخيا بما في ذلك المركبات الخفيفة والنقل البحري والسكك الحديدية وسيلعب مستوى الأسعار دورا هاما في تحديد سرعة الانتقال من النفط إلى المعايير الأخرى، كما أننا لا نستطيع تجاهل تغير هيكل مرونة الطلب في الولايات المتحدة الأمريكية أكبر مستهلك للنفط في العالم وتجاوبه مع ارتفاع الأسعار عكسيا واستخدام الغاز كوقود لتوليد الكهرباء في

<sup>2</sup> - فهد بن جمعة، نظرية ذروة النفط من جانب الطلب، قناة العربية، متوفر على الموقع الإلكتروني: <http://www.alarabiya.net/ar/aswaq> ، تاريخ الإطلاع: 2016/12/11 الساعة 14.00

الشرق الأوسط. كمحاولة للدول المنتجة زيادة صادراتها من النفط كما أن الصين بدأت تغير من إنتاجها الصناعي ذات الكثافة العالمية لاستخدام النفط إلى قطاعات أخرى أقل كثافة لاستخدامه دون المساس بمكونات نموها الاقتصادي علما أن النقل مسؤول عن 60% من استخدام النفط العالمي ولكن التغيرات الهيكلية في استعمال الطاقة سيكون لها أثر كبير على الاستهلاك العالمي، وهذا ما يفسر أن ذروة النفط انتقلت من جانب العرض كما تتبأ هربرت في السبعينات إلى جانب الطلب وتعتبر انخفاض الأسعار مع ارتفاع معدلات الإنتاج في الأزمة النفطية الأخير تفسيراً واضحاً للظاهرة.

### المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على تقلبات أسعار النفط وآثارها

يعتبر النفط سلعة استراتيجية تحكمها أبعاد اقتصادية وسياسية وأمنية، بحيث تؤثر هذه السلعة على مختلف الأطراف في سوق النفط وترجع العوامل المؤثرة إلى عوامل جيولوجية حيث أن الدول النفطية الكبرى وصلت إلى ذروة إنتاجها ولا تتوفر فيها احتياطات نفطية جيدة يمكن استغلالها كذلك بعضها يعود إلى ظروف اقتصادية وكذا الاختلاف في الرؤيا والمصالح بين الدول المنتجة والمستهلكة ولكن يبقى الطلب والعرض هما المحددان الأساسيان لسعر النفط شأنه في ذلك شأن أي سلعة أخرى وسواء كانت التقلبات على مستوى ارتفاع الأسعار أو انخفاضها فهذا له أثر على الدول النفطية ذات الطابع الريعي، وتم تقسيم المبحث إلى:

#### المطلب الأول: العوامل المؤثرة على تقلبات أسعار النفط؛

#### المطلب الثاني: آثار تقلبات الأسعار على الدول المنتجة.

#### المطلب الأول: العوامل المؤثرة على تقلبات أسعار النفط

#### الفرع الأول: العوامل الاقتصادية

إن الاستقرار في السوق النفط العالمي يعتمد على العرض والطلب والموازنة بينهما، بالإضافة للمخزون العالمي من النفط لأن النفط سلعة استراتيجية لها أهميتها في النمو الاقتصادي فهناك عوامل تؤثر في جانب العرض والطلب العالميين.

#### أولاً: الطلب العالمي على النفط:

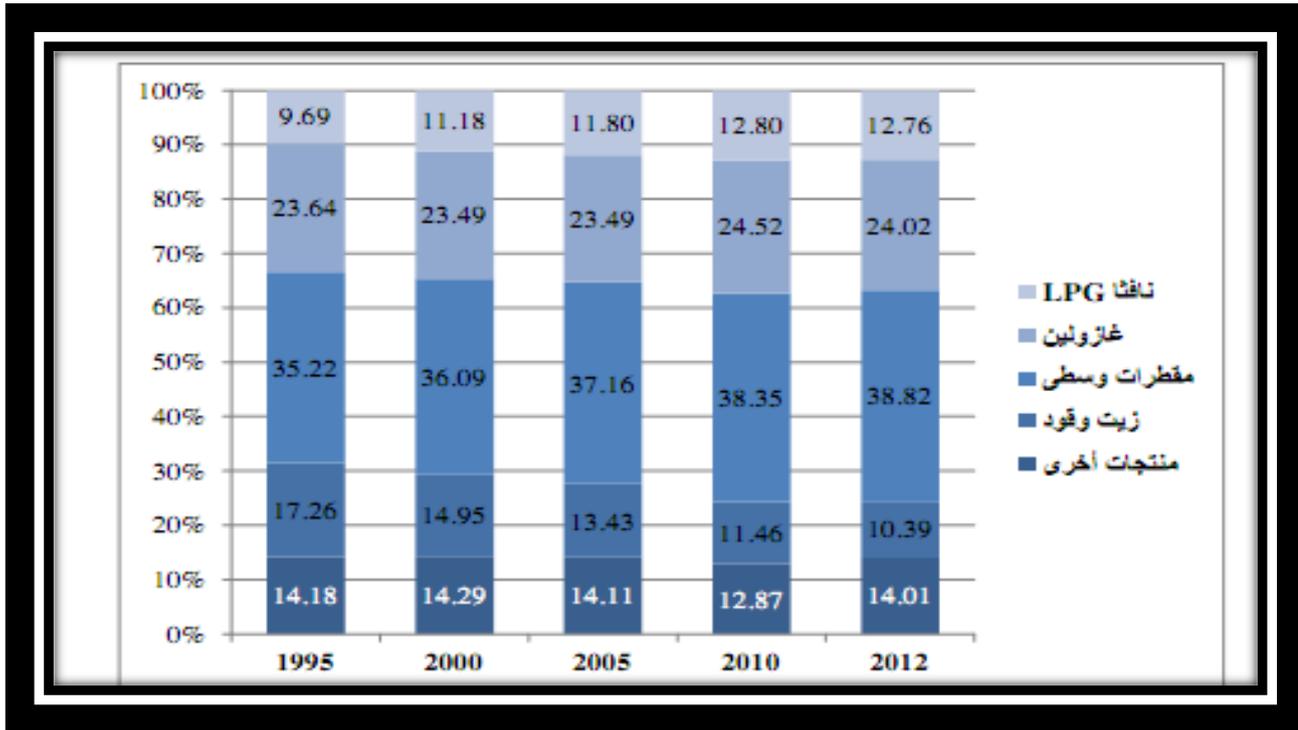
ينقسم الطلب العالمي على النفط إلى قسمين<sup>1</sup>:

الطلب بغرض الاستهلاك والطلب بغرض المضاربة ويمر الطلب على النفط بعدة تغيرات منذ الصناعة البترولية ولطالما كان الطلب على النفط في تزايد مستمر خاصة بعد دخول الهند والصين وزيادة استهلاكهما للنفط؛

<sup>1</sup> - عماد الدين محمد المزيتي، العوامل التي أثرت على تقلبات أسعار النفط العالمية، مجلة جامعة الأزهر (سلسلة العلوم الإنسانية)، العدد الأول، المجلد 15، غزة، 2013، ص 334

أما الطلب على النفط بغرض المضاربة أو الأسواق المستقبلية للنفط، فقد عرفت هذه الأسواق منذ منتصف الثمانينات من القرن الماضي بدخول السماسرة والمضاربين للأسواق العالمية وتعاملهم في بيع البراميل الورقية بهدف تحقيق الأرباح وتأثر الطلب بصورة رئيسية بعوامل عديدة ذات تأثيرات مختلفة، ومنها معدلات النمو الاقتصادي المشجعة للطلب.

الشكل (01-04): تطور الطلب على النفط (1995-2012)



المصدر: عماد مكي، مجلة النفط والتعاون العربي، الأمانة العامة لمنظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول، العدد 150،

المجلد 40، الكويت، 2014، ص 61

يبين الشكل تطور هيكل الطلب على المنتجات النفطية في العالم خلال (1995-2012) حيث واجهت صناعة تكرير النفط في العالم مشكلة التغير المستمر لهيكل الطلب على المشتقات النفطية، وخاصة في

العقدين الماضيين، حيث انخفض الطلب على المنتجات الوسطى والخفيفة، فقد انخفضت بالنسبة لزيت الوقود في هيكل الاستهلاك من 17.6% عام 1995 إلى 10.39% عام 2012، بينما ارتفعت نسبة الطلب على المقطرات الوسطى والغازولين من 58.56% إلى 62.84% عام 2012.

### ثانياً: العرض العالمي على النفط

تعتبر الامكانيات المتاحة من المخزون في حقول النفط وسياسات الدول النفطية ومدى حاجتها إلى النفط لمواجهة احتياجاتها المحلية أو تصديره ومن أجل الحصول على موارد نقدية لتلبية الاحتياجات المالية أو الاحتفاظ به للأجيال المستقبلية ومن العوامل المؤثرة على العرض العالمي للنفط:

- الطلب العالمي على النفط؛
- السعر ودوره الحيوي في تحديد العرض؛
- المخزون التجاري الاستراتيجي خاصة خلال التقلبات الموسمية .

### 1- الأطراف المسيطرة على إنتاج النفط:

لقد مرت الصناعات البترولية منذ نشأتها بتركيزها على ثلاث شركات ثم سبع شركات عالمية للنفط سيطرت على الإنتاج العالمي واحتكرت السوق وتمكنت من فرض سيطرتها على آليات الطلب والعرض وقد اتجهت الدول المصدرة والمنتجة للنفط لإنشاء كارتل ينظم العلاقة بين أطراف السوق.

### الطرف الأول: الشركات العالمية للنفط

- الشركات العالمية الكبرى ( الشقيقات السبع):

لقد سيطرت شركات الشقيقات السبع\* على السوق العالمية للنفط خلال ما يزيد على خمس عقود زمنية حيث كانت تمتلك عدّة مميزات منها ارتباطها الوثيق ببعضها الذي ساعدها في تنسيق سياساتها السعرية فيما بينها، كذلك تمكنت من نسج خيوط شبكة عالمية فيما بينها تمتد مظلتها لتغطي الأنشطة الإنتاجية المختلفة كالإنتاج، التسويق، النقل والتوزيع، كما أن هناك عاملاً ثالثاً لا يقل أهمية عن السابقين مكن هذه الشركات من إحكام السيطرة على السوق العالمي للنفط، ألا وهو وجود هذه الشركات في سوق الولايات المتحدة الأمريكية ذات النفوذ الاقتصادي والسياسي فضلاً عن تنوع أنشطتها في الصناعات المختلفة الغير نفطية<sup>1</sup>.

وتشمل الشركات السبع كل من: "إيسو، رويال دتتش شل، بي بي، موبيل، شيفرون، جولف أويل، تكساكو".

\* - الأخوات السبع تتألف من ثلاث شركات تشكلت بعد تفكيك حكومة الولايات المتحدة لشركة ستاندرد أويل بسبب "قانون شيرمان لمكافحة الاحتكار" ، إلى جانب أربع منظمات أخرى تمثل شركات النفط الكبرى، لها هيمنة على إنتاج النفط هيمنة من إنتاج النفط ، وتحسين التوزيع ، وكانوا قادرين على الاستفادة من الزيادة السريعة في الطلب على النفط وتحويله لأرباح هائلة. وهي منظمة تنظيمياً جيداً وقادرة على التفاوض باعتبارها كارتل ، والأخوات السبع تمكنوا من الحصول على هيمنة على معظم إنتاج دول العالم الثالث من النفط ، وكان لها تأثير رافض لبدأ سيطرة الدول العربية على أسعار النفط والإنتاج ، من خلال تشكيل أوبك بصورة رئيسية في بداية 1960.

<sup>1</sup> - مجيد قنحي الخوالي، اقتصاديات النفط، دار حافظ للنشر والتوزيع، السعودية، 1992، ص113

لكن باعتبار سنة 2017 لم يبقى من الشركات السبع سوى " بي بي، أكسون موبيل، رويال داتش شل، شيفرون"، كما أشارت " فاينانشيال تايمز" إلى ظهور مجموعة " الأخوات السبع الجديدة" والتي تشمل " أرامكو السعودية، غاز بروم الروسية، مؤسسة البترول الصينية، الشركة الوطنية الإيرانية للنفط، بترول دي فنزويلا، بتروبراس البرازيلية وبتروناس الماليزية"، والفارق هنا أن هذه الشركات وطنية بالدرجة الأولى تحاول بأقصى طاقتها تحقيق مصالح الدول التي تنتمي إليها وليس بينها اتفاق خفي.

- الشركات الكبرى الأخرى مثل الشركة الفرنسية للنفط في الشرق الأوسط أكتيين في أوروبا وكذلك شركة فيليبس بترول كيوم وشركة أكسيد نتال وهذه الشركات مؤثرة في سوق النفط مثل الشركات الكبرى السبع؛

- الشركات الأمريكية المستقلة: وهي شركات لا تعمل إلا في الولايات المتحدة الأمريكية ذات أحجام مختلفة وتمتاز هذه الشركات لإنتاجها للنفط فقط؛

- شركات بترول وطنية: وهي تلك الشركات التي تكون مملوكة للدولة وتتبع السياسة النفطية للحكومة، الأمر الذي يؤدي لضعف سيطرتها على البترول العالمي لكنها محتكرة للسوق المحلي.

#### - الطرف الثاني: الدول المصدرة للنفط

وتنقسم هذه الدول لمجموعتين إحداهم تضم مجموعة الدول الأعضاء في منظمة الأوبك وتعتبر هذه المنظمة ذات أثر كبير في تقلبات أسعار النفط، لأنها تعمل في ظل كارتل منظم والأخرى تشمل على الدول المنتجة للنفط غير الأعضاء في منظمة الأوبك وتهدف هذه المنظمة إلى حماية الدول المصدرة من أي إجراءات تجاه أسعار وذلك من خلال تأمين أعلى الأسعار للنفط الخام وهذا يشير إلى نجاح منظمة الأوبك في قدرتها في التأثير على الأسعار.

إن التنبؤ أو تقدير أسعار النفط في المستقبل متطور لأن النفط هو المنتج السلعي المتاح عالميا خلافا لغيره من المنتجات، ونوعية المنتجات النفطية يمكن أن تكون مختلفة لتلبية الاحتياجات المختلفة للمستهلكين . وبما أن سوق النفط هو أساسا أنشطة إقليمية تتبع من التعاون من مختلف البلدان والأحزاب التي لها احتياجات وبيئات مختلفة، فإن عدة عوامل تنطوي على ذلك بصورة مباشرة وغير مباشرة ومنها<sup>1</sup>:  
- النمو الاقتصادي هو العامل الذي يتطابق إيجابيا مع سعر النفط وعندما ينمو الاقتصاد، سيزداد الطلب على النفط في حياتنا اليومية وكذلك الطلب على مواجهة التوسع الاقتصادي إذا كان إنتاج العالم غير قادر على تلبية النمو، وسعر النفط هو بالتأكيد في الارتفاع وعلى العكس من ذلك، سينخفض سعر النفط إذا

<sup>1</sup> - Why does oil prices rise and fall?,p01

كان نمو الاقتصاد ضئيلاً في ضوء زيادة المعروض من النفط ويلاحظ أن معدل نمو الاقتصاد العالمي في كل منطقة يجب أن يؤخذ في الاعتبار؛

-الطقس: تعتبر التغيرات الموسمية عاملاً آخر يؤدي إلى عدم التوازن بين الطلب على النفط والإنتاج . وبشكل خاص، فإن أنماط الاستهلاك في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية تملئها بشكل واضح التغيرات الموسمية ففي فصل الشتاء يرتفع الطلب من زيت التدفئة (أساساً الديزل وزيت الوقود) فيبدأ تجار النفط لزيادة المخزون من زيت التدفئة في الربع الرابع من السنة للتخصير لفصل الشتاء في بداية العام، ونتيجة لذلك يميل سعر النفط إلى الزيادة خلال الفترة المذكورة؛ وبالإضافة إلى ذلك، فإن الطلب حساس للبرودة فيحصل ارتفاع الطلب هو بسبب المخاوف من نقص النفط مما يدفع المستهلكين لزيادة مخزونات النفط مما يؤدي أيضاً إلى زيادة العرض وقد تؤثر على الأسعار أيضاً؛

-وفي الوقت نفسه، في فصل الصيف هو موسم القيادة للدول الغربية ابتداء من الربع الثالث من العام أو حوالي يوليو وبالنظر إلى أن الطلب على البنزين أعلى من أنواع السلع الأخرى فإن سعره يميل إلى الزيادة في الربع الثاني من العام وباختصار فإن الطقس عامل أساسي آخر يساهم في تغير الطلب والعرض وسعر النفط؛

- القدرة الإنتاجية لمنظمة الأوبك إذا لم يكن الإنتاج متماشياً مع الطلب فسوف يتأثر سعر النفط كما شهد ارتفاع الأسعار خلال الأزمات النفطية العالمية الماضية، وبالتالي فإن البلدان ذات الإحتياطيات العالية والقدرة الإنتاجية لديها قوة تفاوضية قوية فيما يتعلق بالأسعار. والأوبك يمكنها إدارة ومراقبة الإنتاج لتلبية الاستهلاك إذا كان إنتاج العضو مرتفع جداً أو منخفض جداً، فإن الأسعار سوف تتأثر تبعاً لذلك، فعلى سبيل المثال، يمكن أن يؤدي الإضراب المتزايد والمتواصل لعمال النفط في نيجيريا إلى عواقب في خفض الإنتاج وارتفاع الأسعار؛

- سياسة الأوبك تؤثر السياسة التي وضعتها أوبك أيضاً على الطلب والعرض من سوق النفط بشكل كبير، وباعتبارها أكبر منتجي النفط واحتياطاته في العالم فإن إعلان منظمة الدول المصدرة للنفط (أوبك) لزيادة أو خفض مستوى الإنتاج، لا بد أن يؤدي إلى ارتفاع أسعار النفط؛

- الإحتياطيات النفطية للمستهلكين الرئيسيين في العالم: عادة كل دولة تعمل على الحفاظ على مستوى المخزون لديها من النفط فقط لتلبية الطلب بما فيه الكفاية من أجل تقليل النفقات. ومن شأن مخزون النفط الكافي أن يقلل من القلق من نقص المعروض ومن المرجح أن يكون سبب في خفض السعر وفي الوقت نفسه، عندما يتجاوز الطلب التوقعات، ينخفض المخزون بعد ذلك مع ارتفاع الاستهلاك ويؤدي إلى نقص في العرض في ظل هذا السيناريو، فإن السعر سيرتفع. ونتيجة لذلك فإن المستهلك الكبير مثل الولايات المتحدة الأمريكية أو البلدان الأوروبية قد أولت اهتماماً خاصاً لتخزين النفط؛

- الطاقة البديلة إن اكتشاف وتطوير التكنولوجيا لاستغلال مصادر الطاقة البديلة الأخرى مثل الغاز الطبيعي والفحم والنووية وغيرها لاستبدال النفط بأسعار تنافسية وتلبية احتياجات المستهلكين بكفاءة، سيقبل من الطلب وسعر النفط وطالما أن التكنولوجيا والتنمية لا تزال محدودة فإن سعر النفط سوف يتقلب ويعتمد على عدم التوازن بين العرض والطلب. ومع ذلك فإن أزمة النفط العالمية تنبه البلدان التي الذين تعاني من تقلبات أسعار النفط إلى تسريع خطتهم لتطوير أنواع الوقود البديلة الأخرى .

### الفرع الثاني: العوامل الاقتصادية المؤثرة على أسعار النفط

#### أولاً: العوامل الفنية المؤثرة على أسعار النفط

ولتجارة المنتجات النفطية في السوق وبصرف النظر عن مراقبة الأخبار والحركة وفقا للعوامل الأساسية لسوق النفط، فإن التجار يحتاجون إلى معلومات وإحصائية وكذلك متوسط سعر قياسي أو تاريخ للمنتجات النفطية لتحديد سعر اليوم وتؤثر هذه المعلومات أيضا على قرار بيع النفط وشرائه، كما أنها تؤثر تأثيرا غير مباشر على مستوى الأسعار خصوصا تأثيرها يكون أكبر في السوق المستقبلية التي لديها أكبر حجم من التداول أكبر من حجم القائمة الحقيقية في السوق يتم تكهن التداول في الغالب لتحقيق الربح وفي الوقت الحاضر هناك خمسة أسواق مستقبلية رئيسية: بورصة نيويورك التجارية (نيمكس)، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية. إنترناشونال بيتروليوم إكسهانج (إيب)، لندن، أوك؛ بورصة سنغافورة (سغس)، سنغافورة؛ بورصة طوكيو للسلع الأساسية (توكوم)، اليابان؛ و بورصة شنغهاي الآجلة الصين<sup>1</sup>؛

#### ثانياً: عامل سعر الصرف

الصرف الأجنبي يتم تداول النفط دوليا ويتم بيعه بالدولار الأمريكي لذلك فإن تغير قيمة العملة الأجنبية عند مقارنتها بالدولار الأمريكي يؤثر على سعر النفط وعند انخفاض قيمة الدولار الأمريكي ستكون أسعار النفط الخام والمنتجات النهائية المستوردة أرخص عندما تحسب بالعملة المحلية وعلى العكس من ذلك فإن السعر عندما يحسب بالدولار الأمريكي سيكون أعلى. كما سيؤدي ارتفاع الدولار الأمريكي إلى انخفاض أسعار النفط وعلاوة على ذلك فإن تقلب العملات الأجنبية سيجعل من الصعب على التجار مقارنة أسعار النفط في كل سوق.

#### ثالثاً: العوامل الجيوسياسية

تلعب العوامل الجيوسياسية دورا هاما ومؤثرا في ارتفاع أسعار النفط فالتوترات والاضطرابات والنزاعات التي تحدث في مناطق إنتاج النفط وتكريره والذي يهدد أمن تدفق الامدادات النفطية إلى المستهلكين وتدفع أسعار النفط إلى الارتفاع وبذلك بقي العامل السياسي عاملا أنيا ومرحليا مرهونا بظروف سياسية معينة وأثر الاضطرابات والنزاعات في تذبذب أسعار النفط إلى مستويات غير مسبوقة.

<sup>1</sup> Why does oil prices rise and fall?, op- cit , p 02

رابعاً: عوامل تقنية

تؤدي أعمال التطوير والصيانة الدورية نتيجة لحدوث مشكلات فنية أو حريق إلى وقف الإنتاج لفترة زمنية محدودة، وقد شهد عام 2008 حدوث حرائق وفيضانات وأعاصير أدى إلى توقف الإنتاج في مناطق وارتفاعه في مناطق أخرى ومن أمثلة ذلك<sup>1</sup>:

- قامت شركة أرامكو باغلاق رصيف رقم 1 في مرفأ رأس التنورة بسبب اندلاع الحرائق حيث يمثل المرفأ رأس التنورة السعودي طاقة لشحن 5.5 إلى 6 مليون طن يوميا من النفط؛
- الفيضانات في تكساس في الولايات المتحدة الأمريكية أدت لخفض إنتاج مصفاة النفط بمقدار 180 ألف برميل يوميا؛

- التعطيل في بعض مصافي التكرير النفطية الأمريكية.

المطلب الثاني: آثار تقلبات الأسعار على الدول المنتجة

إن التقلبات الشديدة في أسعار النفط لها آثار عنيفة على كامل مستويات النشاط الاقتصادي في اقتصاديات الدول النفطية وهذا باعتبار أن الإيرادات المالية والتي بواسطتها يتحرك الاقتصاد الكلي للدولة يعتبر مصدرها المطلق إن لم نقل الوحيد هو النفط وهو ما جعل قضية الاستقرار الاقتصادي في هذه الدول غاية في التعقيد خصوصا وأن المتغيرات الاقتصادية الكلية تتأثر بشكل شديد بتقلبات أسعار براميل النفط في الأسواق العالمية حيث أن الشيء الملاحظ هو أن " الموارد المالية للنفط الخام تشكل أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول المنتجة للنفط الخام فهي تعتمد على هذه العائدات النفطية لتمويل برامجها التنموية وكذلك لتعظيم الانفاق العام وتمويل خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية في هذه الأقطار<sup>2</sup>.

الفرع الأول: الآثار المترتبة في حالة تغير الأسعار

أولاً: الآثار المترتبة في حالة ارتفاع الأسعار

ينعكس ارتفاع أسعار النفط ايجابا على اقتصاديات الدول المصدرة وذلك من خلال:

- زيادة كبيرة في العوائد النفطية وانعكاس ذلك على تطور مستوى معيشة الفرد: حيث بلغت العوائد النفطية للدول المصدرة 90 مليار دولار عام 1974 لتصل إلى 278 مليار دولار عام 1980 ثم إلى 167 مليار دولار عام 2001 وقد أتاحت هذه العوائد فرصا لتحسين مستويات المعيشة في هذه الدول، وعززت من قدرات الحكومات على تنفيذ خطط التنمية الاقتصادية؛
- زيادة حجم الفوائض المالية النفطية حيث ارتفعت الفوائض المالية في هذه الدول من 5 مليار دولار سنة 1973 إلى 106 مليار دولار عام 1980.

<sup>1</sup> - عماد الدين الزريبي، مرجع سابق، ص 338

<sup>2</sup> - وحيد خير الدين، أهمية الثروة النفطية في الاقتصاد الدولي والاستراتيجيات البديلة البديلة لقطاع المحروقات، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012-2013، ص 110

ثانياً: آثار المترتبة في حالة انخفاض الأسعار

تتلخص فيما يأتي<sup>1</sup>:

- انخفاض من العوائد النفطية وتراجع معدلات النمو الاقتصادي: انخفضت العوائد النفطية للدول المصدرة بصورة واضحة سنة 1982 لتبلغ 202 مليار دولار بعد أن تجاوزت 279 مليار دولار سنة 1980 بسبب الظروف السائدة في تلك المرحلة ولقد ترتب على ذلك انخفاض الانفاق العام في هذه الدول وتراجع في معدلات النمو الاقتصادي؛

- انخفاض حجم الفوائض المالية النفطية: ترتب على هذا الانخفاض لجوء العديد من الدول البترولية إلى السحب من أموالها المودعة لدى البنوك الأجنبية لتغطية جانب من إنفاقها الجاري أو اللجوء للاقتراض حيث تراجعت الفوائض المالية من 106 مليار دولار عام 1980 إلى 59 مليار دولار سنة 1981؛

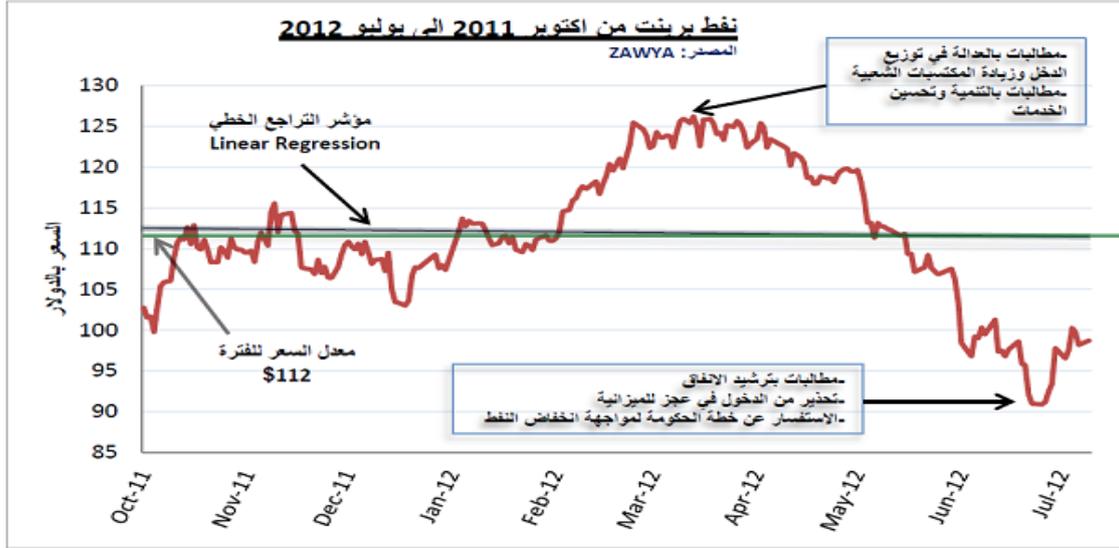
- تدهور شروط التبادل الدولي في غير صالح هذه الدول واتساع فجوة العجز في الحسابات الجارية لموازن مدفوعات؛

- انخفاض أسعار النفط يشجع الدول المنتجة على ترشيد الانفاق العام وتنويع صادراتها وتوسيع قاعدتها الإنتاجية بدلاً من اعتمادها الكلي أو الشبه الكلي على إنتاج وتصدير مادة أولية واحدة.

إن الدول النفطية وبمجرد هبوب رياح انخفاض أسعار النفط نجد القائمين على الشؤون الاقتصادية والسياسية في هذه البلدان يسارعون إلى المطالبة بترشيد الانفاق والتخفيف من الدخول في عجز الميزانية ويطالبون بوضع خطة طارئة لمواجهة الانخفاضات الكبيرة في أسعار النفط والعكس صحيح فعند ارتفاع أسعار خامات نجد بعض السلوكيات غير المنطقية من طرف الاعلاميين والاقتصاديين والسياسيين خاصة في أحزاب المعارضة يطالبون بإعادة توزيع الثروة أو الريع البترولي ورفع مستوى الأجور وتحسين مستوى الخدمات وهذا رغم أن هذه الارتفاعات هي ارتفاعات مؤقتة فقط متجاهلين ما تخفيه الأسواق النفطية العالمية في كواليسها والشكل التالي يوضح السلوكيات الغير منطقية للبعض والغير مبنية على أسس اقتصادية سليمة وهذا حسب أسعار خام برنت للفترة من أكتوبر 2011 إلى شهر جويلية<sup>2</sup> 2012.

الشكل(01-05): العلاقة بين أسعار النفط وسلوكيات المجتمعات النفطية

<sup>1</sup> - أحمد منذور، أحمد رمضان، اقتصاديات الموارد الطبيعية والبشرية، الدار الجامعية للطباعة، بيروت، 1990، ص 193  
<sup>2</sup> - محمد رمضان، تقلبات أسعار النفط ولعنة الموارد والحاجة للميزانية الصفرية، مركز الأبحاث "senyar capital"، 2012، ص 07



المصدر: محمد رمضان، تقلبات أسعار النفط ولغة الموارد والحاجة للميزانية الصفرية، مرجع سابق، ص 07

إن الشيء الملاحظ من خلال الشكل هو أنه عند تجاوز سعر خام البرنت سقف 120 دولار أمريكي تزايد حجم للبرميل المطالبة بالعدالة في توزيع الدخل أو الربح البترولي، وزيادة المكتسبات الشعبية إضافة إلى المطالبة بالتنمية وتحسين الخدمات وكان هذا خلال الفترة من فيفري 2012 إلى شهر ماي من نفس السنة وبعد شهر ماي أي عند بداية انخفاض أسعار خام البرنت إلى ما دون 112 دولار وهو معدل السعر للفترة ( أكتوبر 2011- يوليو 2012) لتصل إلى حدود 90 دولار للبرميل وهنا بدأت المطالبة في الدول النفطية وخاصة الخليجية بترشيد الانفاق والتحذير من الدخول في عجز الميزانية وكثرت الاستفسارات عن الخطط المحتملة لمواجهة الانخفاض في أسعار النفط؛

فالتقلبات المستمرة في أسعار النفط جعلت اقتصاديات الدول النفطية تعيش حالة اضطراب دائمة ومستمرة، مثلاً عند حدوث الانخفاض الكبير في أسعار في أواخر عام 1985 وأوائل 1986 حدثت أزمات كارثية في الدول المصدرة للبتروول سواء كانت من بين أعضاء الأوبك أو من خارجها ودخلت اقتصادياتها في مديونية ضخمة أثقلت كاهلها ولسنوات طويلة<sup>1</sup>.

وحتى عند ارتفاع أسعار براميل النفط في الآونة الأخيرة أصبحت الدول النامية تتأثر بسبب"الصلة الوثيقة" التي أصبحت بين أسعار الطاقة وأسعار الغذاء، فكلما ارتفعت أسعار الوقود الأحفوري ارتفعت أسعار المواد الغذائية وبهذا أصبح لهذا المزيج تبعات مدمرة في حالة الفقر بسبب الأمن الغذائي في العالم، حيث أن أسعار الطاقة المرتفعة سترفع من أسعار الأسمدة وأسعار النقل، وهي أكثر العوامل تأثيراً على أسعار الغذاء، وهذا بالإضافة إلى أن الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة الأمريكية التي استخدمت من عام 2005 ربع محصولها من الذرى، وهو ما يمثل 10% من الإنتاج العالمي في إنتاج

<sup>1</sup> - وحيد خير الدين، مرجع سابق، ص 128

الوقود الحيوي، بسبب ارتفاع أسعار البترول ومع زيادة الجفاف والطلب ارتفعت أسعار المواد الغذائية الأساسية بنسبة 75% عام 2005<sup>1</sup>، وهو ما أثر على اقتصاديات الدول المنتجة للبترول، لهذا يتوجب على السلطات في هذه الدول التخلص من الاعتماد الشبه الكلي على الربيع النفطي، واستثمار الإيرادات النفطية الضخمة خلال هذه الفترة في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تنويع الاستثمارات في قطاعات أخرى من شأنها أن تكون البديل الحقيقي لهذا المورد الناضب والغير مستقر حتى في إيراداته بدلا من توجيه هذه الإيرادات للاستثمارات خارج الأقطار المصدرة للنفط من خلال الصناديق السياسية التي تستثمر إيرادات الثروة النفطية خارج أقطارها الأصلية وهذا رغم أن فضاءات الاستثمار داخل هذه الدول هي فضاءات جد ممتازة.

### الفرع الثاني: تبعية الاقتصاد الجزائري لقطاع المحروقات

يعتبر الاقتصاد الجزائري اقتصادا ريعيا، باعتماده على الموارد الطبيعية فقط وهذا من خلال تأثيره على مجمل المتغيرات الاقتصادية الكلية.

أولا: مساهمة قطاع المحروقات في الاقتصاد الجزائري

تشكل الثروة البترولية المصدر الرئيسي سواء من الناحية الطاقوية أو من الناحية المالية بالنسبة للاقتصاد الجزائري، فمنذ الاستقلال والجزائر تعتمد على إيرادات الثروة النفطية في تمويل برامجها التنموية، لهذا أولت للقطاع أهمية كبرى وهذا ما جعل الاقتصاد الجزائري يفقد توازنه لصالح قطاع المحروقات على حساب باقي القطاعات ولكن في ظل هذه التقلبات لأسعار النفط يبقى الاقتصاد الوطني مهددا .

### 1- تطور نسبة صادرات المحروقات من إجمالي الصادرات الجزائرية للفترة 1995-2014

تمثل صادرات المحروقات نسبة كبيرة من إجمالي الصادرات في الجزائر بنسبة تتجاوز 97% أي أنها تؤثر في القيمة الكلية للصادرات فإذا ارتفعت تزيد معها قيمة إجمالي الصادرات والعكس صحيح.

(01-05): تطور صادرات المحروقات من إجمالي الصادرات خلال الفترة (1995-2014) (مليون

دينار جزائري، نسبة مئوية)

النسبة صادرات المحروقات من إجمالي الصادرات	إجمالي الصادرات	السنوات
96.47	14467.53	1995
96.88	13345.65	1996
95.85	12194.96	1997

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص23

95.24	10807.22	1998
96.56	9771.3	1999
94.56	1113.73	2000
92.05	14507.98	2001
96.32	11104.33	2002
96.22	13692.4	2003
96.4	23050.17	2004
97.22	20085.44	2005
96.11	26015.07	2006
97.27	34178.43	2007
98.03	48714.92	2008
97.91	57121.82	2009
97.79	63511.38	2010
97.50	88223.26	2011
97.7	45180.00	2012
98.3	57090.00	2013
97.19	66792.30	2014

تقرير بنك الجزائر للفترة (2002-2014)، متوفر على الموقع الإلكتروني [www.bank-of-algeria.dz](http://www.bank-of-algeria.dz) : تاريخ الإطلاع

10.00 الساعة 2018/09/21

من خلال الجدول يتضح أن قطاع المحروقات يستحوذ على حصة كبيرة تفوق 95% من إجمالي الصادرات الكلية للجزائر في حين لا تتجاوز نسبة صادرات باقي القطاعات 5% مما يفسر تبعية الاقتصاد الجزائري لقطاع النفط الأمر الذي أثر على مردودية الاقتصاد خاصة خلال الأزمات النفطية فخلال الأزمة الأخيرة 2014 تراجعت قيمة الصادرات الكلية وصادرات قطاع المحروقات لتصل في سنة 2014 إلى 28860 مليون دولار نتيجة انخفاض أسعار النفط إلى ما دون 50 دولار للبرميل خلال النصف الثاني من سنة 2014.

## 2- تطور نسبة الجباية البترولية من إجمالي الإيرادات العامة للجزائر خلال الفترة 1995-2014

(مليون دينار جزائري، نسبة مئوية)

تشكل الجباية البترولية نسبة 60% من الإيرادات العامة للاقتصاد الجزائري الأمر الذي يفسر تبعية القطاع لاقتصاد المحروقات.

الجدول (01-06): تطور الجباية البترولية من إجمالي الإيرادات العامة خلال الفترة (1995-2014)

(مليون دينار جزائري، نسبة مئوية)

السنوات	الإيرادات العامة	نسبة الجباية البترولية من
---------	------------------	---------------------------

الإيرادات العامة			
54.95	611731	1995	
60.10	825157	1996	
60.94	926668	1997	
48.9	774511	1998	
58.92	950496	1999	
45.62	1578161	2000	
55.9	1505526	2001	
57.16	1603188	2002	
68.37	1974400	2003	
38.66	2229700	2004	
29.16	3082600	2005	
25.16	3639800	2006	
26.37	5190500	2007	
33.04	3676000	2008	
52.42	4379600	2009	
34.2	5454300	2010	
31.76	5666600	2011	
34.07	5873600	2012	
18.75	1927000	2013	
69.67	4862900	2014	

المصدر: تقرير بنك الجزائر للفترة ( 2002-2014)، متوفر على الموقع الإلكتروني [www.bank-of-algeria.dz](http://www.bank-of-algeria.dz) تاريخ

الإطلاع 201/09/21 الساعة 17.00.

يتضح من خلال الجدول وجود علاقة طردية تربط بين قيمة الإيرادات العامة والجبائية البترولية فهي تفوق 50 % من الإيرادات العامة بالرغم من تعدد مصادر الإيرادات في الجزائر، وفي قراءة لمعطيات الجدول نجد أن هناك علاقة طردية بين الإيرادات العامة والجبائية البترولية فنجد أنها انتقلت على التوالي من 1578161 و 720000 مليون دينار جزائري سنة 2000 إلى 5190500 و 1715400 مليون دينار جزائري سنة 2008 وهذا بسبب تواصل ارتفاع أسعار النفط خلال هذه الفترة أما بخصوص تطور نسبة الجبائية النفطية من إجمالي الإيرادات فقد انتقلت من 45% سنة 2000 إلى 68.37% سنة 2003 لتتخف تدريجيا بعد ذلك لتصل إلى 33.04% سنة 2008 وسبب هذا التراجع راجع لجهود الدولة في دعم وتطوير القطاعات الأخرى ودفع عجلة التنمية ، كما عرفت الفترة 2009-2013 تراجع كل من الإيرادات العامة والجبائية البترولية بسبب انخفاض أسعار النفط وتكرر نفس السيناريو سنة 2014 حين انخفضت الإيرادات العامة إلى 4862900 مليون دينار جزائري.

**3- الجدول (01-07) تطور حصة القطاع البترولي ضمن الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر للفترة 1995-2014 نسبة مئوية**

نسبة القطاع البترولي من الناتج المحلي الإجمالي	السنوات
29	1995
29.4	1996
30.2	1997
22.5	1998
27.4	1999
39.4	2000
33.9	2001
32.55	2002
35.59	2003
38.02	2004
45.14	2005
45.6	2006
43.7	2007
45.1	2008

31	2009
34.7	2010
35.9	2011
34.2	2012
29.8	2013
27	2014

المصدر: تقرير بنك الجزائر للفترة ( 2002-2014)، متوفر على الموقع الالكتروني [www.bank-of-algeria.dz](http://www.bank-of-algeria.dz) تاريخ

الاطلاع 201/09/21 الساعة 20.00

عرفت حصة القطاع البترولي تزايد مستمر ضمن الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر مما يعكس عجز باقي القطاعات عن تكوين الناتج المحلي الإجمالي.

**ثانيا: آثار الأزمة النفطية 2014 على الاقتصاد الجزائري**

**1- آثار انخفاض أسعار النفط على الصادرات الجزائرية**

أدى ضعف انتعاش النمو في البلدان المتقدمة وتباطئه الواضح في البلدان الناشئة والنامية إلى تراجع النمو للإنتاج العالمي في 2015 مخلفا ضعف في الطلب على المحروقات، مما زاد من انخفاض سعر البرنت، في ظل فائض في العرض ففي المتوسط فقد انخفض سعر البترول ب 47.1% إذ تراجع من 96.25 دولار للبرميل في عام 2014 إلى 53.07 دولار للبرميل في 2015، حيث بلغ متوسط سعر البرميل للبترول الخام الجزائري 53.07 دولار للبرميل واتبعت المحروقات الغازية نفس الديناميكية التراجعية بفقدانها 35.4% إلى 6.49 لكل مليون وحدة حرارية بريطانية (BTU) للغاز الطبيعي مقابل 10.05 دولار في السنة السابقة، أدى التراجع في أسعار وكميات صادرات المحروقات السائلة والغازية إلى انخفاض الصادرات ب 43.3% إلى 33.08 مليار دولار<sup>1</sup>.

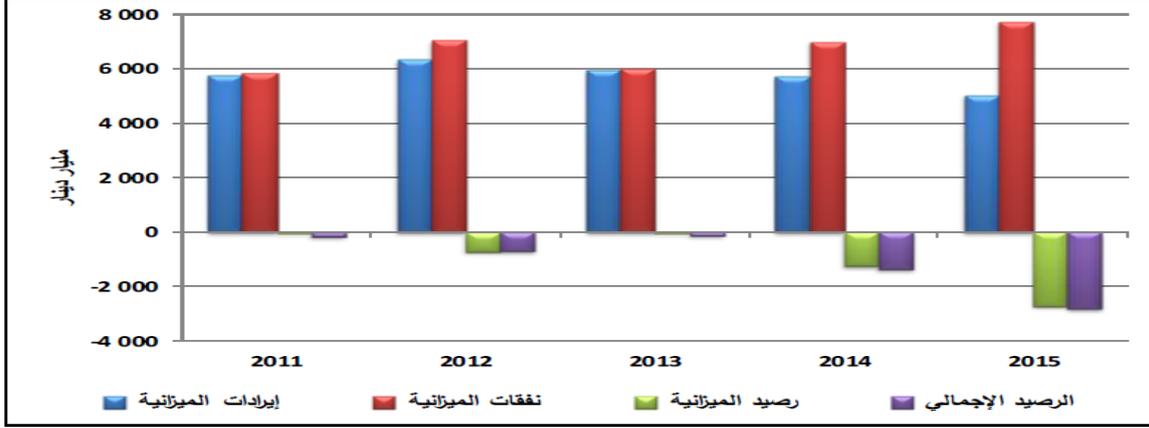
**2- تأثير انخفاض أسعار النفط على المالية العامة**

تواصل عجز الميزانية للسنة السابعة على التوالي حيث سجلت المالية العامة عجزا في الميزانية بلغ 2553.2 مليار دينار أي ما يعادل 15.4% من إجمالي الناتج الداخلي، مقابل عجزا قدره 1257.3 مليار دينار ( 7.3% من إجمالي الناتج المحلي الداخلي) سنة 2014 وبينما تم تمويل عجز السنوات من 2009 إلى 2012 دون اللجوء إلى أي اقتطاع من مخزون الادخار المالي المودع لدى بنك الجزائر فإن تمويل العجز الميزاني لسنة 2014 ولسنة 2015 تم بواسطة اقتطاعات معتبرة من قائم هذا الصندوق حيث نتج الارتفاع الكبير للعجز ب 103% في عام 2015 مقارنة ب 2014 على حد سواء عن

<sup>1</sup> - تقرير بنك الجزائر 2015

الانخفاض في الإيرادات الجبائية للمحروقات -30% وعن الارتفاع في نفقات الميزانية 9.4% وهذا ما يوضحه الشكل الآتي:

الشكل (01-06): مؤشرات المالية العامة ( كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي)



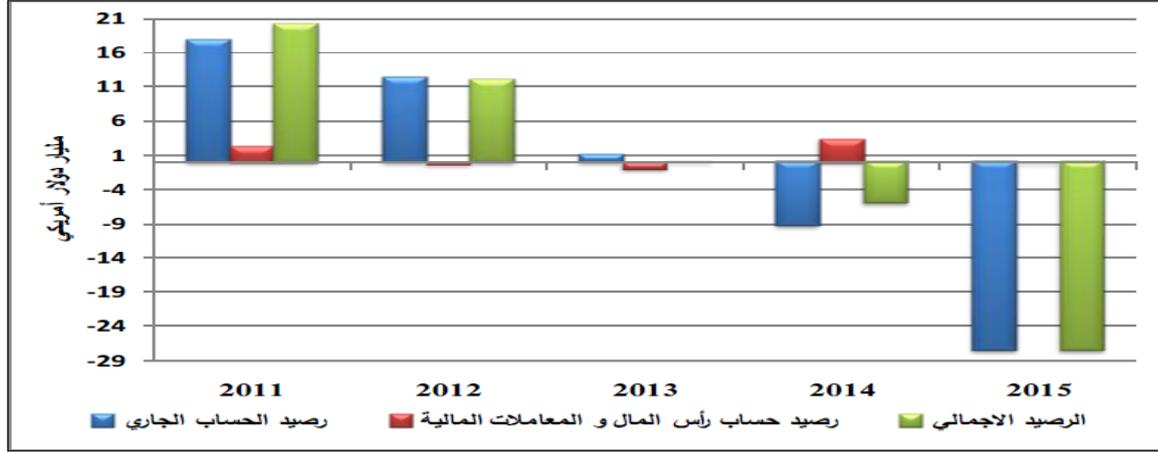
المصدر: تقرير بنك الجزائر 2015

### 3- تأثير انخفاض أسعار النفط على رصيد ميزان المدفوعات

فوفقا لإحصائيات بنك الجزائر فإن إجمالي الناتج المحلي الإجمالي بلغ 211 مليار دولار سنة 2014 وقد انخفض إلى 208 مليار دولار عام 2015<sup>1</sup>، إن تراجع أسعار النفط في حال استمرارها سيؤثر على قدرة الجزائر المالية في مواجهة الصدمات على ميزان المدفوعات الخارجية، وحسب تقرير بنك الجزائر فإن احتياطات الصرف الحالية تسمح للجزائر بمواجهة الصدمات على ميزان المدفوعات الخارجية في الأجل القصير إلا أن هذه القدرة على مقاومة الصدمة قد تتآكل بسرعة لو تبقى أسعار النفط على مستويات منخفضة لمدة طويلة، وكان إجمالي ميزان المدفوعات سجل عجزا خلال قدر ب 16.5% من إجمالي الناتج المحلي مقابل فائض ب 0.88 مليار دولار في نفس الفترة من العام السابق ونتيجة لذلك تقلصت الاحتياطات الرسمية للصرف إلى 178 مليار دولار في نهاية 2014 بعد الارتفاع المسجل نهاية 2013 حيث سجل 194 مليار دولار ولتنخفض أكثر سنة 2015 لتبلغ 144.1 مليار دينار.

الشكل (01-07): رصيد ميزان المدفوعات ( مليار دولار)

<sup>1</sup> - المرجع نفسه



### المصدر: تقرير بنك الجزائر 2015

كما أن انخفاض أسعار المحروقات سيؤثر على البرنامج الخماسي الثالث 2019/2015 كون الاعتمادات المالية التي تخص ميزانية الدولة للسنوات الخمس ترتبط مباشرة بإيرادات الخزينة المرتبطة أساسا بأسعار المحروقات في الأسواق الخارجية، علما أن الخطة تتناسب مع سعر مرجعي يفوق 100 دولار للبرميل في حين سعر البرميل حاليا وفي المدى المتوسط لا يتجاوز عتبة 50 دولار للبرميل مما يجبر السلطات إلى اللجوء للتمويل بالعجز، وهذا من شأنه أن يضغط على الميزانية وربما يؤدي لتأجيل مشاريع الخطة في المرحلة المقبلة. من خلال ما تقدم يتضح جليا تبعية الاقتصاد الجزائري لقطاع المحروقات الأمر الذي يجعله عرضة للصدمات والتعثرات في ظل توالي تقلبات وأزمات النفط.

### خلاصة الفصل

اكتسب النفط الخام أهميته من خلال استخداماته المتنوعة مما ساهم في زيادة معدلات استهلاكه وبشكل خاص من الدول المتقدمة وترتب على ذلك زيادة الاكتشافات النفطية والإنتاج، واستمرت سيطرت الشركات العالمية الكبرى على كافة مراحل الصناعة النفطية في العالم بتحكمها بأسعار النفط الخام دوليا حتى عام 1973 حيث سيطرت بعد ذلك العديد من الدول النفطية على إدارة ثرواتها النفطية بمحاولة منظمة الأوبك السيطرة على الإنتاج وتسعير النفط لكنها كانت ولا تزال تخفق في تحقيق ذلك بسبب اعتماد أعضائها على إيرادات النفط كمصدر رئيس للناتج المحلي الإجمالي مما يجعل تخفيض الإنتاج للمحافظة

---

على مستوى الأسعار أو رفعها تواجه صعوبة كبيرة مع كل أزمة نفطية ويبقى السيناريو يتكرر في ظل غياب تنويع اقتصادي لهذه الدول بما فيها الاقتصاد الجزائري.

**تمهيد:**

يعتبر ميلاد السياحة متزامنا مع وجود الانسان على هذا الكون حيث كان ينتقل ويرتحل من مكان لآخر باحثا عن مأوى، طعام، شراب، مكان مقدس للتعبد والتبرك به أو تجمعات بشرية أخرى يتعرف عليها؛ حيث كانت وسائل النقل بدائية وبسيطة تتمثل في الدواب والشراع وتطورت مع مرور الزمن إلى أن أصبحت تحمل جميع وسائل الراحة والأمان واختلفت تنقل الإنسان وكذلك غايته ورغباته من السفر مع التطورات الحديثة التي واكبت هذا الكون الذي جعل العالم قريبا من بعضه من خلال توفير التسهيلات والخدمات الأساسية التي يحتاجها وبذلك أصبح النمو الكبير الذي يشهده النشاط السياحي الدولي أحد أبرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية الجديرة بالاهتمام والملاحظة في القرن الماضي وبداية الألفية الثالثة، حيث ارتفع عدد السياح ومعدل نمو العائدات السياحية حتى فاق معدل نمو باقي القطاعات مما جعل السياحة الدولية واحدة من أكبر مجالات التجارة الدولية، الأمر الذي زاد من الاهتمام بهذا النشاط الحيوي الهاما من نواحي التطوير والتنمية من بنية تحتية وفوقية وتسويق فضلا عن توفير المستلزمات التي يحتاجها، وتم تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث:

**المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة****المبحث الثاني: السياحة الدولية****المبحث الثالث: التسويق السياحي**

**المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة**

مع التطور التاريخي والتقدم الحضاري والتكنولوجي للإنسانية لم تعد السياحة نشاطا ترفيهيا ووسيلة للتسلية، بل أصبحت صناعة قائمة بذاتها لها أبعادها وأهدافها ومساهماتها في المداخل القومية للاقتصاد الوطني في كثير من دول العالم وأداة للتشاقق بين الشعوب، وتم تقسيمه إلى:

**المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة ومفهومها****المطلب الثاني: أنواع السياحة وأصنافها****المطلب الثالث: مقومات وآثار السياحة****المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة ومفهومها**

عرفت السياحة منذ أقدم العصور التاريخية فقد دأب الانسان إلى الانتقال من مكان إلى آخر لتحقيق شؤون معاشه، حيث قام الانسان قديما بالبحث عن أكله وشربه وملبسه، كما كان دائم الانتقال باحثا عن أصدقائه ورفاق لدفع الوحشة عن نفسه ومن هذا وجدت الجماعات البشرية الأولى التي كانت نواة الشعوب والدول وبالالاتصال بين هذه التجمعات وغيرها اكتسب معارف جديدة وطور نظم معاشه وبذلك اتسمت هذه الاتصالات بطابع اقتصادي؛ إجتماعي؛ ثقافي وسياسي.

**الفرع الأول: العصور البدائية ( الحقبة الأولى منذ 1840 )**

وحينها لم يكن هناك قوانين تحكم تصرف الإنسان سوى قوى الطبيعة<sup>1</sup>، وبالتالي كان ينتقل من الأرض القاحلة إلى الأرض الخصبة، ومن المكان الغير آمن للمكان الآمن حيث كان السفر ظاهرة طبيعية مرتبطة بظهور الإنسان والذي يهدف إلى إشباع نزواته واستقاء احتياجاته الشخصية ومن أبرز مظاهر السياحة في تلك الفترة استخدام الدواب والسفن الشراعية وتجسدت أهدافها في<sup>2</sup>:

- الانتقال بهدف التجارة؛
- الانتقال بهدف زيارة الأماكن المقدسة؛
- انتقال أبناء الملوك للتعلم في المراكز الدينية في لندن وأوروبا؛
- انتقال أبناء الأغنياء للتمتع بالطبيعة والمصايف.

**الفرع الثاني: العصور الوسطى**

تبدأ بسقوط الامبراطورية الرومانية، عام 395م حتى القرن الخامس ميلادي<sup>3</sup>، وبعد ذلك انتقلت التجارة إلى الدولة البيزنطية وشهدت العصور الوسطى تطور في النقل البحري الأوربي، تزامنا مع ظهور الدولة

<sup>1</sup> - عصام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، دار الراجحة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، عمان، 2011، ص126

<sup>2</sup> - مرزوق عابد القعيدو آخرون، مبادئ السياحة، دار اثناء للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011، ص10

<sup>3</sup> - نعيم الظاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص12

الإسلامية كقوة حضارية منافسة وامتدادها إلى بيزنطة عاصمة البيزنطيين من جهة وإلى أوروبا من جهة أخرى جعل منها دولة ذات إشعاع فكري واشتهار عدد من الرحالة العرب من أمثال: " ابن بطوطة، وابن جبير، والمسعودي والبلاذري.

ومن أهم دوافع السفر في هذه الفترة:

- دافع التجارة؛
- الدافع الديني؛
- الترحال والاستكشاف،
- طلب العلم،
- توطيد العلاقات ودافع الاستشفاء.

#### الفرع الثالث: مرحلة عصر النهضة

تبدأ هذه المرحلة بعد انتهاء عصر الاقطاع في القرن 15م، ونشوء الرأسمالية التجارية وحتى قيام الثورة الصناعية في النصف الثاني من القرن 18 التي سميت بعصر النهضة وكان دافع السياحة في هذه المرحلة:

- المغامرة والاستكشاف؛
- الثقافة وطلب العلم؛
- المتعة والمشاهدة؛
- الدافع الديني.

#### الفرع الرابع: السياحة في العصر الحديث

ويمكن تقسيمها إلى:

**مرحلة الثورة الصناعية (1750 إلى 1850):** هي المرحلة التي واكبت اكتشاف قوة البخار مما ترتب عليه سهولة المواصلات وتميز تلك الفترة بزيادة عدد السائحين وتنوع الرغبات والأهداف السياحية؛

**مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية:** هي المرحلة التي نتجت عنها طفرة صناعة السياحة نتيجة ارهاق الشعوب في الحرب والرغبة في الترف ونشر السلام وطبي صفحات الماضي، مع توافر وسائل النقل الحديثة الناتجة عن تحول الطائرات الحربية إلى مدنية وانخفاض تكلفة السفر.

## الفرع الخامس: مفهوم السياحة والسائح

لقد تنوعت التعاريف بشأن السياحة والسائح نظرا لاختلاف الباحثين واختلاف معايير التمييز بينها:

## أولاً: مفهوم السياحة في الاسلام

إن المفهوم اللغوي للفظ السياحة نجد أنه يعني التجوال وعبرة " ساح في الأرض " يعني ذهب وسار على وجه الأرض وجاء في معناها " الضرب في الأرض ومنها سيح الماء " أي جريانه ولقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من موضوع ففي سورة التوبة: ورد قوله تعالى " بَرَاءَةٌ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ إِلَى الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ مِنَ الْمُشْرِكِينَ (1) فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ (2) " <sup>1</sup>، ومعنى سيروا أيها المشركين سير السائحين آمنين مدة أربعة أشهر لا يتعرض من خلالها لكم أحد، اضافة إلى ذلك فان من فرائض الاسلام حج البيت لمن استطاع إليه سبيلاً، وهذا ما يدخل في إطار السياحة الدينية، وفي نفس السورة الآية (11-112) "التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ " <sup>2</sup>. ومعنى السائحون هنا الصائمون لقول رسول الله "صلى الله عليه وسلم " "سياحة أمتي الصوم" ويقول المفسرون السائحون هم المسافرون للجهاد أو طلب العلم، وفي سورة التحريم ورد قوله تعالى " عَسَى رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَكُنَّ أَنْ يُبَدِّلَهُ أَرْوَاجًا خَيْرًا مِنْكَ مَسْلَمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَائِمَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأَبْكَارًا " <sup>3</sup> ومعنى سائحات هنا الصائمات سمي الصائم سائحا لأنه يسيح من النهار بلا زاد وقال بعض المفسرين مهاجرات أو صائمات.

## ثانياً: مفهوم السياحة في القوانين الوضعية

اختلفت تعاريف السياحة وتعددت وذلك نظرا لتطور مفهومها من فترة لأخرى واختلاف وجهة النظر لها بين الباحثين والهيئات والمنظمات الدولية، إذ هناك من ينظر للسياحة على أنها ظاهرة اجتماعية ومنه من يراها ظاهرة اقتصادية.

1- تعريف المنظمة العالمية للسياحة (WTO): السياحة هي أنشطة المسافر إلى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة ولا تقل عن أربع وعشرون ساعة بغير انقطاع عن الراحة أو لأغراض أخرى <sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - سورة التوبة ، مدنية الآيتين 1-2

<sup>2</sup> - سورة التوبة الآيتين مدنية 111،112

<sup>3</sup> - سورة التحريم، سورة مدنية، الآية 04

<sup>4</sup> -Stepfen Williams, *Tourism ecography*, first edition, United state,2003,p03

2- **تعريف جون ميشو: ( J.Lmichaud )** السياحة نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكون السبب هو التسلية، التداوي، اجتماعات ، زيارات المقدسات الدينية وتجمعات رياضية إلى غير ذلك<sup>1</sup>.

3- **تعريف منظمة الأمم المتحدة:** كان أول تعريف للسياحة سنة 1905 للألماني Jobert Feuler جاء فيه السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساس منها الحصول على الاستجمام وتغير المحيط الذي يعيش فيه الإنسان الوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال الطبيعة ونشوة الاستمتاع بجمالها<sup>2</sup>.

4- **تعريف الأستاذ هونز كيتز** رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين " وقد أجمع بشأنه معظم الباحثين في ميدان السياحة على أنه أول تعريف علمي غطى السمات الرئيسية للسياحة وقواعدها ورد فيه " مجموع العلاقات التي تترتب على السفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة وطالما لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يجلب ربحا لهذا الأجنبي"<sup>3</sup>.

5- **تعريف السويسري: Akoller ( أكلور):** أن السياحة السويسرية تتكون من أولئك الأفراد الذين يقيمون مؤقتا بسويسرا بعيدا عن مقر إقامتهم للأسباب التالية"<sup>4</sup>

- الأسباب الصحية أو الترويج أو ارضاء احتياجات ثقافية؛

- الأسباب المهنية (رحلات رجال الأعمال، مؤتمرات)، فضلا عن الأسباب التعليمية.

نلمس من هذا التعريف أن Akoler، قد حدد أنواع السائحين المترددين على سويسرا دون الإشارة إلى المدّة التي يجب أن يقضيها السائح كحد أدنى أو أقصى لكي تعتبره سائحا.

6- **تعريف الاقتصادي النمساوي Herman Vonsholteron:** عرفها على أنها كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وإنتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة" نجد أنه من خلال هذا التعريف قد ركز على النواحي الاقتصادية فضلا عن إشارته إلى السياحة الداخلية والخارجية"<sup>5</sup>.

ومن التعريف للسياحة نجد أيضا:

● تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي: المنعقد في روما 1963: " السياحة ظاهرة اجتماعية إنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن

<sup>1</sup>- خالد كواش، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، الطبعة الثانية، دار التنوير ، الجزائر، 2007،ص25

<sup>2</sup>- محمد مرسي الحريري، جغرافية السياحة، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، القاهرة، 1999،ص18

<sup>3</sup>- محمود كامل: السياحة الحديثة، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975، ص16

<sup>4</sup>- يسري دعيس، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، البيطاش للنشر والتوزيع، مصر، القاهرة، 2002،ص14

<sup>5</sup>- حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الثانية، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006،ص23

- أربعة وعشرين ساعة ولا تزيد عن إثني عشرة شهرا بهدف السياحة الترفيهية العلاجية أو التاريخية والسياحة كالتأثير لها جناحان هما السياحة الداخلية والسياحة الخارجية"<sup>1</sup>
- مؤتمر أوتوا بكندا 1991: السياحة بأنها الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة أقل من فترة معينة من الزمن، وأن لا يكون الغرض منها ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه"<sup>2</sup>.
  - **ثالثا- تعريف السائح:** يعرف السائح على أنه أي شخص يسافر إلى مكان خارج محيطه الاعتيادي لأقل من سنة على لا تتحمل نفقات هذا النشاط المنطقة أو المكان الذي يقوم بزيادته، كما يتم تصنيف الزائر كسائح إذا ما أمضى ليلة واحدة بعيدا عن بيئته"<sup>3</sup>.
  - كما عرف مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين روما 1963: السائح أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها"<sup>4</sup>.
  - وبناء على التعريف وجب التفرقة بين السائح والزائر"<sup>5</sup>:
- السائحين: هم الزائرون المؤقتون الذين يقيمون على الأقل لمدة أربع وعشرون ساعة في الدولة التي يزورونها؛
- المتنزهون: هم الزائرون المؤقتون لمدة تقل عن أربع وعشرون ساعة في الدولة التي يزورونها.

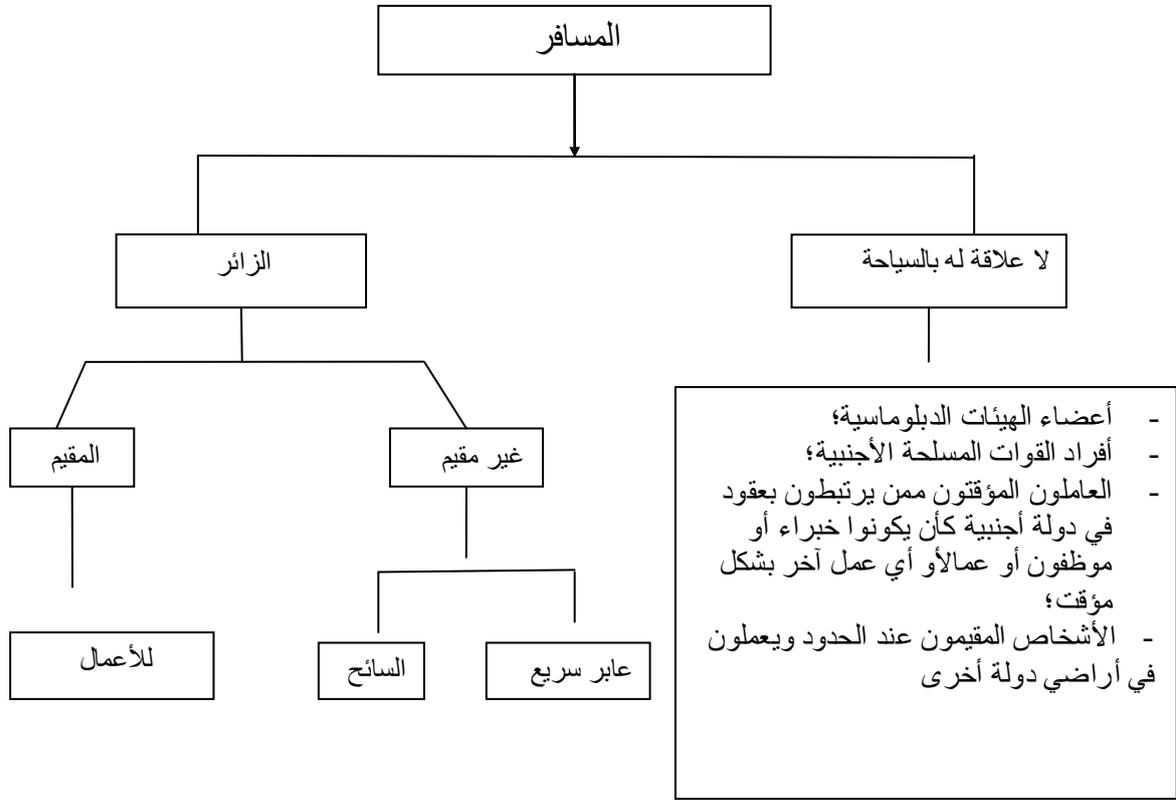
- محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، دون سنة نشر، ص 61<sup>1</sup>  
- المرجع نفسه، ص 62<sup>2</sup>

- عصام حسن الصعيدي، مرجع سابق، ص 126<sup>3</sup>

- يسري دعيس، مرجع سابق، ص 23<sup>4</sup>

5 - Michel Balfer, **Marketing des services touristiques et hoteliers**, Paris, ellipses, 2007 p10

الشكل (01-02): مفهوم السائح



Op1 Michel Balfer ;Marketing des services touristiques et hoteliers, Paris, ellipses,2007, من خلال ما سبق يتضح أن للسياحة تعاريف عدّة تختلف باختلاف الزوايا التي ينظر منها للسياحة فالبعض ينظر إليها بوصفها ظاهرة اقتصادية وآخر ينظر إليها كونها ظاهرة اجتماعية وآخرون يركزون على دورها في تنمية العلاقات الانسانية والثقافية بين الشعوب ومنه يمكن إعطاء تعريف شامل للسياحة" هي النشاط الذي يقوم به الأشخاص الذين يميلون للسفر وربما الإقامة في غير بيئتهم المعتادة لفترة قصيرة أو طويلة دون الإقامة الدائمة بهدف أساسي هو التمتع بوقت فراغهم لتحمل مخاطر محدودة لنشاطهم في إطار امكانياتهم المادية والمعنوية"<sup>1</sup>.

يتضح من التعريف السابق:

- تعريف السياحة بأنها النشاط الذي يقوم به الأشخاص الذين يميلون إلى السفر يستهدف التمكن من تحليل الطلب السياحي الفعلي والمحتمل،

<sup>1</sup> - عادة صالح، اقتصاديات الفنادق، دار الوفاء لعنوا الطباعة والنشر، الاسكندرية، القاهرة، 2007، ص72

- في تعريفات السياحة يستبعد تلقائيا السائحون الذين يقضون رحلتهم ويعودون في نفس اليوم دون الإقامة رغم أن هذه الفئة أصبح لها أهمية متزايدة خاصة مع استخدام وسائل النقل السريعة وتسهيل إجراءات الانتقال من بلد إلى آخر ومع وجود برامج محددة معدة ليوم واحد مع العودة دون الإقامة؛
- لا يضع التعريف تحديدا زمنيا على طول الفترة المؤقتة إلا بما يستبعد الإقامة الدائمة والهجرة.

### الفرع السادس: من السياحة الفردية إلى السياحة الجماعية ( المعرفة السياحية)

بدأت في عام 1841 عندما غادرت أول رحلة بالقطار نظمها " توماس كوك"<sup>1</sup> محطة السكك الحديدية في ليستر بانجلترا، وقد أصبح كوك أول منظم رحلات حيث حصل على الأجر "جماعي" مخفض قدره شلن واحد لكل شخص في رحلة نظمها من ليستر إلى لاوبرا، ومضى كوك في تنظيم رحلاته بالاشتراك مع الشركات التي كانت تشير خطوط السكك الحديدية في ذلك<sup>2</sup>، حيث كان ينظم رحلاته لتلاميذ المدارس، أما السفر فقد جاء متأخرا.

نظم جيمس كوك أول رحلة بغرض تجاري في عام 1845 وكانت من ليستر إلى ليفربول وويلز الشمالية، وقد نظم الرحلات الأولى إلى أحداث رئيسية مثل المعرض الكبير في لندن في عام 1851م، والمعرض العالمي في باريس في عام 1855م، كما نظم رحلة سير إلى جبال الألب السويسرية، وفي عام 1867م، نظم أول رحلة إلى الولايات المتحدة الأمريكية<sup>3</sup>. وفي عام 1873 اخترع كوك أول ورقة تداولية<sup>4</sup>، وكانت شكلا مبكرا للشيكات السياحية الحديثة، وفي عام 1872 م نظم أول رحلة حول العالم، حيث وردت تفاصيل الرحلة في جريدة التايمز، بدأت الرحلة من لندن وعبرت المحيط الأطلسي إلى نيويورك ومنها بالقطار إلى سان فرانسيسكو، ثم عبر المحيط الهادي إلى اليابان ومنها برا إلى القاهرة حيث التحقت بسفريات كوك من القاهرة إلى لندن، بهذه الرحلة اكتسبت رحلات كوك شهرة كبيرة، وبحلول عام 1880 م بلغ عدد وكالات توماس كوك السياحية 500 فندق.

وعندما بدأ سياح الطبقة الوسطى يسافرون إلى أماكن كانت محتكرة للأثرياء من السياح طور هؤلاء الأثرياء أشكالا سياحية أخرى أكثر طرفا وفي عام 1883 قاد بنتر البلجيكي " جورج ناجلماركز" قطار الشرق السريع في البداية من باريس إلى البحر الأسود ثم امتدت رحلاته فيما بعد إلى أسطنبول بتركيا، وقد توقفت الخدمات المتكاملة إلى أسطنبول في عام 1977، ولكن الخدمات ما تزال باقية في أجزاء من الرحلة كان القطار الشرق السريع مؤثنا تأثيثا راقيا، وفي أواخر القرن التاسع عشر بدأ استعمال السفن ذات التأثيث الفاخر حيث وفرت السفن الأولى مستوى من الفخامة لم يكن متوفرا في أفضل الفنادق وفي

\* - توماس كوك رجل أعمال بريطاني ورائد في قطاع السياحة، ومؤسس جماعة السياحة " توماس كوك".

<sup>2</sup> - عصام حسن الصعدي، مرجع سابق، 141

<sup>3</sup> - Jean- Pierre Lazato- Giotar ,Géographie du tourisme, de l'espace consommé à l'espace maîtrisé, Pearson édition, France 2003 ,p12 -

- الورقة التداولية: نموذج للنفق مستخدم لغاية السفر إلى الخارج يسمح بدفع ثمن المشتريات ولسحب المال.\*

العشرينيات من القرن العشرين الميلادي زار العديد من نجوم السينما الأمريكيين الريفيرا الفرنسية الإيطالية\*، مما زاد من شعبيتها هما وظهرت موضة الحمامات الشمسية، وما تزال باقية حتى الآن بالرغم من المخاطر الصحية الناجمة عن التعرض الطويل للشمس ويفسر استمرار هذه الموضة الشهرة السياحية الواسعة التي تحظى بها مناطق البحر الأبيض المتوسط والكاربيبي.

وبانتهاء الحرب العالمية الثانية (1939-1945) أصبح التنقل بغرض الاستمتاع ميسورا بازدياد تملك السيارات وتوفر الوقت والمال، وبدخول الطائرات النفاثة التجارية إلى الخدمة في الخمسينات والستينات من القرن العشرين، أصبح بمقدور أكبر عدد ممكن من الناس السفر إلى مسافات طويلة، في أسرع مطارات أكبر لاستيعاب الأعداد الكبيرة من المسافرين وشهدت تلك الفترة أيضا بناء الفنادق الضخمة في المناطق الساحلية.

أدى تطور السياحة أيضا إلى ظهور ما عرف باسم الرحلات الشاملة وقد نظمت شركة "هورايون" أول رحلة من هذا النوع إلى جزيرة كورسيكا على البحر الأبيض المتوسط وفي عام 1950، وكانت هذه الرحلات بما امتازت به من دقة في التنظيم أوضح نموذج للرحلات الجماعية في القرن العشرين وبازدياد عدد المسافرين زادت عدد مناطق الجذب السياحي.

وفي أوائل الثمانينات من القرن العشرين ظلت تنمو باطراد أثناء فترة الركود الاقتصادي فقد بلغ معدل نمو السياحة بين عامي 1979/1990 أكثر من 206%.

### المطلب الثاني: أنواع السياحة وأصنافها

هناك عدة معايير لتصنيف السياحة يمكن استعراضها فيما يلي.

#### الفرع الأول: أسس التصنيف

قامت عدة دول سياحية بتصنيف أنواع السياحة المختلفة وفقا لعدد من المعايير التي تتناسب مع ظروفها وموقعها وإمكاناتها السياحية<sup>1</sup>، وتعددت أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة المحركة لها، بالإضافة إلى أنواع وأنماط أخرى جديدة ساعد على ظهورها التقدم والتطور العلمي والاستقرار السياسي وكذلك تطور وتقدم الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وما رافق ذلك من تطلعات ومتطلبات ذات صلة بالواقع الجديد لم تكن معروفة من قبل، مثل سياحة المؤتمرات والمعارض والحوافز الأمر الذي نتج عنه الحاجة إلى توفير خدمات وتسهيلات وتجهيزات وعناصر جذب تختلف إلى حد ما في خصائصها ومواصفاتها عما كانت عليه متطلبات الأشكال الأخرى من السياحة التقليدية.

- الريفير الفرنسية عرفها العرب سابقا باسم سيتمانبا،منطقة تقع جنوب شرق فرنسا على البحر المتوسط ومن أشهر مدنها نيس، كان، \* - سانترو بيز، تولون، مارسيليا، تكثر فيها المنتجعات السياحية.

<sup>1</sup>- مرزوق عابد القعيد وآخرون، مرجع سابق، ص 49

ومن أهم معايير تصنيف وتقسيم أنواع السياحة المختلفة معيار المنطقة الجغرافية، معيار سمات الحركة السياحية وصلها بمدّة الإقامة في البلد المضيف، ومعيار طبيعة الموسم السياحي ومعيار دافع السائح لمغادرة بلده.

### الفرع الثاني: التصنيف وفقا للدافع أو الهدف

#### أولا السياحة الدينية:

وتعرف " بأنها ذلك التدفق المنظم من السواح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية وتاريخها وما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو المعتقد أو ذاك فهي سياحة تقليدية تمثل مصدرا للتعرف على التراث الديني لدولة ما مثل : زيارة مكة المكرمة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين والفاثيكان بالنسبة للمسيحيين"<sup>1</sup>.

#### ثانيا السياحة الرياضية

يقصد بالسياحة الرياضية الانتقال من مكان إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها مثل المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم<sup>2</sup>، ويعتبر هذا النوع من السياحة من الأنواع القديمة والتي كانت تشمل رحلات الصيد، وقد تزايدت أهميتها نتيجة زيادة اهتمام المجتمعات البشرية بهذا النوع من النشاط؛ والسمة الأساسية لهذا النوع هو إقامة المهرجانات السياحية والرياضية وذلك لاستقطاب أكبر عدد ممكن من ممارسيها . وقد هذا النوع من السياحة تطورات نوعية في عدد كبير من البلدان مثل اسبانيا، اليونان حيث تتوفر الخدمات الترفيهية المكملة والخدمات الصحية لذا لا تزال تحظى باقبال شعبي كبير مما يجعلها سفيرا للتعريف بالدول ووسيلة لتسويق منتوجاتها"<sup>3</sup>.

#### ثالثا: سياحة المؤتمرات:

ارتبط هذا النوع بالتطورات الكبيرة في العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين معظم دول العالم ونجدها ترتبط ارتباطا وثيقا بسياحة المعارض، ويعتمد النهوض السياحي في هذا القطاع على توافر عوامل عدّة مثل اعتدال المناخ، توافر المرافق ووسائل الاتصالات الدولية، موقع المدينة كمنتجع سياحي يوفر مناخا ملائما لمثل هذه المؤتمرات"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>- محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، مصر، القاهرة، 2007، ص 48

<sup>2</sup>- محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن ، عمان، 2006، ص 23

<sup>3</sup>- حميد عبد النبي الطائي، مرجع سابق، ص 141

<sup>4</sup>- عصام حسن الصعيدي، مرجع سابق، ص 133

**رابعاً: السياحة الثقافية:**

تهتم بهذا النوع من السياحة شريحة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم، حيث يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية حضارية، ويمثل هذا النوع نسبة 10% من حركة السياحة العالمية ويتمثل هذا النوع من السياحة في الاستمتاع بالحضارات القديمة وأشهرها الحضارة الفرعونية المصرية القديمة والحضارات الاغريقية والرومانية<sup>1</sup>.

عرفها سميث بأنها: امتصاص السائح لمظاهر الحياة الماضية لمجتمعات قديمة ونلاحظ من خلال ذلك مظاهر هامة مثل:

- أساليب المنازل والحرف، معدلات الزراعة والري، كما عرف ريتش وزنير السياحة الثقافية بأنها عنصر جاذبية للمناطق السياحية وقد أبرز مجموعة عناصر تجذب السائحين إلى أماكن معينة منها "الحرف اليدوية، اللغة، التقاليد، الدين، فن المعمار"<sup>2</sup>.

**خامساً: السياحة العلاجية**

وهي سياحة لإمتاع النفس والعلاج معاً، وتعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية لديها من الكفاءة ما تساهم في علاج الأفراد الذين يلجئون لهذه المراكز.

**سادساً: السياحة الاستشفائية:**

وهي زيادة المنتجات السياحية التي خصصت لهذا الغرض وتعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع المعدنية والكبريتية والرمال والشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض"<sup>3</sup>.

**سابعاً: السياحة البيئية:**

ورد تعريف السياحة البيئية من قبل الصندوق العالمي للبيئة بأنها السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل؛ وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وحضارتها في الماضي والحاضر"<sup>4</sup>.

ومن أهم متطلبات السياحة البيئية هو عدم الاخلال بالتوازن البيئي الناتج عن سلوك الانسان وما قد يحدثه من تلوث والاضرار بها وهذا يتطلب توازن بين الأنشطة السياحية والبيئة من ناحية وبين المصالح الاقتصادية والاجتماعية التي هي الأساس تقوم عليها من جهة أخرى.

<sup>1</sup> - عصام حسن الصعيدي، مرجع سابق، ص 134

<sup>2</sup> - يسرى دعيس، مرجع سابق، ص 169

<sup>3</sup> - عصام حسن الصعيدي، مرجع سابق، ص 132

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص 66

**ثامنا: السياحة الترفيهية:**

تكمّن فيها الحاجة للراحة الضرورية لاستعادة القوى النفسية والفيزيائية للفرد، علماً بأن كل إنسان يبحث عن التنوع في حياته ويهرب ويتحرر من روتين العمل اليومي ويتمثل الهدف من هذا النوع من السياحة في المحافظة على صحة الفرد.

**تاسعا: سياحة رجال الأعمال:**

يمثل هذا النوع من السياحة حوالي 20% من الحركة السياحية الدولية وهو من الأنماط الحديثة المرتبطة بالتقدم الحضاري والاجتماعي في العالم ويشمل الأنشطة المختلفة لرجال الأعمال وسفرهم للمشاركة في المعارض الدولية التجارية والصناعية.

**الفرع الثالث: تصنيف السياحة وفق للموقع الجغرافي**

يعتمد هذا المعيار على عدّة عوامل: عامل حركة السياح، عامل البعد أو القرب من البلد السياحي وكذلك عامل الحدود السياسية للبلد المضيف أو المستقبل للسياح. وبناء على ذلك تقسم السياحة إلى: سياحة دولية، سياحة إقليمية وسياحة داخلية.

**أولاً: السياحة الإقليمية:**

يقصد بها السفر والتنقل بين دول متجاورة تشكل منطقة سياحية واحدة، مثل الدول الإفريقية أو الدول العربية أو دول جنوب شرق آسيا ومن أهم خصائصها<sup>1</sup>:

- قرب المسافة بين دول المنطقة مما يوفر الوقت؛

- إنخفاض التكلفة؛

- تنوع وتعدد وسائل المواصلات المتاحة؛

- الحركة السياحية بين الدول المتجاورة أكبر حجماً من الدول التي تليها في الموقع؛

- أكثر انسجاماً مع العادات والتقاليد السائدة من الدول البعيدة.

**ثانياً: السياحة الداخلية**

تمثل السياحة الداخلية انتقال مواطني الدولة داخل حدود دولتهم وهنا ينتقل السائح من مكان إقامته ليزور مكان آخر داخل حدود الدولة التي يقيم فيها وأن يقضي ليلة على الأقل من المكان المزار ليس لغرض العمل ولكن بغرض الترفيه والاستجمام أو لأسباب دينية أو حضور مؤتمر أو ندوة.

<sup>1</sup> - محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص 56

**ثالثاً: السياحة الخارجية:**

ويقصد بها إنتقال السواح الأجانب إلى ما وهذا النوع من السياحة تشجعه معظم دول العالم وذلك للحصول على العملات الصعبة كما يتطلب هذا النوع خدمات مختلفة حيث كلما تنوعت الخدمات السياحية من ناحية الجودة والأسعار وتطورت البنية التحتية والفوقية كلما زاد عدد السياح الأجانب وعليه يعتمد هذا النوع من السياحة على: توفر الخدمات السياحية، تطور البنية التحتية، توفر الأمن والاستقرار واحترام السواح، ثبات القوانين وانخفاض الأسعار<sup>1</sup>.

**الفرع الرابع: تصنيف السياحة حسب مدة الإقامة**

وتنقسم هذه السياحة حسب هذا المعيار إلى<sup>2</sup>:

**أولاً: سياحة موسمية :**

ويقصد بها اتجاه السائحين في مواسم معينة صوب مناطق معينة دون أخرى كما هو الحال في اتجاه السائحين إلى الشواطئ والجزر البحرية في فصل الصيف للاستجمام والاستمتاع باعتدال المناخ وممارسة الرياضة المائية والغوص والصيد ويندرج هذا النوع من السياحة زيارة الأماكن المقدسة في مواسم معينة وما يصاحبها من شعائر في مواعيد محددة من السنة وهذا يطلق عليها سياحة موسمية لارتباطها بأوقات محددة من السنة ويتكون هذا النوع من السياحة من نوعين:

**- السياحة العابرة:**

تكون أثناء انتقال السواح بالطرق البرية من خلال الحافلات السياحية حيث أثناء توجهها إلى بلد ما يمر ببلد معين ويبقى فيها لمدة يوم أو يومين،

سياحة عابرة تحصل أثناء الانتقال بالطائرات كأن يكون تعطل في الطائرة أو وجود اضطرابات فتقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم رحلات لزيارة أماكن أثرية ويكون هذا النوع من السياحة دون تخطيط مسبق أو تنظيم ويتم تنفيذ برامجه بسرعة كما يعتمد على المرونة المتوفرة في الشركات السياحية ومدى وجود علاقة بينها وبين شركات الطيران.

**الفرع الخامس: تصنيف السياحة حسب العدد****أولاً: السياحة الفردية**

هذا النوع من السياحة غير منظمة يقوم بها الشخص أو مجموعة أشخاص لزيارة بلد أو مكان ما وتتراوح مدة إقامته حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم وكل سائح من هذه المجموعة له دوافعه الخاصة ورغباته الخاصة التي جاء لتحقيقها ومدى تمتع هؤلاء السواح بالخدمات تعتمد على

<sup>1</sup>- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار الأزهر، الأردن، عمان، 2008، ص14

<sup>2</sup>- فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2001، ص ص 107-108

مقدرتهم المادية والرغبة التي يحققونها ويعتمد هذا النوع من السياحة على تأثير الأصدقاء وتأثير الاعلان والترويج السياحي ومدى ثقافة السائح إذ أنها سياحة لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد<sup>1</sup>.

### ثانياً: السياحة الجماعية

وتكون عندما يسافر السياح مع بعضهم جماعيا وضمن برنامج يشمل الأماكن المنوي زيارتها ومكان المنام والطعام وغيرها وتنظم عن طريق وكالات السياحة والسفر.

### المطلب الثالث: مقومات وأثار السياحة

#### الفرع الأول: مقومات السياحة

ترتبط دوافع السياح ورغبتهم في تحقيق جملة من الأهداف وتبحث هذه أماكن اشباعها المتمثلة في عناصر ومقومات الجذب السياحي للمكان أو الموقع السياحي التي تتلائم مع كل هدف من أهداف السائح ومن هنا لا بد من إبراز هذه العناصر وهذه المقومات لجذب السياح وتشجيعهم على زيارتها وهي بالتالي تمثل جانب العرض الذي يجد فيه السائح ضالته لإشباع حاجاته ورغباته التي تشكل على الغالب هدفه من الرحلة السياحية .

#### أولاً: مصادر الجذب السياحي

##### 1- المقومات الطبيعية:

وتشمل العناصر الطبيعية مثل السكان مثل أشكال السطح، المناخ، الغابات وعناصر من صنع الإنسان كالمنتزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية<sup>2</sup>. ويمكن تلخيصها في:

- المناخ هو ذلك الجو السائد في بلد معين، إذ يفضل السائح الجو المعتدل الجاف، حيث ينتقل السياح إلى المناطق السياحية الدافئة في فصل الشتاء والمناطق الجبلية والساحلية في فصل الصيف وبالتالي يمكن تقسيم المناخ إلى نمطين<sup>3</sup>:

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

- مناخات تنسم بالاثارة: نظرا لكثرة تقلب خصائصها كهبوب الرياح وسقوط الأمطار الغزيرة وكثرة سقوط الثلوج وهذا ما يؤثر سلبا على بعض المنشآت السياحية.

بالإضافة إلى عامل المناخ ينطوي تحت المقومات الطبيعية<sup>4</sup>:

- الموقع الجغرافي؛

<sup>1</sup> - فؤاد رشيد سمارة، مرجع سابق، ص104

<sup>2</sup> - لمياء السيد حنفي، أعمال شركات السياحة ووكالة السفر، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر؛ الاسكندرية، 2010، ص62

<sup>3</sup> - ابراهيم عليوات، السياحة في الدول العربية، واقع وتحديات، المؤتمر العلمي الدولي، السياحة رهان التنمية، دراسة حالة بعض تجارب الدول، ص06

<sup>4</sup> - نعيم الطاهر، سراب إلياس، مرجع سابق، ص146

- أشكال سطح الأرض؛

- الحمامات المعدنية؛

- المناطق الصحراوية.

### ثانياً: الامكانات التاريخية والأثرية:

تعتبر المقومات التاريخية والأثرية من الامكانيات السياحية الهامة وتوجد بالعالم معالم تاريخية هامة كالأهرامات في مصر، حيث يكتسب السائح متعة ذهنية من خلال التعرف على تطور وتعاقب الحضارات<sup>1</sup>.

### ثالثاً: المقومات الدينية:

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

### رابعاً: المقومات الثقافية

وتلعب دوراً مهماً من خلال رغبة السياح في التعرف على مختلف عادات وتقاليد الشعوب وفنونها الشعبية والصناعة التقليدية لهذه الشعوب والتظاهرات الثقافية والفنية.

ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية والتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع الخاص والعام أو الاثنين معاً حيث تتطلب التنمية السياحية تدخل إيجابي من الهيئات السياحية الرسمية في الدولة لزيادة معدلات الاستثمار وقوة العمال وزيادة الاهتمام بالمناطق السياحية المتميزة أو المناطق التي قد تتميز مستقبلاً بتحقيق الإيرادات سياحية أكبر لتوجيه الاستثمارات والخبرات اللازمة لها.

### الفرع الثاني: خصائص الخدمات السياحية

يمكن إيجازها فيما يأتي:

● **الخدمات السياحية غير ملموسة:** تتميز بخاصية اللاملموسية وهذا يعني عدم القدرة الفعلية على التخمين والتقييم وإبداء الرأي وإصدار القرار حولها مع صعوبة المعاينة والفحص والتجربة وهذا يعني عدم وجود اختبار مادي لها وتبقى أسس اختيارها تميل إلى أساس السمعة والمشورة مثل خدمات الفنادق ومن مشاكل هذه الخاصية والتي تظهر أمام رجال التسويق والبيع صعوبة وصف وتوضيح الخدمة وصعوبة وضع السعر يمثل قيمتها الحقيقية ولا يمكن توفير الحماية القانونية لها هو غير ملموس عن طريق براءات الاختراع، وهناك مخاطر عند شرائها وهذا يتطلب تقديم بيانات عن الخدمة المقدمة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - نعيم الطاهر، سراب الياض، ص147

<sup>2</sup> - علي فلاح الزغبى، التسويق السياحي والفندقي، مدخل صناعة السياحة والضيافة، دار المسيرة، عمان، الاردن، 2013، ص102

● **الخدمات سريعة التلاشي والزوال:** فالخدمات حياتها وعمرها قصير ويزول في فترة معينة فسيارة الأجرة السياحية لها منفعة في فترة معينة من خلال استخدامها ولكن بعد هذه الفترة وبمجرد تسليم السيارة لأصحابها دون استخدام المنفعة لا يظهر لها أي أثر وغرف الفندق عند عدم ارتياد النزلاء عليها خسارة والطائرة عندما يكون ركابها قلة خسارة حيث لا يمكن استرداد هذه المنفعة؛

● الخدمات تحتاج كجهود شخصية لترويجها: حيث أن شراء الخدمات السياحية يعتمد على المعرفة والخبرة والدافع عند الزبون وما يقدمه الزبائن مع تزيينات إلى أصدقائهم ورغم كل ذلك فتسويق الخدمة يحتاج إلى مهارة من مقدمها إلى مشتريها للإقناع والشراء؛

● الموسمية: فالخدمات السياحية تزداد في أشهر وهي أوقات الذروة وتنخفض في أخرى وهي أوقات الكساد؛

● المرونة: الخدمات السياحية يجب أن تكون مرنة وتستجيب مع المتغيرات السياسية والاقتصادية والتي لها تأثير كبير على زيادة أو خفض عدد السياح؛

### الفرع الثالث: الآثار المختلفة للتنمية السياحية

وتعتبر السياحة من أكثر الصناعات نموا في العالم كما أنها من منظور اقتصادي هي قطاع إنتاجي يلعب دورا مهما في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدرا للعملة الصعبة وفرصة لتشغيل اليد العاملة وهدفا لتحقيق التنمية<sup>1</sup>. ولم يقتصر دور السياحة في المشاركة في القطاع الاقتصادي لكونها موردا هاما من موارد العملة الصعبة وسبب من أسباب تشغيل العمالة المحلية ولكن اجتماعيا أيضا بمحاربتها للبطالة وتنميتها للمجتمعات المحلية في كثير من دول العالم ونتيجة للأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة زادت المنافسة بين المقاصد السياحية المختلفة لاستقطاب أكبر عدد من السائحين وزيادة الانفاق السياحي في الدول المضيفة فزادت الاستثمارات في المجال السياحي.

فمن المنظور الاجتماعي والحضاري فإن حركة السياحة حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان، بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد.

وعلى الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملا جاذبا للسياح وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها والحياة الفطرية بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها.

<sup>1</sup> - لمياء السيد حنفي، مرجع سابق، ص13

### المبحث الثاني: السياحة الدولية

توصف السياحة بأنها الأوسع والأسرع نمواً بالمقارنة مع الصناعات الأخرى، إضافة لكونها المصدر الرئيس والأساس للعملات الصعبة لكثير من دول العالم فحسب الإحصائيات الصادرة للمنظمة العالمية للسياحة لعام 2014 قد بلغ عدد السياح الدوليين حوالي مليار و133 مليون سائح وبلغ حجم العوائد من السياحة العالمية في نفس السنة حوالي 1.245 مليار دولار بنمو 5% مقارنة بعام 2013<sup>1</sup>، و ساهمت السياحة بحوالي 9% من الناتج المحلي الإجمالي في العام وتشغل ما يعادل 9% من مجموع القوى العاملة في العالم و 6% من الصادرات العالمية و 30% من صادرات الخدمات العالمية وكل هذه القيم تعتمد بدرجة رئيسية على السياحة الدولية لأنها مصدر دخول وخروج العملة الصعبة إلى البلد، وتم تقسيم المبحث إلى :

#### المطلب الأول: مفهوم السياحة الدولية وتطورها؛

#### المطلب الثاني: تطور السياحة الدولية حسب الأقاليم

#### المطلب الأول: مفهوم السياحة الدولية وتطورها

#### الفرع الأول : تعريف السياحة الدولية

تعرف السياحة الدولية حسب ما ورد عن الأمم المتحدة في تعريفها للسائح عام 1944 بأن السياحة الدولية تخص الصفتين الآتيتين من السياحة:

- **السياحة الوافدة :** وتعني الأجانب أو المسافرون إلى بلد ما غير بلدهم أو وطنهم الذي اعتادوا العيش فيه وبما فيهم المغتربون .

- **السياحة الخارجة:** وتعني سفر مواطنوا بلد ما خارج حدود بلدهم إلى بلد آخر. وعليه فإن السياحة الوافدة والسياحة الخارجية تعني سفر السياح عبر الحدود الدولية لأي بلد كان، فإن عبروا حدود بلدهم اعتبروا نوعاً من السياحة الخارجية بالنسبة لبلدهم ووافدة بالنسبة إلى البلد الذي سوف يقومون بزيارته.

#### الفرع الثاني: نمو وتطور السياحة الدولية

لقد أصبح الاستثمار في قطاع السياحة المحرك الرئيس للتقدم الاقتصادي والاجتماعي من خلال تأثيره على خلق مناصب عمل والمؤسسات ومساهمتها في حصيلة الصادرات وكذا تطوير البنية التحتية في حين قبل العقود الستة الماضية تشهد السياحة نمواً مطرداً ومتنوفاً فقد أصبح واحد من أكبر القطاعات الاقتصادية وأسرعها نمواً في العالم، فقد شهد ظهور العديد من الوجهات السياحية الجديدة والتقليدية في كل من أوروبا وأمريكا الشمالية.

<sup>1</sup> - organisation mondiale du tourisme ,rapport annuelle , Nation Unies,2014,p04.

رغم الاضطرابات التي شهدتها العالم من حين لآخر نمت السياحة دون انقطاع تقريبا فقد بلغ عدد الوافدين 25 مليون سائحا عام 1950 ليرتفع إلى 280 مليون سائحا عام 1980 ليصل إلى مليار و133 مليون سائحا عام 2014<sup>1</sup>، في حين وصلت عائدات السياحة الدولية عام 1950 إلى 2 مليار دولار لترتفع إلى 104 مليار دولار عام 1980 وإلى 415 مليار دولار عام 1995 لترتفع إلى 1245 مليار دولار عام 2014 حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة الصادر عام 2014، ومن المتوقع أن يزداد عدد السياح الدوليين الوافدين في جميع أنحاء العالم بزيادة قدرها 3.3% سنويا ما بين عامي 2010 و2030 حيث يمكن أن تصل إلى 1.8 مليار سائح بحلول عام 2030 حسب الدراسة الاحصائية طويلة المدى للمنظمة العالمية للسياحة وهذا ما توضحه الجداول والأشكال التالي.

أولاً: تطور عدد السياح الدوليين

الجدول 01-02: تطور عدد السياح الدوليين في الفترة من 1995-2014 (مليون سائح)

السنة	عدد السياح	نسبة التغيير
1995	435	-
2000	674	%54.6
2010	949	%40.8
2012	1035	%9.06
2013	1087	%5.02
2014	1133	%4.23

Source: Organisation mondiale du tourisme, **rapport annuelle**, Nation Unies, 2015, p04

ثانياً: تطور عائدات السياحة الدولية: يمكن إيضاح ذلك من خلال الجدول

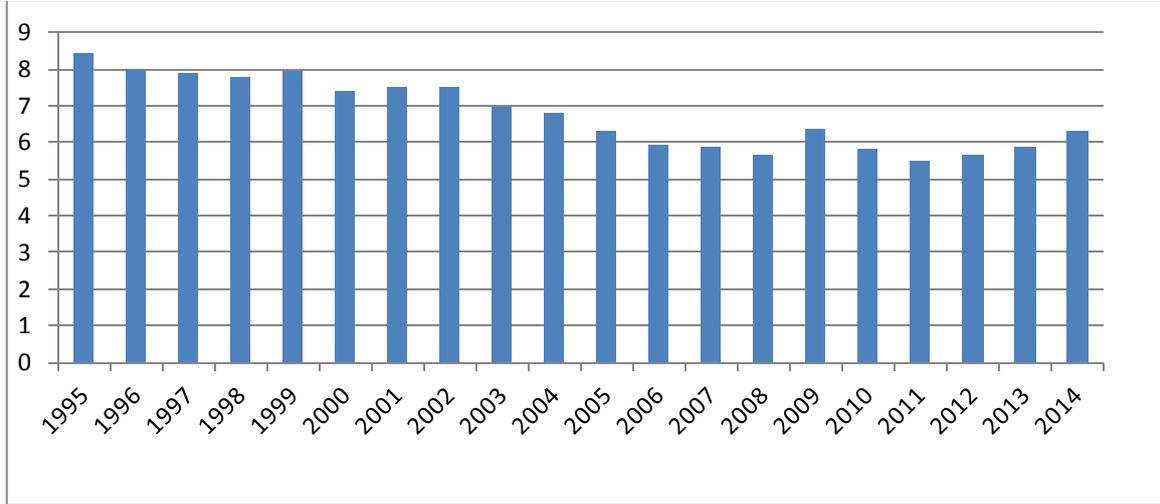
الجدول 02-02: تطور عائدات السياحة الدولية 1995-2014 (مليون أورو)

السنة	العائدات	معدل التغيير
1995	212.6	%181.58
2000	534.2	%151.27
2010	790	%47.88
2011	776.9	%1.66
2012	869.1	%11.86
2013	902	%3.79
2014	937	%3.88

Source: Organisation mondiale du tourisme, **rapport annuelle**, Nation Unies ;2015 ;p04

<sup>1</sup>- organisation mondiale du tourisme, op-cite, p02

الشكل (02-02): نسبة إيرادات السياحة الدولية من الصادرات العالمية (1995-2014) (نسبة مئوية)



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات البنك الدولي المتوفرة على الموقع الإلكتروني:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS?view> ، تاريخ الإطلاع: 2016/12/22 على الساعة

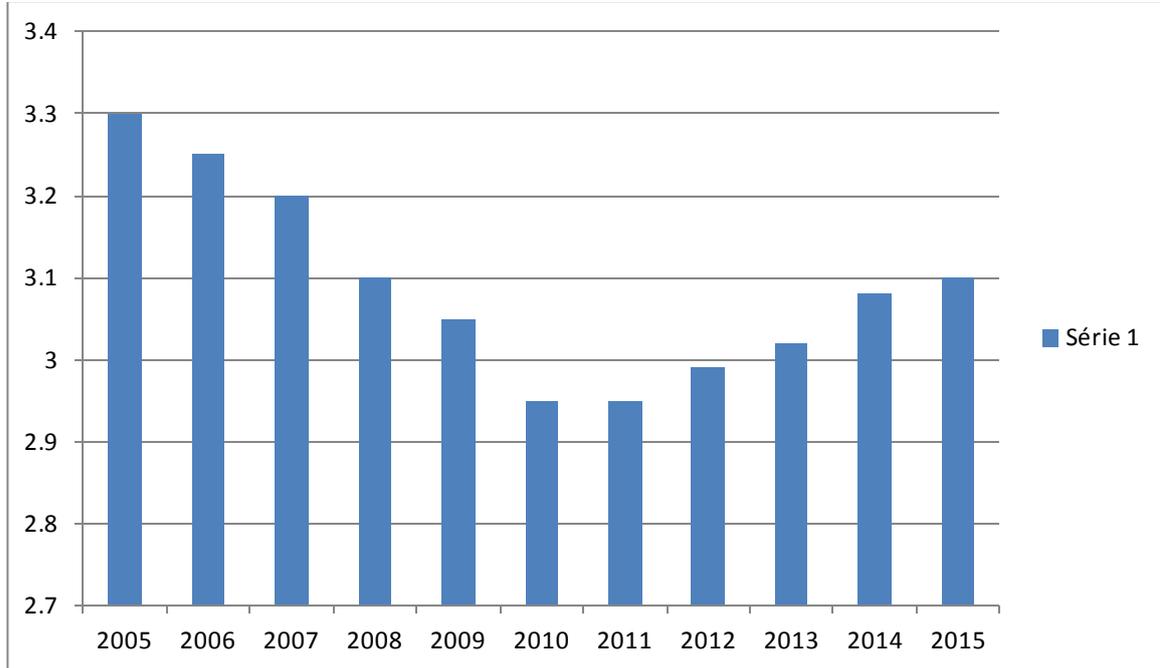
17.00

تعتبر السياحة مصدر مهم للصادرات العالمية وعند مقارنتها مع عشر صناعات أخرى نجد أن العوائد السياحية العالمية قد أسهمت بأعلى نسبة من الصادرات العالمية سنة 1995 حيث وصلت إلى 8.5 % إذ ما ورننت بالصناعات الآلية والكيمياوية والمنتجات المعدنية ومنتجات الحديد والصلب. ويجدر بالذكر أن فرنسا والولايات المتحدة الأمريكية، إسبانيا والصين يتصدرون قائمة الترتيب للسياح الوافدين العالمي وعائدات السياحة لعام 2014 في حين دخلت المكسيك في المرتبة العاشرة.

### ثالثاً: مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي

إن مقدار ما تساهم به السياحة في الناتج المحلي الإجمالي يعتمد بصورة مباشرة ورئيسية على حجم العوائد السياحية وعلى درجة العلاقة بين صناعة السياحة وبقية القطاعات الاقتصادية الأخرى أو بعبارة أخرى يعتمد على الموازنة بين العوائد السياحية والواردات السياحية وتعبير أنق يعتمد على الميزان السياحي.

الشكل (02-03) مساهمة السياحة الدولية في الناتج المحلي الإجمالي (2005-2015) (نسبة مئوية)



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات: **Travel and Tourism Impacte 2015** متوفر على الموقع

الإلكتروني: <https://zh.wttc.org/-/media/files/...impact...2015/world2015.pdf> ، تاريخ الإطلاع:

19.00 الساعة 2016/12/23

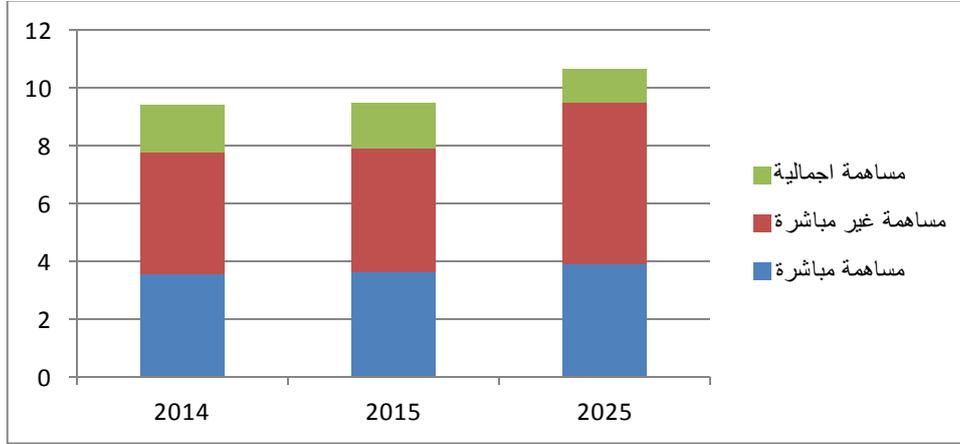
يتضح من خلال الشكل أن مساهمة السياحة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تقدر حوالي 3.1 % سنة 2014 ومن المتوقع أن تصل إلى 3.7% سنة 2015 وهذا يعكس النشاط الاقتصادي لصناعة الفنادق ووكلاء السياحة ووفقاً لهذه الوثيرة من المتوقع أن ترتفع نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى 3.9% سنة 2025 أي بمعدل نمو 3.3% سنوياً.

#### رابعاً: مساهمة السياحة في التشغيل

صناعة السياحة من الصناعات كثيفة العمل كون الآلة لم تدخل في كثير من عملياتها الإنتاجية، باستثناء إمكانية الحجز الآلي في الفنادق وبعض العمليات المالية التي تجري في الفنادق فإن أغلبية قطاع صناعة السياحة يعتمد على اليد العاملة في تقديم الخدمات السياحية، وتتولد فرص العمل في السياحة عن طريقتين وهما: الطريقة المباشرة والغير مباشرة.

يمكن تبيان ذلك من خلال الشكل الآتي :

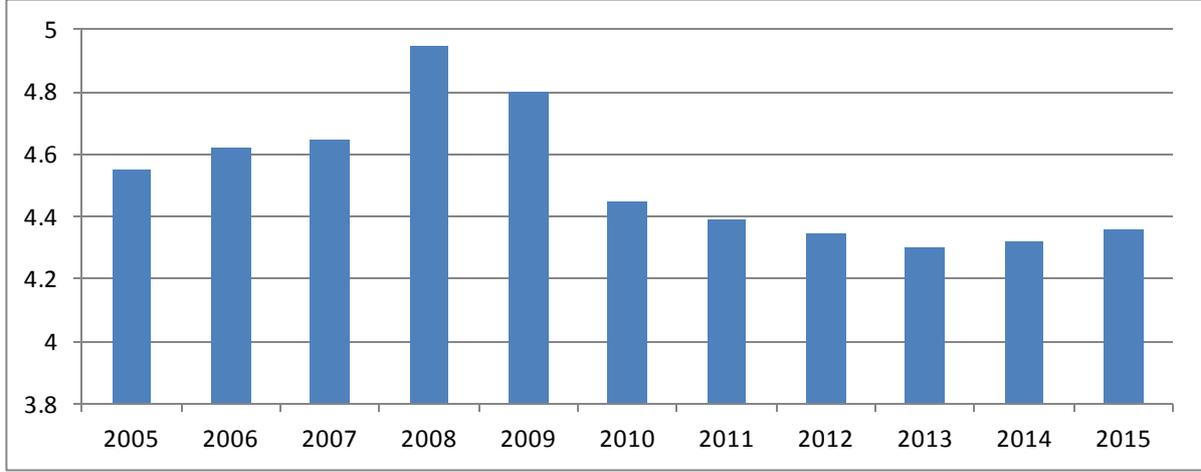
الشكل (01-04): المساهمة الإجمالية للسياحة في التشغيل في العالم (نسبة مئوية)



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات **Travel and Tourism Impacte 2015**: متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://zh.wttc.org/-/media/files/...impact...2015/world2015.pdf>، تاريخ الاطلاع: 2017/01/03/ مما سبق يتضح أن قطاع السياحة يوفر حوالي 105.408.000 وظيفة بصورة مباشرة سنة 2014 أي بنسبة 3.6% وقد ارتفع عدد الموظفين في القطاع إلى 107.519.000 وظيفة كما تساهم السياحة بنسبة 9.4% من العمالة بصورة إجمالية سنة 2014 و9.5% سنة 2015، وبصورة إجمالية بلغت مساهمة السياحة حوالي 9.4% و9.5% لسنة 2014 و2015 على التوالي ومن المتوقع أن تصل إلى 10.7% سنة 2025 وهذا يفسر مدى قدرة القطاع على توفير مناصب شغل نتيجة لدرجة تشابكه مع باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى.

## خامسا: تطور الاستثمار السياحي

الشكل (02-05): نسب تطور الاستثمار السياحي (2005-2015) (نسبة مئوية)



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات **Travel and Tourisme Impacte 2015**: متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://zh.wttc.org/-/media/files/...impact...2015/world2015.pdf> تاريخ الاطلاع: 2017/01/03 الساعة 20.00

من الملاحظ حسب الشكل السابق أن حجم الاستثمار الرأسمالي في السياحة حوالي 814.4 مليار دولار عام 2014، ومن المتوقع أن يرتفع بنسبة 4.8% سنة 2015 وبنسبة ارتفاع در ب 4.6% ليصل إلى 336.4 مليار دولار سنة 2025، وتجدر الإشارة أن حصة السياحة من إجمالي الاستثمار الوطني قد تبلغ 4.9% سنة 2025.

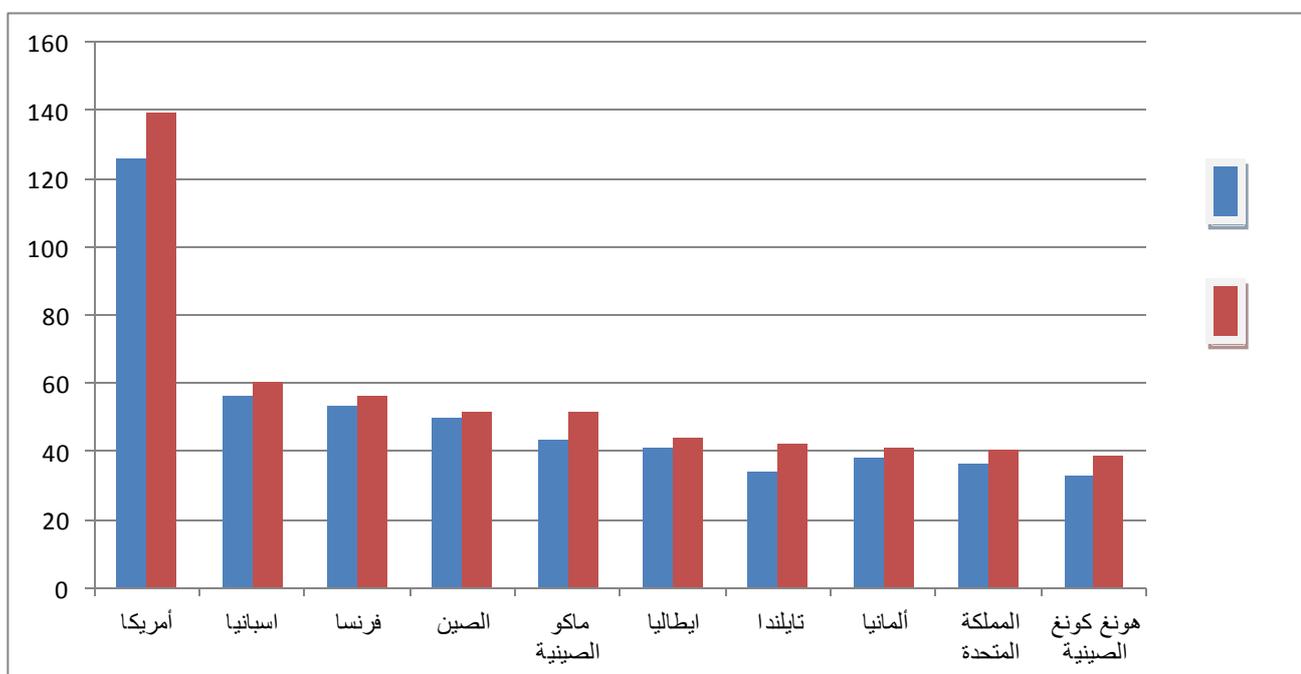
الفرع 03: الفاعلون الرئيسيون في السياحة الدولية

الجدول: (02-03): الفاعلون العشر في السياحة الدولية للفترة 2013-2014

ايرادات السياحة الدولية			حسب الوفود السياحية الدولية		
2014	2013	السنة الدولة	2014	2013	السنة الدولة
139.6	126.2	أمريكا	-	83	فرنسا
60.4	56.3	اسبانيا	69.8	66.7	أمريكا
56.1	53.3	فرنسا	60.7	57.5	اسبانيا
51.7	50.0	الصين	55.7	57.7	الصين
51.6	43.7	ماكو الصينية	47.7	46.4	ايطاليا
43.9	41.2	ايطاليا	37.8	35.7	تركيا
42.1	33.8	تايلندا	31.5	30.4	المانيا
41.1	38.1	ألمانيا	31.2	29.3	المملكة المتحدة
40.6	36.2	المملكة المتحدة	28.4	25.7	فدرالية روسيا
38.9	33.1	هونغ كونغ الصينية	26.5	22.4	تايلندا

- Source: Organisation Mondiale Du Tourisme, **rapport annuelle**, édition2015

الشكل (02-06) : تطور الايرادات السياحية الدولية لعشر الدول الأولى للفترة ( 2013-2014 ) ( مليار دولار أمريكي)



Source: Organisation Mondiale Du Tourisme, **rapport annuelle**, édition2015

من خلال الجدولين احتلت فرنسا المركز الأول في ترتيب عشر الدولى الأولى من حيث استقطاب السياح الدوليين ب 83 مليون سائح عام 2012 والمرتبة الثالثة من حيث الايرادات السياحية ب 56 مليار دولار أمريكي، في حين احتلت الولايات المتحدة الأمريكية المرتبة الأولى من حيث الايرادات السياحية ب 140 مليار دولار والمرتبة الثانية من حيث عدد الوافدين ب 70 مليون سائح، تلتها إسبانيا باحتلالها المركز الثاني عالميا والأول أوروبا من حيث الايرادات السياحية ب 60 مليار دولار أمريكي وجاءت في المركز الثالث من حيث استقطاب السياح الدوليين ب 61 مليون سائح؛ كما اعتبرت سنة 2013 سنة استثنائية بارتفاع في نسبة السياح الدوليين ب 19 % ليرتفع ب 27 مليون سائح وشهدت كذلك ارتفاع في نسبة الايرادات السياحية ب 23% و 42 مليار دولار أمريكي، وشهدت أيضا تضييع كل من ايطاليا والمملكة المتحدة لمركز ليتراجعا إلى المركز السادس والتسع على التوالي من حيث الايرادات السياحية كما وجهت الأنظار في هذه السنة نحو مقاطعتي الصين ( ماكو وهونغ كونغ) حيث احتلنا المركز الخامس والعاشر على التوالي فيما تعلق بالإيرادات السياحية.

ومن الملاحظ أن استقطاب الدول المتقدمة أكبر عدد من السياح وأعلى قيمة للعائدات، مما يفسر أن مردودية قطاع السياحة يعتمد بدرجة كبيرة على التقدم الاقتصادي والتكنولوجي والتكامل العمودي بين مختلف الأنشطة الاقتصادية لذا وجب على الدول النامية السير نحو تطوير جل القطاعات الاقتصادية ومن ثم التفكير في تنمية القطاع السياحي.

### المطلب الثاني: تطور السياحة الدولية حسب الأقاليم

#### الفرع الأول: تقسيم أقاليم السياحة الدولية

قسمت منظمة السياحة العالمية العالم إلى خمس أقاليم للسياحة حسب عدد السياح الواصلين إلى كل إقليم ومقدار الحصة السوقية لذلك الاقليم وهذه الأقاليم هي:

- الإقليم الأوروبي: يشمل دول قارة أوروبا؛
- الإقليم الأمريكي: يشمل دول قارة أمريكا الشمالية والوسطى والجنوبية؛
- إقليم جنوب شرق آسيا والهادي: ويشمل دول جنوب شرق آسيا والمحيط الهادي وجزر الأفيانوس؛
- إقليم افريقيا: ويشمل دول افريقيا جنوب الصحراء؛
- إقليم الشرق الأوسط: ويشمل الدول العربية.

ويستثنى من هذا التقسيم دول جنوب آسيا كالهند والباكستان وإيران وكثيرا ما تشير لها منظمة السياحة دول جنوب آسيا منفردة دون ذكر لفظة الاقليم.

الجدول (02-04): تطور عدد السياح عبر الأقاليم (1995-2014) مليون سائح

السنوات الأقاليم	1995	2000	2009	2010	2011	2012	2013	2014
إقليم أوروبا	262.3	387.1	461.7	484.4	515.6	534.1	563.8	581.76
إقليم آسيا والمحيط الهادي	56.2	110.1	181.1	204.9	218.5	233.5	248.7	263.3
إقليم أمريكا	92.8	128.2	141.4	150.6	156.1	162.7	168.2	180.96
إقليم أفريقيا	15.2	26.2	45.9	49.9	49.7	53.0	55.9	55.68
إقليم الشرق الأوسط	9.6	24.1	52.4	58.2	54.7	51.1	50.8	51.04
العالم	436.1	675.7	882.8	948.0	994.6	1034.5	1087.14	1.133

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات المنظمة العالمية للسياحة

من خلال الجدول يوضح الأقاليم الخمس للسياحة الدولية كما يوضح توزيع نسبة عدد السياح الدوليين وهذا التوزيع جاء مطابقاً لمقولة العالم الشهير " برنارد شو " غزارة في الإنتاج وسوء في التوزيع فمن دراسة الجدول نجد أن توزيع السياحة الدولية تتركز في قارة أوروبا بنسبة لا تقل عن 51.8% يليها إقليم شرق آسيا والمحيط الهادي بنسبة 22.9% يليها إقليم أمريكا بنسبة 15.5% والدول العربية بنسبة 4.7% وإفريقيا بنسبة 5%.

#### الفرع الثاني: تطور السياحة في الأقاليم الأوروبي

تتصدر قارة أوروبا العالم من حيث عدد السياح الدوليين ومن حيث حصتها السوقية، ففي عام 1950 بلغ عدد السياح الدوليين في قارة أوروبا 16.8 مليون سائح وبلغت حصتها من ذلك 66.4%، استمر عدد السياح الدوليين بالنمو الكبير حتى بلغ 480.1 مليون سائح ما يعادل 53.4% عام 2008 في حين وصل عدد السياح عام 2014 إلى 582 مليون سائح بنسبة تجاوزت 50% ومن الملاحظة الجديرة بالذكر أنه في

الوقت الذي ترى فيه تزايد عدد السياح الدوليين إلى قارة أوروبا نجد في نفس الوقت تناقص الحصة السوقية للقارة، إذ كان تفسير ذلك يعود للنمو السريع للسياحة في اقليم آسيا والمحيط الهادي.

### ثانياً: عوامل تطور السياحة في أوروبا:

عملت مجموعة من العوامل على تطور السياحة في قارة أوروبا:

#### 1- الموقع الجغرافي:

تحتل أوروبا موقعا متوسطا في العالم فهي تشكل امتدادا برياً لقارة آسيا من الشرق واتصالاً بحرياً عبر المحيط الأطلسي من الغرب مع دول أمريكا وعبر البحر المتوسط مع دول العالم العربي وإفريقيا هذا الموقع شبه الجزري إضافة إلى طبيعة تضاريسها المتمثلة في امتداد واسع للسهل الأوروبي فقد أكسبها حركة واسعة للاتصال مع دول العالم فقديمًا خرجت منها أوسع الهجرات البشرية في التاريخ خاصة في عصر الاستكشافات الجغرافية وما تلاه من هجرات استمرت حتى منتصف القرن العشرين وتمثلت بخروج ما بين 50 إلى 60 مليون مهاجر من الفرنسيين والانجليز والهولنديين والبرتغاليين والإسبان اتجهوا إلى أمريكا الشمالية مستخدمين النقل البحري والذي يمثل الوسيلة الرئيسية للنقل في تلك العصور<sup>1</sup>، كما أن للموقع أوروبا الجغرافي ميزة مناخية نظراً لموقعها في العروض الشمالية المعتدلة والباردة ما بين دائرتي عرض 36-71 درجة شمالاً وأقل ما يوصف مناخ أوروبا من قبل الباحثين بأنه أنسب موقع لسكن الإنسان إضافة إلى أن قارة أوروبا تكاد تخلو من صفة الصحراء المناخية.

#### ثانياً: التطور التكنولوجي:

تعد أوروبا مهد الثورة الصناعية العامل الذي دفعها للهيمنة على جزء كبير من العالم لاستمرار زخم تلك الثورة وهذا العمل أكسب أوروبا الكثير من التطور ونخص منها:

- تطور كبير في مجال النقل سواء البحري منه أو البري أو الجوي وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية؛
- تطور الثروات ففي التصنيف الدولي لمستوى الحياة والذي تصدره الأمم المتحدة
- UN.Huan development Index<sup>2</sup>، لتحديد أعلى عشرة دول في العالم في مستوى أو نوعية الحياة Quality of life نجد أن من بين العشرة دول في العالم سبعة دول أوروبية تشغل المستوى مراتب مختلفة ضمن التسلسل فالنرويج احتلت المركز الأول في العالم تليها السويد في المركز الثاني وبلجيكا في المركز الرابع وإيسلندا في المركز السابع وفلندا في المركز العاشر أي باستثناء المراكز الثالث والسادس والتاسع والتي عدت للولايات المتحدة الأمريكية وكندا واليابان على التوالي. هذا المستوى من

<sup>1</sup> -Joel Raboteur, *Introduction à l'économie du tourisme*, Harmattane, 2000, p15

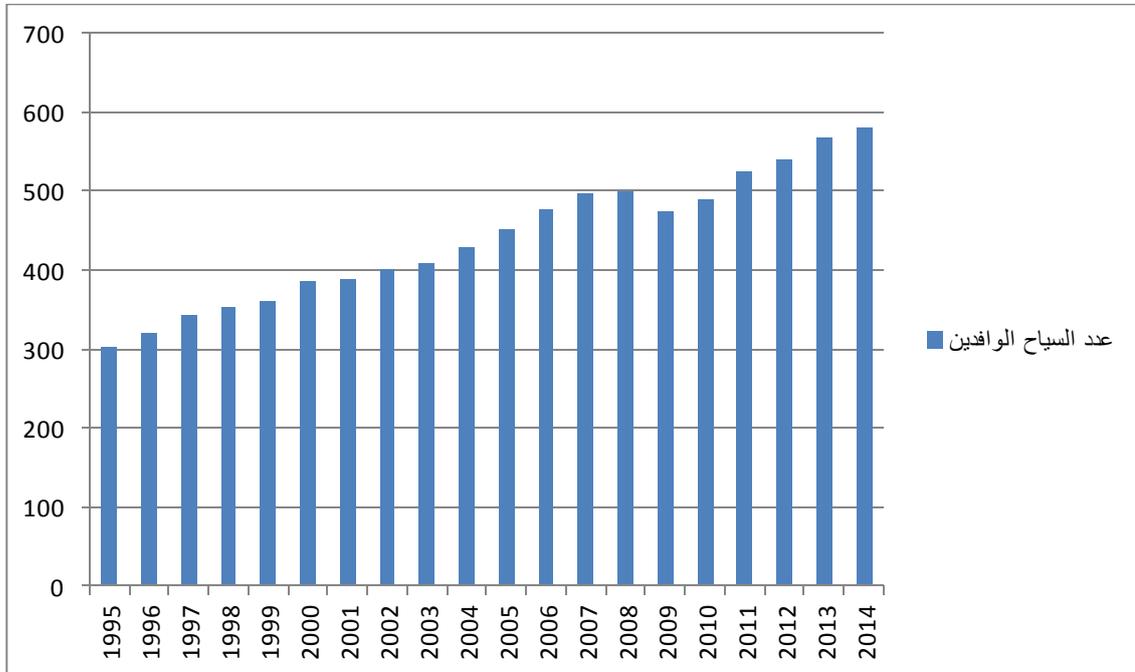
<sup>2</sup> - Human Development Index, HDI.UNDP,2013.P05 -

الحياة مكن الأوروبيين من السفر والسياحة وفي أحدث الدراسات أشارت إلى أن لكل 100 أوروبي 46 رحلة سنويا .

- فتح الحدود وإلغاء التأشيرة في دول الاتحاد الأوروبي والبالغ عددها 27 دولة لا توجد تأشيرة أو أي نوع آخر من قيود الدخول والحركة بين هذه الدول باستثناء الهوية الشخصية للتعريف .

نتيجة لهذه العوامل فقد جاءت كل من فرنسا واسبانيا في طليعة دول القصد السياحي في العالم حيث احتلتا المرتبة الأولى والثالثة على التوالي وإيطاليا في المركز الخامس وألمانيا في المركز السابع أي بعبارة أخرى أن من بين أعلى عشرة دول قصد سياحي في العالم كان منها خمسة على الأقل دول أوروبية منها دولتين في المركز الأول والثالث والشكل الموالي يوضح تطور السياحة في أوروبا.

**الشكل (02-08): تطور عدد السياح في أوروبا للفترة 1995-2014 (مليون سائح)**



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات التقرير السنوي للمنظمة العالمية للسياحة 2015

**الفرع الثالث: تطور السياحة في إقليم آسيا والمحيط الهادي**

يشغل هذا الاقليم الجزء الشرقي لقارة آسيا متمثلاً في الصين واليابان والفلبين والجزء الجنوبي ليشغل دول مثل أندونيسيا وكوريا والفلبين وماليزيا وسنغفورا، كما يشمل جزء المحيط الهادي وهي دول الآفيانوس وهي كل من أستراليا ونيوزيلندا فإن معظم الاحصائيات الصادرة عن منظمة السياحة الدولية تفردتها معلومات مستقلة عن تسمية اقليم وربما يعود السبب إلى تدني حصتها السوقية إلى 5% مقابل

95% لباقي دول العالم، شهد الاقليم تطورا كبيرا في السياحة الدولية؛ وباستثناء\* 2003، فان نمو عدد السياح الدوليين لإقليم كان كبيرا وسريعا حتى أنه منذ سنة 2000 أخذ ينافس الاقليم الأمريكي في حصته السوقية ليشغل مكانة ويأتي في المرتبة الثانية في العالم، في عام 1950 لم يتجاوز عدد السياح في هذا الاقليم 0.2 مليون سائح وبحصة سوقية 0.8% من مجموع السياحة العالمية مقارنة مع إقليم أمريكا والذي بلغت حصته 30% وبعده بلغ 7.5 مليون سائح للعام نفسه وقد تسارع النمو السياحي في هذا الاقليم بشكل كبير حتى أنه بحلول عام 2002 تخطى الاقليم الأمريكي بعدد السياح وبالحصة السوقية حيث بلغ عدد السياح في هذا الاقليم 126.1 مليون سائح مقابل 116 مليون سائح لأمريكا.

واستمرت هذه الصورة التنافسية لإقليم آسيا والمحيط الهندي ففي عام 2007 وصل عدد السياح الدوليين لهذا الاقليم إلى 184.9 مليون سائح وبحصة سوقية قدرها 20.6% أو بزيادة أكثر من 42 مليون سائح وبنسبة حوالي 5% عن الاقليم الأمريكي وإذا ما أخذنا بالاعتبار أن أحداث 11 سبتمبر من عام 2001 قد أثرت على السياحة الدولية وبسبب نقص في عدد السياح الدوليين في كل دول العالم ومع ذلك تبقى حصة الاقليم من السياحة الدولية في ازدياد مطرد حيث وصل إلى 263.3 مليون سائح سنة 2014 تجاوزت 22% من المجموع الكلي.

\* - تسبب مرض الالتهاب الرئوي الحاد الغير نمطي والذي انتشر في بعض من دول الاقليم خاصة الصين في انخفاض في عدد السياح بنسبة 10% و1.2 على المستوى العالمي

الجدول(05-02) : تطور عدد السياح الدوليين لإقليم آسيا والمحيط الهادي (1995-2014) مليون

سائح

السنة	عدد السياح	الحصة السوقية%
1995	57.7	13
2000	110.6	16
2001	116.6	16.9
2002	126.11	17.8
2003	114.2	20
2010	250.37	26.41
2012	233.77	22.6
2013	249.78	23
2014	263.305	23.23

Source: Organisation Mondial Du Tourisme,rapport annuelle,2015

كما يوضحه الجدول في أن نمو القطاع السياحي في دول شرق آسيا والمحيط الهادي في تزايد مطرد ويعود لأسباب عديدة نذكر منها<sup>1</sup>:

- تسارع النمو الاقتصادي: حيث تجاوزت نسبة النمو الاقتصادي خاصة في الصين وماليزيا وسنغافورا وأندونيسيا وكوريا الجنوبية بين 6-9 % في بداية التسعينات مقارنة مع بقية دول العالم والتي كانت بين 3 إلى 4%؛

- الاستراتيجية التسويقية للسياحة: ركزت على الهدف السوقي وعلى المنتجات السياحية تحت مسمى

Discover Korea وكذلك فعلت الصين وكوريا

- وهذا أدى لارتفاع في عدد السياح في دول الاقليم بنسبة وصلت إلى أكثر من 27% وارتفاع عوائد

السياحة بصورة كبيرة وصلت إلى 46.6%؛

- الاستقرار والانفتاح نحو العالم؛

-

<sup>1</sup> - مرزوق عابد القعيد وآخرون، مرجع سابق،ص140

- **عولمة النقل الجوي:** حيث أدركت دول الإقليم أن سياسات التحفظ والعزلة لها مؤثرات سلبية على الإقليم والسياحة بصورة خاصة البعد الجغرافي للإقليم وتعد طبيعة الأرضية مما يصعب تطوير النقل البري فعمدت لتطوير نقلها الجوي وتسهيل عمليات السفر من خلالها فضلا عن تخفيض تكاليف النقل بين دول الإقليم بالاعتماد على طائرات من نوع جامبو 777 و Airbus من نوع A340 مكن من عبور المحيطات، حيث أقدمت دول الإقليم كسنغافورا، تايوان وماليزيا وكوريا الجنوبية ونيوزيلندا والفلبين للانضمام إلى اتفاقية السماء المفتوحة Open Skies مع الولايات المتحدة الأمريكية عام 1997 حيث سهلت هذه الاتفاقية لشركات النقل الجوي العالمية حرية الهبوط وحمل المسافرين من وإلى دول الإقليم الأمر الذي انعكس على إيرادات القطاع.

وتجدر الإشارة بلدان جنوب آسيا (وخاصة الهند) تتجنب المسار التقليدي للتنمية ( التصنيع) من خلال المشاركة في الاقتصاد العالمي عبر الأنشطة التي يتصدرها قطاع الخدمات مدعوماً بتكنولوجيا المعلومات ونظام التعميد الذي يساعد الخدمات على التغلب على قيودها السابقة باعتبارها أنشطة غير قابلة للتداول، ولكن هذا حدث بعد تطور تكنولوجيا خاصة في مجال المعلومات، وهكذا مرة أخرى يتضح أن تبني قطاع الخدمات بصفة عامة والخدمات السياحية بصفة خاصة يحتاج لتطوير البنية التكنولوجية للاقتصاد ككل.

#### الفرع الرابع: تطور السياحة في إقليم أمريكا

يشغل الإقليم الأمريكي دول أمريكا الشمالية والوسطى ودول البحر الكاريبي وأمريكا الجنوبية، ظل هذا الإقليم يشغل المرتبة الثانية من أقاليم السياحة العالمية وحتى عام 2002<sup>1</sup>، حيث تسارع النمو السياحي في إقليم آسيا والمحيط الهادي وأزاح هذا الأخير الإقليم الأمريكي للمرتبة الثالثة لأقاليم السياحة العالمية.

#### الجدول (02-06): تطور السياحة الدولية في أمريكا (1995-2014) (مليون سائح)

السنة	العدد (مليون سائح)	الحصة السوقية %
1995	92.8	21.0
2000	128.2	18.8
2001	122.1	18.00
2010	150.6	15.88
2011	156.1	15.69
2012	162.7	15.72
2013	168.21	15.46
2014	180.96	15.97

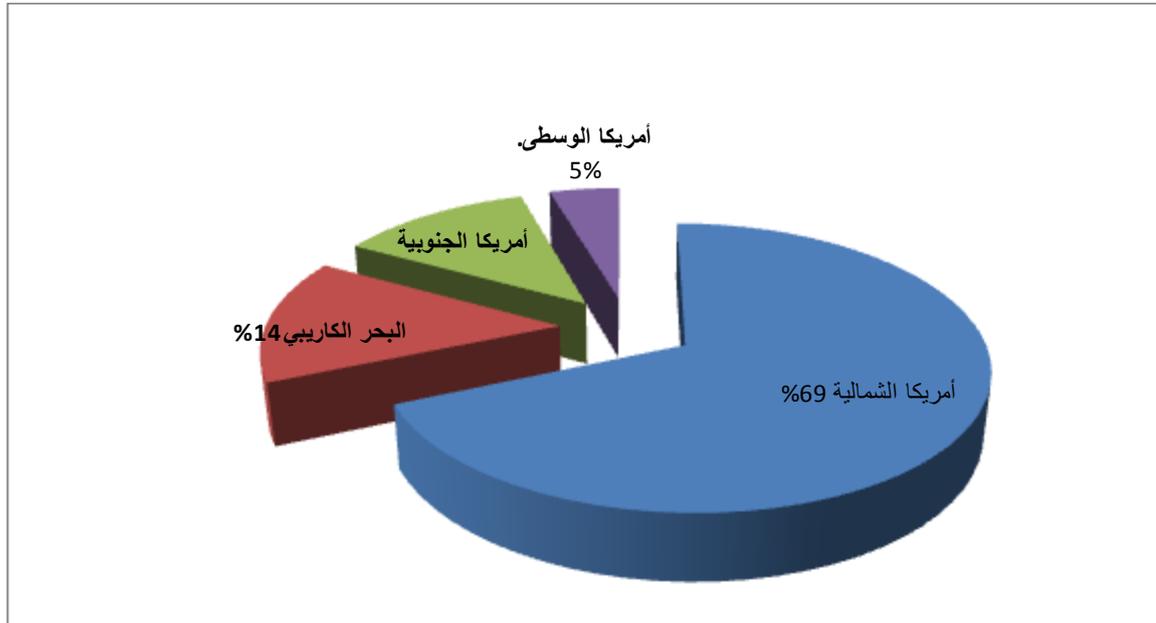
المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من المعطيات السنوية للمنظمة العالمية للسياحة

<sup>1</sup>- مرزوق عايد القعيد وآخرون، مرجع سابق، ص112

يلاحظ من خلال الجدول نمو السياح بصورة كبيرة منذ عام 1995 وحتى عام 2000، حيث تسارع نمو السياح من 7.5 مليون سائح عام 1950 بنسبة 30 %، من مجموع السياح الدوليين في العالم وبحلول عام 2001 بدأ التدهور في عدد السياح الدوليين حيث انخفض العدد إلى 122.1 مليون سائح وإلى 116.6 مليون سائح عام 2002 وقد سجل عام 2003 أعلى تناقص في عدد السياح الدوليين في أمريكا حيث بلغ 15 مليون سائحاً مقارنة مع 2000، ولم تتحسن حصة الاقليم من السياحة حتى الوقت الحاضر 2014 - وهذا يعود لأحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 والحرب التي قادتها الولايات المتحدة الأمريكية على كل من أفغانستان والعراق عام 2003 إضافة إلى مرض Sars<sup>1</sup>.

تقسم المنظمة العالمية للسياحة الاقليم الأمريكي إلى أربعة أجزاء وهي دول أمريكا الشمالية وتشمل (الولايات المتحدة الأمريكية، كندا، المكسيك)، وتبلغ حصتها من السياحة الدولية 68.3% من مجموع حصة الاقليم الأمريكي كله في عام 2014 ودول بحر الكاريبي ويحتل المركز الثاني بنسبة 14% ويشمل دول بورتوريكو، جمهورية الدومنيكان، كويا اليهاما وجمايكا، وإقليم أمريكا الجنوبية ويشغل المركز الثالث بحصة بلغت 12% ويشمل البرازيل، الأرجنتين، تشيلي، أروغواي والبيرو والإقليم الرابع يشمل دول أمريكا الوسطى وبحصة 5% ويشمل كوستاريكا وكوانتمالا، والشكلين المواليين يشرحان مكانة أمريكا سياحياً سواء من حيث حصتها من السياحة الدولية أو عائدات السياحة ككل.

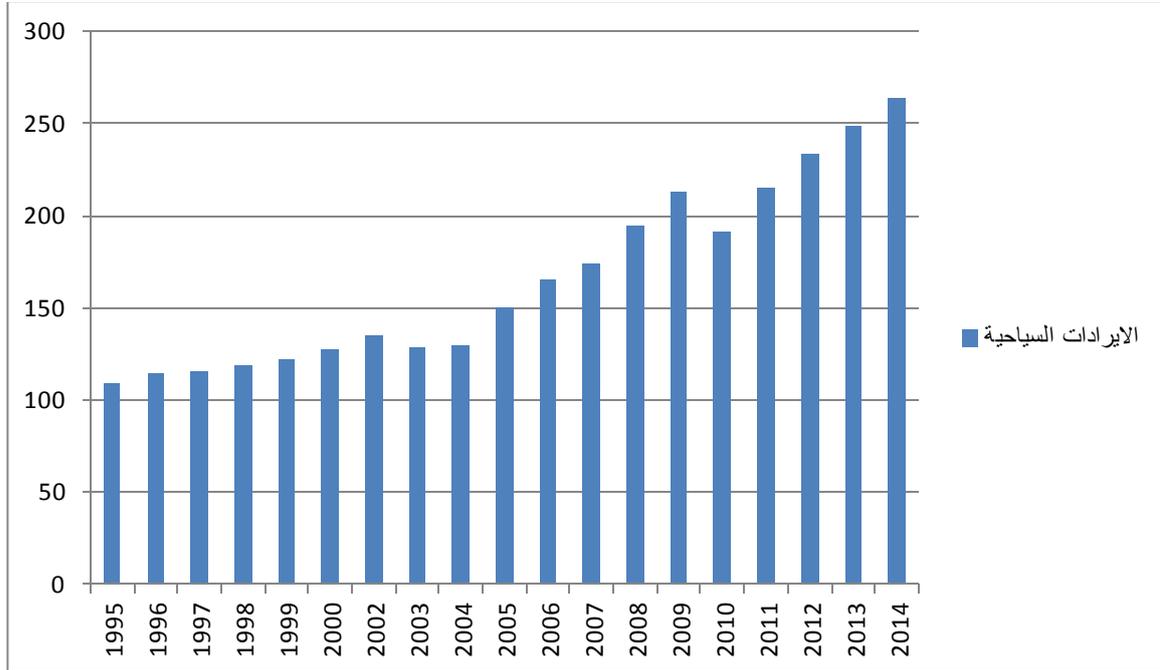
الشكل (09-02): حصة إقليم أمريكا من السياحة الدولية 2014



المصدر: من إعداد الباحثة إنطلاقاً من المعطيات السابقة

\* - sars: Severe acute respiratory syndrome  
بدأ ظهور فيروس "سارس" في الصين وأخذ ينتشر في بلدان العالم ولاسيما في دول جنوب شرقي آسيا ليصيب ضحاياه بصعوبة التنفس والتهاب رئوي غامض عُرف لاحقاً المتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة .

الشكل (10-02): تطور إيرادات السياحة الأمريكية للفترة (1995-2014) مليار دولار



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من المعطيات السنوية للمنظمة العالمية للسياحة

#### الفرع الخامس: إقليم الشرق الأوسط

تتوفر في الوطن العربي إمكانات سياحية فريدة لا تتوفر لغيره من الأقاليم السياحية في العالم، وتمتلك معظم الدول العربية المقومات الأساسية لتطوير السياحة وصولاً إلى التكامل في العروض السياحية الذي من شأنه أن يزيد نصيب الدول العربية من السياحة العالمية وفيما يلي مقومات تنشيط السياحة في الوطن العربي<sup>1</sup>:

- الموقع المتميز الذي يشغله الوطن العربي باعتباره حلقة وصل مع العالم وخاصة أوروبا المصدر الرئيسي للسياحة العالمية؛
- وجود الشواطئ التي تمتد على طول البحر المتوسط والمحيط الأطلسي والبحر الأحمر والبحر العربي والخليج العربي وقد حياها الله بكثير من الكنوز الثمينة كالشعاب المرجانية والشواطئ الرائعة؛
- وجود جميع الفصول في السنة في الوطن العربي الأمر ساهم في سحر طبيعته على مدار العام؛
- مركز الإشعاع الديني في العالم ومهبط الديانات الثلاث؛

<sup>1</sup>- مرزوق عايد القعيد وآخرون، مرجع سابق، ص 114

## أولاً: تطور السياحة في الشرق الأوسط

الجدول (02-07): تطور السياحة الدولية في إقليم الشرق الأوسط (1995-2014) (مليون سائح)

السنة	عدد السياح (مليون سائح)	الحصة السوقية
1995	10	2.3
2000	24.4	3.6
2010	58.2	6.1
2011	54.7	5.49
2012	51.1	4.93
2013	50.8	4.67
2014	51.04	4.5

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات المنظمة العالمية للسياحة

كما يوضحه الجدول فإن إقليم الشرق الأوسط يساهم بأدنى حصص السياحة الدولية حيث لم تتعدى 5% من مجموع السياحة الدولية بل كانت تمثل 1% سنة 1950 ولم تتجاوز 6% عام 2010 لتستقر عند 4.5% عام 2014 أما من حيث عدد السياح فقد تطور عدد السياح الدوليين من 02 مليون سائح عام 1950 إلى 51 مليون سائح عام 2014 وهذا العدد إذ ما قورنا بعدد السياح في فرنسا وحدها نجدها لا يمثل سوى 58% وهذه الأرقام لا تعبر عن قدر هذا الإقليم بما يمتلكه من مصادر جذب سياحي كما ذكرنا سابقاً فهو مهد للحضارات والديانات السماوية فضلاً عن مناخه المعتدل إضافة إلى ثرواته الغنية، فضلاً عن موقعه الجغرافي الذي يتوسط العالم بمساحة تخلو من الحواجز الطبيعية وتشرف على المحيط الأطلسي وعلى البحر المتوسط والخليج العربي والبحر العربي ويحتضن أهم منفذ للتجارة والنقل البحري ومن جملة العوامل المؤدية لتدني مستوى الإقليم من السياحة الدولية و أهمها:

- ظاهرة عدم الاستقرار: يعد الإقليم من أكثر المناطق الملتهبة في العالم وأكثرها حروباً ابتداء من عام 1948 إلى غاية اليوم (2015) وما يشهده من تقلبات سياسية خاصة في فترة الربيع العربي والتي أثرت بشكل أساسي على الدول العربية؛

- القيود المفروضة على السفر: ونتيجة لعدم الاستقرار الذي تشهده المنطقة ظلت الهواجس الأمنية هي المسيطرة على تنقل المسافرين من الإقليم ومن خارجه وهذا أدى إلى ضعف السياحة البيئية أو السياحة العربية في الإقليم؛

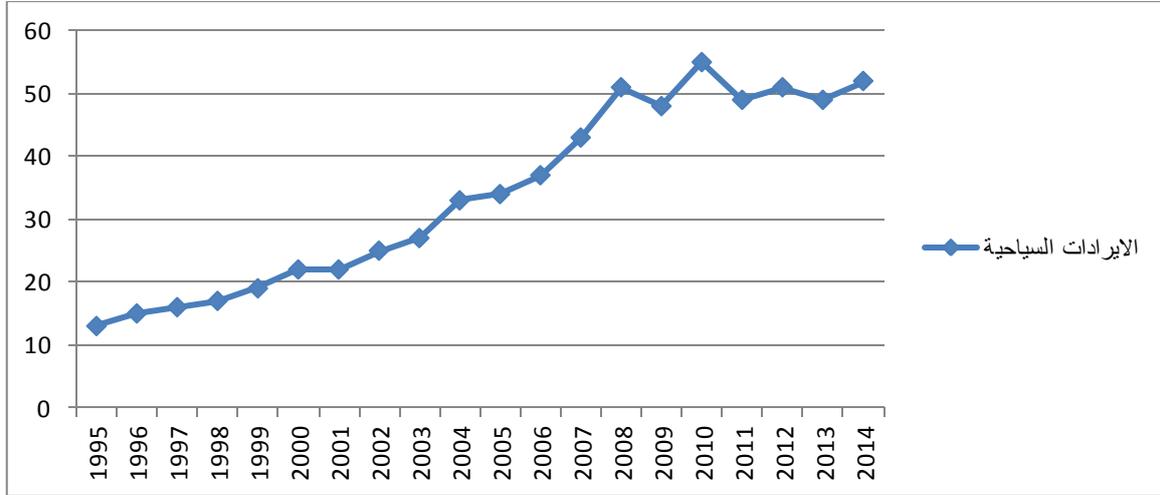
- ضعف النقل والمواصلات: بغياب شبكة من السكك الحديدية كما في أوروبا ولا توجد طرق برية للسيارات حديثة وأمنة ولا توجد بحرية حديثة المستوى أما النقل الجوي لازالت كلفته أعلى من قدرة أبناء الإقليم لذلك كثيرا منهم لم يتعود النقل جوا باستثناء فريضة الحج؛
  - ضعف البنية التحتية والفوقية للسياحة؛
  - لم يظهر الإقليم العربي ككتلة اقتصادية كما في تجربة الاتحاد الأوروبي وبإستثناء دول الخليج العربي وهذا أثر كثيرا على تنمية صناعة السياحة؛
- ولإعطاء صورة واضحة لمستوى السياحة الدولية لدول إقليم الشرق الأوسط من بيان عدد السائحين الدوليين لكل دولة للسنوات 1995- 2014 تم الاستعانة بالجدول التالي.

الجدول (08-02): السياحة الدولية في دول الشرق الأوسط

العدد (ألف سائح)				الدولة
2014	2010	2000	1995	
-	2070	866	1137	الجزائر
3990	4207	1580	572	الأردن
9.628	14051	5116	2411	مصر
-	207	78	15	الكويت
1355	2.168	742	-	لبنان
-	-	174	96	ليبيا
7055	9288	4278	4024	المغرب
-	-	571	149	عمان
556	522	310	-	فلسطين
2826	1700	378	136	قطر
15098	10850	6585	2209	المملكة العربية السعودية
967	495	38	33	السودان
-	8546	1416	562	سوريا
-	7432	3907	973	الامارات العربية المتحدة
	1025	73	52	اليمن
2342	6903	5058	3204	تونس
-	1518	78	748	العراق
-	995	2420	1376	البحرين

من إعداد الباحثة انطلاقا من معطيات المنظمة العالمية للسياحة

الشكل (11-02): تطور الإيرادات السياحية في منطقة الشرق الأوسط للفترة (1995-2014) (مليار دولار)



المصدر: من إعداد الطالبة انطلاقا من معطيات المنظمة العالمية للسياحة

### ثانيا: آثار التحركات الاجتماعية على السياحة في بلدان الربيع العربي

كان دور السياحة في الاقتصاد حيويا في جميع البلدان العربية الأربعة التي شهدت تحركات اجتماعية خلال الانتفاضات التي بدأت في ديسمبر عام 2010 وكانت تونس 18.6% هي الحصة الأعلى للسياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال العقد الأول من الألفية تليها مباشرة مصر بنسبة 17.2% وفيما يتعلق بالعمالة في مصر وتونس، فإن القطاع يشغل 15.2% و 16.8% من القوى العاملة في المتوسط السنوي على التوالي أما في اليمن وليبيا كانت مساهمة هذا القطاع متواضعة مقارنة مع مصر وتونس وهذا ما يبرزه الشكل الموالي.

الشكل (12-02): متوسط حصة الدول الأربع من الناتج المحلي الإجمالي والتشغيل (2000-2010)

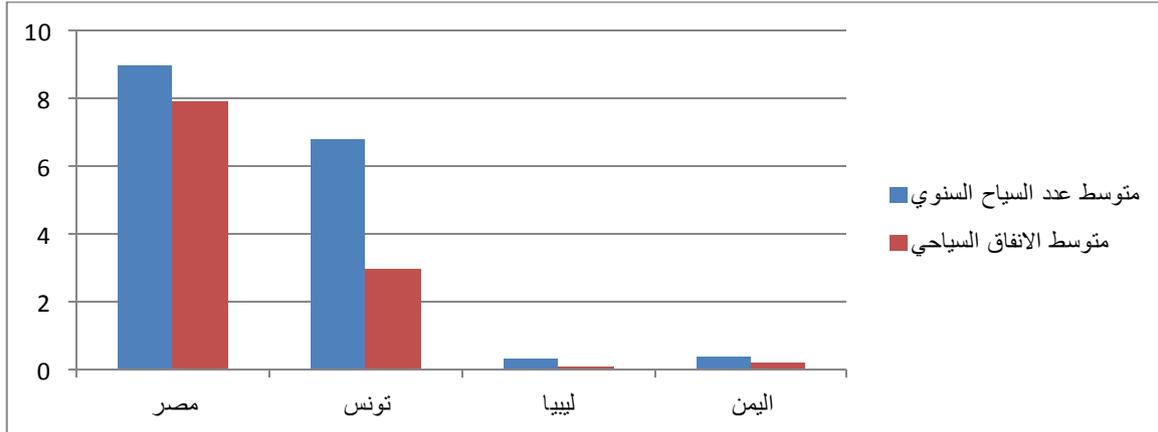


المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقا من معطيات منظمة السياحة العالمية

ويبرز دور مصر وتونس من حيث عدد السياح القادمين والإنفاق السياحي خلال العقد الماضي، استضافت مصر 8.9 مليون سائح في السنة في المتوسط و7.8 مليار دولار من العائدات السياحية من

ناحية أخرى<sup>1</sup> توجد اليمن وليبيا بمستويات منخفضة نسبياً من عدد السياح الوافدين والإنفاق السياحي على مدى العقد الماضي كانت عائدات السياحة في ليبيا أقل من 44 مرة من مصر في المتوسط وهذا ما يبرزه الشكل الموالي.

الشكل (13-02): متوسط عدد السياح (ملايين) ومتوسط الإنفاق السياحي (مليار دولار أمريكي) للفترة (2000-2010)



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات المنظمة العالمية للسياحة

## 2- تداعيات الربيع العربي على قطاع السياحة في البلدان الأربعة المختارة

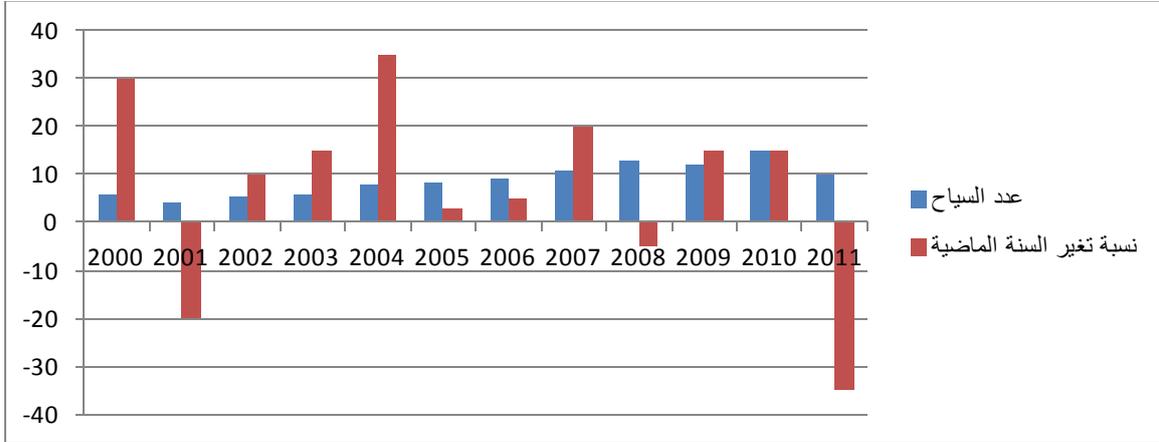
بين عامي 2000-2010 كانت مصر الوجهة السياحية الأكثر شعبية بين الدول الأربعة حيث استضافت البلاد أكبر عدد من السياح عام 2010 قبل التحركات الاجتماعية وكانت لمصر عدد متزايد باستمرار من السياح القادمين منذ عام 2000 حتى عام 2009 حيث بدأت آثار أزمة الرهن العقاري ومع ذلك كان تأثير الانتفاضات في عام 2011 أكبر من ذلك بكثير بين عامي 2008 و2009 حيث انكمش عدد السياح القادمين بنسبة 2.3% ولكن بين عامي 2010 و2011 فقدت مصر 33.2% من سياحها في عام 2012 حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة<sup>2</sup>.

شدة تأثير ذلك على القطاع السياحي ليس من المستغرب بما أن الجهات السياحية المهمة تأثرت بسبب الاحتجاجات وتقع فنادق القاهرة في ميدان التحرير حيث مكان الاحتجاجات وانخفضت نفقات السياحة أيضاً بنسبة 31.5% في عام 2011 وهذا ما يبرزه الشكل الموالي.

<sup>1</sup> السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي "الأفاق والتحديات"، مركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية، 2013، ص 22

<sup>2</sup> السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، مرجع سابق، ص 24

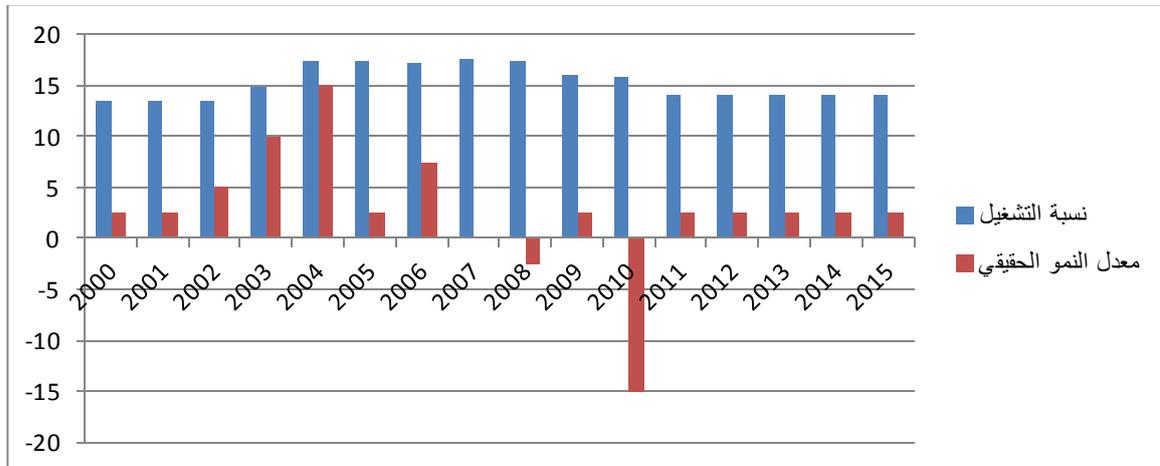
الشكل (14-02) : عدد السياح الدوليين في مصر (2000-2011)



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات منظمة السياحة العالمية

وانخفضت بشكل كبير حصة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي والعمالة إلى مستوياتها في بداية الألفية، بعد تراجع 12.5 % في المساهمة الاجمالية في الناتج المحلي الاجمالي و 15.8 % في التشغيل.

الشكل (15-02): إجمالي مشاركة السياحة في التشغيل للفترة (2000-2015) نسبة مئوية



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات المنظمة العالمية للسياحة

ووفقاً للتقرير الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي يحمل تقرير التنافسية للسفر والسياحة عام 2013، تحليلاً متعمقاً عن تنافسية الاقتصادات في جميع أنحاء العالم حيث تراجعت مصر بعشر مراتب في ترتيب التقييم العالمي لتصل إلى المرتبة 85 والتي يمكن إرجاعها للاضطرابات التي شهدتها البلاد في نفس الفترة

انخفض تقييم السلامة والبيئة الأمنية إلى أدنى مستوى له في جميع بلدان المئة والأربعون المشمولة في التقرير<sup>1</sup>.

في تونس كانت السياحة من الناتج المحلي الإجمالي هي الأعلى بين باقي الدول في المتوسط 18.6% غير أن القطاع عانى الكثير نتيجة الآثار السلبية للتحركات الإجتماعية عام 2011 حيث انخفض عدد السياح الدوليين إلى 5.1 مليون أي تقلصوا بنسبة 34.2% وكان هذا الرقم أقل حتى من عدد الوافدين عام 2000 وقد نجم عن هذا التراجع في عائدات السياحة في تونس بنسبة 27.3% إلى 2.5 مليار دولار ومع ذلك شهدت البلاد انتعاشا 2012 مع زيادة قدرت ب 24.4% في عدد السياح الدوليين وزيادة 10% في عائدات السياحة حسب تقرير المنظمة العالمية للسياحة<sup>2</sup>.

وعموما جمعت جهات شمال إفريقيا 9% من نمو السياحة في الربع الأول من عام 2012 ونمت بنسبة 12% في الربع الثاني من عام 2012 حيث سجلت الرقم الإجمالي للنمو ب 11% في عدد الوافدين للسياحة الدولية في النصف الأول من عام 2012 مقارنة بالفترة نفسها من العام السابق وكان هذا النمو إلى حد كبير سبب الانتعاش الملحوظ في تونس 42% على الرغم من أن وتيرة النمو قد تباطأت من الربع الأول من عام 2012 والتي مثلت 53% إلى 36% في الربع الثاني من نفس السنة مقارنة مع نفس الفترة في عام 2011.

وانخفضت مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى أدنى مستوى له في عشر سنوات 14.1% وسجلت أدنى مستوى لها في التشغيل في العشر السنوات الماضية حيث انكشفت بنسبة 21.3% منخفضة بنسبة 12.7%.

### 3- التأثيرات على المنطقة

أخذت التطورات الاجتماعية والسياسية في العديد من البلدان في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا خسائر شديدة على قطاع السياحة في المنطقة عام 2011 وفقا لتقرير منظمة السياحة الدولية عام 2013 فقد انخفض عدد السياح الدوليين في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا بنسبة 5.6% و 9.1% على التوالي من عام 2011 مقارنة بعام 2010 ومن ناحية أخرى فإن تصاعد الصراع السياسي في سوريا إلى حرب أهلية تسبب بضرر خطير على سياحة جارتها لبنان حيث انخفض عدد السياح القادمين بنسبة 12% في الأشهر السبعة الأولى من عام 2012 وتعرضت للاقتصادات ذات الحصة كبيرة من السياحة الوافدة من

1 - The Travel & Tourism competitiveness, report 2013, World Economic Forum, p159, [www.weforum.org/ttcr](http://www.weforum.org/ttcr)

2 - السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، مرجع سابق، ص 24

أوروبا مثل تونس ومصر إلى حدوث تباطؤ في وتيرة نمو السياحة على حساب الوضع الاقتصادي الضعيف في منطقة اليورو<sup>1</sup>.

من خلال ما تقدم يتضح أن عدم الاستقرار السياسي قد أضر بصناعة السياحة ليس فقط في البلدان التي صارت فيها الاضطرابات ولكن أيضا في بلدان مختلفة بأنماط وشدة مختلفة أصيبت بعض الدول بانخفاضات مفاجئة وهائلة مثل الحالة التونسية وتميز الآخرون مثل اليمن باتجاهات متواضعة لكنها في معظم البلدان كان تأثير التحركات الاجتماعية أكبر بكثير من الأزمة المالية لعام 2008.

### الفرع السادس: تطور السياحة في إقليم افريقيا

وهو الأخير من أقاليم السياحة الدولية حيث نجد أنه رغم تطور السياحة الدولية في الإقليم من نصف مليون سائح عام 1950 إلى 44.2 مليون سائح عام 2007 لينتقل إلى 55.68 مليون سائح عام 2014 لكن مع ذلك أن حصة الإقليم كانت أقل من 5% من السياحة الدولية ويرجع ذلك إلى<sup>2</sup>:

● الموقع الجغرافي لإفريقيا: تحتل قارة إفريقيا موقعا هامشيا من خطوط التجارة والنقل العالمي نظرا لامتداد الصحراء الافريقية الكبرى في جزئها الشمالي وبذلك عزلت بقية القارة عن شمالها وحرمتها ذلك من الاتصال بالسوق السياحي العالمي في أوروبا إضافة إلى مرور خط الإستواء من وسط القارة جعل مناخها حار ورطب مما لا يساعد على جذب السياحة خاصة في فصل الصيف؛

● العامل السياسي: حيث تشهد القارة حروبا ونزاعات قبلية مستمرة أدى إلى عدم الاستقرار معظم دول القارة الإفريقية؛

● الفقر والجهل والمرض: تنتشر في دول كثيرة من إفريقيا وبصورة خاصة تلك الدول التي تعاني من ظاهرة الجفاف؛

● ضعف النقل والمواصلات: حيث تخلو القارة من شبكات النقل السككي ويواجه النقل البري صعوبات الربط الإقليمي للقارة بسبب الظروف الطبيعية والمناخية.

هذا ما انعكس على مردودية القطاع كما توضحه المعطيات الآتية:

<sup>1</sup> - السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلامي، مرجع سابق، ص 24

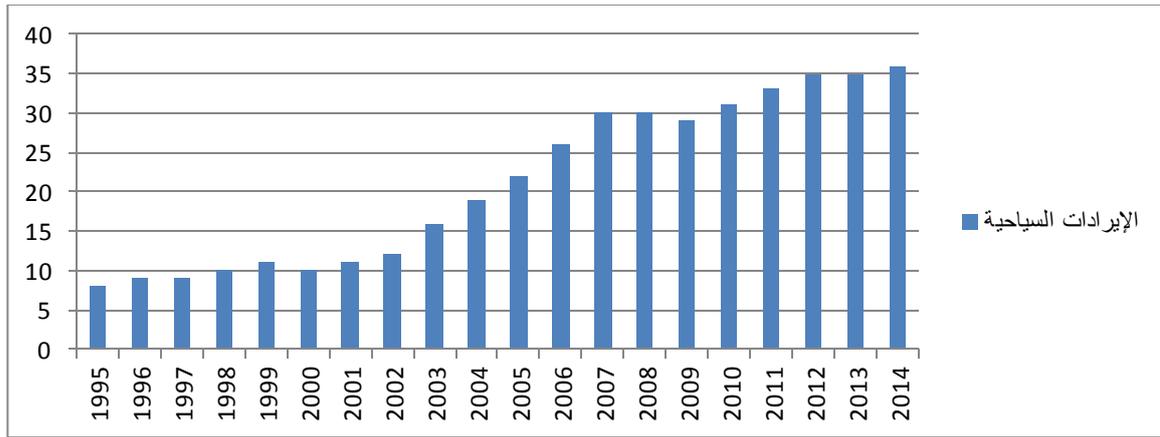
<sup>2</sup> - Le tourisme en Afrique, Facteur de croissance et d'amélioration des moyens du subsistance, Banque Mondiale, 2011.p04, [www.worldbank.org/africa](http://www.worldbank.org/africa) consulté le: 15/10/2016

الجدول(09-02): تطور السياحة الدولية في إفريقيا (1995- 2014)

السنة	عدد السياح ( مليون )	الحصة السوقية ( نسبة مئوية )
1995	15.2	3.4
2000	27.9	4.1
2010	49.9	5.26
2011	49.7	4.99
2012	53	5.12
2013	55.9	5.14
2014	55.8	4.91

المصدر: تقرير المنظمة العالمية للسياحة

الشكل (16-02): تطور الإيرادات السياحية في إفريقيا للفترة (1995-2014) ( مليار دولار )



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات المنظمة العالمية للسياحة

ومن الملاحظ حسب تقارير المنظمة العالمية للسياحة أن أغلبية السياح يعمدونا للسياحة داخل أقاليمهم بحيث أن 4 من أصل 5 سياح يختارون أقاليمهم كمقصد للسياحة ومن ناحية أخرى جرت التقاليد على كون الاقتصاديات المتقدمة – أوروبا وأمريكا الشمالية- كانت أكبر مستقطب للسياحة لكن الوجهة تغيرت حالياً بزيادة النمو الاقتصادي في آسيا وأمريكا الوسطى والشرقية وكذا منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا أضحت كذلك قطبا سياحيا فعالا.

## المبحث الثالث: التسويق السياحي

ولد التسويق نتيجة التطور المستمر للحضارة الصناعية فضلا عن الانضباط في علم الإدارة حيث ظهر المصطلح في سنوات العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية أما كمصطلح مهني قطاع السياحة استخدم في 1950 في أوروبا ومع الوقت أصبح التسويق أداة أساسية لإدارة قسم التنمية السياحية، وتم تقسيم المبحث إلى:

## المطلب الأول: مفاهيم عامة متعلقة بالتسويق السياحي؛

## المطلب الثاني: السوق السياحي؛

## المطلب الثالث: المستهلك السياحي.

## المطلب الأول: مفاهيم عامة متعلقة بالتسويق السياحي

## الفرع الأول: تعريف التسويق السياحي

هناك العديد من التعاريف نذكر منها:

"التسويق السياحي هو سلسلة من أساليب وتقنيات تركز على العقل والتنظيم بمعنى اعتماده على البحوث وتحليل الإجابة على الأسئلة بهدف تحقيق الرضا التام لنفسية السياح بدرجة أولى دون نسيان راحة سكان البلد المضيف وماليا من أجل المؤسسات السياحية وكذا تفسير الحاجة إلى السفر بغرض المتعة والعلاج والتعليم، الرياضة أو لأسباب أخرى يمكن إيجازها في العمل، الأسرة، التكليف بمهام أو للإجتماعات"<sup>1</sup>.

"كما طرح Krippendorf"<sup>2</sup> 1971 تعريف موسعا بعض الشيء " هو منهج التكليف وتنسيق السياسات التجارية السياحية على المستوى المحلي أو الإقليمي والوطني والدولي بهدف إرضاء مجموعات محددة من المستهلكين وكذا من أجل تحقيق أقصى ربح.

" أما منظمة السياحة العالمية حددت ثلاث وظائف للتسويق السياحي:<sup>3</sup>

- الإتصال: من خلال جذب زبائنها بإقناعهم بأن الوجهة والمعالم والخدمات السياحية والفوائد الحالية هي بالضبط ما نرجو الوصول إليه دون تفكير في أي بديل آخر؛
- التطوير: حماية وتطوير الابتكارات التي تعرض لتقييم فرص المبيعات كونها تتوافق مع احتياجات ورغبات العملاء المحتملين؛
- الرقابة: باعتماد العديد من تقنيات البحث وفحص ما إذا كانت هذه النتائج تظهر الاستخدام الأمثل للفرص السياحية المتاحة وما إذا كانت الأموال التي تنفق تعادل قيمتها الفعلية؛

<sup>1</sup> - Jost Krippendorf, **Marketing et Tourisme**, Berne, Herbert Lang, 1971,p10

<sup>2</sup> - Robert Lanquar et Robert Hollier, **Le marketing touristique, que sais-je ?**, puf, Paris,1966,p09

<sup>3</sup> - Ibid, p10

كما عرف " التسويق السياحي بأنه عملية إدارة التي تسمح للشركات والمؤسسات السياحية للتعرف على عملائها الحاليين والمحتملين للتواصل معهم قصد تحديد احتياجاتهم ورغباتهم وتأثير الدوافع على المستوى المحلي و الإقليمي والوطني أو الدولي من أجل صياغة وتكييف منتجاتهم مع رغبات عملائها لتحسين رضا السياح وتحقيق أقصى قدر من أهدافها التنظيمية"<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: خصائص التسويق السياحي

نتيجة للتقدم التكنولوجي الكبير الذي طرأ على الصناعة في العالم بعد الثورة الصناعية التي قامت في أوروبا حدث تحول كبير في هذا المجال حيث تطورت الصناعة من صناعة بدوية إلى صناعة آلية ضخمة ومتطورة وازداد الاتجاه إلى تطبيق سياسات الإنتاج الوفير والاهتمام بتحسين مستوى جودة السلعة دون النظر إلى تطبيق سياسات تسويقية معينة تتجه للاحتكارات العالمية التي كانت سائدة في هذا الوقت ومحدودية المنافسة بين المشروعات الصناعية المختلفة وفي بداية القرن العشرين بعد إنتهاء الحرب العالمية الثانية حدثت تطورات تكنولوجية حديثة في بعض دول العالم أدت إلى ارتفاع كبير في مستوى المعيشة لمجتمعات هذه الدول وزيادة مطردة في عدد السكان العالم مما أدى إلى ظهور أسواق كثيرة للمنتجات الصناعية واتساعها لتشمل مناطق كثيرة في هذا العالم بالإضافة إلى ظهور النظريات والسياسات التسويقية في مجالات البيع والتوزيع أكثر من السياسات الإنتاجية التي كانت سائدة في الماضي وبذلك بدأت كلمة التسويق تظهر في أفق قطاع الأعمال ومررت بمراحل كثيرة من التطور والتحول حتى أصبحت تركز على العميل والمستهلك للتعرف على رغباته و اتجاهاته أكثر من التركيز على العملية نفسها تم تطوير الإنتاج وتطويره لكي يتلاءم مع هذه الرغبات والاتجاهات لزيادة فرص البيع والتوزيع للسلع المادية، أما في مجال السياحة<sup>2</sup> باعتباره نشاطا خدميا مثل التأمين والبنوك إلى غير ذلك فإن النظرة التسويقية العامة له لا تختلف عن تسويق السلع المادية خصوصا في ظل المفهوم الحديث للتسويق لأن الهدف العام للتسويق في كلتا الحالتين واحد وهو تحقيق رقم معين من الأرباح أو الإيرادات سواء كان عن طريق بيع المنتجات المادية الملموسة أو المنتجات الأخرى غير الملموسة ومع التسليم بهذا التوافق ووحدة النظرة التسويقية بين النشاطين السلعي والسياحي فإن هناك بعض الخبراء والمتخصصين في علم التسويق يرون وجود بعض الاختلافات ظاهرا بين السلعة السياحية التي تمثل المنتج السياحي المقومات الطبيعية والمقومات الصناعية خدمات وتسهيلات للسياحة والسلع المادية الأخرى المتعارف عليها والتي نلمسها جميعا في مختلف أوجه حياتنا العامة والخاصة وذلك من حيث خاصية السلعة ذاتها.

<sup>1</sup> - Stephen..F. Witt et Luiz Moutinho ,Tourisme marketing and management Handbook ,Prentice Hall, London,1995,p08

<sup>2</sup> - صبري عبد السميع، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، القاهرة، 2006، ص 26

ومع التسليم بأن الأساس العلمي للتسويق في كلا الحالتين واحد لأنه يقوم على خلق و ايجاد المنافع المختلفة للسلعة سواء كانت مادية أو غير مادية إلا أن هناك اختلافات بينهما وتتلخص خصائص التسويق السياحي فيما يأتي<sup>1</sup>:

- يقوم التسويق السياحي على إثارة الرغبات والدوافع والاتجاهات لدى السائحين المرتقبين من شتى أنحاء العالم لزيارة دولة أو منطقة معينة لغرض من أغراض السياحة المعروفة؛
- التسويق السياحي في الدولة المستقبلية للسائحين يعتمد على العرض السياحي الذي تتصف مكوناته بقلة المرونة وعدم القابلية للتغيير في المدى القصير؛
- التسويق السياحي يهدف في كثير من الأحيان إلى إبراز صور البلد السياحية والتركيز على معالمها ومناطقها السياحية المتعددة وبالتالي زيادة الحركة السياحية سنويا وذلك باستخدام الوسائل المختلفة للتنشيط السياحي كالدعاية والإعلام والعلاقات العامة هذا على مستوى التسويق السياحي للأجهزة السياحية الرسمية في الدولة أما على مستوى الشركات السياحية العامة والخاصة فإن أهدافها التسويقية تنحصر فيما تحققه هذه الشركات من أرباح سنوية ناتجة عن مختلف أنواع الأنشطة التي تمارسها؛
- التسويق السياحي يعتمد على وجود علاقات مباشرة بين المنشأة السياحية التي تقدم الخدمة والعميل الذي يشتريها أي يستخدمًا ف شراء الخدمة السياحية يتطلب دائما في كل مرة حضور المشتري وتعامله مع منتج الخدمة أو الشخص الذي يؤديها مثل موظفي الاستقبال وغيرهم بالفنادق والعمالين في الشركات والمكاتب السياحية وموظفي شركات الطيران وكل من يتعامل معهم السائح ويقدمون له خدمات معينة في نطاق الرحلة السياحية أما التسويق السلعي فإنه يقوم أساسا على وجود حاجة ورغبة معينة لدى المشتري يتم إشباعها له من خلال شرائه للسلع التي تحقق له ذلك أي أن العلاقة في هذه الحالة تكون بين المشتري و بائع السلعة الذي لا يكون في معظم الأحيان المنتج الأساسي لها بعكس الخدمة السياحية التي يشارك في إنتاجها من يقوم بتقديمها مما يجعل من التسويق السياحي عملية أكثر صعوبة من التسويق السلعي، نظرا لصعوبة الاتصالات بين منتجي الخدمات السياحية ومستهلكها ( العملاء الحاليين والمرتقبين) مما يؤثر إلى حد كبير في قرارات الشراء التي يتخذونها.
- التسويق السلعي يحقق مبدأ الحيادة المادية للسلعة المادية بصورة مباشرة بمجرد انتقالها من المنتج أو البائع إلى المشتري أو المستهلك؛
- أما بالنسبة للتسويق السياحي فإنه لا يحقق هذا النوع من المنافع التسويقية لأن السلعة السياحية لا تخضع لحيادة شخص معين بذاته ولا تنتقل إليه مقابل ما يقوم بدفعه من مال كئمن لها أو غير ذلك ولكن يمكن أن

<sup>1</sup> -صبري عبد السميع، مرجع سابق، ص28

يستخدمها أو يتمتع بها أكثر من شخص في وقت واحد ولفترة محدودة وبذلك يختلف التسويق في كلا الحالتين حيث يحتاج في الحالة الأولى إلى فهم كامل لطبيعة وخصائص السلعة التي يتم التسويق لها؛

- يحقق تسويق السلع المادية الملموسة منفعة زمانية نتيجة لطبيعة هذه السلع حيث يمكن القيام بجهود تسويقية لسلع تم إنتاجها فعلا وموجودة بالمخازن أو لسلع سوق يتم إنتاجها في المستقبل، لذلك فإن هذا النوع من التسويق يحتاج إلى مهارات وقدرات معينة للتأثر في قرارات الشراء لدى المستهلكين، أما في حالة التسويق السياحي فإنه مختلف لأن السلعة السياحية أو المنتج السياحي موجود بطبيعة في الدولة في كل وقت ومكان وبذلك فإن العمليات التسويقية له يمكن أن يتم في أي وقت من الأوقات خلال العام.

### الفرع الثالث: أهداف التسويق السياحي

وهناك عدّة أهداف للتسويق السياحي<sup>1</sup>:

- **الأهداف القريبة:** وهي الأهداف التي تعمل على تحقيقها الشركات و الوكالات السياحية والمنظمات السياحية وتتمثل في تحقيق نسبة معينة من التدفق السياحي سواء بالنسبة لعدد السائحين أو الليالي السياحية أو الإيرادات السياحية خلال فترة زمنية قصيرة تتراوح بين السنة والسنتين؛
  - **الأهداف المتنوعة:** يقصد بهذا النوع من الأهداف تنوع وتباين الأهداف التسويقية التي تسعى للوصول إليها المنشآت السياحية المختلفة مثل تحقيق الرضا و إشباع الحاجات المختلفة لدى السائحين من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية والارتقاء بها هذا بالإضافة إلى الأهداف المعروفة مثل زيادة الدخل السياحي والحركة السياحية كذلك يمكن أن يدخل ضمن الأهداف التسويقية التوسع وفتح أسواق سياحية جديدة؛
  - **الأهداف المشتركة:** وهي التسويقية التي تسعى إلى تحقيقها مختلف الأجهزة والمنظمات والشركات السياحية مثل تحقيق سمعة السياحة طيبة وتوفر خدمات سياحية على درجة عالية من التقدم والتطور؛ وهذه الأهداف تشترك فيها جميع المنشآت السياحية؛
  - **الأهداف الخاصة:** يرتبط هذا النوع من الأهداف ويتحقق أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها إحدى المنشآت السياحية بشكل خاص مثل احتكار سوق سياحي معين أو تقديم خدمات سياحية متميزة بأسعار معتدلة إلى غير ذلك من الأهداف الخاصة التي تسعى إليها المنشأة السياحية.
- ولتحقيق الأهداف سابقة الذكر يتطلب ذلك جهودا تسويقية كبيرة لتسويق المنتج السياحي في مختلف دول العالم وهذه الجهود من الصعب أن تنحصر في جهة واحدة أو قطاع معين يظل هو المسؤول الوحيد عن العمل التسويقي فالتسويق السياحي يجب أن يكون مسؤولية الجميع بداية من الأجهزة التسويقية السياحية الرسمية ثم الشركات و المنشآت السياحية ذاتها إلى المجتمع بأكمله.

<sup>1</sup> - سفر وسياحة، التسويق السياحي، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، المملكة العربية السعودية، ص10

### الفرع الرابع: أهمية التسويق السياحي

تتضح أهمية التسويق في هذا القطاع من آثارها المباشرة في اقتصاديات العديد من الدول باعتبارها أحد أهم الروافد الأساسية للدخل القومي لما تتمتع به الدول من المقومات جذب سياحي على شكل آثار تاريخية ومزارات سياحية طبيعية وثنائية على شكل فنادق ومطاعم وغيرها حيث يتوقف النجاح هنا من جذب السياح على نشاط التسويق القادر على تصريف هذه الثروات السياحية المتعددة وتكرار بيعها ويمكن إبراز أهمية التسويق السياحي فيما يأتي<sup>1</sup>:

- التسويق يساعد في دراسة سلوك المستهلك: حساسية القرارات الإدارية تعتمد على الجوانب السلوكية، فإذا كان لدينا معرفة جيدة بسلوك المستهلكين يصبح من السهل دراسة درجة ومستوى توقعاتهم، وعلماء النفس يرون أن التوقعات والرضا مرتبطان مع بعضها البعض وتوقعتنا المباشرة والغير مباشرة تتأثر بتعدد أوجه التطور في المجتمع مثل الدخل المتاح، مستوى التعليم، اتساع الاتصالات الوعي الثقافي والاجتماعي، يلاحظ أن هناك تغيير في مستوى التوقعات قبل فترة كانت توقعاتنا محدودة الآن نجد تقدم وفي المستقبل نكون نحن في الماضي وهذا يتطلب دراسة عميقة لسلوكيات وتوقعات الأسواق المستهدفة من الضروري الإشارة هنا إلى أن الاحساس وصورة المنطقة السياحية في ذهن السائح بالإضافة إلى التوقعات التي تساعد في تشكيل السلوك المناسب لذا لا بد من جلب الانتباه وتعزيز الرغبة وحث السائح على التصرف وبشكل الايجابي تجاه المنطقة السياحية من خلال البرامج و الأفكار التسويقية الفعالة للمؤسسة السياحية.

- التسويق يساعد المؤسسة في زيادة الفعالية التنظيمية: التسويق الاجتماعي الحديث يجعل المفهوم التسويقي متطابق مع التوجهات الاجتماعية والتغيرات البيئية المحيطة هذا يساعد المؤسسات السياحية في الحصول على الفاعلية التنظيمية حيث أن المستهلكين المحتملين يمكن تحويلهم إلى سياح فعليين من خلال فهم الإطار الاجتماعي للمؤسسة السياحية؛

- التسويق يساعد في إدارة المعلومات: عندما يكون السوق السياحي يشهد منافسة حادة وعندما نتكلم عن إدارة الصناعات المتعددة تصبح إدارة المعلومات مهمة لأن تطبيق مبادئ التسويق في صناعة السياحة تركز على القرارات الرئيسية المبنية على المعلومات الصحيحة ومن الطبيعي أن يتطلب هذا تعزيز البحوث التسويقية لتكون الخدمات المقدمة تطابق الخدمات التي يبحث عنها السائح إن المناطق المهمة في التسويق السياحي مرتبطة مع تطوير الخدمات وهذا يتطلب عدّة بحوث تسويقية ودراسة مفصلة عن السوق حيث يلاحظ أن نظام توفير المعلومات التسويقية؛ حيث يلاحظ أن نظام توفير المعلومات التسويقية

<sup>1</sup> - علاء حسين السرابي وآخرون، التسويق والمبيعات السياحية والفندقية؛ دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 19

يسهل عملية الحصول على فكرة صحيحة عن متطلبات المستهلك وعن أفكار الشركات المنافسة ولأن القرارات المبنية على المعلومات مهمة لإثبات الكفاءة المتميزة للمؤسسة؛

● **التسويق يساعد في حدة التنافس:** حتى في مجال صناعة السياحة فإن حدة التنافس بين الشركات السياحية موجود وهذا يتطلب إيجاد خدمات متميزة للسياح ليحصلوا على الخدمات المناسبة وبالأسعار المنافسة فإن تطبيق مبادئ التسويق في صناعة السياحة ضروري كون القرارات التسويقية تسهل إمكانية عمل تحسينات في الخدمات المقدمة للسياح؛

● **التسويق يسهل عملية تخطيط المنتج السياحي:** في صناعة السياحة يواجه السائح درجة عالية من عدم التأكد فيما يتعلق بالمنتج ودوره في عملية الشراء ولا يمكن لهذا الإنتاج أن يناسب المستهلكين ذوي الخلفيات الثقافية الاقتصادية والاجتماعية المختلفة مما يتطلب جهداً إضافياً في تخطيط وتطوير الإنتاج السياحي، حينما يصنع المسوقون قراراتهم بالإنتاج، فعليهم مراعاة الحالات المادية والنفسية ومدى توفر الخدمات في الأماكن النائية والضواحي وعند التخطيط لعمل إنتاج سياحي من المهم أن يتم مراعاة ما يلي: - الصورة التي يحملها السائح في ذهنه عن الموقع التسهيلات المقدمة له، خدمات تجهيز الطعام أماكن الترفيه وسهولة الدخول إلى المناطق يرتادها السياح؛

● **دور التسويق السياحي في تسهيل عملية تحديد الأسعار:** إن مرونة التسويق السياحي مرتبطة مع تحديد الأسعار لتكون أكثر مصداقية وعملية تحديد الأسعار عملية معقدة وتحتاج إلى دراسة مسبقة للتسعير وإلى مراجعة سياسات المؤسسات السياحية المنافسة بالإضافة لهذا فإن أصحاب العمل يجب أن يكونوا على دراية ووعي كامل بالظروف المتغيرة في السوق حيث تعتبر مبادئ التسويق مهمة لتسليط الضوء على الاتجاه الذي يخدم المصلحة الخاصة والعامة؛ وبخصوص المصلحة العامة للمجتمع، يجب على مدير التسويق أن يكون على دراية كاملة بها لتحقيق الأهداف التي تؤكد أن السعر يمكن أن يؤثر للمبيعات أن ترتبط في أسواق جديدة أو يمكن أن ترتفع الاستهلاك مع ازدياد نفقات الشركات المنافسة؛

● **يساهم التسويق في تطوير عمليات الترويج:** تلعب الاستراتيجيات التسويقية دوراً هاماً في التأثير على المستهلك، الطلب فإن على المؤسسة التسويقية تسهيل عمليات الإبتكار في القرارات الترويجية وتصبح الإعلانات التجارية والحملات الدعائية ذات أهمية بارزة فإذا سمحت الشعارات الدعائية والإعلانات التجارية في التأثير على المستهلك فإن عملية تحويل هؤلاء المستهلكين المستهدفين إلى مستهلكين حقيقيين تصبح مهمة سهلة وعلى نطاق واسع جداً وهذا يجعل مخططوا البرامج الدعائية والحملات الإعلانية والبرامج الترويجية عموماً، يهتمون بالحالات النفسية والتغيرات الاجتماعية ويقدمون احتياجات ومتطلبات المستهلك وعند القيام بهذا فإنهم يصبحون في وضع يحتم عليهم ابتكار شعارات وبرامج ترويجية فعالة وحساسة تساهم في التأثير المباشر على السائح من خلال اختيار وسائل وعناصر الترويج

المختلفة في صناعة السياحة يكون المستهلك في وضع حساس فمن الضروري هنا أن تكون الثورات الترويجية مبدعة وحساسة وهذا يعني أن عمليات الترويج مرتبطة ارتباطاً وثيقاً مع المستهلك من جميع النواحي وهنا تصبح الحاجة ماسة إلى الحملات الترويجية الفعالة لجذب انتباه المستهلك والتأثير على سلوكه ولا بد من إعطاء معلومات صحيحة وكاملة وتوفير نشرات مفصلة عن العرض السياحي المتوفر، ويجب القول هنا أن المؤسسات السياحية لا تستطيع التقدم والنجاح إلا إذا مارست وطبقت المبادئ التسويقية ولبت جميع متطلبات السوق وللحصول على خدمة ممتازة وتوفيرها للمستهلك وللحصول على خدمة ممتازة وتوفيرها للمستهلك يحتاج الأمر إلى جهد كبير ومنظم وهذا ما تهدف إليه أي مؤسسة تسويقية سياحية ولا يتم تحقيق هذا الهدف إلا إذا كانت الخدمات السياحية مرتبطة مع التسويق.

### المطلب الثاني: السوق السياحي

يمثل السوق بصفة عامة أحد العناصر الرئيسية للعملية التسويقية حتى أنه يمكن القول أن هدف التسويق هو إيجاد الأسواق وتحديدتها والتعرف عليها والتأثير فيها لزيادة حركة المبيعات فيها من السلع والخدمات فدون تحقيق هذا الهدف يصبح النشاط التسويقي لا قيمة له ولا ضرورة ويتجرد من عناصره التي تعمل على تطوره وتقدمه.

### الفرع الأول: المقصود بالسوق السياحي

يقصد بالسوق السياحي كما عرفه الكثيرون من خبراء السياحة وعلماؤها Tourism Supply وحيث أن مكان الالتقاء يمكن أن يكون في دولة السائح أي الدولة المصدرة للسائحين التي تمثل الطلب السياحي وأيضاً في دولة الزيارة المستقبلية لهم وتمثل في نفس الوقت العرض السياحي فإن يعني ذلك أن السوق السياحي يمكن أن ينقسم إلى نوعين رئيسيين هما<sup>1</sup>:

● **السوق الخارجي** : تمثله الدول المصدرة للسائحين حيث يلتقي السائحون المرتقبون أو وكلاء السياحة الدوليين أو مدير شركات السياحة العالمية مع مندوبي ومديري شركات السياحة ووكالات السفر بالدولة المستقبلية أو المضييفة لهم لعرض برامجهم السياحية من خلال الجهود التنشيطية التي يقومون بها في هذه الأسواق لبيع هذه البرامج وإجراء التعاقدات السياحية مع شركات ووكالات السياحة والسفر العالمية ويتركز هذا في الدول الصناعية الكبرى.

● **السوق الداخلي**: تمثله الدول المستقبلية للحركة السياحية حيث يلتقي السائحون سواء الدوليين أو الداخليين مع بائعي الخدمات السياحية في مختلف المناطق الأثرية والسياحية للحصول على احتياجاتهم وإشباع رغباتهم السياحية.

### الفرع الثاني: تجزئة السوق

<sup>1</sup> - صبري عبد السميع، مرجع سابق، ص 60 -

ينقسم السوق السياحي إلى شرائح مختلفة تبعا لعوامل مختلفة لتسهيل فهم دراسة هذه الأسواق وتحليل العوامل المختلفة المؤثرة فيها حتى يسهل القيام بالمهام التسويقية بها ويمكن إيجازها فيما يأتي:

- **الموقع الجغرافي:** تشكل الدول المتجاورة المصدرة للسائحين التي تقع في منطقة معينة شرائح سوقية بحيث تتصف كل شريحة من هذه الشرائح بصفات معينة تختلف عن الشرائح الأخرى فعلى سبيل المثال تتميز دول أمريكا اللاتينية بصفات وخصائص متشابهة تختلف عن دول الخليج العربي ودول الشام ودول المغرب العربي ودول أوروبا وشرق آسيا<sup>1</sup>.

- **الطبقة الإجتماعية:** يعمل المستوى الاجتماعي في الدول المختلفة على تكوين شرائح سياحية تبعا لكل مستوى أو طبقة اجتماعية فالطبقات الغنية تشكل معا شريحة تتميز بخصائص معينة تختلف عن الشرائح الأخرى وترتبط بمستوى معين مثل السفر بالدرجة الأولى على الطائرات والإقامة بفنادق خمس نجوم إلى غير ذلك من الخدمات السياحية المتميزة أما الطبقات المتوسطة فتكون هي أيضا شريحة سوقية أخرى لها مطالبها واحتياجاتها التي تتلاءم وتتوافق مع مستواها الاجتماعي كذلك الطبقات الدنيا أو الفقيرة؛

- **المستوى الثقافي:** تتكون في الأسواق السياحية أيضا شرائح أخرى ترتبط بالمستوى الثقافي لأفراد المجتمع حيث تتشكل هذه الشرائح من السائحين الذين تربطهم ببعضهم عوامل ثقافية مشتركة مثل طبقة الأطباء والمهندسين وأساتذة الجامعات والفنانين، كذلك من هم أقل درجة من الثقافة العامة يكونون معا شرائح سوقية معينة؛

- **الهدف من الزيارة:** يشكل السائحون الذين يمارسون مختلف أنماط السياحة شرائح سوقية تبعا للهدف من الزيارة ففي الأسواق السياحية المصدرة يتجمع السائحون في جماعات فالمسافرون للسياحة الأثرية أو التاريخية يرتبطون بخصائص فكرية واتجاهات شخصية معينة كذلك المسافرون بغرض الترفيه والاستجمام فإنهم يبحثون عن الراحة والهدوء ويميلون إلى ممارسة الأنشطة الترفيهية والرياضية أما راغبوا السياحة العلاجية فيكونون أيضا شريحة أخرى وهكذا باقي الشرائح السياحية الأخرى؛

- **السن والجنس:** يمكن أن ينقسم السائحون في الأسواق السياحية إلى شرائح تبعا للسن حيث تكون كل مرحلة عمرية مثل مرحلة الشباب أو الكهولة شريحة خاصة بها وكل شريحة من هذه الشرائح لها خصائصها التي تميزها كذلك تبعا للجنس فالرجال يمثلون شريحة سياحية وكذلك النساء.

<sup>1</sup> -صبري عبد السميع، مرجع سابق، ص61

### ثانياً: معايير تجزئة الأسواق السياحية

تتطلب العناية والإتقان الاستثماري على المواقع السياحية وما يرتبط بها من فنادق ومطاعم وتطوير للبنية التحتية والفوقية توفر عدد من المعايير اللازمة لإنجاح عملية التجزئة الفعالة للسوق السياحي كما يلي<sup>1</sup>:

- وجود عدد كاف من المترددين على الموقع أو الفندق السياحي وغيره مما يبرر المبادرة لتصميم استراتيجية تسويقية لموقع بعيد في الصحراء لا يذهب إليه سوى عدد قليل من السواح المحليين أو غيرهم أو يصعب الوصول إليه لسبب أو لآخر ومثل هذا الموقع يحتاج تطويره إلى تكاليف عالية؛
- لا بد من دراسة التكاليف لإدارة وتسويق موقع سياحي معين أو بمعنى أصح المنتج السياحي بحيث تكون التكاليف أقل من الإيرادات المتوقعة للمنتج السياحي خلال فترة زمنية معينة؛
- صفة الاستقرار النسبي في خصائص وقدرات السواح المحتملين لهذا الموقع أو المنتج السياحي يعتبر من الأمور الهامة جداً عند الاستثمار بهذا الموقع أو المنتج، وما تجدر الإشارة إليه هنا أن خصائص ومواصفات السواح المحتملين وحتى الحاليين لا تتغير بسرعة كبيرة بل أنها كمثل هذا النوع من المنتجات كونها مزيجاً حضارياً وثقافياً أو أثرياً ودينياً وغيرها لا تعتبر إطلاقاً في أهميتها وقيمتها على مر العصور؛
- إمكانية تحديد خصائص ومواصفات و أذواق المترددين الحاليين والمحتملين على هذا الموقع أو ذلك وفي الحقيقة أن إمكانية تحديد خصائص ومواصفات السائح المستهدف يمكن إيجازها من خلال تصميم وتنفيذ دراسات ميدانية علمية في الأسواق المستهدفة خارجياً وذلك بهدف التعرف على أذواق السواح المحتملين وتصميم ما يجب تصميمه من برامج تسويقية؛
- إمكانية الوصول خصوصيات كل سوق وجغرافية معينة من حيث ما يجب توجيهه من وسائل ترويجية لهذا السوق.

### ثالثاً: دراسة السوق السياحي

تعتبر دراسة السوق السياحي من أهم دراسات التي تقوم بها الدولة السياحية سواء على مستوى الأجهزة الرسمية فيها أو الشركات أو الوكالات السياحية لأنها تلعب دوراً هاماً في التعرف على طبيعة هذه الأسواق\* من حيث كونها أسواق رئيسية أو ثانوية أو محتملة إلى غير ذلك بالإضافة إلى أهمية هذه الدراسة في تشريح السوق السياحي وفهم خصائص وصفات كل شريحة من الشرائح وتحديد وتشخيص

<sup>1</sup> -محمد عبيدات، التسويق السياحي، مدخل سلوكي، دار وائل للنشر، 2005، عمان، الأردن، ص49

المشكلات التي تظهر في الأسواق المختلفة لوضع الاستراتيجية التسويقية المثلى لمواجهتها وتتضمن هذه الدراسة ما يلي<sup>1</sup>:

#### - الوضع الاقتصادي للسوق السياحي:

تقوم دراسة السوق السياحي من الوجة الاقتصادية على تحليل وفهم طبيعة اقتصاديات الدول الممثلة للسوق السياحي من حيث درجات القوة أو الضعف وما تواجهه من مشكلات تؤثر على حجم الطلب السياحي فيها فتساعد هذه الدراسة على اكتشاف دول أو أسواق سياحية يمكن أن تتحول من أسواق ثانوية إلى أسواق رئيسية مصدره للحركة السياحية لأنها تتمتع بقدرات اقتصادية عالية كما أن هذه الدراسة تعمل على توجيه هذه الأسواق نحو الأسواق المستقرة اقتصاديا فكلما كانت الحالة الاقتصادية للسوق السياحي منتعشة كان الطلب السياحي فيها نشطا ومتزايدا؛

#### - الخصائص الاجتماعية للسوق السياحي:

يقصد بهذه الخصائص طبيعة السائحين و أنماطهم السلوكية وعاداتهم المختلفة والدوافع المحركة لهم ورغباتهم وإمكاناتهم المادية المؤثرة على اتجاهاتهم نحو الطلب السياحي؛ لذلك فإن دراسة السوق السياحي من الوجة الاجتماعية وتقسيمه إلى شرائح اجتماعية معينة سواء بالنسبة للدخل أو المستوى الثقافي أو السن أو الأهداف السياحية، إلى غير ذلك من العوامل التي تعمل على تحقيق النجاح والفاعلية التسويقية في هذا السوق من خلال رسم الخطط السياحية الناجحة التي تقوم بها الأجهزة السياحية الرسمية للتسويق السياحي فشركات السياحة بالنسبة للبرامج السياحية التي تقدمها للسوق السياحي أو البرامج المحتملة في المستقبل، فدراسة السائحين لرغباتهم وأهدافهم السياحية المختلفة تساعد المخططين السياحيين على تصميم البرامج السياحية الملائمة لهم ووضع السياسات التسويقية القادرة على تنشيط الطلب السياحي على هذه البرامج.

#### -الوضع السياسي في السوق السياحي:

تساعد دراسة الوضع السياحي بالسوق السياحي في التعرف على الجوانب المختلفة له من حيث استقرار السوق من الوجة السياسية وارتباطه بعلاقات طيبة وقوية مع الأسواق الأخرى بالإضافة إلى توفر عامل الأمن والهدوء والبعد عن الإضطرابات العنصرية العسكرية أو الطائفية وبالتالي فإن دراسة السوق تهدف إلى تركيز النشاط التسويقي على الدول التي تتمتع بالاستقرار السياسي لأن هذا الاستقرار يمثل المناخ الملائم والبيئة السياسية المناسبة للأنشطة السياحية في أي دولة من الدول وبذلك يمكن استثمار الجهد التسويقي لتحقيق أهداف أكثر واقعية أما الدول التي تتمتع بهذا الاستقرار فيمكن تجنب تركيز الجهد

<sup>1</sup>- ابراهيم اسماعيل الحديد، إدارة التسويق السياحي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 97  
\*تنقسم الأسواق السياحية إلى أسواق رئيسية، ثانوية، نشطة، كامنة، أنظر صبري عبد السميع، مرجع سابق، ص 63، 64

التسويقي بها لفترة محددة والاكتفاء بجهود متواضعة لضمان استمرار الوجود السياحي بها حتى تقود ثانية إلى حالة الهدوء والتوازن والاستقرار السياسي من جديد.

### - حجم الفرص التسويقية المتاحة بالسوق السياحي:

السوق السياحي مثل أي سوق آخر بحكم المكان والأفراد والظروف المؤثرة فيه، وهذا يعني أن لكل سوق معينة يصل إليها عندما تتحقق فيه درجة الإشباع الكامل، فإذا لم يصل إليها تكون هناك فجوة أو فراغ سوقي غير مشبع وهذه الفجوة تنشأ عن عدم تحقيق العرض السياحي لكل متطلبات الطلب السياحي ويزداد اتساع هذه الفجوة أو عمقها من دولة لأخرى تبعاً لحجم وتنوع الطلب السياحي في هذه الدولة ومقدار الجهود التسويقية المبذولة بها فالعرض التسويقية المتاحة به لاستغلالها الاستغلال الأمثل بوضع البرامج والخطط السياحية الملائمة لها لنقل هذا السوق السياحي من مرحلة الكمون إلى مرحلة الحيوية والنشاط؛

### - الأسواق السياحية المنافسة:

تدخل دراسة السوق السياحي المنافسة ضمن الدراسة العامة للسوق السياحي المصدر للسائحين نظراً للارتباط الكبير بين الهدف من الدراسة في الحالتين فالسوق المنافسة لا يقل أهمية عن الأسواق الأخرى، لأن فهم ودراسة هذا السوق من حيث التعرف على طبيعة المنتج السياحي التي تعتمد عليها تساعد على وضع استراتيجية تسويقية مثلى تعمل على زيادة نصيب الدولة من الأسواق السياحية المصدرة للسائحين، وتقوم على فهم النقاط القوية في السياسات التسويقية المنافسة والاستفادة منها في وضع الإجراءات اللازمة لمواجهةها وكذلك نقاط الضعف لتلاقيها والابتعاد عنها.

### الفرع الثالث: العرض السياحي

#### أولاً: تعريفه

يميل العرض السياحي كميات الخدمات والسلع التي تعرضها المشروعات والمؤسسات الخاصة والعامة داخل أي مجتمع بغرض إشباع الرغبات المتوقعة للسائحين<sup>1</sup>.

كما يمثل العرض السياحي في أي دولة سياحية مختلف عناصر الجذب والمغريات السياحية الموجودة بها الطبيعية والصناعية بالإضافة إلى الخدمات العامة والسياحية التي تقدمها الدول للسائحين القادمين إليها من مختلف أنحاء العالم وبذلك يختلف عن العرض المادي للسلع الملموسة الذي يمثل مجموع السلع والخدمات المعروضة في الأسواق للمشتريين في وقت معين وعند مستوى محدد من الأسعار<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - غادة صالح، مرجع سابق، ص 77

<sup>2</sup> - ابراهيم اسماعيل الحديد، مرجع سابق، ص 131

### • ثانياً: خصائص العرض السياحي

يتميز العرض السياحي بعدد من الخصائص أهمها<sup>1</sup>:

- صناعة السياحة كثيفة العمل: حيث أن صناعة الخدمات تقدم كافة أنواع الخدمات التي يحصل عليها السائح منذ لحظة وصوله حتى لحظة مغادرته المضييفة؛
  - المنتج السياحي هو مزيج مركب من مجموعة السلع والخدمات التي يحصل عليها السائح من أجل تحقيق أقصى إشباع له من الرحلة السياحية مثل خدمات النقل والإيواء وخدمات الإطعام والشراب وخدمات التسلية والترفيه وغيرها؛
  - المنتج السياحي غير قابل للتخزين أي لا يمكن تخزين خدماته أو تأجيل استخدامها لوقت آخر، بمعنى أنه إذا صناعة فرصة إيجار غرفة في فندق في أحد الليالي فإن هذه الغرفة تصبح منعدمة الفائدة في هذه الليلة؛
  - المنتج السياحي غير قابل للنقل بمعنى أن السائح هو الذي ينتقل إلى دولة المقصد السياحي حتى يستمتع بهذا المنتج؛
  - المنتج السياحي في دول المقصد السياحي يتعرض للمنافسة السياحية من الدول السياحية الأخرى، وتشتد المنافسة بين الدول التي تمتلك نفس عناصر الجذب السياحي وهناك تنافس بينهم على تسويق المنتج السياحي على الساحة العالمية من أجل الحصول على أكبر حجم من الحركة السياحية الدولية؛
  - المنتج السياحي منتج من العناصر والخدمات والمكونات الطبيعية بحيث تكون الفصل بين هذه العناصر والمكونات غير ممكن فالعوامل الطبيعية تتشابك مع العوامل التاريخية والدينية والثقافية والحضارية لتشكل مع العرض السياحي وقد يجمع السائح خلال الرحلة بين أنماط سياحية متعددة في آن واحد؛
  - تعدد المنتجين الذين يشاركون في العرض السياحي نظراً لطبيعة المركبة فيساهم في تقديمه عدد كبير من المنتجين سواء من القطاع السياحي والقطاعات الإنتاجية والخدمية الأخرى التي تغذي القطاع السياحي مثل القطاع الزراعي والصناعي والخدمات.
  - مرونة العرض السياحي:
- تعرف مرونة العرض لأي سلعة أو خدمة بأنها درجة استجابة الكمية المعروضة من هذه السلعة أو الخدمة للتغير في سعرها.

**معامل المرونة: النسبة المئوية في الكمية المعروضة/النسبة المئوية للتغير في السعر**

- غادة صالح، مرجع سابق، ص 86<sup>1</sup>

ومن ثم فإن مرونة العرض السياحي بصفة عامة هي مدى استجابة الكمية المعروضة من المنتج السياحي ( خدمة أو السلعة) للتغير في سعر هذا المنتج.

### •العلاقة بين العرض السياحي و الأسعار

يمكن القول بصفة عامة بأن العرض السياحي يرتبط ارتباطا قويا بأسعار الخدمات السياحية من خلال علاقة طردية بحيث عند ارتفاع أسعار المنتج السياحي الذي يشمل خدمات الإقامة الفندقية والانتقالات والخدمات والمشتريات السياحية الأخرى يتجه العرض السياحي للارتفاع نتيجة إقبال عدد كبير من المستثمرين إلى الاستثمار في المشروعات السياحية.

إقبال عدد كبير من المستثمرين إلى الاستثمار في المشروعات السياحية المختلفة نظرا لجدوى وربحية هذه المشروعات التي نشأت عن ارتفاع الأسعار مع إهمال باقي العوامل الأخرى.

وأن هذه الأسعار هي المتغير الوحيد المؤثر في العرض السياحي مع ثبات باقي العوامل التي يمكن تسميتها بظروف العرض، ومن ذلك يمكن الوصول لنتيجتين مهمتين هما:

• أن ارتفاع سعر السلعة السياحية أدى لنمو أفقي في العرض السياحي من خلال التنوع الكبير في تقديم خدمات سياحية متميزة وتحسين مستوى الخدمات الموجودة؛

• أن ارتفاع أسعار السلعة السياحية أدى لنمو رأسي في العرض السياحي من خلال دخول مستثمرين جدد في المجال السياحي لإقامة مشروعات سياحية جديدة بالإضافة إلى إدخال خدمات سياحية لم تكن موجودة من قبل استهداف إلى تحقيق مستويات عالية من الأرباح.

### •ثالثا: العلاقة بين العرض السياحي والإيرادات السياحية

يؤثر العرض السياحي تأثيرا كبيرا في حجم الإيرادات السياحية المحققة من حيث درجة الاهتمام والعناية بمقومات وبذلك يلاحظ أنه كلما تميز العرض السياحي وارتفع مستواه انعكس ذلك على حجم الإيرادات السياحية المحققة لأن الخدمات الممتازة تشجع السياح على شرائها وكلما ازداد حجم الطلب السياحي الفعال ارتفعت معه الإيرادات السياحية.

وتستمر العلاقة الطردية بين العرض السياحي والإيرادات السياحية حتى مستوى معين حيث يتجه العرض السياحي نحو الثبات رغم الزيادة المستمرة في الإيرادات السياحية وذلك لكون العرض السياحي يتميز بأنه قليل المرونة ؛ وبصفة عامة فإن العرض السياحي ليس من السهل تغييره طبقا لأذواق ورغبات المستهلكين السياحيين المتعددة والمتنوعة.

### -أسباب انخفاض مرونة العرض السياحي:

يكون العرض السياحي في الظروف العادية غير مرن في الأجل القصير، بمعنى أن التغيير النسبي في الكمية المعروضة تكون أقل من التغيير النسبي في الأسعار ويرجع ذلك إلى:

- عامل الوقت: يحتاج المنتج السياحي بطبيعته إلى فترة طويلة من الزمن من أجل زيادة حجمه في السوق استجابة لزيادة السعر التي تصاحب الطلب السياحي عليه وذلك نتيجة للطبيعة المركبة للمنتج السياحي؛  
- طبيعة الاستثمار في القطاع السياحي: إن الاستثمار السياحي يحتاج إلى حجم ضخم من رؤوس الأموال بسبب ارتفاع تكلفة الاستثمار فضلا عن أن الاستثمار في هذا القطاع يحتاج إلى تجميع رؤوس الأموال في المشروعات السياحية لفترات طويلة؛

- عدم قابلية المنتج السياحي على التخزين ( الطبيعة غير المرنة لبيئة التشغيل)؛ حيث أن المنتج السياحي له طبيعة خدمية ويرتبط بإنشاءات ثابتة لا بد من اقامتها في البداية ومن ثم فلا يمكن تخزينه في الأجل القصير ( الخدمة السياحية التي تستخدم في هذا العام لا يمكن تأجيل استخدامها إلى عام آخر)؛  
- عدم قابلية الخدمة السياحية للنقل: فلا بد من حضور السائح إلى الخدمة السياحية من أجل الحصول عليها والاستمتاع بها في مكانها؛

- عدم القابلية على تغيير طبيعة النشاط السياحي فالمشاريع السياحية مصممة لتقديم خدمات سياحية معينة ولا يمكن أن تصلح إلى تغيير طبيعة نشاطها إلا في أقصى الحدود وبتكلفة مرتفعة؛  
- موسمية الطلب على المنتج السياحي: الطلب على الخدمة السياحية طلب موسمي أي يرتبط بموسم سياحي معين في السنة ومن ثم فإن المنشآت السياحية حيثما تعرض منتجاتها فإنها لا بد أن تتقيد بظروف الطلب فلا يكون عرضها مرن.

ولزيادة المرونة على العرض السياحي يمكن استخدام المخيمات السياحية لتوسيع الطاقة الإيوائية واستخدام العمالة المؤقتة أو الموسمية لزيادة عرض العمل.

#### الفرع الرابع: الطلب السياحي

يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه تعبير عن اتجاهات السائحين لشراء منتج سياحي معين أو زيارة منطقة ودولة سياحية بدايتها مزيج مركب من عناصر مختلفة تمثل الدوافع والرغبات والفترات والميول والحاجات الشخصية التي يتأثر بها المستهلكون السياحيون من حيث اتجاهات الطلب على منطقة معينة ، كما يمكن تعريفه بأنه السوق السياحي المرتقب الذي تهدف إلى إثارته وتنشيطه جميع الدول السياحية من مختلف دول العالم لتحقيق أكبر حركة سياحية وافدة منه<sup>1</sup>؛

أيضا يمكن تعريف الطلب السياحي الدولي وهو طلب أفراد من دولة ما على خدمة ذات طبيعة معينة ومتميزة في دولة أخرى وهي الخدمة السياحية وقد يكون طلبا سياحيا فعالا أو كامنا أو طلب مؤجل<sup>2</sup>؛

<sup>1</sup> - علي فلاح الزعبي، مرجع سابق، ص202

<sup>2</sup> - غادة صالح، مرجع سابق، ص91

ويتوقف على الرغبة الذاتية للسفر ومن جهة أخرى على القدرة على السفر والتي تتحدد بعنصري القدرة المالية والوقت والحركة.

مما سبق يتبين ما يلي<sup>1</sup>:

- عدم تجانس عناصر الطلب السياحي الدولي؛
- الطلب الكامن لن يتحول إلى طلب فعال إلا بزيادة المقدرة المالية والوقت المتاح للأشخاص الراغبين في السياحة وهذه المسألة طويلة الأجل ترتبط بزيادة الدخل الحقيقي وارتفاع مستوى الرفاهية المتمثلة في الحصول على وقت فراغ أطول؛
- الطلب المؤجل يمكن أن يتحول إلى طلب فعال يتأثر في دوافع الأشخاص و هذه المسألة قصيرة الأجل؛
- القدرة المالية تتأثر بمستوى الدخل الفردي للسائح ومستويات أسعار السلع والخدمات السياحية والتي تتأثر بالتغيرات في أسعار الصرف العملات والتسهيلات السياحية ومعدلات الضرائب السياحية المفروضة على استخدام بعض أنواع السلع والخدمات السياحية؛
- عنصر الوقت والحركة حيث أن المنتج السياحي وكل ما يعوق هذه الحرية يؤدي إلى إعاقة الطلب السياحي والذي قد يؤول إلى الصفر في حالة عدم إمكانية الحركة ويأخذ مداه الطبيعي في حالة حرية الحركة.

الطلب السياحي الدولي عبارة عن دالة قوانين هما الميل للسفر والمقاومة أي أن الطلب السياحي، دالة (الميل السفر، المقاومة)؛

الميل للسفر يمثل العنصر الإيجابي ويجمع كل عوامل الجذب التي تشجع على زيادة الطلب السياحي الدولي ومنها:

- رغبة الشخص في السفر؛
- قدرته المالية؛
- حالته النفسية؛
- العوامل الاجتماعية والبيئية.
- المقاومة تمثل العنصر السلبي وتتمثل في :
  - تكلفة الخدمات السياحية؛
  - نوعية الخدمات؛
  - مدى فاعلية وسائل الإعلان؛
  - عوامل الترويج؛

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص 92

- العوامل الموسمية؛
- مسافة الرحلة السياحية لأنه كلما طالت مسافة الرحلة زادت تكاليف السفر؛
- العوامل الحضارية والاجتماعية والثقافية؛
- والميل للسفر نوعين:
- الميل الصافي للسفر والميل الإجمالي للسفر.
- الميل الصافي للسفر:** يشير إلى مجموعة معينة من سكان المجتمع أو النسبة من العدد الكلي لسكان البلد التي قامت على الأقل برحلة واحدة خارج البلد خلال فترة زمنية معينة عادة ما تكون سنة،
- الميل الإجمالي للسفر:** يشير إلى العدد الكلي للرحلات التي تمت من قبل سكان بلد معين مقارنة بالعدد الكلي لهؤلاء السكان.
- تكرارية السفر تشير إلى متوسط عدد الرحلات التي يقوم بها الشخص المساهم في النشاط السياحي من بلد معين خلال فترة معينة من الزمن.
- **العوامل المؤثرة على زيادة الطلب السياحي:**
- يمكن إرجاعه إلى<sup>1</sup>:
- التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير الذي أدى إلى التقدم الكبير في وسائل النقل البري والبحري والجوي؛
  - ارتفاع مستويات المعيشة وزيادة الدخل في كثير من دول العالم أدى إلى الاهتمام بالسياحة كنشاط إنساني له أهميته وضرورته في مجتمعات هذه الدول؛
  - التقدم الكبير في مجال المعلومات والاتصالات أدى إلى توفير المعلومات والبيانات وتحقيق الاتصال الجيد بين الدول المصدرة للسائحين والدول المستقبلة لهم؛
  - ظروف العمل و أساليب الحياة السائدة في الدول المصدرة للسائحين جعلت غالبية الشعوب ومجتمعات هذه الدول تتجه إلى السياحة والسفر لممارسة مختلف الأنشطة والأنماط السياحية المعروفة؛
  - اهتمام كثير من الدول السياحية بمقوماتها الطبيعية والصناعية وخدماتها السياحية بشكل ملحوظ مما أدى إلى إقبال الكثير من السائحين لزيارتها والاستمتاع بها من مغريات سياحية؛
  - ظهور الرحلات السياحية الجماعية الشاملة التي تنظمها الشركات السياحية العالمية في معظم دول العالم بالتعاون مع شركات الطيران بأسعار مخفضة مما ساعد كثيرا على اتساع الطلب السياحي في مختلف الدول السياحية.
- **خصائص الطلب السياحي:**

<sup>1</sup> - علي فلاح الزغبى، مرجع سابق، ص ص202-203

**المرونة:** يقصد بالمرونة درجة استجابة الطلب السياحي للتغيرات في المحددات الرئيسية له وهي الأسعار والدخول<sup>1</sup>:

معامل المرونة يعبر عن النسبة المئوية للتغير للطلب و النسبة المئوية للتغير في المحدد ( السفر / الدخل) إذا فرضنا أن الطلب السياحي هو طلب على خدمات كمالية فإن:  
- المرونة الدخلية مرتفعة: أي نسبة التغير في الطلب تفوق نسبة التغير في الدخل ( عكس السلع والخدمات الضرورية)؛

- المرونة السعرية مرتفعة: أي نسبة التغير في الطلب تفوق نسبة التغير في أسعارها؛  
- فالأسعار السائدة في الدول المستقبلية للحركة السياحية تؤثر في مرونة الطلب السياحي مثلما تؤثر عوامل أخرى في هذا الطلب مثل دخول السائحين أنفسهم فالدخل المرتفع للفرد أو العائلة يصبح عاملا مهما ومشجعا في الإتجاه نحو السياحة والسفر وقضاء وقت الفراغ في أنشطة ترفيهية وترفيهية مختلفة وبذلك يشترك الإنفاق الأخرى على السلع المادية الملموسة مثل شراء قطعة الأرض أو سيارة إلى غير ذلك من السلع فتصبح درجة مرونة الطلب السياحي في هذه الحالة منخفضة، أما إذا كانت دخول الأفراد في المجتمع الزائر منخفضة ولا تسمح بسهولة القيام برحلات سياحية فإن مرونة الطلب السياحي يصبح في هذه الظروف مرتفعة حيث يفاضل السائح بين الاختيارات المتعددة التي تواجهه مثل القيام برحلة سياحية تساعده إلى الوصول إلى عمله براحة وسهولة فتظهر العلاقة واضحة بين الدخل والاتجاه نحو الدخل والاتجاه نحو السياحة والسفر، فزيادة الدخل ترتبط بها زيادة في الطلب السياحي وانخفاض في معامل المرونة الطلب أما انخفاض الدخل فيرتبط به انخفاض الطلب السياحي وزيادة في معامل المرونة في الطلب السياحي وتنطبق العلاقة السابقة على الأفراد ذوي الدخل المتوسطة والمحدودة أما بالنسبة لذوي الدخل المرتفعة جدا فإن زيادة الميل إلى السياحة لا ترتبط كثيرا بزيارة الدخل بل تتوقف على عوامل أخرى كثيرة<sup>2</sup>.

- **الموسمية:** يتسم الطلب السياحي في غالبيته بأنه موسمي بمعنى أن هناك أوقات من السنة يصل فيها الطلب السياحي إلى الذروة بينما يكون في حالة ركود نسبي في أوقات أخرى سواء كان الطلب مقاسا بأعداد الزائرين أو انفاقهم السياحي أو ارتفاع وانخفاض نسبة التشغيل في الفنادق، ذلك لأن السياحة نشاطا يرتبط بزيارة أماكن مختلفة من العالم خارج الوطن الأصلي للسائح ولأغراض غير أغراض العمل أو الهجرة والطلب السياحي يرتبط أساسا بالمواسم الملائمة لنشاط السياحة والموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة بالدول المصدرة للسائحين ولكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلية لهم أيضا.

<sup>1</sup> - غادة صالح، مرجع سابق، ص 92

<sup>2</sup> - محمد حافظ حجازي، إدارة التسويق السياحي والفندقي، دار الوفاء، مصر، 2007، ص 85

- **التوسع:** يميل الطلب السياحي عادة إلى التوسع والزيادة سنويا عاما بعد عام ولكن ليس بمعدل ثابت بل بمعدلات متفاوتة متغيرة من سنة إلى أخرى تبعا للظروف المختلفة في الدول المصدرة للسائحين والدول الأخرى المستقبلة لهم وهذا يعني أن ظاهرة السياحة أصبحت من الظواهر الاجتماعية والإنسانية في العالم التي مرت بمراحل كثيرة من التطور فبعد أن كانت مجرد ظاهرة تطورت و أصبحت حركة ثقافية واجتماعية وعلماء له قواعده وأسسها ونظرياته ثم أصبحت في النهاية صناعة مركبة من الصناعات المهمة غير تقليدية<sup>1</sup>.

- **الحساسية:** تعني هذه الخاصية أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلة للسياحة لأنه إذا واجهت هذه المشكلات الاقتصادية الحادة كانهيار النظام الاقتصادي بها وتدهوره أو مشكلات اجتماعية كحدوث المجاعات والكوارث الطبيعية كالبراكين والزلازل والأعاصير والسيول إلى غير ذلك ، أو تعرضت لانقلابات عسكرية أو مشكلات سياسية هذا بدوره يؤدي إلى تقلص المد السياحي إلى هذه الدول وانسحابه منها وانخفاضه بشكل ملحوظ ومفاجئ لأن السائح يبحث عن المتعة والترفيه والثقافة والهوء ولا يبحث عن التوتر والمشكلات ومشكلات اقتصادية خطيرة يصبح مناخها السياحي غير ملائم للحركة السياحية ويقل الطلب السياحي عليها مهما كانت تتمتع بمقومات سياحية عديدة وبذلك يتضح مدى الارتباط القوي به أمن واستقرار المنطقة المستقبلة للسياحة وزيادة حجم الطلب السياحي عليها<sup>2</sup>.

- **أهم العوامل المؤثرة على النشاط السياحي:**

في المدى القصير نتيجة الاضطرابات والخلافات الصناعية والعواصف وحوادث المواصلات؛ في المدى المتوسط نتيجة التقلبات في أسعار الصرف واختلاف معدلات التضخم بين البلدان المختلفة وعدم الاستقرار السياسي؛ في المدى الطويل نتيجة الحروب، الأنظمة الضريبية المتشددة، القيم الدينية المحددات الاقتصادية للطلب السياحي:

يتحدد الطلب السياحي بمجموعة من العوامل الاقتصادية أهمها<sup>3</sup>:

**مستوى الدخل:** العلاقة بين الدخل الفردي الحقيقي والنشاط السياحي علاقة طردية حيث كلما ارتفع مستوى دخل الفرد الحقيقي\* كلما زاد الإنفاق على النشاط السياحي وهذا ما يفسر استحواذ الدول المتقدمة على هذا النوع من النشاط، معنى ذلك أن السياحة أصبحت متاحة لمتوسطي الدخل بالإضافة إلى الأفراد مرتفعي الدخل في البلدان المتقدمة اقتصاديا، ولكنها ما زالت قاصرة فقط وغالبا على نسبة ضئيلة جدا من

<sup>1</sup> - صبري عبد السميع ، مرجع سابق،ص 54

<sup>2</sup> - علي فلاح الزعبي، مرجع سابق،ص 210

<sup>3</sup> - غادة صالح،مرجع سابق،ص 107

\* حينما يقال أن متوسط الدخل الحقيقي مرتفع فإن ذلك دليل على ارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية في أحد البلدان وبالتالي على زيادة المقدره على شراء السلع والخدمات الكمالية مثل السياحة فإن ذلك يفسر ضمنا العدالة في توزيع الدخل القومي بين الأفراد.

الأفراد الذين يتميزون بدخول مرتفعة نسبيا في الدول النامية ذات الدخل المتوسط المرتفع أو المنخفض؛ حيث أن العدالة في توزيع الدخل الحقيقي تنعكس إيجابا على مقدرة العديد من الأفراد للتمتع بمستويات معيشية مرتفعة و الإنفاق على السلع والخدمات الكمالية مثل السياحة على غرار سوء توزيع الدخل الحقيقي وتمركزه في يد فئة قليلة من الأفراد فإن متوسط الدخل الحقيقي الفعلي لمعظم الأفراد سوف يكون منخفضا وبالتالي تقل المقدرة على الإنفاق الترفيهي ومن ضمنه الإنفاق على السياحة.

#### - مرونة الطلب الداخلية:

يقصد بها درجة الاستجابة في الكمية المطلوبة من السلع والخدمات نتيجة التغير في الدخل لدى المستهلك، تكون مرتفعة إذا كانت أكبر من الواحد وذات إشارة موجبة في جميع السلع العادية دلالة على العلاقة الطردية بين التغير في الدخل والتغير في الكمية المطلوبة؛

أما في بعض الحالات غير العادية فتأخذ مرونة الطلب الداخلية إشارة سالبة على العلاقة العكسية بين التغير في الدخل والتغير في الكمية المطلوبة وذلك في السلع الدنيا. وتجدر الإشارة إلى كون السياحة الداخلية تقع في مرتبة السلع الدنيا أو الخدمة الدنيا بالمقارنة بالسياحة الدولية حيث أنه مع ارتفاع متوسط الدخل الحقيقي للفرد في البلدان المنشئة للسياحة يميل الأفراد للتقليل من النشاط السياحي الداخلي واستبداله بالنشاط السياحي الخارجي أو الدولي ومن ثم فإن مرونة الطلب الداخلية لجميع الأماكن أو البلدان السياحية الدنيا تتخذ إشارة سالبة، وتتخذ إشارة موجبة في البلدان والأماكن السياحية، المضيئة العادية، وكلما ارتفعت درجة مرونة الطلب الداخلية الموجبة كلما كان ذلك دليلا على ارتفاع المرتبة الكمالية للمنتج السياحي.

#### - الأسعار:

هناك علاقة عكسية بين الكمية المطلوبة من أي سلعة أو خدمة وسعرها في جميع الحالات العادية للطلب، أما في حالة السلع الدنيا تكون العلاقة طردية بين الكمية المطلوبة والسعر؛ وفي حالة المنتج السياحي نو طبيعة مركبة وبالتالي فإن الطلب السياحي الدولي قد يستلزم أخذ الأسعار النسبية في الحسبان وليس مجرد الأسعار المطلقة كما هو الحال عند شراء المنتج السياحي المحلي و الأسعار النسبية هي الأسعار نحصل عليها من مقارنة السعر بالأسعار في البلاد الأخرى أو الرقم القياسي لنفقة المعيشة؛ وهناك عوامل أخرى تتدخل بطريقة مباشرة في تحديد الطلب السياحي الدولي وهي:

#### - أسعار البدائل السياحية الدولية؛

#### - أسعار الخدمات والسلع السياحية المكملة.

## 1- أسعار البدائل السياحية

تتمثل فيما تعرضه البلدان المضيضة المختلفة من خدمات سياحية متقاربة أو متماثلة، وكلما زادت درجة التقارب بين الخدمات السياحية البديلة كلما زادت أهمية مقارنة الأسعار البدائل فيما قبل اتخاذ قرار القيام برحلة سياحية معينة إلى الخارج أما اذ تباعدت أو اختلفت المنتجات السياحية بين البلدان المضيضة على درجة الإحلال وبالتالي يصبح بالإمكان فرض سعر معين لمنتج سياحي متميز في أحد البلدان؛ أسعار الخدمات والسلع السياحية المكملة؛ الخدمات السياحية المتاحة في بلد من البلدان المضيضة قد تكون في علاقة تكاملية مع بلد آخر مضيض؛

ومثال على ذلك عندما تقوم بعض الأمريكيين من أصل إيطالي زيارة فرنسا وهم في طريقهم فرصة في قضاء ايجازتهم في إيطاليا وبالتالي زيارة هؤلاء الأفراد لفرنسا خلال نفس الرحلة تعتبر مكملة للسياحة في إيطاليا وهي البلد المقصودة أصلا بالزيارة؛ فاذا حدث نقص سعر الرحلة السياحية إلى إيطاليا فتمكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة الطلب على السياحة لفرنسا فالرحلتين مكملتين لبعض ومن وجهة نظر السائح يمكن معالجتها كرحلة واحدة لها سعر إجمالي بالرغم من أن المنتج السياحي في أحد البلدان تختلف عن الآخر؛ كذلك يمكن ظهور الحالة الخاصة بالسلعة الدنيا وهي سلعة جيفن في مجال تحليل الطلب السياحي الدولي، فعلى سبيل المثال فإن ارتفاع الأسعار في البلد الأصلي للسائح مع ثبات العوامل الأخرى يؤدي إلى انخفاض متوسط الدخل الحقيقي للفرد وقد يؤدي ذلك إلى زيادة الطلب على رحلة سياحية محلية بالرغم من ارتفاع سعرها المصاحب للارتفاع العام للأسعار داخليا بينما يقل الطلب الدولي على الرحلات السياحية الخارجية بفرض ثبات أسعارها وهذه الرحلات تعتبر بديلة ولكن بطبيعتها تقع في مستوى استهلاكي أعلى من الرحلة المحلية؛ فالسعر يمكن تمثيله في شكل مطلق أو شكل نسبي مطلق أو شكل نسبي فالسعر المطلق عبارة عن تكلفة الانتقال بين البلد المنشئ للسياحة والبلد المضيض، كذلك فهو تكلفة الإقامة في البلد المضيض من خلال أخذ الرقم القياسي للتكلفة المعيشية فيه أما السعر النسبي فهو أكثر واقعية حيث أن السياحة الدولية تدخل في إطار التجارة الدولية والتي تعتمد على الأسعار النسبية وليس على الأسعار المطلقة حيث أن الأسعار النسبية تعكس الميزات النسبية للبلدان المختلفة في إطار المنافسة والحركة الاقتصادية. كما أن السعر النسبي يلزم أن يأخذ في الاعتبار معدل التضخم و أسعار الصرف.

- مرونة الطلب السعرية تمثل النسبة بين التغيير في الطلب و نسبة التغيير في السعر وهي سالبة في جميع حالات الطلب على السلع والخدمات العادية بسبب العلاقة العكسية بين الكمية المطلوبة والسعر، أما السلع الدنيا فتكون الإشارة موجبة حيث يؤدي التغيير في السفر إلى التغيير في الكمية في نفس الاتجاه.

- المرونة التقاطعية ( التبادلية) تستخدم لقياس مدى تأثير الكمية المطلوبة من إحدى السلع أو الخدمات للتغيير في سعر سلعة أخرى بديلة أو مكملة وهي تشير إلى طبيعة قوة العلاقة أو ضعفها بين سلعتين

مختلفتين ولا بد من الإشارة لكون مرونة الطلب التقاطعية بالنسبة للسلع البديلة تكون موجبة وللسلع المتكاملة تكون سالبة.

#### 4- أثر التكنولوجيا:

تصنف العوامل التكنولوجية أحيانا كعوامل مستقلة إلا أنها كثيرا ما تؤخذ في عداد العوامل الاقتصادية حيث تؤثر بصورة مباشرة في إنتاجية كافة عناصر الإنتاج من جهة وفي نمو الناتج وتنوعه من جهة أخرى.

ويظهر تأثير العوامل التكنولوجية من خلال تأثيرها على عدة عوامل منها<sup>1</sup>:

- تطور وسائل المواصلات الحديثة والتي أدت إلى انخفاض متوسط تكلفة السفر بين البلدان بالإضافة لارتفاع درجة الأمان بها؛

- تحسين وتنوع الخدمات التي تؤدي في المطارات وأماكن العبور والتي أدت إلى ارتفاع عنصري الراحة و الأمان للرحلة السياحية؛

- تقدم وسائل الاتصالات الدولية مما أدى إلى التبادل السريع للمعلومات بين شركات السياحي فضلا عن إمكانية اتصال السائح في أي وقت ببلده للاطمئنان على أهله وعمله؛

- تطور نوعية وتنوع الخدمات الفندقية مما يشجع السائح على الإقامة لفترات أطول؛

- تقدم شبكات الارسال بالقمر الصناعي أدى إلى زيادة التعرف على أماكن أخرى في العلم مما زاد الدافع لزيارة هذه الأماكن على الرغم من الأهمية البالغة لعامل التقدم التكنولوجي إلا أن عملية القياس الكمي لأثره في تنمية النشاط السياحي يواجهه العديد من الصعوبات وذلك لعدم انفصال هذا العامل عن العوامل الأخرى وظهوره غالبا من خلالها؛

- مدى توافر مزايا خارجية مرتبطة بالنشاط السياحي في البلدان المضييفة طلب السائح ليس مقصور على وسائل خدمات المواصلات التي يستخدمها خلال سفره إلى البلد المضيف أو على الخدمات الفندقية وإنما خلال زيارته للبلد المضيف يتمتع بالمزايا الموجودة داخل هذا البلد مثلا:

- يتزايد الطلب السياحي كلما انخفضت تكلفة الاستمتاع بالمزايا البيئية في البلدان المضييفة مثل أسعار الدخول للشواطئ أو المناطق الأثرية حيث أن هذا يؤدي إلى انخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة السياحية.

- تزايد الطلب السياحي مع اكتمال البنية الأساسية من طرف مطارات وموانئ و أجهزة أمنية ووسائل المواصلات؛

- تزايد الطلب السياحي كلما ارتفعت مستوى ونوعية الخدمات العامة مثل خدمات الأمن والخدمات العلاجية وانخفضت تكلفة هذه الخدمات.

<sup>1</sup> - عادة صالح، مرجع سابق، ص 113

- **الاستقرار الاقتصادي:** يقاس الاستقرار الاقتصادي باستقرار الأسعار أو نمو الناتج الكلي بمعدل منتظم أو انخفاض معدلات البطالة إلى الحد الأدنى؛ فالأحداث التي تؤدي إلى عدم الاستقرار الاقتصادي في البلد المنشئ للسياحة مثل الحروب سوف تؤدي بشكل مباشر في الدخل الحقيقي وبالتالي تؤثر على الطلب على جميع أنواع السلع والخدمات التي تتميز بمرونة مرتفعة مثل السياحة الخارجية.

- **المحددات الغير اقتصادية للطلب السياحي:**

يمكن إيجازها فيما يأتي:

- **العوامل الاجتماعية:**

تتدخل العوامل الاجتماعية في تحديد الطلب السياحي الدولي من خلال:

**التقليد والمحاكاة:** المقصود به نشر نمط معين من الاستهلاك أو الطلب من طبقة مرتفعة الدخل إلى الطبقة الأقل فالفئات المرتفعة الدخل دائما لها مقدرة أكبر على طلب السياحة ومن ثم فقيام أفرادها بهذا النشاط له أثره على السلوك الاستهلاكي للطبقات متوسطة الدخل؛ كما أن الطبقة منخفضة الدخل تنظر للنمط الاستهلاكي للطبقة المتوسطة ابتغاء تقليده في حالة توفر المقدرة المالية،

**الرغبة في التفاخر:** وتظهر هذه الرغبة لدى الطبقات الغنية والتي تعتمد بشكل مميز على الاستهلاك البذخي وهذا السلوك البذخي يغذي الطلب على أنواع من الرحلات السياحية الدولية الفاخرة والتي ترتفع تكلفتها بشكل مميز ومن ثم فإن انخفاض تكلفة الرحلة السياحية لن يجذب مثل هذا النوع من الطلب؛ وتسمى هذه الحالة بسلعة الرجل الغني أو السلعة التفاخرية ومنحى الطلب في هذه الحالة يشبه حالة السلعة الدنيا في أنه موجب الميل أي كلما ارتفع السعر زادت الكمية المطلوبة ويقتصر الطلب في حالة السلعة التفاخرية على أفراد الطبقة مرتفعة الدخل؛ تجدر الإشارة لكون الطلب على السياحة المحلية أقل منه على السياحة الدولية لمحاولة المستمرة لأصحاب الدخل المتوسط لتقليد النمط الاستهلاكي لأصحاب الدخل المرتفع؛

- **قوة الرابطة العائلية في المجتمع:** فكلما زادت قوة الرابطة العائلية زاد الطلب على الرحلة السياحية العائلية أكثر من الرحلة السياحية الفردية ويشمل هذا العنصر كذلك زيادة أبناء المهجر لأوطانهم الأم في صورة رحلة سياحية بالرغم من أنها تنبع من دافع الرغبة في المحافظة على روح العائلة أو الانتماء إلى الأصل.

4- **التطورات الاقتصادية:** انعكست التطورات الاقتصادية على الحياة الاجتماعية من خلال زيادة الرفاهية الاقتصادية من ناحية زيادة الدخل الحقيقي وزيادة وقت الفراغ لأفراد المجتمع بشكل عام؛ فالتقدم التقني وعمليات التكنيف الرأسمالية المستمرة زادت من إنتاجية العمل في المتوسط وأتاحت أوقات أكبر من الفراغ على مدى العام ومن ثم زادت الإجارة السنوية وزادت معها الرحلات السياحية ونشأت عادات

اجتماعية جديدة مرتبطة بهذا النمط المعيشي الحديث من خلال انتظام الأفراد بصفة عامة ( من الطبقات العاملة أيضا) في نوادي اجتماعية ورياضية وهذا الانتشار للنوادي الاجتماعية والرياضية أثر على نمط الطلب السياحي حيث تقوم هذه النوادي بتنظيم الرحلات السياحية الجماعية لأفرادها ومع ارتفاع مستوى الدخل الحقيقي ويشجع نمط الإجازات السنوية المنتظمة أصبحت السياحة الدولية مصدر جذب لأعداد متزايدة من أفراد المجتمعات المتقدمة؛ كما تجدر الإشارة إلى كون الطلب السياحي الأجنبي في البلدان المضيفة يتأثر سلبا أو ايجابا بالنمط السلوكي الشائع لدى الأفراد في المجتمع بالنسبة للأجانب بصفة عامة وذلك بغض النظر عن أسعار الخدمات السياحية ونوعية هذه الخدمات وجميع العوامل الأخرى المحددة لهذا الطلب<sup>1</sup>.

أحيانا يسري شعور لدى الناس في البلدان المضيفة أن السياح يشاركونهم في مواردهم المتاحة خاصة في المناطق السياحية، مما يعكس في عدم الشعور بالرضا وفي معاملة جافة للسائحين عند الاحتكاك بهم، خاصة في الدول النامية حيث يتركز الدخل المكتسب من النشاط السياحي في يد أصحاب شركات السياحة غير متوفرة بالنسبة لعامة الناس وإنما فقط للأجانب هذا يؤدي إلى أن معظم الأفراد لن يشعروا بمنافع السياحة مما يعرقل نمو الطلب السياحي إما بشكل مباشر أو من خلال الحد من فرصة نمو صناعة السياحة نفسها داخل البلد؛ على غرار ما يشعر به أفراد المجتمع بأن الدخل المتزايد المتولد من السياحة الأجنبية يتدفق إلى أعداد أكبر وفي فائدة السياحة ليس حكرا لشركات كبرى يؤدي إلى شعور إيجابي مساعد لنمو الطلب السياحي.

### ثانيا: العوامل السياسية

ويقصد بها تأثير الأحوال السياحية سواء في البلدان المنشئة للسياحة أو البلدان المضيفة على الطلب السياحي الدولي.

#### - جانب البلدان المنشئة للسياحة:

تتدخل الحكومات للحد من السياحة الخارجية لأسباب محضة مثل رغبتها في التركيز على السلع المادية فقط دون الخدمات أو وضع قيود على حركة الأفراد للخارج للحد من خروج العملة الأجنبية في السياحة الخارجية، كما أن الحروب والأزمات السياسية الداخلية وهي تؤثر على النشاط السياحي الدولي بالنسبة للبلدان المنشئة للسياحة والبلدان المصدرة لها وتؤثر على اختيار السائحين للمناطق السياحية والبلدان المضيفة وتقلص الطلب السياحي الدولي في المناطق المحيطة ليس مجرد انعكاس للحالة النفسية للسياح المحتملين بل يعود كذلك لتحديد حكوماتهم ومطالبتهم بعدم السفر إلى مناطق الحرب المحتملة.

#### - جانب البلدان المضيفة للسياحة:

<sup>1</sup> - عادة صالح، مرجع سابق، ص122

تلعب الظروف السياسية الداخلية دورا كبيرا في الحد من السياحة الأجنبية في حالات الدول التي لا تتمتع بأنظمة سياسية متقدمة وحكومات غير مستقرة لا يستطيع السائحون الأجانب تحملها.

### ثالثا: العوامل النفسية

تفسر العوامل النفسية بنظريتين هما:

**نظرية إشباع الحاجات النفسية:** تعتمد دراسة الحاجات المختلفة التي يمكن أن تقف وراء الدوافع البشرية في مجال السياحة ويعيب هذه النظرية<sup>1</sup>:

- الحاجة شيء نابع من الماضي ومن ثم فهي قوة دافعة من الخلف وليس قوة جذب من الأمام؛
- مهما جمعنا من معلومات عن الحاجات البشرية فإننا لا نستطيع إذا تحديد بدقة ما يقوم به الأفراد من لإشباع حاجاتهم وما إذا كان لناس سوف يحاولون إشباع هذه الحاجات أم لا؛
- عدم القدرة على التنبؤ الدقيق بتأثير هذه الدوافع على السلوك السائح.

### -نظرية التوقع:

تعتمد على توقع الفرد للأثر الإيجابي ( عوامل الجذب) والأثر السلبي ( عوامل الطرد) الذي يحصل عليه عند قضاءه لإجازة في مكان معين ولكن من عيوب النظرية:

- صعوبة قياس الأمور غير المادية مثل مشاعر الفرد النفسية تجاه عوامل الجذب المتعلقة بمكان الاجازة وتوقعاته الخاصة بالحصيلة الكلية لجاذبية العوامل المختلفة؛

### -مميزات نظرية التوقع:

-تمكن من إدراج العوامل النفسية التي ظهرت في دراسات الدوافع السياحية في هيكل واحد أي أنها تتكامل مع نظريات الإشباع أين يظهر بها الجانب العاطفي للدافع السياحي ( الحاجات التي تنشئ الرغبة في السفر في المجال الأول) مع الجانب الملموس (اتخاذ القرار الفعلي بنعم أو لا للإجازة وإذا كان القرار بنعم فإلى أين؛

-يمكن أن تضم نظرية التوقع أي أسباب أخرى للسفر طالما أن هذه الأسباب تؤثر في تقدير الجاذبية المتوقعة للأماكن المقترحة للإجازات.

### رابعاً: العوامل الثقافية

تشمل العوامل الثقافية كل من<sup>2</sup>:

- القيم السائدة في المجتمع وهي تحدد أنواع الأهداف والسلوك الذي يجوز أو لا يجوز موافقة المجتمع؛

<sup>1</sup>- غادة صالح، مرجع سابق،ص 124

<sup>2</sup>-غادة صالح، مرجع سابق،ص126

- إهتمام الفرد بنظرة بقية أفراد المجتمع إلى ما يفعله سوف يجعله يسلك سلوكا معيناً يتفق مع ما هو متعارف عليه ومقبول اجتماعياً؛

- نظم التعليم ومناهجه من حيث الرغبة في الحصول على مزيد من الثقافة داخل الإجازات وهي أمور يجب دراستها داخل المجتمع وداخل كل فئة من فئات المجتمع؛

- اللغة التي يستخدمها أفراد المجتمع وهي ليست فقط كلمات أو جمل إنما هي أيضاً تغييرات معينة ومصطلحات متفق عليها وإشارات وحركات تعتمد على تقاليد وممارسات موروثه من جيل لآخر ويظهر تأثير اللغة على الطلب السياحي من خلال رغبة بعض السائحين السفر إلى البلاد التي يعرفون لغاتها من أجل التواصل مع أفراد تلك البلد وهناك البعض الآخر الذي يفضل السفر إلى بلاد لا يعرف لغتها حتى يستمتع بمحاولة التفاهم والتعامل مع أهل هذه البلدان وهذا يعتمد على درجة تقبل الآخر وتقبل الاختلاف معه.

#### - تأثير العوامل الثقافية على الطلب السياحي

يلاحظ أن الفئة مرتفعة الدخل والتي هي أكثر قدرة على القيام بالنشاط السياحي الدولي لها اتجاهاتها من جهة الالتزام بالممارسات المستحدثة فهي وراء الجديد دائماً عكس سلوك الفئة المتوسطة والتي أكثر التزاماتها بالرحلات التقليدية ومن ثم فيمكن تسويق الرحلات السياحية المستحدثة إلى فئة مرتفعة الدخل بينما الرحلات التقليدية إلى فئة متوسطة الدخل كذلك يختلف تأثير الثقافة العالية عن الثقافة المتوسطة وبل تختلف داخل نفس الفئة الثقافية التقليدية والثقافة الحديثة المرتبطة بالأجهزة العلمية المتطورة حيث أن اتجاهاتها الأخيرة اتجاهات استقلالية وغالباً ما يكون الطلب السياحي الخاص بها يعتمد على الاستقلالية والحرية التامة في أن يفعلوا ما يردونه بالطريقة التي يرونها وقد تزايد نصيب هذه الفئة من الطلب السياحي الكلي خلال الفترة الأخيرة.

#### تأثير العوامل البيئية على الطلب السياحي

تتدخل بشكل مباشر العوامل البيئية في التأثير على الطلب السياحي سواء داخلياً أو خارجياً فجاذبية المناظر الطبيعية وجاذبية المناخ والمناطق الأثرية هي التي تدفع إلى النشاط السياحي.

#### • أهمية المسح السياحي للبيئة (رسم الخريطة السياحية)

رسم الخريطة السياحية تعني مسح جميع الأماكن المستغلة سياحياً أو قابلة للاستغلال السياحي وذلك من حيث الخصائص المناخية والمساحات الخضراء والشواطئ والثروات النباتية والحيوانية خاصة النادرة منها، بالإضافة إلى حصر لجميع المعالم والمواقع الأثرية والتجمعات البشرية والنية الأساسية والبيئية، هذا المسح الشامل يتيح الفرصة لتحديد الإمكانيات السياحية للبيئة وتصنيف هذه الإمكانيات ووضع أولويات من حيث نواحي جمال الطبيعة والمناخ والنواحي الأرضية لأغراض النشاط السياحي وإغفال

مثل هذه الدراسة المسحية يجعل عملية الاستغلال البيئية لأجل التنمية السياحية تتعرض لقرارات ومشروعات غير مدروسة مما يعرضها للفشل؛

### • أماكن الجذب على الخريطة السياحية

بعد رسم خريطة سياحية دقيقة للبلاد يمكن تصنيف جميع المواقع تبعاً لإمكانات استغلالها سياحياً وقد يكون بعض هذه المواقع مستغلة بالفعل فيؤخذ ذلك في الحسبان وهذا يمثل جانب العرض؛ عملية تقدير الجذب السياحي لأي مكان يتم على أساس دراسات دقيقة للمواقع البديلة أو المنافسة داخل نفس الدولة على أساس دولي وما تقدمه من خدمات سياحية متنوعة ومستويات هذه الخدمات وأسعارها ومستويات الطلب العالمي متمثلة في أعداد السائحين الدوليين القادمين إليها كما يلزم دراسة اتجاهات الأذواق في الأسواق ثم يتم عمل الخريطة السياحية للبلاد والتي تضم قائمة بأهم مراكز الجذب السياحي مرتبة وفقاً لأولوياتها التي تحددت بتفاعل عامل الطلب الدولي مع عامل العرض بعد ذلك يتم تقديم الطاقة الاستيعابية\* لكل موقع أو منطقة جذب سياحي.

### المطلب الثالث: المستهلك السياحي

لكي يتم تنفيذ خطط وإستراتيجيات تسويق ناجحة أو لغرض ترجمة الإستراتيجيات إلى أهداف ذات معنى من الضروري أن يكون لديك معرفة تفصيلية بالسلوكيات المتغيرة لمستخدمي الخدمات، هناك فئات مختلفة من المستخدمين المحليين والأجانب الريفيين وسكان المدن والمتعلمين وغير المتعلمين الأغنياء والفقراء من الطبيعي جداً أن تكون المؤسسات السياحية بوجه خاص على وعي تام بسلوكيات العملاء وهذا يسهل عليها القيام بمهمة إيجاد وتحفيز الطلب على خدماتهم.

### الفرع الأول: مفهوم المستهلك السياحي

#### أولاً: تعريف المستهلك السياحي

قبل التطرق لتعريف المستهلك السياحي أو مستخدم الخدمة السياحية لابد من تعريف غير المستخدمين وهم الأشخاص الغير مهتمين باستخدام الخدمات يعرفون بغير المستخدمين فهم يفتقرون إلى الرغبة وبالتالي فإن على المنظمات السياحية أن تتعرف عليهم وأن يبقوا خارج نطاق الدراسات<sup>1</sup>.

**المستخدمين المحتملين:** يملكون كفاءة ومؤهلات استخدام الخدمات ولكن في نفس الوقت يفتقرون إلى الرغبة الأنية، وبالتالي فإن المنظمات السياحية تعمل على تحديدهم والتعرف عليهم بحيث يمكن لقرارات التسويق تحويلهم إلى مستخدمين فعليين؛

- هناك عدة تعريفات للطاقة الاستيعابية منها "أقصى قدر من السائحين يمكن استقبله في المكان"، "مدى القدرة على تحمل النشاط السياحي قبل أن يشعر المقيمين بأي آثار سلبية للسياحة؛" "المستويات القصوى للنشاط السياحي التي يبدأ بعدها النشاط السياحي في الإنخفاض لأن بعض الإمكانيات السياحية كما يتصورها السائحون أنفسهم قد أصبحت أدنى مع الاحتياجات ومن ثم فإن هذا المكان يتوقف عن اشباع رغباتهم وجذبهم مما يدفعهم للبحث عن مكان آخر".

<sup>1</sup>- علاء حسين السرابي وآخرون، مرجع سابق، ص32

**المستخدمين الفعليين:** الأشخاص الذين يستخدمون بشكل فعلي الخدمات التي تنتجها أو تقدمها المنظمات السياحية؛

**المستخدمين بشكل خفيف:** الأشخاص الذين يستخدمون الخدمات ولكن بشكل غير متكرر يعرفون بأنهم المستخدمون بمعدلات قليلة.

**المستخدمون بكثافة:** الأشخاص الذين يستخدمون الخدمات بشكل متكرر يعرفون بهذا اللقب.

كما يمكن تعريف المستهلك السياحي:

يمكن القول بأن السائح أو المستهلك هو الذي يقوم باستخدام المنتج السياحي أو الخدمات السياحية ويسعى للحصول عليها للاستمتاع بها في الرحلة السياحية إلى دولة أو منطقة معينة<sup>1</sup>؛

فالمستهلك السياحي لا يختلف عن المستهلك العادي من حيث الهدف من الشراء والاستهلاك ولكنه يختلف من طبيعة الاستهلاك وأسلوب الشراء فالمشتري للبرنامج السياحي لا يستخدمه إلا بعد الانتقال إلى منطقة الزيارة أو دولة المقصد السياحي بعكس المشتري للسلع المادية الملموسة الذي يستطيع استهلاكها والاستمتاع بها فور التعاقد على شرائها، كما أنه يستطيع أن يجربها إذا كانت سيارة مثلا قبل أن يشتريها أما في حالة المنتج السياحي فإنه لا يستطيع القيام بذلك وهكذا يختلف المستهلك السياحي من المستهلك السلعي.

كما يعرف بأنه ذلك الشخص الذي يقوم بشراء الخدمات السياحية لاستخدامها والاستفادة منها أثناء رحلته السياحية سواء كان سائحا دوليا أو محليا<sup>2</sup>.

مما سبق يمكن إيجاز العناصر الأساسية لتعريف المستهلك السياحي<sup>3</sup>:

- المستهلك السياحي شخص طبيعي أي أنه إنسان عادي وليس شخصا معنويا كشركة أو جمعية أو هيئة؛
- توافر عنصر الشراء لدى المستهلك السياحي للخدمات السياحية مثل البرامج السياحية التي يقوم بشرائها من الوكيل السياحي في بلده أو خدمات الانتقالات والاتصالات والهدايا التذكارية التي يشتريها أثناء وجوده في دولة المقصد السياحي؛
- توافر عنصر الاستخدام والاستفادة من الخدمات التي يشتريها المستهلك السياحي، لذلك فإن وكلاء السياحة الدوليين الذين يقومون بشراء البرامج للحركة السياحية لا يمكن اعتبارهم مستهلكين سياحيين لافتقادهم عنصر الاستخدام الفعلي لهذه البرامج لأنهم بعد عملية الشراء يقومون ببيع هذه البرامج إلى المستهلكين السياحيين الفعليين؛

<sup>1</sup> - إبراهيم اسماعيل الحديد، مرجع سابق، ص 105

<sup>2</sup> - علي فلاح الزعبي، مرجع سابق، ص 227

<sup>3</sup> - صبري عبد السميع، مرجع سابق، ص 140

- إن شراء الخدمات السياحية يجب أن يكون خلال الرحلة السياحية منذ بدايتها من دولة السائح عن الوصول إلى دولة الزيارة والعودة مرة ثانية إلى دولته فالمستهلك السياحي هو الذي يقوم بشراء الخدمات والسلع المختلفة أثناء الرحلة فقط أما الذي يقوم بشراء خدمات السلع قبل القيام بالرحلة أو بعدها لا يمكن اعتباره مستهلكا سياحيا بالمعنى والمفهوم.

### الفرع الثاني : خصائص المستهلك السياحي

يتميز المستهلك السياحي بالعديد من الخصائص والسمات تجعل له طبيعة خاصة وأسلوبا مختلفا في استخدامه للمنتج السياحي وسلوكه في دولة المقصد السياحي ونمط اتفائه على خدماته ومشترياته السياحية وأهم هذه الخصائص ما يلي<sup>1</sup>:

- **الشعور بالغربة**: دائما يلزم معظم السائحين هذا الشعور في كل زيارة للدولة المقصودة حتى لو تكررت عدّة مرات وهذا الإحساس طبيعي ويرجع لعوامل نفسية واجتماعية ترتبط بالسائح ذاته وإن كان هذا الشعور تختلف درجاته إلى حد ما طبقا لمعايير مختلفة:

- قرب الدولة المستقبلية من دولة السائح؛

- الترابط اللغوي والعقائدي بين دولة السائح ودولة الزيارة؛

- الترابط الاجتماعي كالعادات والتقاليد بين الدولتين؛

فكل هذه العوامل إما أن تؤدي إلى تقليل حدّة الشعور بالغربة لدى السائحين وإما أن تكون على العكس فتزيد من هذا الشعور ويتوقف ذلك على المدى الذي تكون عليه هذه العوامل إما تكون ايجابية أو تكون سلبية.

- **الاتجاه نحو زيادة الإنفاق**: يرتبط هذا الاتجاه لدى المستهلك السياحي بميله دائما نحو الإنفاق الكبير على خدماته ومشترياته السياحية لإرضاء رغبات كثيرة كامنّة في نفسه والوصول إلى درجة كبيرة من الإشباع المادي والنفسي والمعنوي من الرحلة السياحية حيث يخصص لها في الغالب ميزانية خاصة طوال العام، ويساعده على ذلك المقومات السياحية الطبيعية والأثرية وغيرها الموجودة في دولة المقصد وما تقدمه له من خدمات سياحية في مجال الإقامة والزيارة والانتقالات والترفيه على مستوى عال ويختلف مستوى انفاق السائح من دولة إلى دولة تبعا لعوامل كثيرة اقتصادية واجتماعية.

- **عدم الاشتراك في تصميم المنتج**: المستهلك السياحي لا يتدخل في معظم الأحيان في تصميم وتشكيل المنتج السياحي في الدولة التي يزورها بل يتم تصميم ووضع البرامج السياحية بواسطة الشركات السياحية بعيدا عن المستهلكين أنفسهم وإن كان بعض هذه الشركات يميل إلى استخدام الأسلوب العلمي في

<sup>1</sup>- نفس المرجع السابق، ص 80

تصميم برامجها حيث يستعين بأرائهم واتجاهات السائحين المرتقبين لوضع البرامج التي تناسبهم ويرغبونها بالاعتماد على بحوث ودراسات الأسواق والمستهلكين<sup>1</sup>.

- **الإنتاج والاستهلاك معا للمنتج السياحي:** يعتبر المستهلك السياحي هو المستهلك النهائي للمنتج السياحي أو الخدمات السياحية فلا يشتريها لغرض التخزين وإعادة البيع مرة أخرى مثل السلع الأخرى الغير سياحية، فالنمط الاستهلاكي للسائح يقوم على الإنتفاع المباشر بالسلعة أو الخدمة .

- **الإشباع المادي والمعنوي:** يبحث المستهلك السياحي دائما عن الوسائل المختلفة التي تحقق له الإشباع المادي كخدمات الإقامة وفي نفس الوقت يسعى للحصول على الإشباع المعنوي من رحلته السياحية من خلال زيارة المناطق الأثرية والمعالم السياحية المهمة والاستمتاع بعناصر الجذب السياحي الطبيعية المهمة كالشواطئ والبحار والمناخ والمناطق الصحراوية والجبلية الجميلة، لذلك فالمستهلك السياحي يهدف للاستمرار في تحقيق هدف مزدوج بين الجانب المادي والمعنوي<sup>2</sup>.

- **السلوك الاستهلاكي الجماعي:** يميل السائحون إلى القيام برحلاتهم السياحية دولية أو داخلية ضمن مجموعات السائحين الآخرين من جنسهم أو أقاربهم أو معارفهم أو أصدقائهم أو جيرانهم لكي يشعروا بالألفة والاطمئنان بين بعضهم البعض ويتعاونوا في تحمل أعباء الرحلة الجسمية والنفسية وتعتبر هذه السمة من السمات الشائعة بين المستهلكين السائحين التي تجعلهم لا يتخذون قرار شراء البرامج السياحية إلا في ظل مجموعات متجانسة سواء أكانت رحلات جماعية كبيرة أو صغيرة ولا يميلون نحو الرحلات الفردية لما يترتب عليها من تكلفة عالية وعدم تنوع في برامجها بالإضافة إلى العامل النفسي والمعنوي.

- **عدم الاهتمام بتفاوت الأسعار:** على الرغم من أن هناك نسبة كبيرة من السائحين تركز عند اتخاذ قرارها بزيارة دول أو مناطق معينة على أسعار برامجها وخدماتها السياحية وتبحث على الأقل سعرا إلا أنه بصورة عامة يعتبر عدم الاهتمام بارتفاع أو انخفاض الأسعار خاصية الفترة التي يقضيها السائح في الرحلة فالحصول على أكبر قدر ممكن من المنفعة والفائدة مهما كانت التكلفة.

### الفرع الثالث: تحليل قرار المستهلك السياحي

#### أولا: مراحل اتخاذ قرار المستهلك السياحي

تأتي تصرفات الأفراد وسلوكياتهم في كثير من الأحيان نتيجة للتفكير العقلي أو انعكاسا للاشعور فإذا كانت هذه التصرفات قد جاءت بعد تفكير فإن هذا يعني أن الأفراد قد اتخذوا قرارا أما إذا جاءت كرد فعل للاشعور فلا يكون ذلك قرارا، بل يمكن بالتعبير عنها بالسلوك الغير إرادي لذلك يمكن القول أن الأساس في اتخاذ القرار بصفة عامة هو الإختيار كما يرى كثير من علماء الإدارة أن اتخاذ القرار يقوم أساسا على

<sup>1</sup> -، علاء فلاح الزغبى، مرجع سابق، ص229

<sup>2</sup> - مرجع سابق، ص120

وجود بدائل أو اختيارات معينة، لذلك فإن عملية اتخاذ القرار التي يقوم بها المستهلك السياحي أي شراء السلعة السياحية أو البدائل مثل شراء سيارة جديدة أو تغيير أثاث المنزل فنظرا لوجود بدائل مختلفة فقد ظهرت مشكلة الإختيار وأصبح اتخاذ القرار ضرورة ملحة تمر بمراحل مختلفة من التفكير الذهني والسلوك الإرادي يمكن شرحها فيما يأتي<sup>1</sup>:

#### - مرحلة الاستقرار

يقصد بهذه المرحلة عدم اتجاه السائح إلى القيام بزيارة سياحية إلى منطقة ما والميل نحو الاستقرار في المكان الذي يقيم به بصفة دائمة أي أن درجة الحاجة إلى الرحلة تتعادل مع الحاجة إلى السلع والمستلزمات الأخرى، وأن المنافع المحققة في الحالتين تكون متساوية؛ ويؤثر في قرار السائح الاستهلاكي العوامل المؤيدة التي تفضل السلعة السياحية عن السلعة المادية، ويدخل في هذه العوامل تلك المؤثرات النفسية والاجتماعية، هذه إلى جانب عناصر الجذب السياحي التي تتوافر في المنتج السياحي، كذلك الجهد التسويقي الذي يقوم به الأجهزة السياحية الذي يعتمد على الوسائل التنشيطية المحركة للدوافع والرغبات مثل البيع الشخصي بواسطة رجال المبيعات السياحية مما يحفز السائح في التعاقد على شراء البرامج السياحية.

#### - مرحلة الاثارة:

تأتي هذه المرحلة بعد استخدام مختلف العوامل المؤثرة في نفسية السائح والتي يمكن التعبير عنها علميا بالجهود التنشيطية والبيعية التي تثير الدوافع والاهتمامات المختلفة لدى المستهلك السياحي للقيام برحلة سياحية إلى منطقة ما بهدف إشباع الحاجات والرغبات التي نشأت عنها هذه الدوافع، وتعتمد الأجهزة والشركات اسياحية لتحقيق هذا الهدف السياحي في أي دولة على مختلف الوسائل التنشيطية مثل النشرات الدعائية التي تصدرها بلغات مختلفة وبأشكال متعددة جذابة تثير الرغبة والفضول لدى السائح وتنبه حواسه المادية والمعنوية، هذا بالإضافة إلى الإعلان المرئي كالإعلانات التلفزيونية والمسموعة كالإعلانات الإذاعية والمقروءة مثل الإعلانات الصحفية وما شابه ذلك من وسائل أخرى كالمصقات والأفلام السياحية الدعائية ضف إلى ذلك من الوسائل التي تركز على أهمية السياحة ودورها الكبير في حياة الإنسان<sup>2</sup>.

#### - مرحلة البحث والتطوير

وتتضمن هذه المرحلة الجهود التي يقوم بها السائح من أجل البحث عن الوسائل المختلفة التي تساهم في إشباع رغباته وحاجاته النفسية والمادية من خلال القيام برحلة سياحية، ومن أجل ذلك يقوم بتجميع

<sup>1</sup> - ابراهيم اسماعيل الحديد، مرجع سابق، ص121

<sup>2</sup> - صبري عبد السميع، مرجع سابق، ص95

المعلومات والبيانات اللازمة عن هذه الرحلة السياحية المنتظرة أو المستهدفة من شركات الطيران أو الشركات والوكالات السياحية المحلية أو الأجنبية من الوكلاء السياحيين في الخارج أو من المعارف والأصدقاء<sup>1</sup>.

### - المقارنة بين البدائل

في هذه المرحلة تقييم البرامج السياحية المتاحة من حيث حجم الاستفادة والمنافع المادية والمعنوية المترتبة عليها مقارنة بنفقاتها وتكلفتها المادية ثم يقوم السائح بعد هذا التقييم الموضوعي للبدائل المختلفة بعمل مقارنة بينها لتحديد البرامج السياحية الأنسب له من مختلف النواحي وتسمى هذه المرحلة القرار أي الاستقرار الذهني لاتخاذ قرار الشراء بشراء برنامج سياحي معين.

### - اتخاذ القرار النهائي

بعد أن يستقر السائح ذهنيا على قرار معين وهو القيام برحلة سياحية إلى دولة ما فإنه يقوم بالإفصاح عن هذا القرار الذهني الذي استقر عليه وذلك باتجاه القرار الفعلي لشراء البرنامج السياحي وما يرتبط به من إجراءات حيث يقوم السائح بالذهاب إلى الوكيل السياحي أو الشركة أو المكتب السياحي للتعاقد على شراء الرحلة السياحية والاستعداد للقيام بها في الوقت المحدد لها بعد تجهيز احتياجاته الشخصية التي سوف يحتاج إليها وبانتهاء هذه المرحلة تنتهي المراحل المختلفة لقرار المستهلك السياحي.

### ثانيا: النماذج التحليلية لقرار المستهلك السياحي

يعتبر قرار المستهلك السياحي من الأمور التي تتداخل فيها عوامل اقتصادية ونفسية واجتماعية كثيرة، مما يجعل عملية اتخاذ القرار النهائي للقيام برحلة سياحية أمرا صعبا نظرا لتعدد البدائل والاختيارات التي تتنافس مع بعضها البعض تنافسا شديدا ولقد حاول أساتذة علم النفس والاجتماع والاقتصاد والسياحة وضع نظريات أو نماذج لتفسير وتحليل لسلوك المستهلك السياحي حيث توضح هذه النظريات والنماذج الكيفية التي يتم بها توزيع الأفراد لدخولهم المختلفة على كافة نواحي الحياة الأساسية والترفيهية بحيث يمكن الاستفادة منها ووضع التبريرات المختلفة التي تقوم عليها قرارات المستهلك السياحي وفيما يأتي أهم هذه النماذج.

### - نموذج مارشال الاقتصادي

هذا النموذج وضعه الاقتصادي المشهور مارشال وكانت له وجهة نظر مفادها أن الكائنات البشرية تكون أنانية ذلك لأن الاهتمام بالذات أو الاهتمام الذاتي يصبح محور التركيز لدى البشر، ونحاول أن نحصل على أقصى درجات الرضا والإشباع وهذا يستوجب تطبيق نظام الأولويات ويتبنى المستخدمون دوافع عقلانية لهذا الغرض ولكن المسوقين يختلفون مع هذا الرأي فهم يعتقدون أن نموذج مارشال مبني على

<sup>1</sup> - علي فلاح الزغبي، مرجع سابق، ص 238

الوهم والخيال وقد فشل النموذج في تفسير السلوك صحيح أن النموذج الذي وصفه مارشال هو معياري وليس وصفي وهو مبني على افتراض أن سعر المنتج يؤثر على قرار الطلب عليه<sup>1</sup>، كما يؤكد هذا النموذج على أهمية الجوانب الاقتصادية باعتبارها محددات أساسية في سلوك المستهلك السياحي واتخاذ قراره بشراء السلعة السياحية خصوصا إذا ارتفعت تكلفة الرحلة السياحية وشملت عدّة مناطق أو دول سياحية مختلفة.

ولكن النقاد يعتقدون أنه إضافة إلى العوامل الاقتصادية هناك العديد من العوامل الفاعلة في العملية وقد فشل النموذج في تفسير المكونات الهامة المختلفة مثل المنتج، العلامة التجارية، النية، الاتجاه، الإدراك، العادات وغيرها من العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك السياحي.

### - النموذج النفسي

رائد هذا النموذج هو العالم النفسي سيجموند فرويد ويدور هذا النموذج حول السلوك البشري الظاهر الذي يعتبر وليد دوافع وغرائز كامنة في نفسية البشر تتحكم فيها عوامل معينة مثل العقل الباطن والعقل الذاتي والشعور الظاهر لذلك فإن رجال التسويق السياحي يجب أن يستفيدوا من هذا النموذج في تحليل دوافع الشراء لدى المستهلكين السياحيين والتي تنبع من عوامل ناجمة عن العقل الظاهر (الشعور) وعوامل أخرى كامنة في العقل الباطن (اللاشعور) فقد يكون لدرجة رغبة ظاهرة يريد أن يحققها من رحلته السياحية مثل رؤية المعالم الأثرية والتاريخية في دولة ما كما تحركه أيضا رغبة أخرى كامنة في نفسه يريد أن يصل إليها بأسلوب يناسبه ويتفق مع تقاليد مجتمع هذه الدولة وهي الاستمتاع بكل عناصر الجذب السياحي الموجودة بها كما يساعد هذا النموذج رجال التسويق السياحي على وضع استراتيجيات التنشيط والتخطيط السياحي<sup>2</sup>.

### - النموذج الاجتماعي

رائد هذا النموذج هو فيلميان حيث وجد النموذج أن القوى الاجتماعية هامة مثل المجموعات المرجعية، المجتمع، الثقافة، نمط الحياة ويقوم هذا النموذج على أن القدر الأعظم من سلوكيات المستهلكين يكون مدفوعا بالحاجة إلى التمييز وقد وجد أن الثقافة هي العامل الأكثر حسما في الحاجات والرغبات فكل ثقافة فيها مجموعات أصغر ومجتمعات فرعية لها مظاهر أو صفات في غاية الوضوح أولها أن الأفراد ضمن طبقة اجتماعية معينة يميلون نحو التصرف من خلال نفس السلوك وثانيها يتم تصنيف ووضع رتب الأفراد فيها على أساس وضعهم الفعلي، ثالثها الطبقة الاجتماعية لا يشار إليها بأي متغير منفرد ولكن تقاس كدالة لها وزنها من حيث مهنة الفرد، تعلمه، توجهه نحو القيم والدخل ورابعها الطبقة الاجتماعية

<sup>1</sup> - علي حسين السرابي وآخرون، مرجع سابق، ص 44

<sup>2</sup> - ابراهيم اسماعيل الحديدي، مرجع سابق، ص 124

ديناميكية ويمكن أن تتحول إلى طبقة أعلى أو أدنى والمجموعات التي تؤثر على المواقف أو سلوك الأفراد معروفة باسم المجموعات المرجعية<sup>1</sup>. وقد أثبت النموذج فعاليته بالنسبة للمسوقين حيث أن المستهلك يتصرف ويسلك سلوكا سياحيا معيناً تبعاً للطبقة الاجتماعية التي ينتسب إليها فهو يحدد قراره لشراء السلعة السياحية بناء على الخصائص الاجتماعية المختلفة التي تحدد ملامح طبقته الاجتماعية فعلى سبيل المثال نجد أن السائحين الأمريكيين باعتبارهم شريحة اجتماعية من المجتمع الدولي كله يتخذون قرارهم بشراء واستهلاك السلعة السياحية على أساس مستوى الخدمات السياحية التي تقدمها الدولة أو لا قبل التكلفة المادية لها، أما السائحون اليابانيون والإنجليز مثلاً فإنهم يتخذون قرارهم بناء على سعر الرحلة وتكلفتها المادية قبل البحث عن مستوى الخدمات السياحية وهكذا يتضح أن الطبقة الاجتماعية تساعد في توجيه سلوك المستهلك السياحي لاتخاذ قرار معين، ويعتبر هذا النموذج من أهم النماذج التي طرحها علم النفس الاجتماعي التي تساهم في تفسير هذا السلوك.

#### الفرع الرابع: التسويق السياحي المجتمعي

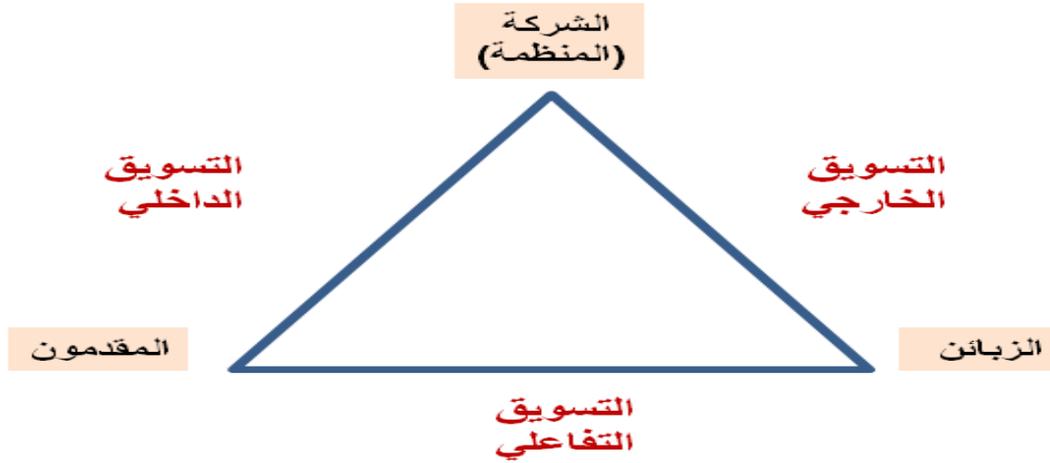
كلما ازدادت حدة المنافسة فإن الشركات تكون مضطرة للتركيز على ارضا زبائنها بشكل أكبر وأفضل فالمستقبل سيكون بالتأكيد قصيراً بالنسبة للشركات التي تؤمن بهذا النجاح وفي السابق كتب ( Robert Keith ) ، عن مستقبل التسويق في مقال تحت عنوان الثورة التسويقية (Marketing Révolution)، جاء فيه " عاجلاً أم آجلاً فإن اليوم الذي يكون فيه تركيز فيه جميع نشاطات الشركة على إرضاء الزبون آت لا ريب في ذلك وعندما يأتي هذا اليوم فإن الثورة التسويقية تكون قد اكتملت" واليوم وبالنسبة للعديد من الشركات الناجحة فإن الثورة التسويقية تتحرك باتجاه الاكتمال فجميع الإدارات صارت معنية بإرضاء الزبائن فإدارة المحاسبة مثلاً صارت تطور الفواتير لتكون بسيطة وواضحة يستطيع الزبون فهمها بسهولة متناهية، وصارت إدارات الصيانة تنظم نفسها لتقديم المشورة والنصح والإرشادات للعميل دون أي تعقيد للفنادق أيضاً مكاتب استشارات واستعلامات في العديد من المرافق العامة لتوجيه النزلاء إلى حيث المواقع الخاصة بالفنادق والتسهيلات التي تقدمها هذه الفنادق وغيرها<sup>2</sup>. كما يقول المفكر الإداري "Peter Ducker" "إن التسويق يضم كامل منشآت الأعمال، إنه يمثل كامل المنشأة من وجهة نظر النتيجة النهائية بمعنى وجهة نظر الزبون".

<sup>1</sup> - علي حسين السراي وآخرون، مرجع سابق، ص47

<sup>2</sup> - حميد الطائي، المفهوم المجتمعي للتسويق في صناعة السياحة، مداخلة ضمن ملتقى التسويق في الوطن العربي، الشارقة، 15-16 أكتوبر،

2002، ص 47

## الشكل (17-02) : مداخل التسويق السياحي



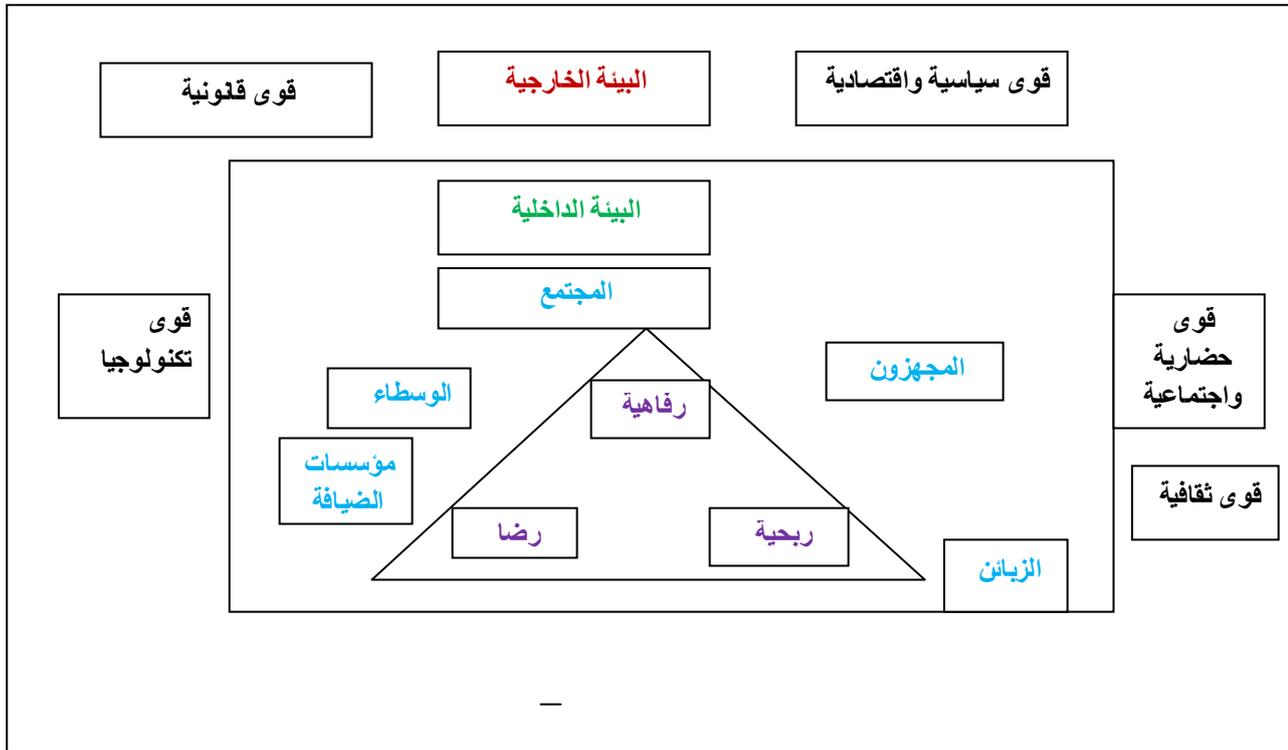
المصدر: ردينة عثمان، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص125

وبالرغم أن التسويق في صناعة الضيافة يعد جديدا نسبيا إلا أن القاسم المشترك بين كبار قادة هذه الصناعة هو الدعوة لتطبيق مبادئ التسويق في صناعة الضيافة وهذه المبادئ تتركز على النزلاء والضيوف من حيث إشباع حاجتهم ورغباتهم التسويق الخارجي External Marketing وإشباع حاجات العاملين (مقدمي الخدمات والزبائن فإن العلاقة الهامة يصطل عليها بالتسويق التفاعلي Inter-active Marketing، التوجه نحو الزبائن Customer Orientation، يمكن عرض منشآت الأعمال في تكوين والحفاظ على الزبائن الذين يدرون ربحا عليها وتستطيع المنشآت استقطاب الزبائن والاحتفاظ بهم عندما تكون قادرة على تلبية احتياجاتهم فالزبائن الراضون يكونوا في الغالب ليس فقط موالين لمنشآت الأعمال التي استطاعت أن تشبع حاجاتهم، وإنما يتحول مثل هؤلاء الزبائن إلى مروجين جيدين لهذه المنشآت من خلال الحديث عن رضاهم لزبائن من أصدقائهم ومعرفهم أن رضا الزبون الذي يقود إلى الربح هو هدف مركزي لتسويق الضيافة (Hospitality Marketing)، يتصرف مدراء الضيافة أحيانا وكأن أرباح اليوم هي شيء يؤدي في المحصلة النهائية إلى خراب الشركة حيث تجد هذه الشركة نفسها بمعزل عن زبائنها، عندما لا يكرر الزبائن التعامل معها وعندما تكون الكلمة المنطوقة التي يروج لها الزبون عن الشركات ذات طابع سلبي (Negative word of mouth) يرى المدراء الناجحين أن الربح ما هو إلا محصلة أو نتيجة للإدارة الجديدة للمنشأة فإن هذا الزبون يكون على استعداد لدفع سعر عادل ومنصف لقاء الخدمة المقدمة إليه، والسعر العادل هنا يتضمن ربحا للمنشأة، حيث يقول " Robert Dow" نائب رئيس فنادق الماريوت لشؤون المبيعات وتسويق الخدمات "اعتدنا في السابق على مكافأة

مدراء المطاعم لقيامهم بمهام كنا نعتبرها مهمة مثل تكاليف الطعام فهل سمعتم بزبائن يسألونك عن تكاليف الطعام في المطعم؟ علينا أن نكافئ العاملين ممن يقدمون خدمات يراها الزبائن قادرة على إشباع حاجاتهم تحقيق الرضا لديهم"<sup>1</sup>؛

إن التوجه المجتمعي للتسويق السياحي يقوم على فرضية مآدها أن المشاكل البيئية والقوى السياسية والقانونية والديمغرافية وكذلك الاعتبارات الأخلاقية والإنسانية والحضارية والشواهد التاريخية والموروث الشعبي وغيرها هي الموجه الأساسي للاستراتيجيات التسويقية في صناعة السياحة ولا عجب أن تهتم صناعة السياحة بالموارد الطبيعية كالطاقة والبيئة والمحافظة عليها من الفناء والتلوث وذلك من أجل توفير أفضل راحة أكبر للسياح.

### الشكل (18-02): مفهوم التسويق المجتمعي في صناعة السياحة



المصدر: حميد الطائي، مرجع سابق، ص 47

تعد صناعة السياحة من الصناعات الرائدة التي كانت سباقة إلى انتهاج واعتماد المفهوم التسويقي المجتمعي على أرض الواقع فالمفهوم التسويقي السياحي يركز على دراسة سلوك السائح للوقوف على عدّة عوامل ومؤثرات سلوكية مثل دوافع شراء المنتج السياحي العوامل المؤثرة في عملية الشراء ( الدخل وتوزيعه والميل للانتفاع من المنتج السياحي ، الميل للادخار وحجم الدخل الصافي المخصص للإنفاق وحجم الأسرة والطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها السائح والتي يعتبرها مسؤول التسويق السياحي مهمة

<sup>1</sup> - حميد الطائي، مرجع سابق، ص 48

وحيوية لفهم سلوك السائح والوقوف على احتياجاتهم بهدف إشباع الرضا المنشود دون إهمال المسؤولية الاجتماعية\*.

نخلص في كون التوصل إلى قرارات تسويق سليمة لن يكون ممكنا ما لم يتم تكوين وتطوير خطط تسويق سليمة من الطبيعي جدا أنه قبل التخطيط للتسويق يتحتم على التنظيم أن يحدد المستهلكين المستهدفين وعملية صنع القرار التي يمرون بها وهذا يتطلب من المعين دراسة عميقة للسلوك المستخدمين مثل الثقافة، المجتمع، الخصائص الشخصية المميزة، الخصائص الاقتصادية والنفسية حيث أن فهم سلوك المستخدمين أمر بالغ الأهمية لنجاح برنامج التسويق.

---

\* تعد المسؤولية الاجتماعية من الأركان الأساسية لمفهوم التسويق الحديث، حيث أنه لا يمكن إشباع حاجات الزبائن على حساب رفاهية المجتمع ومصالحه، حيث أن المسؤولية الاجتماعية تركز على مصلحة المجتمع ورفاهيته؛ مصلحة الزبون وإشباع حاجاته ومصالح المنظمة في الربحية والاستمرار.

## خلاصة الفصل:

منذ القدم ظهرت عند الإنسان حاجة للتنقل والسفر، وقد كانت في البداية بهدف البحث عن الماء والطعام وللرعي، ثم تطورت لأهداف أخرى مادية أو دينية أو للعلاج أو لطلب العلم ثم أخذت ظاهرة السفر أو الحاجة للسفر تأخذ أبعاداً أكثر تطوراً ومع ظهور الطبقات الغنية في نهاية عصر الإمبراطورية الرومانية ظهرت فكرة السفر ولأول مرة بهدف المتعة والترويح عن النفس وتطورت هذه الحاجة عند الإنسان إلى أن أصبحت الحاجة للسياحة حاجة معروفة يسعى لإشباع غالبية شرائح المجتمع سواء الغنية منها أو ذات الدخل المحدود لا بل ظهرت أنماط متعددة من السياحة مثل السياحة الصيفية وسياحة الاستجمام والسياحة العلاجية... إلى آخره؛

تمتاز صناعة السياحة بقدرتها الفائقة والخاصة على بعث سلسلة من العمليات والنشاطات الإنتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي بسبب امتدادات آثار الطلب السياحي المعقد والمركب من العديد من السلع والخدمات إلى كافة القطاعات الاقتصادية الرئيسية منها والرعية والتي تساهم في تصنيع المنتج السياحي وهذا ما يؤكد الفعالية الاقتصادية التي يمتاز بها النشاط السياحي إذ يعد المحرك الديناميكي للاقتصاد القومي يعمل على تحقيق التنمية وهذا ما تفسره التطورات الدولية للسياحة خاصة فيما تعلق بالدول المتقدمة التي تستحوذ على أهم نسبة سواء من التدفقات السياحية أو من ناحية العائدات على غرار باقي الدول النامية بما فيها الجزائر التي لا تزال تعاني التهميش للقطاع لأسباب تأخر التقدم التكنولوجي أو للظروف الأمنية أو للتخلف الاقتصادي كما هو الحال لمعظم دول إقليم افريقيا ؛

إن صناعة السياحة تحتاج إلى خبرات تسويقية وآفاق واسعة وأفكار متجددة ذات طبيعة شمولية تمكنهم من وضع استراتيجيات تسويقية فاعلة تنظر للسائح كقيمة عليا وتتسابق لخدمته وضمان رضاه وولائه لذا يجب على الدول النامية بما فيها الجزائر أن تحذو حذو الدول المتقدمة في بناء اقتصاد قوي ومتين مقرونا باستراتيجية تسويقية ناجحة تعزز من مردودية القطاع السياحي.

## تمهيد

لم تعد السياحة رغبات فردية أو عشوائية ذات معايير تقليدية إنما أصبحت صناعة متقدمة بشكل يفوق التصور نظرا لدخول عدد من العوامل والمؤثرات كالتطور التقني وعمليات التصنيع على مرافقها ما أسهم بإثراء العملية السياحية وفلسفتها ومضمونها فغدت واحدة من أسرع الصناعات نموا في العالم، حيث أن الواقع العالمي للسياحة على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي والبيئي هو واقع هائل وشديد التعقيد فنسبة عالية من السياحة تنطوي على زيارات للمواقع المتميزة من الناحيتين الطبيعية والثقافية مما يولد إيرادات كبيرة ومن هنا تكمن أهمية استغلال الفرص الاستثمارية السياحية في الحفاظ على الموارد البيولوجية واستخدامها المستدام وفي الوقت نفسه ينبغي أن تبذل جهود للتقليل ما أمكن من الآثار المانوية لصناعة السياحة على التنوع البيولوجي وتأثير السياحة متنوع للغاية فمن ناحية فإنه يلعب دور إيجابي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في بلدان المقصد من خلال خلق فرص العمل وكذا خلق الوعي واحترام تنوع الثقافات وطرق العيش ومن ناحية أخرى نجد الشكاوى من الوجهات السياحية ذات التأثيرات السلبية الهائلة على البيئة والثقافة والسكان مما يتطلب ضرورة تبني تنمية أكثر استدامة في مجال السياحة تتكاتف فيها جهود الأطراف المشاركة في عملية تطوير سياحة مستدامة. ولمعالجة هذا الموضوع تم تقسيم الفصل الثالث:

**المبحث الأول: السياحة المستدامة منظور تنموي؛**

**المبحث الثاني: عولمة السياحة؛**

**المبحث الثالث: الاستثمار السياحي والتنمية.**

### المبحث الأول: السياحة المستدامة منظور تنموي

حملت ثمانينات القرن العشرين نقاشاً واسعاً حول نمط استخدام الموارد المتاحة والعدالة في توزيع الثروات ومكاسب التنمية سواء على المستوى المحلي أو الدولي دون المساومة على حقوق مختلف الأجيال وتمخض ذلك بروز نموذج التنمية المستدامة الذي يعتبر بمثابة نموذج تنموي الهادف لإرساء الرفاه البشري دون إهمال الجانب البيئي وقدرته على التجدد و يعتبر التوجه الجديد للصناعة السياحة من أبرز النشاطات المتبينة لمفهوم الاستدامة والحفاظ على التوازن البيئي على هذا الأساس سيتم التعرض إلى:

#### المطلب الأول: مضمون ومفهوم التنمية المستدامة؛

##### المطلب الثاني: السياحة المستدامة؛

##### المطلب الثالث: السياحة المستدامة والبيئة

#### المطلب الأول: التنمية المستدامة

يجد المتتبع لتاريخ التنمية على الصعيد العالمي والإقليمي أنه طرأ تطور مستمر وواضح على التنمية بوصفها مفهوماً ومحتوى وكان هذا التطور استجابة واقعية لطبيعة المشكلات التي تواجهها المجتمعات، وانعكاساً حقيقياً للخيارات الدولية التي تراكمت عبر الزمن في هذا المجال، وبشكل عام يمكن تمييز أربع مراحل رئيسية لتطور مفهوم التنمية ومحتواها في العالم منذ نهاية الحرب العالمية الثانية.

#### الفرع الأول: مراحل تطور التنمية

##### أولاً: التنمية باعتبارها مرادفاً للنمو الاقتصادي

قديمًا كان مفهوم التنمية مرتبطاً أساساً بالنمو الاقتصادي وبمدى فاعلية البرامج والخطط التنموية المسطرة حيث تمتد هذه المرحلة من الخمسينيات إلى أوائل الستينيات من القرن الماضي حيث سلوت خلال هذه الفترة بين التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي وتم تعريفها بالزيادة المستدامة لحصة الفرد من إجمالي الدخل الوطني وقد كانت السياسات التي تم تبنيها خلال تلك الفترة ناجحة<sup>1</sup>، حيث تأخذ قدرة المجتمع على التوسع وزيادة الناتج بمعدلات أسرع من نمو السكان من خلال استخدام معدلات ومستويات نمو الناتج القومي الحقيقي للفرد لقياس الرفاهية الاقتصادية العامة التي يتمتع بها السكان أي كم السلع والخدمات الحقيقية المتاحة للمواطنين من أجل الاستهلاك أو الاستثمار<sup>2</sup>، فمثلاً تبين الإحصائيات أنه بين عامي 1950-1975 وصل معدل النمو في حصة الفرد من إجمالي الناتج المحلي إلى 3.4% سنوياً لجميع الدول النامية وعليه كانت التنمية قبل فترة السبعينيات غالباً ما ينظر لها على أنها ظاهرة اقتصادية والتي يجب من خلالها تحقيق مكاسب سريعة في معدلات نمو الناتج القومي الإجمالي ونصيب كل فرد منه معتمدة في البداية على إستراتيجية التصنيع في حين تبنت بعض الدول

<sup>1</sup> - دوناتو روماتو، الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة، ورقة عمل تدريبية، مركز السياسات الزراعية، دمشق، 2003، ص51

<sup>2</sup> - ميشال تودار، التنمية الاقتصادية، ترجمة محمود حسن مدني ومحمود حامد، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2009، ص50

استراتيجيات أخرى بديلة بعدما فشلت استراتيجيات التصنيع في تحقيق التراكم الرأسمالي المطلوب، والذي يمكن أن يساعدها في التغلب على مشكلاتها الاقتصادية والاجتماعية المختلفة، ومن هذه الاستراتيجيات استراتيجية المعونات الخارجية والتجارة من خلال زيادة الصادرات ويعد نموذج والت- روستو المعروف باسم "مراحل النمو الاقتصادي" أحد النماذج المشهورة التي تعكس مفهوم عملية التنمية ومحتواها في هذه المرحلة، فقد اشتمل هذا النموذج على خمس مراحل حاول من خلالها رستو تفسير عملية التنمية الاقتصادية في المجتمعات الإنسانية ككل وهذه المراحل " مرحلة ما قبل الانطلاق، مرحلة الإنطلاق، مرحلة النضج، مرحلة الاستهلاك الكبير"<sup>1</sup>؛

#### ثانياً: التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة

امتدت هذه المرحلة تقريبا من منتصف السبعينيات إلى منتصف الثمانينات من القرن العشرين، وظهر فيها مفهوم التنمية الشاملة التي تعني تلك التنمية التي تهتم بجميع جوانب المجتمع والحياة وتصاغ أهدافها على أساس تحسين ظروف السكان العاديين وليس من أجل زيادة معدلات النمو الاقتصادي فقط بمعنى أنها تهتم أيضا بتركيب هذا النمو وتوزيعه على المناطق والسكان مما لاشك فيه أن التنمية الاقتصادية تؤدي إلى جانب وظيفتها الاقتصادية وظيفة اجتماعية حيث أنها في المدى البعيد تستهدف رفاهية الإنسان ورفع مستوى معيشته وبالتالي أصبحت التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية متلازمتين ومتكاملتين فيما بينهما<sup>2</sup>. ومن هنا تبرز الاختلافات والفوارق بين مفهوم التنمية في الفكر الاقتصادي عن النمو فالتنمية أوسع من النمو وهي تحظى بأهمية بالغة في نشاط الاقتصاديين في جميع أنحاء العالم وبالأخص في الدول النامية ويمكن القول بأن التنمية تتصرف في جوهرها إلى زيادة الطاقة الإنتاجية للموارد الاقتصادية فهي تعني تدخلا إراديا من الدولة لإجراء تغييرات وعلاجات عادة ما يقترن بها من اختلال<sup>3</sup>. وبالتالي فالتنمية مصطلح اقتصادي يتمثل في مجموع الإجراءات والخطط والوسائل المعتمدة في استغلال الإمكانيات الذاتية المتوفرة من أجل تحقيق الرقي الاقتصادي والاجتماعي.

<sup>1</sup> - عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنت، التنمية المستدامة، فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، دار صفاء للنشر، عمان، 2008، ص20  
<sup>2</sup> - فالي نبيلة، من النمو إلى الاستدامة، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي، التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة المنعقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس، 8/7 أبريل 2008، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورو مغاربي، دار الهدى للنشر والطباعة، عين مليلة، 2008، ص228  
<sup>3</sup> - الطيب داودي، الاستراتيجية الذاتية لتمويل التنمية الاقتصادية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 05

## الفرع الثاني: التنمية المستدامة

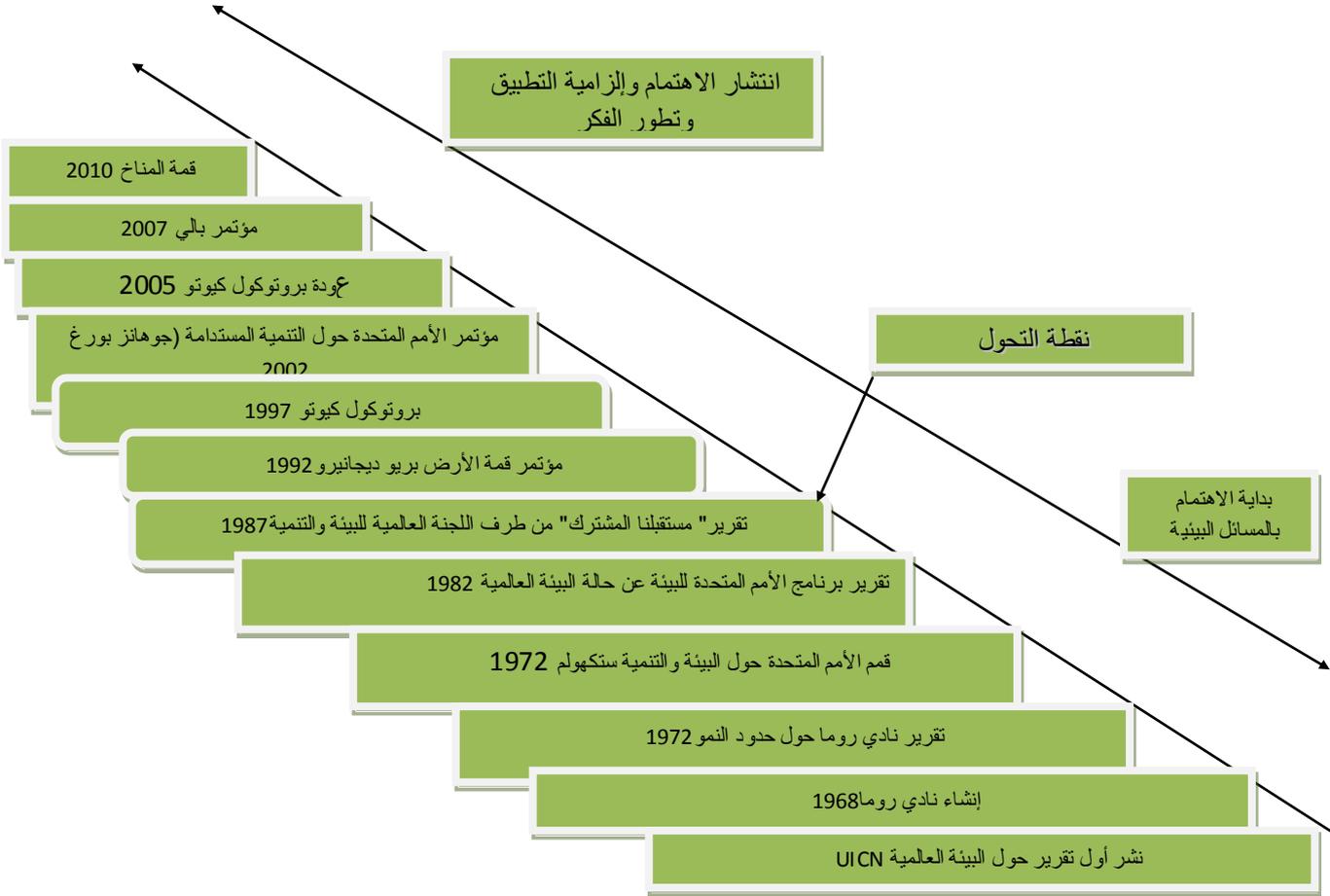
## أولاً: التطور التاريخي لمفهوم التنمية المستدامة

لم يكن مفهوم التنمية المستدامة وليد ساعته بل كان نتاج جدال طويل في رحم الفكر التنموي، منذ السبعينات من القرن الماضي كان هناك مؤشرات تدل على أن التنمية لا بد من أن تتغير من منهجيتها بالشكل الذي يتماشى مع حاجات الإنسان وتطلعاته، وكذلك محيط البيئة الذي حوله<sup>1</sup>.

والتنمية المستدامة تطورت تاريخياً نتيجة لقصور مفاهيم التنمية السابقة ونتيجة أيضاً للتدهور البيئي الخطير الذي عرفته الكرة الأرضية بسبب النشاطات الإنسانية غير المسؤولة وبسبب الاستعمال اللاعقلاني للطاقة في العمليات التصنيعية الملوثة للبيئة وبالتالي عقدت الكثير من القمم والمؤتمرات التي عنيت بالبيئة وبكيفية تحسين النشاطات الاقتصادية بالشكل الذي يتماشى مع متطلبات البيئة وقد ساهمت هذه المؤتمرات العالمية والاتفاقيات الدولية التي من خلالها تبلور التطور المفاهيمي الخاص بالتنمية المستدامة.

<sup>1</sup>- فالي نبيلة، المرجع السابق، ص 229

الشكل (01-03): التطور التاريخي لمفهوم التنمية المستدامة



المصدر: ساري نصر الدين، عبيدات ياسين، السياق التاريخي لتطور التنمية النمو إلى الاستدامة، يوم دراسي حول واقع التنمية المحلية والتنمية المستدامة بالجزائر، مع الإشارة لولاية خنشلة، 2011، ص03

ترجع جذور التفكير العالمي بشأن التدهور البيئي إلى سنة 1950، حيث نشر الإتحاد العالمي للحفاظ على الطبيعة\* UNICN أول تقرير حول حالة البيئة العالمية وهدف هذا التقرير إلى دراسة حالة ووضع البيئة في العالم وقد اعتبر هذا التقرير رائدا خلال تلك الفترة في مجال المقاربات المتعلقة بالمصالحة والموازنة بين الاقتصاد والبيئة في ذلك الوقت.

\* منظمة عالمية أنشئت بسويسرا سنة 1948 L'Union international pour la conservation de la nature

ثم في نفس سنة 1968 أنشئ نادي روما حيث ضم عددا من العلماء والمفكرين والاقتصاديين وكذا رجال أعمال من مختلف أنحاء العالم، ودعى هذا النادي إلى ضرورة إجراء أبحاث تخص مجالات التطور العلمي لتحديد حدود النمو في الدول المتقدمة<sup>1</sup>، وفي سنة 1972 نشر نادي روما تقريرا مفصلا حول تطور المجتمع الإنساني وعلاقة ذلك باستغلال الموارد الطبيعية وتوقعات ذلك حتى سنة 2001 ومن أهم ما خرج به هذا التقرير من نتائج " هو أنه سوف يحدث خلل كبير خلال القرن الحادي والعشرين بسبب التلوث البيئي واستنزاف الموارد الطبيعية بشكل لا عقلاني ولا يخدم مصالح الأجيال المستقبلية<sup>2</sup>.

كما تم نشر دراسة بعنوان " حدود النمو " والتي تضمنت نموذجا رياضيا لدراسة خمسة متغيرات أساسية بارزة وهي استنزاف الموارد الطبيعية، النمو السكاني، التصنيع، سوء التغذية، تدهور البيئة، حيث أبرزت هذه الدراسة اتجاهات المتغيرات الخمسة وأثرها على كوكب الأرض وذلك لمدة ثلاثين سنة قادمة من ذلك الزمن<sup>3</sup>. وخلصت إلى أنه مع استمرار الوضع التنموي في العالم بنفس الأنماط السائدة، فإن ذلك سيؤدي خلال قرن من الزمن إلى استنزاف شبه كامل للموارد الطبيعية كما سينتج عن ذلك تدمير حاد للبيئة نتيجة للتلوث والتدهور البيئي.

ومن ناحية أخرى وخلال الفترة 05-16 جويلية 1972 انعقدت قمت الأمم المتحدة حول البيئة في ستوكهولم حيث تم عرض مجموعة من القرارات الخاصة بالتنمية الاقتصادية وضرورة الترابط بين البيئة والتنمية الاقتصادية وقد تم خلالها الانتهاء من إنشاء برنامج الأمم المتحدة للبيئة \* PNUE المكمل لبرنامج الأمم المتحدة للتنمية \* PNUD وحضر هذا المؤتمر 115 دولة وتناول شؤون الأرض والتنبيه للأخطار وضرورة الاهتمام بها.

وفي سنة 1980 استعمل لأول مرة في التاريخ مصطلح التنمية المستدامة بهذا الشكل Sustainable Développement من طرف الاتحاد العالمي للحفاظ على الطبيعة وهذا من خلال تقريره حول الاستراتيجية الدولية للمحافظة على البيئة<sup>4</sup>

<sup>1</sup>- Cathrine Aubertin et Franck Dominique Vivien, **Le Développement durable enjeux politiques économiques et sociaux**, La Documentation Française, IRD Edition, Paris, 2005, p45

<sup>2</sup>- محمد عبد البديع، اقتصاد حماية البيئة، دار الأمين للنشر والتوزيع، مصر، 2000، ص294

<sup>3</sup>- عمار عمري، اشكالية التنمية المستدامة وأبعادها، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي، التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة المنعقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس، 8/7 أفريل 2008، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، دار الهدى للنشر والطباعة، عين مليلة، 2008، ص36

\* - Programme des Nations unies pour l'environnement

\* - Programme des Nations unies pour le développement

<sup>4</sup>- سحر قدور الرفاعي، التنمية المستدامة مع تركيز خاص على الإدارة البنية اشارة خاصة للعراق، في المنظور الاقتصادي للتنمية المستدامة "التجارة الدولية وأثرها على التنمية المستدامة"، أوراق عمل المؤتمر العربي الخامس للإدارة البيئية، المنعقد بالجمهورية التونسية، سبتمبر 2006، جامعة الدول العربية، 2007، ص23

وفي سنة 1982 وضع برنامج الأمم المتحدة للبيئة تقرير حول حالة البيئة العالمية وبرزت أهميته في أنه يبنى على وثائق علمية وبيانات احصائيات أكدت الخطر المحيط بالعالم، وأشار هذا التقرير إلى أن أكثر من 25 ألف نوع من الخلايا النباتية والحيوانية في طريقها إلى الانقراض وأن هناك الكثير من الكائنات تكون قد اختفت نهائياً نتيجة للتدهور البيئي والتلوث العالمي الذي صاحب الثورة الصناعية كما أشار التقرير إلى أن الأنشطة البشرية قد أطلقت خلال سنة 1981 فما يقارب 990 مليون طن من أكسيد الكبريت و687 مليون طن من أكسيد النتروجين و177 مليون طن من أول أكسيد الكربون من عدة مصادر صناعية<sup>1</sup>.

وفي سنة 1983 أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة بإنشاء اللجنة العالمية للبيئة والتنمية وتتكون هذه اللجنة من مجموعة من الشخصيات السياسية لمختلف دول الأعضاء في الأمم المتحدة وعينت رئيسة وزراء النرويج رئيسة لهذه اللجنة<sup>2</sup>.

وفي 27 أبريل 1987 قدمت اللجنة العالمية للبيئة والتنمية التابعة للأمم المتحدة تقريرا بعنوان "مستقبلنا المشترك" عن التنمية المستدامة بشكل مفصل وأعد لها فصلا كاملا وتم خلاله بلورة أو تعريف دقيق لها وأكد أنه لا يمكن الاستمرار في التنمية بالشكل الحالي ما لم تكن هذه التنمية قابلة للاستمرار دون ضرر بيئي وأدركت هذه اللجنة والأجهزة التابعة لها أن هناك حاجة ماسة لتغيير مفهوم التنمية<sup>3</sup>. لذلك نبهت رئيسة وزراء النرويج في ذلك الوقت باعتبارها رئيسا للجنة العالمية للبيئة والتنمية إلى مخاطر المشاكل البيئية العالمية المتفاقمة من عام لآخر نتيجة للنشاطات البشرية غير المسؤولة وكذلك نبهت إلى ضرورة محاربة كافة أشكال الفقر في العالم كما نبهت إلى ضرورة محاربة مختلف المشاكل الأخرى المتعلقة بشتى مجالات التنمية من الإنتاج والاستهلاك ولهذا يعتبر التقرير نقطة تحول الأساسية لبلورة المفهوم المحدد والدقيق للتنمية المستدامة.

بعد مرور خمس سنوات من مؤتمر البيئة والتنمية انعقد مؤتمر ريو دي جانيرو بالبرازيل بحضور عدد من الدول حيث تبنى فكرة التنمية المستدامة وجعلها مصدر خطة العمل التي وضعها للقرن الحادي والعشرين حيث برزت لها أبعاد جديدة تتصل بالوسائل التقنية التي يعتمد عليها الناس في جهودهم التنموي، وبذلك كان هدف المؤتمر هو وضع أسس بيئية عالمية للتعاون بين الدول المتخلفة والدول المتقدمة من منطلق المصالح المشتركة لحماية مستقبل الأرض وقد نقلت قمة الأرض الوعي البيئي العالمي من مرحلة

التركيز على الظواهر البيئية واستمرار التلوث والاستنزاف المتزايد الذي تتعرض له البيئة والنتائج التي تمخض عنها المؤتمر تعتبر معالم بيئية وتنموية بارزة هي<sup>4</sup>:

<sup>1</sup> - عمار عماري، المرجع السابق، ص 37

<sup>2</sup> - Cathrine Aubertin et Franck Dominique Vivien, op.cit, p30

<sup>3</sup> - فوزي عبد الرزاق، بوروية كاتية، التنمية المستدامة ورهانات النظام الليبرالي بين الواقع والأفاق المستقبلية، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي، التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة المنعقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس، 8/7 أبريل 2008، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورو مغاربي، دار الهدى للنشر والطباعة، عين مليلة، 2008، ص 87.

<sup>4</sup> - باتر محمد علي وردم، العالم ليس للبيع، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 195

• **الأجندة:** وهي عبارة عن خطة عمل دولية للتنمية المستدامة وتقسّم إلى أربعة مجالات في أربعين بندا تغطي نطاقا واسعا من المجالات التي تسعى إلى الحفاظ على الموارد الطبيعية وتعزيز دور المجموعات المختلفة في إدارة الموارد الطبيعية ويحتوي جدول الأعمال على مجموعة واسعة من توصيات العمل 2500 توصية ومقترحات مفصلة لكيفية الحد من أنماط الاستهلاك ومكافحة الفقر حماية الغلاف الجوي والتنوع البيولوجي وتشجيع الزراعة المستدامة.

• **إعلان ريو:** يتشكل إعلان ريو الذي أقرته قمة الأرض 1992 من سبعة وستون مبدأ لتوجيه العمل البيئي والتنموي بعض هذه المبادئ يتناول الاهتمامات التنموية في التركيز على الحق في التنمية ومكافحة الفقر في حين تركز مبادئ أخرى على حقوق وأدوار المجموعات الاجتماعية. ومن المبادئ التي جاء بها<sup>1</sup>:

- أن الإنسان يأتي في مركز اهتمام التنمية المستدامة بمعنى أن له الحق في حياة صحية؛
- للحكومات الحق في استغلال مواردها دون التسبب في ضرر بيئي للدول الأخرى؛
- المشاركة الكاملة للمرأة أمر ضروري من أجل تحقيق التنمية المستدامة؛
- الدول المتقدمة تقر بمسؤوليتها في تحقيق التنمية المستدامة نظرا للأثر الحاصل من مجتمعاتها.

• **اتفاقية التنوع البيولوجي:** تسعى هذه الاتفاقية إلى حماية التنوع البيولوجي لكوكب الأرض من خلال حماية الأنواع والنظم البيئية، وقد خاضت الحكومات المختلفة نقاشا أفضى إلى اتفاق ملحق بهذه الاتفاقية يتناول المخاطر الناتجة عن التجارة بالكائنات الحية المعدلة وراثيا وفي جانفي 2002 جرى تبني بروتوكول حول الأمن البيولوجي والذي يسمح للحكومات بالإشارة في حالة رغبتها أو عدمها في قبول السلع الزراعية المحتوية على الكائنات المعدلة وراثيا والتي يجب أن يظهر ذلك عليها بوضوح من خلال الملصق.

• **اتفاقية التغير المناخي:** تطرق إلى أن التغير المناخي الحاصل إنما هو مشكلة جدية تهدد العالم أن الخطوات الواجب اتباعها لا تحتمل التأخر أو انتظار نتائج دراسات العلماء الغير المؤكدة وعلى الدول تخصيص ميزانيات لتنفيذ بنود الاتفاقية سنة 1998 والتوقيع على بروتوكول كيوتو الذي يحدد التزامات للحد من تأثير الغازات.

• **مؤتمر كيوتو 1998 :** يهدف هذا المؤتمر أساسا إلى الوصول إلى تثبيت تركيز الغازات الدفينة في الغلاف الجوي عند مستوى يحول دون تدخل الإنسان في النظام المناخي في إطار فترة زمنية كافية، وسط انقسام حاد بين دول العالم وخلافات بين الدول المتقدمة والمتخلفة تبني مؤتمر كيوتو الأطراف في نهاية اجتماعات دورته الثالثة في كيوتو اليابان " بروتوكول كيوتو" الذي نص على أن تقوم الدول الصناعية ككل بتخفيض انبعاثاتها من

<sup>1</sup> - باتر محمد علي وردم، مرجع سابق، ص 196

غازات الاحتباس الحراري بما نسبته 5.2% من مستويات انبعاث هذه الغازات وسيكون معدل الخفض في الولايات المتحدة الأمريكية 7% الاتحاد الأوروبي 8% اليابان 6% كندا 6%<sup>1</sup>.

كما حدد البروتوكول نسبة غازات تخضع لاتفاقية وهي ثاني أكسيد الكربون، الميثان، النيتروز، المركبات الكربونية الفلورية المشبعة، سادس فلوريد الكبريت ومن أهم الاجراءات والتدابير التي نص عليها البروتوكول والتي يتوجب على الدول الصناعية اتخاذها ما يلي<sup>2</sup>:

- رفع كفاءة الطاقة في جميع القطاعات الاقتصادية؛
- حماية الغابات وزيادة مساحة الغطاء الأخضر وتحسين أساليب الزراعة؛
- التوسع في زيادة استخدام مصادر الطاقة البديلة وتطوير تقنيات التخلص من ثاني أكسيد الكربون؛
- تنفيذ التدابير المناسبة لخفض الانبعاثات في قطاع النقل؛
- الحد من انبعاث غاز الميثان في عمليات إنتاج ونقل وتوزيع الطاقة؛
- تخفيض الآثار السلبية لتغير المناخ وكذلك الآثار الاجتماعية والاقتصادية والبيئية خاصة الدول النامية التي تعتمد اقتصادياتها على الوقود الأحفوري.

● **مؤتمر جوهانزبورغ 2002**: أُنعقد في جنوب إفريقيا بين 26 أوت و4 سبتمبر وقد حضى باهتمام بالغ من قبل خبراء وأخصائي البيئة والناشطين على الصعيد العالمي وقد خرج مؤتمر التنمية المستدامة بخطة عمل طيلة أبرز بنودها:

- الاقرار بضعف التقدم المحرز منذ مؤتمر ريو 1992؛
- إعادة التأكيد على المقررات السابقة الخاصة بتمويل التنمية ومحاربة الفقر وتشجيع حركة التجارة العالمية؛
- تعهد الشعوب بخفض عدد السكان المحرومين من الصرف الصحي لحدود النصف بحلول عام 2015 كما تعهدت الولايات المتحدة الأمريكية بتقديم 970 مليون دولار للمشاريع المرتبطة بذلك؛
- تعهد المشاركون بزيادة كفاءة الطاقة النفطية كما أعلن الاتحاد الأوروبي على شراكة قيمتها 400 مليون دولار؛

- ضرورة تقليص الفجوة بين دول الشمال والجنوب وتوفير الإمكانات المادية والبشرية للقضاء على الفقر.

● أما خلال الفترة بين 3 و14 ديسمبر 2007 أُنعقد المؤتمر الدولي لمواجهة التغيرات المناخية بمدينة بالي بأندونيسيا، وتمحورت نقاشات هذا المؤتمر حول العديد من المشاكل البيئية الخطيرة أهمها ارتفاع درجة حرارة الأرض بشكل كبير بسبب الاحتباس الحراري بعدها بثلاث سنوات انعقدت قمة المناخ "بكوين هاغن" سنة 2010 بسبب تأكيد جميع الأطراف السياسية أن حالة البيئة في العالم مازالت في تدهور مستمر بالرغم من عقد العديد من المؤتمرات وإبرام العديد من الاتفاقيات وقد ناقشت قمة المناخ هذه التغيرات المناخية وكيفية مواجهة

<sup>1</sup> - رولا فؤاد نصر الدين، آلية التنمية النظيفة في بروتوكول كيوتو، منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول، الكويت، 2007، ص 06

<sup>2</sup> - رولا فؤاد نصر الدين، مرجع سابق، ص 10

ظاهرة الاحتباس الحراري وكذلك سبل تحقيق تنمية عالمية مستدامة تراعي الجوانب البيئية في مختلف استراتيجياتها الكلية والجزئية لكن هذه القمة لم تخرج باتفاقيات ملزمة وكمية كالتي خرج بها بروتوكول كيوتو، واكتف الأعضاء المشاركون بتحديد خطوط عريضة للعمل من أجل محاربة التغير المناخي ومكافحة الاحتباس الحراري.

### ثانياً: مفهوم التنمية المستدامة

يعتبر التعريف الذي ورد في تقرير برنتلاند "مسيرنا المشترك" أول تعريف صريح للتنمية المستدامة، حيث عرفها الأخير على أنها "التنمية التي تفي باحتياجات الحاضر دون المجازفة والمساس بقدرة الأجيال المستقبلية على تلبية احتياجاتها"، ويتضمن تعريف برنتلاند مبدئين أساسيين هما<sup>1</sup>:

● **الحاجات:** وتعني الحاجات الأساسية التي يجب تلبيتها لجميع أطراف المجتمع بالشكل الذي يضمن تحقيق عدالة اجتماعية متواصلة عبر الزمن؛

● فكرة تحديد الاستغلال اللاعقلاني للموارد المتاحة وترك المجال للأجيال اللاحقة للوفاء باحتياجاتها. وانطلاقاً من هذا التعريف عرفت التنمية المستدامة تراحماً شديداً في تحديد التعاريف والمعاني فأصبحت المشكلة ليس غياب العريف وإنما تعدد وتنوع هذه التعاريف لكن من حيث المضمون كانت كلها متقاربة في وتركز على ثلاث أبعاد، اقتصادية، اجتماعية، بيئية. وفيما يلي نستعرض بعض التعاريف للتنمية المستدامة:

**تعريف البنك الدولي:** التنمية المستدامة هي التنمية التي تلبى احتياجات المجتمعات في الوقت الحالي دون المساس بقدرة الأجيال المستقبلية بتحقيق أهدافها، بما يسمح بتوفير فرص أفضل من المتاحة للأجيال الحالية لإحراز تقدم اجتماعي واقتصادي وبشري والتنمية المستدامة تعتبر هي حلقة الوصل التي لاغنى عنها بين الأهداف قصيرة الأجل والأهداف طويلة الأجل<sup>2</sup>.

**تعريف المنظمة العالمية للتغذية "FAO"** للتنمية المستدامة على أنها "إدارة وحماية قاعدة الموارد الطبيعية وتوجيه التغيير التقني والمؤسسي بطريقة تضمن تحقيق واستمرار الحاجات البشرية للأجيال الحالية والمستقبلية أن تلك التنمية المستدامة في الزراعة والغابات تحمي الأرض والمياه والمصادر الوراثية والحيوانية ولا تضر بالبيئة، وتتسم بأنها ملائمة من الناحية الفنية ومناسبة من الناحية الاقتصادية ومقبولة من الناحية الاجتماعية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - اللجنة العالمية للتنمية والبيئة، "مستقبلنا المشترك"، ترجمة محمد كامل عارف، مراجعة علي حسين حجاج، سلسلة كتب عالم المعرفة، المجلس الوطني

للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1989، ص89

<sup>2</sup> - مبارك بوعشة، التنمية المستدامة مقارنة اقتصادية في اشكالية المفاهيم والأبعاد، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي، التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة المنعقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس، 7/8 أبريل 2008، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، دار الهدى للنشر والطباعة، عين مليلة، 2008، ص54

<sup>3</sup> - كربالي بخادي، حمداني محمد، استراتيجيات وسياسات التنمية المستدامة في ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية بالجزائر، مجلة العلوم الانسانية،

العدد 45، جامعة وهران، 2010، ص11

تعريف Yves Boquet للتنمية المستدامة على أنها إشكالية حديثة نسبياً نتيجة التفكير العقلاني المتعلق بالتدهور النسبي الناتج عن التطور السريع للنشاطات الإنسانية فالتنمية المستدامة هي الطاقة التي يجب أن تحفظ قيمة الأجيال المستقبلية أو ترفع منها<sup>1</sup>.

تعريف Sart Gogiterra 2006 تنمية توفق بين التنمية البيئية الاقتصادية والاجتماعية فتنشأ دائرة صالحة بين هذه الأقطاب الثلاثة فعالة من الناحية الاقتصادية عادلة من الناحية الإجتماعية وممكنة من الناحية البيئية، إنها تنمية تحترم الموارد الطبيعية والنظم البيئية وتدعم الحياة على الأرض وتضمن الناحية الاقتصادية دون نسيان الهدف الاجتماعي والذي يتجلى بمكافحة الفقر والبطالة وعدم المساواة والبحث عن العدالة<sup>2</sup>.

● **التعريف الاقتصادي للتنمية المستدامة:** "تعني التنمية المستدامة بالنسبة للدول المتقدمة إجراء خفض في مستويات استهلاك الطاقة والموارد وترشيدها بالشكل الذي يخدم الاقتصاد والبيئة والمجتمع أما بالنسبة للدول المتخلفة فهي تعني توظيف الطاقة والموارد بشكل فعال من أجل تحسين ورفع مستويات المعيشة والحد من الفقر وتحسين البيئة"<sup>3</sup>؛

● **التعريف الاجتماعي والإنساني:** "تعني التنمية المستدامة السعي من أجل استقرار النمو السكاني ورفع مستوى الخدمات الصحية والتعليمية خاصة في المناطق النائية"<sup>4</sup>؛ وهي أيضا "مجموعة من العمليات التي

تستهدف إحداث التغيير الاجتماعي المقصود من خلال تحسين الظروف المعيشية للمواطنين وتوفير مزيد من برامج الرعاية من خلال الجهود البناءة بالتنسيق مع نسق التنمية الاقتصادية في المجتمع"<sup>4</sup> ونجد أن هذا التعريف له ثلاثة أبعاد تحدد ماهية التنمية الاجتماعية المستدامة متمثلة في أنها: جهود مخططة، هادفة لتحقيق التغيير الاجتماعي، متناسقة مع التنمية الاقتصادية؛

● **التعريف البيئي:** "تعني التنمية المستدامة من هذا المنظور حماية الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل لها وخاصة الأرض والماء ولزيادة الإنتاج العالمي من الغذاء وكذلك حماية البيئة من التلوث الناتج عن النشاطات الاجتماعية المختلفة"<sup>5</sup>؛

● **التعريف التكنولوجي:** "التنمية المستدامة هي التي تعتمد على التقنيات النظيفة وغير المضرّة بالبيئة والمحيط في الصناعة وتستخدم أقل قدر ممكن من الطاقة والموارد الطبيعية وتنتج أقلّ إنبعاث غازي ملوث وضار بطبقة الأوزون"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - سليمان مهنا، التخطيط من أجل التنمية المستدامة، مجلة دمشق لعلوم الهندسة، المجلد 25، العدد الأول 2009، ص 03

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 04

<sup>3</sup> - أحمد مصطفى خاطر، التنمية الاجتماعية المفهومات الأساسية نماذج ممارسة، الأزريطة، الاسكندرية، مصر، 2002، ص 28

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص 29

<sup>5</sup> - محمد صالح الشيخ، الآثار الاقتصادية والمالية لتلوث البيئة ووسائل الحماية منها، مكتبة الإشعاع الفنية، الاسكندرية، 2002، ص 113

وكخلاصة للتعريف السابقة يمكن القول أن التنمية المستدامة هي تنمية مستمرة عبر الزمن، يتم من خلالها ترقية الكفاءة الإستخدامية لجميع الموارد البشرية والطبيعية بشكل أمثل لتحقيق الفعالية الاقتصادية في ظل عدالة اجتماعية مع مراعاة المتطلبات والجوانب البيئية وكل هذا لا يكون إلا ضمن وخصوصية ثقافية في ظل مبادئ الحوكمة الرشيدة.

### الفرع الثالث: أبعاد التنمية المستدامة

تعالج التنمية المستدامة ثلاثة أبعاد رئيسية متداخلة ومتكاملة:

#### 1- البعد الاقتصادي: وتحقق من خلالها أكبر قدر من العدالة في توزيع الثروة وذلك من حيث<sup>1</sup>:

- حصة الاستهلاك الفردي من الموارد الطبيعية؛

- الحد من التفاوت في المداخل بين سكان العالم؛

- إيقاف تبديد الموارد؛

- المساواة في توزيع الموارد؛

- مسؤولية البلدان المتقدمة عن التلوث البيئي ومعالجته.

#### 2- البعد الاجتماعي: من خلال تحقيق المساواة والتماسك والحراك الاجتماعي كما يهتم بضرورة تثبيت النمو

السكاني وأهمية توزيعه؛

#### 3- البعد البيئي: من خلال المحافظة على الموارد الطبيعية وحماية البيئة وذلك:

- الاستخدام المستدام للأراضي؛

- تحسين الخدمات والبنية التحتية في المراكز الحضرية؛

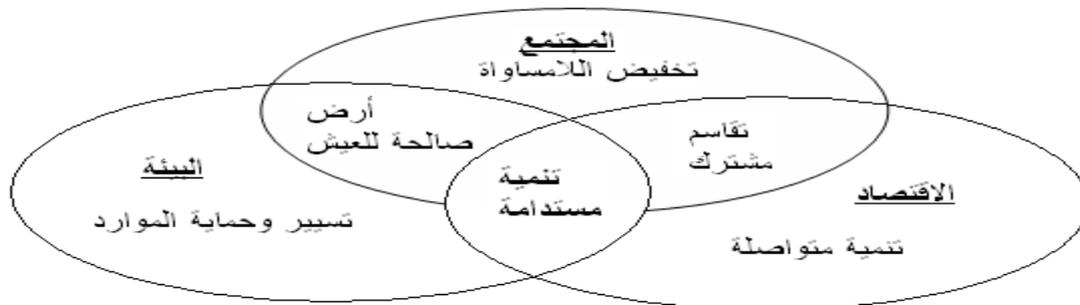
- الاستخدام المستدام للموارد المائية؛

- تقليص ملاحئ الأنواع البيولوجية.

كما يمثل البعد التكنولوجي ركنا أساسيا في تحقيق التنمية المستدامة، ذلك أن التدهور البيئي في معظمه كان نتيجة لتكنولوجيا تقتصر إلى الكفاءة أو لعمليات تبديد لا تخضع للرقابة إلى حد كبير فالتنمية المستدامة تعني التحول إلى تكنولوجيا أنظف وأكفأ وتقلص من استهلاك الطاقة وغيرها من الموارد الطبيعية إلى أدنى حد، كما تساهم في تقليل نسب التلوث وتعيد تدوير النفايات داخليا مع إبقاء تكنولوجيات التقليدية التي تفي بهذه المعايير.

<sup>1</sup> - مبارك بوعشة، مرجع سابق، ص 58

الشكل (03-02): الأعمدة الثلاثة للتنمية المستدامة



Yvette veuret, **Le développement durable: approches plurielles, développement durable et géographie**, Hatier, Paris, 2005p22

التنمية المستدامة تنمية لا تركز على الجانب البيئي فقط بل تشمل أيضا الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، فهي تنمية بأبعاد ثلاثة مترابطة ومتكاملة في إطار تفاعلي يتسم بالضبط والتنظيم والترشيد للموارد، ولا يكفي وصف هذه الأبعاد بأنها مترابطة معا، بل لابد من إشارة واضحة وصريحة إلا أن هذه الأبعاد مترابطة ومتداخلة ومتكاملة، يمكن التعامل مع هذه الأبعاد على أنها منظومات فرعية لمنظومة التنمية المستدامة.

وتتقاطع مع هذه الأبعاد قضايا عدّة لها علاقة بالتوعية والتعليم وبناء المؤسسات ومشاركة المرأة.

• أهداف التنمية المستدامة:

تسعى التنمية المستدامة من خلال آلياتها ومحتواها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي يمكن أن نلخصها فيما يلي<sup>1</sup>:

- تحقيق نوعية أفضل للسكان؛
- التنمية المستدامة تركز على العلاقة بين نشاطات السكان والبيئة وتتعامل مع النظم الطبيعية، فهي تنمية تستوعب العلاقة التكاملية بين البيئة الطبيعية والبيئة المبنية؛
- تعزيز وعي السكان بالمشكلات البيئية القائمة وتنمية إحساسهم بالمسؤولية تجاهها؛
- تحقيق استغلال واستخدام عقلاني للموارد حيث تتعامل التنمية المستدامة مع الموارد الطبيعية على أنها موارد محدودة؛ لذلك تحول دون استنزافها أو تدميرها وتعمل على استخدامها وتوظيفها بشكل عقلاني؛
- ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف المجتمع: تحول التنمية المستدامة توظيف التكنولوجيا الحديثة بما يخدم أهداف المجتمع، من خلال توعية السكان بأهمية التقنيات المختلفة في المجال التنموي وكيفية الاستخدام المتاح

<sup>1</sup> - عثمان محمد غنيم، مرجع سابق، ص77

والجديد منها لتحسين نوعية حياة المجتمع وتحقيق أهدافه المنشودة، دون أن ينجم عن ذلك مخاطر و آثار بيئية سلبية أو على الأقل أن تكون هذه المخاطر والآثار مسيطرا عليها بمعنى وجود حلول مناسبة لها؛

- إحداث تغيير مستمر ومناسب في حاجات وأولويات المجتمع: بطريقة تلائم إمكانياته وتسمح بتحقيق التوازن الذي بوساطته يمكن تفعيل التنمية الاقتصادية، والسيطرة على جميع المشكلات البيئية ووضع الحلول المناسبة لها.

#### الفرع الرابع: خصائص التنمية المستدامة

يمكن تلخيص أهم خصائص التنمية المستدامة في<sup>1</sup>:

- التنمية المستدامة تعتبر ظاهرة عبر جيلية: بمعنى أنها عملية تحول من جيل إلى آخر وهذا يعني أن التنمية المستدامة لا بد أن تحدث عبر فترة زمنية لاتقل عن جيلين، ومن ثم فإن الزمن الكافي للتنمية المستدامة يتراوح بين 25 إلى 50 سنة؛
- مستوى القياس: فالتنمية المستدامة هي عملية تحدث في مستويات متفاوتة ( عالمي، إقليمي، محلي)، ومع ذلك فإن ما يعتبر مستداما على المستوى القومي ليس بالضرورة أن يكون كذلك على المستوى العالمي، ويعود هذا التناقض الجغرافي إلى آليات التحويل والتي من خلالها تنتقل النتائج السلبية لبلد أو منطقة معينة إلى بلدان أو مناطق أخرى؛
- المجالات المتعددة: حيث تتكون التنمية المستدامة من ثلاث مجالات على الأقل، اقتصادية، بيئية، اجتماعية وثقافية ومع أنه يمكن تعريف التنمية المستدامة وفقا لكل مجال من تلك المجالات منفردا، إلا أن أهمية المفهوم تكمن تحديدا في العلاقات المتداخلة بتلك المجالات. فالتنمية الاجتماعية المستدامة تهدف إلى التأثير على تطور الأفراد والمجتمعات بطريقة تضمن من خلالها تحقيق العدالة وتحسين ظروف المعيشة والصحة. أما في التنمية البيئية المستدامة فيكون الهدف الأساس هو حماية الأنظمة الطبيعية والمحافظة على الموارد الطبيعية؛ أما محور اهتمام التنمية الاقتصادية المستدامة فيتمثل في تطوير البنى الاقتصادية فضلا عن الإدارة الجيدة للموارد الطبيعية والاجتماعية، والقضية هنا أن تلك المجالات الثلاثة للتنمية المستدامة تبدو نظريا منسجمة لكنها ليست كذلك في الواقع الممارس، كذلك فإن المبادئ الأساسية هي الأخرى مختلفة فبينما تمثل الكفاءة المبدأ الرئيس في التنمية الاقتصادية المستدامة تعتبر العدالة محور التنمية الاجتماعية أما التنمية البيئية المستدامة فتؤكد على المرونة أو القدرة الاحتمالية للأرض على تجديد مواردها؛

<sup>1</sup> - عبد الله بن جمعان الغامدي، التنمية المستدامة بين الحق في استغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة، متوفرة على الموقع الالكتروني: [www.abhatoo.net.ma](http://www.abhatoo.net.ma) ، تاريخ الإطلاع: 2013/02/12

بالإضافة إلى أنها<sup>1</sup>:

- طويلة المدى: إذ يعد البعد الزمني فيها هو الأساس إضافة إلى البعد الكمي والنوعي؛
- تراعي حق الأجيال القادمة في الموارد الطبيعية؛
- تضع تلبية احتياجات الفرد في المقام الأول؛
- تراعي الحفاظ على المحيط الحيوي في البيئة الطبيعية لكل محتوياته؛
- يعد الجانب البشري فيها وتنميته من أولى أهدافها؛
- تراعي المحافظة على تنوع المجتمعات وخصوصيتها ثقافيا ودينيا وحضاريا؛
- تقوم على التنسيق والتكامل الدولي في استخدام الموارد وتنظيم العلاقة بين الدول المتقدمة والمتخلفة؛
- تسعى إلى تحقيق متطلبات أكبر شرائح المجتمع فقرا والتقليل من معدلات النمو الفقر على المستوى العالمي.

#### المطلب الثاني: السياحة المستدامة

أصبح قطاع السياحة رافعة اقتصادية لا يمكن انكارها ومحركا حقيقيا للتنمية في العديد من الدول وتكمن أهمية القطاع في جلب العملة الصعبة ومساهمته في توازن ميزان المدفوعات وخلق فرص التشغيل المباشرة والغير مباشرة، وتحسين الإيرادات وتأثيره الإيجابي على باقي القطاعات ( الصناعة التقليدية، التجارة) لذا وجب الموازنة بين الركائز الثلاث للاستدامة من حيث:

- الاستغلال الأمثل للموارد البيئية؛
- احترام الأصالة السوسيو ثقافية للمجتمعات المستضيفة؛
- توفير فوائد سوسيو اقتصادية لجميع الأطراف المعنية.

#### الفرع الأول: مفاهيم متعلقة بالتنمية السياحية المستدامة

عرفت المنظمة العالمية للسياحة السياحة المستدامة "السياحة المستدامة على أنها تنمية تبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية متكاملة في إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية داخل الدولة ككل؛ أو داخل أي إقليم تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية وتعمل التنمية السياحية المستدامة على الاستخدام غير الجائر للموارد الطبيعية والثقافية والأخذ بالاعتبار الخصائص الاجتماعية والحضارية للمجتمعات المضيفة للسائحين، مع ضمان تحقيق منافع اقتصادية واجتماعية وبيئية لجميع الأطراف على المدى الطويل"<sup>2</sup>؛

<sup>1</sup> - عدلي علي أبو طلحون، إدارة وتنمية الموارد البشرية والطبيعية، المكتب الجامعي الحديث الاسكندرية، 2003، ص150

<sup>2</sup> - Leroux Erick, **strategie et développement durable**, du concept de l'optimum, Ecotouristique à la pratique, Management& Avenir, N34,p306

عرفها أيضا الاتحاد الأوروبي للبيئة والمنتزهات القومية" التنمية السياحية المستدامة على أنها نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية، كما تعرف على أنها التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجتمعات المضيفة وضمان استفادة الأجيال المستقبلية، كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرار العملية الإيكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية.

وقد أصبحت تنمية السياحة المستدامة قضية رئيسية للحفاظ على هذا الكوكب من جهة ومن جهة أخرى من أجل التنمية الاقتصادية المحلية، كما أدرك صناع السياسة في نهاية القرن العشرين أن العالم كان في خطر وكان لزاما تصحيح مفهوم التنمية المستدامة الذي بدأ في السبعينات، والهدف من ذلك هو خلق حياة أفضل للجميع حاليا وتضمن مستقبل الأجيال القادمة أي تكون قابلة للحياة في المستقبل مما هو عليه اليوم .

إن مستقبل قطاع السياحة المستدامة يعتمد على حماية الحياة البرية والتنوع البيولوجي، وإحداث التكامل بين مفاهيم البيئة والاقتصاد وذلك من خلال حماية البيئة من التلوث والتدمير والاستخدام الجائر للموارد الطبيعية لذلك فقد طورت منظمة السياحة العالمية ارشادات وتوجيهات تتبع عند رسم سياسة التنمية السياحية المستدامة كجزء من مبادرات كونية في شكل مبادئ السياحة العالمية وتتضمن مبادئ عالمية عن الحد الأدنى لمتطلبات الاستدامة التي يجب أن تطبقها الفنادق والمجتمعات السياحية.

من خلال التعاريف السابقة للتنمية السياحية المستدامة نخلص لكونها تركز على تلبية احتياجات السياح دون الاضرار بالمحيط البيئي والاجتماعي للمناطق المستضيفة وتعمل على الوفاء بالسلامة الثقافية والعمليات الايكولوجية الأساسية.

### الفرع الثاني: السياحة المستدامة في المؤتمرات الدولية

#### أولا: ميثاق السياحة المستدامة

تم إصدار هذا الميثاق بلانزورت باسبانيا سنة **1995** حيث تم التطرق إلى أن السياحة ظاهرة عالمية وأنها عنصر أساسي وإيجابي من الناحية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لكثير من البلدان كما أنه عنصر يؤدي إلى تدهور البيئة وفقدان الهوية المحلية لذلك يجب وضع استراتيجية عالمية لمواجهة التحديات البيئية لهذا القطاع كما دعا الميثاق المجتمع الدولي سواء كانت الحكومات أو المشتغلين في السياحة من القطاع العام والخاص أو السلطات العامة وحتى السياح أنفسهم إلى تطبيق واعتماد المبادئ والأهداف التي جاء بها الإعلان من حيث احترام التوازن في المناطق الهشة والحساسة بيئيا<sup>1</sup>.

#### ثانيا: إعلان برلين 1997

<sup>1</sup> - Organisation Mondiale du Tourisme, Charte mondiale du tourisme durable, Lanzarote, Avril 1995

وهي اتفاقية دولية حول التنوع البيولوجي والسياحة المستدامة في مارس 1997 حيث أدرك المشاركون أهمية القطاع السياحي وعلاقته مع البيئة وبعض المناطق الهشة والحساسية في العالم وأنه يجب التعاون محليا ووطنيا ودوليا وأن التنوع البيولوجي من أولويات الحكومة والمنظمات الدولية كما ينبغي للأنشطة السياحية السليمة توفير المياه والطاقة ومنع التلوث وتجنب النفايات الصلبة وتشجيع استخدام وسائل النقل المستدام<sup>1</sup>.

### ثالثا: المدونة العالمية لأخلاقيات السياحة

التي تمت 1999 بسانتياغو تركز بشكل خاص على الدور الذي تلعبه السياحة في التفاهم والاحترام المتبادل بين الشعوب وإمكانية التمتع بموارد الأرض الذي يعود بالفائدة هو حق للجميع دون تمييز كما دعا إلى حرية تنقل السياح ويستند في جزء منه إلى الإعلان العالمي لحقوق الإنسان كما يحدد حقوق العمال وأصحاب المشاريع في القطاع السياحي في التدريب والحماية الاجتماعية<sup>2</sup>.

### رابعا: إعلان كيبك

تم هذا الاعلان سنة 2002 تضمن تقديم توصيات المشاركين في القمة إلى الحكومات والمشتغلين في قطاع السياحة والجهات المعنية الأخرى إلى اتخاذ تدابير مختلفة لتعزيز تنمية السياحة البيئية وجعل جميع أنواع السياحة أكثر استدامة من خلال الحفاظ على التراث الطبيعي والمناطق الحساسة بيئيا<sup>3</sup>.

وعليه فالسياحة تقوم على مجموعة مبادئ يمكن توضيحها فيما يأتي:

- يجب أن تكون كل العمليات المتعلقة بالسياحة وتنميتها بين القطاعات وأن تكون متكاملة؛
- يتعين على الوكالات والشركات والمجموعات والأفراد احترام المبادئ الأخلاقية وغيرها من المبادئ التي تحترم الثقافة والبيئة في المنطقة المضيفة وطريقة العيش التقليدية؛
- يجب تشجيع السكان والبيئة قبل وأثناء التنمية خاصة للمجتمع المحلي حتى يمكنهم المشاركة والتأثير على اتجاهات التنمية الشاملة؛
- يجب أن تهتم السياحة بعدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة وأفراد المجتمع.

### المطلب الثالث: السياحة المستدامة والبيئة

إن الواقع العالمي للسياحة على الأصعدة الاجتماعية والاقتصادية والبيئية هو واقع هائل وشديد التعقيد، وحيث أن نسبة مئوية عالية من السياحة تنطوي على زيارات للمواقع المتميزة من الناحيتين الطبيعية والثقافية، مما يولد إيرادات كبيرة فمن الواضح أنه توجد فرص كبيرة للاستثمار في الحفاظ على الموارد البيولوجية واستخدامها

<sup>1</sup> - Berlin déclaration on biological diversity and sustainable tourism

,12.00h consulté le : 12/05/2015 <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/berlin.html>

<sup>2</sup> - Programme des Nations Unies Pour L'environnement et Organisation Mondiale du tourisme, **Vers un tourisme durable**, 2006, p15

<sup>3</sup> -- لحسن دردوري وآخرون، دور السياحة البيئية في السياحة المستدامة، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، 10/09/2010، جامعة بسكرة، ص 06

المستدام، وفي الوقت نفسه ينبغي أن تبذل جهود للتقليل ما أمكن للآثار المناوئة لصناعة السياحة على التنوع البيولوجي.

### الفرع الأول: مفاهيم عامة متعلقة بالبيئة

انصب التركيز على التقدم البشري وما أحرزته التكنولوجيا من انجازات؛ وكيف أنها تعتمد على البراعة الفنية والقدرة على العمل والتحكم؛ وكيف يسهم كل هذا في تحقيق التنمية، مما أدى إلى ظهور مشكل حرج شغل العالم بأسره وهو اختلال التوازنات البيئية

#### أولاً: مفهوم البيئة

اقتصر تعريف البيئة في البداية على العناصر الحية والغير حية المكونة لها، إلى أن جاء مؤتمر ستوكهولم سنة **1972** الذي كان نقطة التحول الرئيسية في مسار تعريف البيئة حيث أعطاهما مفهوماً شاملاً. ومن هنا يبرز تعريف البيئة:

"تعرف البيئة على أنها الوسط والمكان الذي يعيش فيه الكائن الحي وغيره من المخلوقات، وهي التي تشكل في لفظها مجموعة الظروف والعوامل التي تساعد الكائن على بقائه ودوام حياته، والبيئة لفظ شائع الاستخدام يرتبط مفهومها بنوع من العلاقة بينها وبين المستفيدين منها من الكائنات الحية<sup>1</sup>. وفي نفس هذا التوجه يعد "ابن عبد ربه" من أقدم من عرف هذه الكلمة في كتابه (الجمانة) كإشارة إلى المناخ الاجتماعي، السياسي، الأخلاقي والفكري المحيط بالإنسان، كما يمكن أن يعنى بالبيئة كافة الموجودات التي تشاركنا المواقع التي نعيش فيها كالحيوانات والنباتات والمياه والهواء"<sup>2</sup>.

فالبيئة أو الوسط الإنساني بوصفه مجالاً حيويًا بحسب تعبير "روبرت لافون جرامون" هي نظام يشمل كل الكائنات الحية والهواء والماء والتربة والأرض التي تقيم عليها الإنسان، معنى هذا أن الحياة تدور في البيئة دورتها بشكل طبيعي.<sup>3</sup>

في هذا الإطار أعطى مؤتمر ستوكهولم المنعقد في **1972** ومؤتمر "تبليسي" الذي انعقد سنة **1978** فهما متسعاً للبيئة، بحيث أصبحت تدل على أكثر من مجرد عناصر طبيعية بل هي رصيد الموارد المادية والاجتماعية المتاحة في وقت ما لإشباع حاجات الإنسان وتطلعاته<sup>4</sup>

بالإضافة إلى مجموعة التعاريف السابقة للبيئة لا يجب أن نغفل عن إلقاء الضوء على المنظور الاقتصادي للبيئة، فينظر للبيئة في علم الاقتصاد على أنها الملكية التي توفر مجموعة الخدمات حيث نظم الحياة التي تضمن

1- الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، تقنية البيئة، علم البيئة، المؤسسة العامة للتعليم التقني، المملكة العربية السعودية، ص 02

2- المرجع نفسه، ص 02

3- كاظم المقدادي، أساسيات علم البيئة الحديث، الأكاديمية المفتوحة في الدانمارك، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم إدارة البيئة، 2006، ص 13

4- رشيد الحمد، محمد السعيد، البيئة ومشكلاتها، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ص 24

بقاءنا على قيد الحياة كما هو الأمر بالنسبة لبقية الأصول فنحن نود منع تدهور قيمتها بحيث تتابع تقديم الخدمات لنا<sup>1</sup>.

### ثانياً: دور البيئة في التنمية

أدى إدخال البعد البيئي في مجال الاقتصاد إلى تغير مفهوم التنمية الاقتصادية من مجرد الزيادة في استغلال الموارد الاقتصادية النادرة لإشباع الحاجات الإنسانية إلى مفهوم التنمية المستدامة، ومن هنا برز الفرق بين التنمية المستدامة التي تراعي الجوانب البيئية والتنمية الاقتصادية البحتة التي لا تراعي البعد البيئي والتي أصبحت محل انتقاد من كافة الأوساط والمؤسسات الاقتصادية العالمية<sup>2</sup>.

لقد تم ادخال مفهوم الاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة في بعض قواعد النظام العالمي الجديد، فأصبحت المعايير البيئية من أهم الشروط التي تصر بعض الدول على توافرها في السلعة حتى تدخل إلى الأسواق العالمية وأصبح من حق بلدان العالم منع دخول سلعة معينة إلى أسواقها لأن الدولة المنتجة لها لا تراعي البعد البيئي عند إنتاج هذه السلعة، مثل السلع الملوثة للبيئة أو السلع التي يقوم إنتاجها الجائر للموارد أو تؤثر على التوازن البيئي؛ مثل تجارة العاج القائمة على قتل الأفيال.

### ثالثاً: المشكلة البيئية

إن المشكلة البيئية أصبحت من المشاكل الأكثر طرحاً على المستوى العالمي و الأكثر تشابكاً؛ ذلك أنها ليست مشكلة وطنية ولا إقليمية إنما هي مشكلة عالمية لا يمكن حصرها في منطقة واحدة و لا يمكن حصر آثارها ضمن دائرة محددة .

و من الأسباب التي أدت إلى تفاقم المشكلة البيئية .

### أسباب تتعلق بالنمو و التطور<sup>3</sup>:

- الزيادات السكانية الكبيرة؛
  - النمو الاقتصادي أي يرافق معه استنزاف الموارد الطبيعية؛
  - التحولات التقنية و الاقتصادية الضارة أصلاً بالبيئة .
- أسباب اقتصادية و اجتماعية :**
- اعتبار الموارد الطبيعية ملكية عامة؛
  - إمكانية الحصول على الموارد الطبيعية دون شروط ؛

<sup>1</sup> - دوناتو رومانو، مرجع سابق، ص45

<sup>2</sup> - التنمية المستدامة في الوطن العربي بين الواقع والمأمول، سلسلة دراسات يصدرها مركز الإنتاج الاعلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 1428 ، ص22

<sup>3</sup> - زوليخة سنوسي، هاجر بوزيان الرحمانى، البعد البيئي لاستراتيجية التنمية المستدامة، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي، التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة المنعقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس، 8/7 أفريل 2008، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، دار الهدى للنشر والطباعة، عين مليلة، 2008، ص11

• وجود التكاليف البيئية الخارجية والتي يتحملها المجتمع دون أن تظهر في حسابات المؤسسات أو الحسابات الكلية للاقتصاد الوطني .

و قد أكدت معظم المؤتمرات العالمية و الإقليمية على ضرورة العمل بشكل متوازي للقضاء على ظاهرة الفقر - أو على الأقل التقليل منها - من خلال تبني إجراءات التنمية المستدامة و التي يمكن من خلالها الجمع بين احتياجات الفقراء و احتياجات البيئة .

#### رابعاً: أهم مظاهر المشكلة البيئية

إن مجموع المشكلات الاقتصادية و الاجتماعية و البيئية التي تعرفها المجتمعات إنما هي ناجمة بشكل كلي أو جزئي عن سوء استخدام الموارد الطبيعية و كذا سوء توزيع الثروات الطبيعية على مختلف الأنشطة و القطاعات الاقتصادية و المناطق الجغرافية. وأيضاً عدم العدالة في توزيع الثروات بين مختلف الدول في العالم (الشمال و الجنوب) و بين مختلف شرائح المجتمع داخل الدولة الواحدة الأمر الذي يؤدي إلى اختلال في التركيبة الاقتصادية و عدم تكامل التنمية في القطاعات الاقتصادية، فمثلاً نجد أن الدول العربية الغنية بالبتروول عادة ما تركز على تطوير الصناعات الإستخراجية و الكيماوية سواء عن طريق الإستثمار الداخلي أو الأجنبي مع إهمال إرساء قواعد متينة للقطاعات الاقتصادية الأخرى. كما نجم عن ذلك نقشي العديد من الظواهر الاجتماعية الخطيرة كالبطالة و الفقر الذي ساق إلى تدهور البيئة و المحيط الطبيعي بشكل خطير .

لابد من فهم أن العلاقة بين النمو و المستدامة و المحافظة على البيئة إنما هي علاقة تكاملية وليست تنافرية " فتحقيق نمو اقتصادي يعتمد على حماية البيئة و يحتاج لوجود موارد، وإذا ما كانت هذه الموارد مستنزفة أو مدمرة فإنه لا يمكن أن يتحقق هذا النمو بالكم و الكيف الذي نريده " <sup>1</sup>

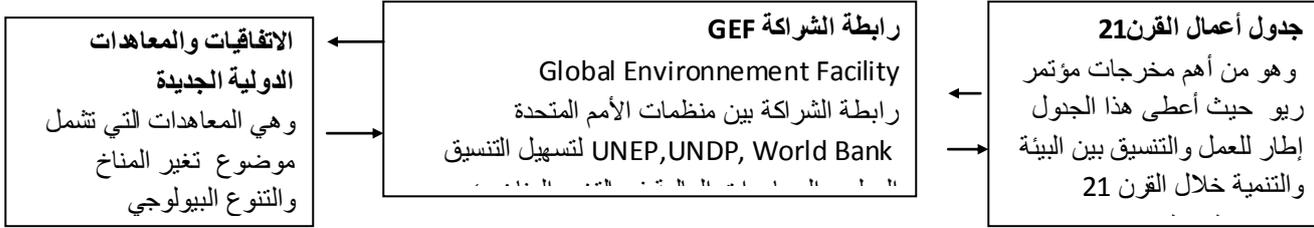
يرى البعض بأن استمرار النمو بالطريقة الحالية سينجم عنه نتائج كارثية خلال 98 سنة (1998-1900) ارتفع معدل النمو الاقتصادي من 3.2 تريلون دولار إلى 39 تريلون. كما أن هذا النمو الاقتصادي أدى إلى العديد من المشكلات البيئية الخطيرة حيث أن 33000 نوع من الأجناس النباتية من بين 242000 جنس أصبحت مهددة بالانقراض و كذا 11 % من الحيوانات من مجموع 9600 نوع حيواني هي الأخرى مهددة بالانقراض <sup>2</sup> إن السبب الرئيسي وراء هذه المشاكل إنما هو أنماط التنمية التي تقوم على الاستغلال المفرط للموارد الطبيعية و كذا السياسات الاجتماعية السائدة .

<sup>1</sup> - عثمان محمد غنيم ، ماجدة أبو زلط، مرجع سابق، ص58

<sup>2</sup> - محمد علي الأنباري؛ الإطار المفاهيمي للبيئة والتنمية المستدامة و الإجراءات المطلوبة لتنفيذها دولياً و محلياً؛ جامعة بابل، العراق، 2011، ص04

خامسا: الاجراءات المطلوبة لمواجهة مشاكل البيئة وتأثيرها على التنمية المستدامة  
الاجراءات الدولية:

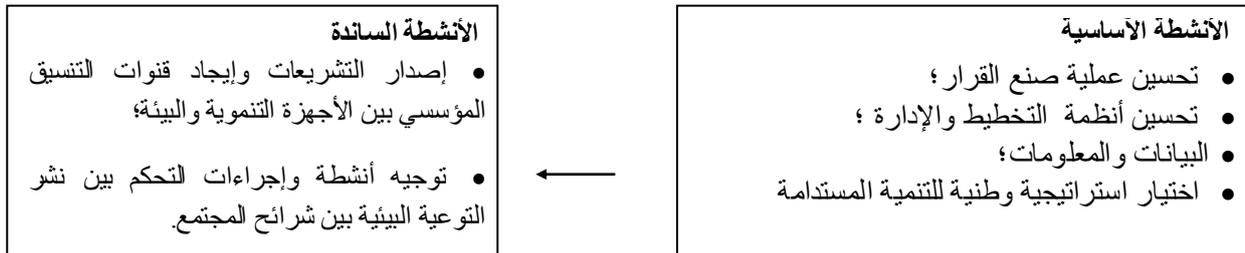
في عام 1992 أنجزت تقم واضح في التنسيق العالمي بموضوع البيئة وضمن مؤشر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية الذي عقد في ريو دي جانيرو بالبرازيل، لقد أكد هذا المؤتمر على المجالات ذات الأولوية في التنسيق والعمل المشترك ليس فقط بين الحكومات ولكن أيضا بين الحكومات والمجتمع ككل. ويشمل هذه المجالات:



المصدر: محمد علي الأنباري، مرجع سابق، ص04

- الاجراءات المحلية:

لقد حدد جدول أعمال القرن 21 مجموعة من الأنشطة الأساسية التي ينبغي إنجازها محليا ضمن إطار التنمية المستدامة وحسب خصوصية كل بلد وبالتنسيق مع المنظمات العالمية UNEP. UNDP



المصدر: محمد علي الأنباري؛ مرجع سابق؛ ص 04

الفرع الثاني: السياحة البيئية

تنتج المشاكل البيئية من حدوث تغير في الصفات الطبيعية لكل من الغلاف الجوي والمائي أو التربة أو في الفضاء الخارجي، وقد يشمل التلوث البيئي جميع الأغلفة بنسب متفاوتة وفي موقع واحد، ويحدث التغيير في هذه الأوساط بفعل عمليتين هما<sup>1</sup>:

- العامل الأول: هو التطور الطبيعي لكوكب الأرض باعتباره جزء من النظام الكوني خاضع للقوانين الكونية، فهذا التطور خارج عن إرادة الإنسان؛

- العامل الثاني: وهو نشاط الإنسان القاطن فيها والذي يفقد أشكال الطبيعة الخاصة، وقد يكون التغيير بسيطا وقد يكون كارثة قد تصل بالبيئة إلى حد التدمير التام كالكارثة النووية وتقب الأوزون والتلوث البيئي بكل أشكاله.

أولا: علاقة السياحة بالبيئة

<sup>1</sup> - نيفين حلواني محمد، مرجع سابق، ص 144

تعتبر البيئة عن الوسط الذي يتفاعل معه الإنسان كالوسط الجوي والوسط المائي والوسط الحيوي والتربة، والنشاط السياحي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالبيئة الطبيعية من صفاء الجو ونقاءه من التلوث وتوافر مظاهر جمال الطبيعة من بحيرات رائعة جبال ووديان وعيون، فالبيئة الجذابة تعتبر أساس النشاط السياحي وتساعد على تقديم السياحة التي تحقق حياة أفضل للبشر.

تعتمد الاتجاهات الحديثة للسياحة على خلق وابتكار ما هو جديد في العرض السياحي وظهور أنماط جديدة للسياحة تعتمد على احترام البيئة كالسياحة الخضراء والسياحة الزرقاء، وظهور سياحة السفاري وممارسة الأنشطة المرتبطة بالبيئة كالغوص ومشاهدة الطيور ومراقبتها أثناء هجرتها وسلوك حياتها، ومشاهدة الحياة الفطرية الحيوانية والنباتية<sup>1</sup>.

ولقد ظهر مفهوم السياحة البيئية منذ عدة سنوات ليؤكد أهمية الحفاظ على الخصائص الطبيعية لكل المناطق وبما يساهم إيجابياً في إشباع حاجات الأجيال الحاضرة واحتياجات الأجيال القادمة.

ومن واقع بيانات منظمة السياحة العالمية في عام 1996 فإن الطلب على السياحة والرحلات الموجهة بيئياً في حالة تصاعد مستمر، وتقدر نسبة السياحة المعتمدة على الطبيعة بنحو من 10% و 15% من إجمالي انفاق السياحة العالمية وفقاً لتقرير منظمة السياحة العالمية.

فإلى جانب السائحين الذين يقضون عطلاتهم بشكل تقليدي ظهر نمط آخر من السائحين يفضل قضاء عطلته بشكل جديد بحيث يتحقق لهم فرصة الهروب من زحام وضوضاء الحياة الحديثة والتمتع بجمال ونقاء الطبيعة وثناء مناظرها الخلابة وأحيائها البرية والنباتية النادرة وما يرتبط بها من سكان وثقافات محلية مختلفة القديم منها والمعاصر، وبذلك أصبحت البيئة من أهم مقومات الجذب السياحي بالدول السياحية المتنافسة ومطلب السوق السياحي العالمي ووكلاء السياحة والسفر.

#### ثانياً: التأثيرات الإيجابية للسياحة في البيئة الطبيعية

يتميز المشروع السياحي عن المشروع الصناعي بأنه أقل اساءة للبيئة وأكثر استدامة لها؛ وإن كان المشروع الصناعي يتميز باحتوائه على مدخنة تطرح الغازات السامة والملوثة للجو، فإن المشروع السياحي يتميز باستغنائه عن المدخنة وبناء على ذلك سميت السياحة بصناعة بلا مداخن<sup>2</sup>، للدلالة على نظافة هذا النشاط كما تسمى أيضاً بالصناعة النظيفة وهناك تسمية ثالثة لها الصناعة الطبيعية وكل هذه التسميات تشير وتؤكد على حقيقة واحدة كون المشروع السياحي يتميز بنظافته وأناقته وقوامه الجميل والذي نادراً ما يسيء للطبيعة، وقد تلعب المشروعات السياحية دوراً في تحسين الوضع الصحي للبيئة المحلية من قبيل مد شبكة تصريف المياه الثقيلة، وردم المستنقعات وإبادة الحشرات وإقامة مجمعات سياحية في مناطق قد تكون مكبات ترمى فيها

<sup>1</sup> - نيفين حلواني محمد، مرجع سابق، ص 142

<sup>2</sup> - مثى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السياحة والسفر، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 207

الأنقاض وقد تحفز السياحة الأقطار على مضاعفة العناية بمنزهراتها وغاباتها والاهتمام بنظافة الشوارع والأسواق وأماكن تواجد السياح مثل الموانئ والمطارات ونقاط الحدود علاوة على المواقع السياحية نفسها<sup>1</sup>. ورد في تعريف السياحة البيئية من قبل الصندوق العالمي للبيئة بأنه السفر إلى مناطق طبيعية لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي للخلل وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وحضارتها في الماضي والحاضر، فالسياحة البيئية ما هي إلا التمتع بالطبيعة في المقام الأول وترتبط بها عدة أنشطة مثل: الصيد البري والبحري، تسلق الجبال، الرياضات المائية، التأمل في الطبيعة، الرحلات إلى الغابات ومراقبة الطيور والحيوانات وإقامة المعسكرات ورحلات السفاري الصحراوية والتجوال في المناطق الأثرية والتاريخية. ومن أهم متطلبات السياحة البيئية هو عدم الإخلال بالتوازن البيئي الناتج عن سلوك الإنسان وما قد يحدثه من تلوث والإضرار بها، وهذا يتطلب تحقيق توازن بين الأنشطة السياحية والبيئية من ناحية وبين المصالح الاقتصادية والاجتماعية التي هي بالأساس تقوم عليها من جهة أخرى؛

كما يمكن إبراز العديد من الآثار الإيجابية على البيئة، ذلك مثلا يتضح من اهتمام الحكومات بترميم آثارها حيث أن المحرك الرئيسي وراء أعمال الصيانة والترميم وحفظ التراث يرجع للجذب السياحي في المقام الأول، ومن جهة أخرى فإن الحدائق العامة والغابات لا توفر فقط تسهيلات ومناطق جذب للسياح ولكنها أيضا كانت وسيلة فعالة للحفاظ على سلالات نادرة وفصائل من النباتات والحيوانات<sup>2</sup>.

بالإضافة إلى ما سبق يمكن إيجاز فوائد محتملة لحفظ التنوع البيولوجي والاستخدام المستدام لمكونات ذلك التنوع<sup>3</sup>:

- توليد إيرادات للحفاظ على المناطق الطبيعية: حيث أن الوسيلة الأكثر مباشرة للاستغلال السياحي في سبيل الاستخدام المستدام للموارد البيولوجية تكون بتخصيص نسبة ما من إيرادات السياحة لهذا الغرض، ويمكن أن يتم ذلك إما بفرض ضريبة بيئية عامة على السائحين أو على أنشطة سياحية خاصة أو بفرض رسوم على التوصل إلى موارد بيولوجية ويمكن بعد ذلك استعمال هذه الإيرادات للحفاظ على تلك

الموارد؛ والإجراء الأخير يعني في المعتاد فرض رسوم دخول على المحميات الوطنية للحياة الأبدية وعلى المناطق المحمية الأخرى، ولكن يشمل ذلك أيضا رسوما على الأنشطة مثل الصيد البحري والبري والغطس؛ هناك عدة قطاعات سياحية مرموقة وأخذة طبعاً في التوسع وقطاعات من السياحة المتخصصة يمكن للمشاركين فيها أن يقبلوا دفع هذه الرسوم وأكبر قطاع فريد من نوعه هو على الأرجح في الوقت الحالي قطاع مراقبي الطيور، غير أنه ليس من الواضح ما إذا كان مراقبي الطيور بوصفهم مجموعة هم أكثر قبولا لدفع تلك الرسوم بالقياس إلى السائحين غير المتخصصين؛ وفي السياحة البحرية يمثل الغطس بأجهزة الاستنشاق قطاعا

<sup>1</sup> - مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص208

<sup>2</sup> - محمد البنا، اقتصاديات السياحة والفندقة، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2009، ص358

<sup>3</sup> - زيد منير عديوي، الاقتصاد السياحي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008، ص105

متخصصا هاما، والقطاع المتخصص الذي يبدو أن قبول الدفع فيه هو أشد القبول هو قطاع الصيد الرياضي الذي يمكن أن تفرض فيه رسوم ترخيص عالية جدا في بعض الظروف، وينبغي كذلك الاعتراف بأن هذه الرسوم والضرائب يمكن كذلك استعمالها كندابير لتنظيم مقدار التوصل إلى المواقع المعنية والموارد البيولوجية المنشودة يضاف إلى ذلك أن احتمال استمرار تلك الرسوم في توفير إيراد مستمر يمثل حافزا مباشرا للحفاظ على الأنظمة الإيكولوجية والأحيائية الموجودة؛

- إسهام السياحة في التنمية الاقتصادية سواء أكان السائحون يدفعون رسوم دخول أو لا يدفعون فإن لهم وقعا اقتصاديا كبيرا على المجالات التي يزورونها وانفاق السائحين يولد إيرادا صافيا للمجتمعات التي تستقبلهم وتؤدي السياحة أيضا إلى إنعاش الاستثمار في البنيات الأساسية مثل تشييد والطرق والسكك الحديدية والمطارات وأنظمة المجاري ومرافق معالجة المياه وغير ذلك من المرافق المتصلة بالسياحة، وتولد السياحة فرص عمالة في قطاعها وتخلق فرص عمل متنوعة مستمدة السياحة، وزيادة تدفق الإيراد في منطقة ما قد يسمح كذلك بتنمية ممارسات أكثر استدامة في استخدام الأراضي وذلك مثلا بالسماح للمزارعين أن يستخدموا دورات زراعية أفضل ومقادير معينة من الأسمدة بدلا من الاعتماد على قطع النبات وإحراقها لإعادة خصوبة الأراضي بفترات من التشريق أي ترك الأراض بلا زراعة، وقد توفر السياحة كذلك بديلا اقتصاديا صالحا للإنتاج غير المستدام أو الممارسات الحصاد ففي بعض المناطق قد تؤدي الأنشطة الزراعية الصغيرة الحجم والتي لا تتطلب إلا مدخلات قليلة وتؤدي إلى بيئة جذابة وإلى الحفاظ على مستويات عالية من التنوع البيولوجي لفرص لجذب السياح وبيع المواد التذكارية والأشياء الغريبة المستمدة من موارد طبيعة تحصد حصد مستدام قد توفر كذلك فرصا للعمالة والإيراد؛

- بالإضافة للمنافع السابقة قد تساهم السياحة أيضا في تثقيف وتوعية الجمهور بالأنظمة الإيكولوجية الطبيعية وتزيد من معارف المجتمعات المحلية ضمن طائفة واسعة من الناس وقد تكون هذه التربية متبادلة ففي بعض أنحاء العالم أصبح السكان المحليون أشد إدراكا للطابع الفريد لمواردهم البيولوجية المحلية، مثل وجود أنواع متوطنة وذلك من خلال وفود السائحين وقد توفر السياحة أيضا حوافز للحفاظ على الفنون والحرف التقليدية وتوفر فرصا للتعرف على ثقافات مختلفة يضاف إلى ذلك أن السياحة قد تشجع في بعض الظروف على إبقاء أو إعادة إنعاش الممارسات التقليدية الملائمة للاستعمال المستدام للموارد البيولوجية التي قد تكون معرضة بغير ذلك للضياع؛

- التأثير السياسي في الأحوال التي أصبح فيها بلد ما يعتمد اعتمادا كبيرا على السياحة الدولية قد يؤدي ذلك إلى تشجيع تصريف شؤون الحكم تصريفا سديدا وكلما أصبح السائحون أشد معرفة بالظروف القائمة وأشد مقدرة على اختيار الجهات التي يقصدونها، فإن تدهور شؤون الحكم يكون من شأنه تحويل نسبة كبيرة من السائحين عن اختيار بلد معين يسافرون إليه إلى بلد آخر وذلك بسبب مزيج من الاعتبارات الأخلاقية والتعاطفية

والمصلحة الذاتية والصلة بين سداد الحكم والحفاظ على الموارد البيولوجية ليست صلة مباشرة أو صريحة بيد أنها مع ذلك ذات أهمية كامنة رئيسية لاشك فيها.

### ثالثاً: التأثيرات السلبية للسياحة على البيئة

عند النظر في دور السياحة في الاستعمال المستدام للموارد البيولوجية وتنوعها، من المهم أن تؤخذ تماماً في الحسبان الآثار المناوئة المحتملة للسياحة وبصفة خاصة الآثار على البيئة.

- استخدام الأرض والموارد: الاستخدام المباشر للموارد الطبيعية، من متجددة وغير متجددة في توفير مرافق السياحة هو من أهم الآثار المباشرة للسياحة في مجال معين، ومثل هذا الاستخدام قد يكون لمرة واحدة أو قد يكون ترددياً ويمكن إبرازها من خلال<sup>1</sup>:

- استخدام الأرض للإيواء وتوفير البنيات الأساسية الأخرى، بما في ذلك الطرق؛
- استخدام مواد البناء ويؤدي التنافس الشديد في استخدام الأرض بين السياحة والقطاعات الأخرى إلى رفع الأسعار مما يزيد من الضغوط على الأراضي الزراعية؛
- اختيار الموقع وكثيراً ما تكون المواقع المفضلة لما فيها من عوامل الجذب المتمثلة في المناظر الطبيعية، مثل الشواطئ الرملية والبحيرات وقمم الجبال وسفوحها كثيراً ما تكون مناطق انتقالية تتميز في المعتاد بوجود أنظمة إيكولوجية ونتيجة لتشييد المباني في هذه المناطق في الأغلب يحدث تدمير شامل لها ضف إلى ذلك تدهور الغابات واستعمال الأرض استعمالاً مكثفاً أو على نحو مستدام يحدثان كذلك تآكلاً وضياًعاً للتنوع البيولوجي؛
- بسبب الافتقار إلى مواقع أكثر ملائمة لتشييد المباني والأراضي وغيرها من البنيات الأساسية، كثيراً ما يتم صرف المياه من المناطق الساحلية الرطبة وملوثة بالتراب وتشييد أحواض المراكب الصغيرة في بعض المواقع يمكن أيضاً أن يؤثر في الأنظمة الإيكولوجية، بل وفي الجرف المرجانية الساحلية أيضاً؛
- استخراج مواد البناء بطريقة لا يمكن استدامتها من الأنظمة الإيكولوجية والافراط في استخدام الرمال الناعمة على السواحل، والأحجار الجيرية الجرفية والأخشاب يمكن أن يؤدي إلى تآكل خطير وبالإضافة إلى ذلك فإن إيجاد الظروف الملائمة للسائحين قد يستتبع في أحوال كثيرة أشكالاً مختلفة من التلاعب البيئي مما يؤدي لعواقب وخيمة على الموارد البيولوجية.

<sup>1</sup>- زيد منير عديوي، مرجع سابق، ص 97

## رابعاً: الآثار البيئية لبعض القطاعات الأخرى على السياحة

لاشك أن هناك العديد من المخاطر البيئية تؤثر بشكل مباشر على صناعة السياحة والفندقة ووقت الفراغ في معظم بلاد العالم؛ من هذه المخاطر سخونة المناخ وما يعرف بظاهرة الاحتباس الحراري وثقب الأوزون، والأمطار الحمضية وتلوث الغلاف الجوي؛

ففي أوائل التسعينات على سبيل المثال لوحظ على مدى عدة سنوات متعاقبة ندرة الجليد في أوروبا مما أثر عكسياً على منتجات التزلج ولاشك أن ارتفاع درجة حرارة الكون كان لها أثر على سمك طبقة الجليد مما أثر عكسياً على تلك الرياضة وأدى إلى قصر موسم التزلج وسبب خسائر للمنتجات المتخصصة في رياضة التزلج على الجليد؛

إن فكرة حدود النمو فكرة قديمة، بدأها نادي روما في الستينات ولكن الوضع الآن أصبح أكثر خطورة فهناك قيود وليس فقط حدود على النمو، كما هو معلوم أن الطاقة البيئية محدودة باتجاهين الأول باتجاه محدودية الموارد الطبيعية المتاحة سواء متجددة منها أو الناضب، كما أنها محدودة من زوايا استيعاب الفضلات أو بمعنى آخر فإن جوف الكون أصبح ممتلئاً بالنفايات وهناك طاقة استيعابية لهذه الفضلات؛ ولا تتوقف الفضلات على المواد الصلبة فهناك العوادم من الكربون الناتج عن احتراق الوقود في السيارات والمنزل والمصانع وهو ما أدى إلى ارتفاع درجة حرارة المناخ، ويرى الكثير من العلماء أن استمرار هذا الوضع سوف يؤدي إلى ارتفاع منسوب المياه في البحار وغرق الكثير من الجزر المنخفضة، أبرزها Tokelau مجموعة من الجزر التي تديرها نيوزيلاندا وهي عبارة عن 12 كيلو متر مربع من الأرض تقع وسط 250 ألف كيلومتر مربع من الباسيفيك، وأصبحت الآن مهددة بالغرق تماماً بسبب التلوث والاحتباس الحراري وهناك 6 جزر أخرى معرضة لنفس الخطر من بين 1196 جزيرة تقع في المالديف في المحيط الهندي.

لكن يبقى الخطر الأكبر على البيئة من ارتفاع درجة حرارة المناخ ذلك أن أعلى نقطة في الجزيرة الرئيسية Kiribas في المحيط الباسيفيكي هي 2 قدم فوق سطح البحر، ولذا أفضل التقديرات تقول أن مياه البحر سوف ترتفع إلى أعلى من هذا المستوى خلال القرن الحالي ( الحادي والعشرون)؛ وتشير التقديرات إلى أن ترتفع ما بين 2 درجة وخمس درجات مئوية فوق معدلها الحالي إذ تضاعفت كمية الكربون دايوكسايد<sup>1</sup>، الحالية وهو الأمر المتوقع خلال المائة عام القادمة ما لم تتخذ الاحتياطات اللازمة.

كذلك هناك مخاطر على السياحة ناجمة من الأمطار الحمضية وهو تعبير عن تراكم الأسيديك أو الأحماض نتيجة انبعاث السفار ودايوكسيد في الغلاف الجوي من الصناعات المختلفة ويؤدي ذلك إلى آثار سلبية على السياحة.

<sup>1</sup> - محمد البنا، مرجع سابق، ص 357

هكذا فإن السياحة تقوم على العامل الطبيعي ولا يمكن أن تستغني عنه وبالتالي فإن الاستغلال الاقتصادي الأمثل للمورد السياحي يتطلب بالضرورة الاهتمام والاعتناء بالطبيعة والمحافظة عليها، ومن المؤكد أن للسياحة تأثيرات بيئية مختلفة حسب الظروف المحلية التي يتعرض لها كل قطر سياحي وفقا لخصائصه فإن كانت ايجابية لابد من تعزيزها وان كانت سلبية لابد من أخذ الاحتياطات اللازمة لتجاوزها.

### المبحث الثاني : عولمة السياحة

في عالم مليء بالتحويلات والتغيرات، طغت العولمة كأحد مراحل تطور النظام الرأسمالي العالمي على أرجائه فأثرت فيه وتأثرت به تلك العولمة بما لها من إيجابيات وسلبيات لها دور كبير في تطور السياحة وعولمتها نظرا لما تفرضه من آليات تتلائم مع استراتيجياتها لتعزيز قوتها وتحريرها وتلافي سلبياتها ولمعالجة ذلك تم التطرق إلى:

#### المطلب الأول: ماهية العولمة

#### المطلب الثاني: تحرير الخدمات السياحية

#### المطلب الثالث: المنظمات السياحية الإقليمية والدولية وتحرير الخدمات السياحية

#### المطلب الأول: ماهية العولمة

إتفق عدد كبير من المفكرين والساسة وعلماء الاقتصاد وعلماء الاجتماع على أن العولمة نظرية اقتصادية فرضت نفسها على الواقع العالمي من خلال تأثيرها على عدد من المحاور الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية العالمية، غير أن تلك النظرية دون نسب شرعي، كغيرها من النظريات الاقتصادية - كالاشتراكية تنسب لماركس- مما جعلها عرضة للجدل حين تأصيل نشأتها التاريخية؛ وذلك نظرا للتعارض بين الواقع النظري والعملية للنشأة التاريخية للعولمة؛ فمن العلماء من ينسب فكرة نشوء العولمة لأشخاص؛ ومنهم من ينسبها لأحداث تاريخية.

#### الفرع الأول: نشأة وتعريف العولمة

#### أولاً: نشأة العولمة

#### 1- على الصعيد النظري

يرى البعض أن جذور العولمة ترجع إلى الفيلسوف "جيرمي بينثام"\* في ترديد مصطلح العالمية أو المجتمع العالمي؛ وكان ذلك في السنوات التي تلت عام 1780 عندما شاع استخدام هذا المصطلح كتعبير عن واقع جديد شهده العالم في تلك الفترة التاريخية من تطوره ولاسيما ظهور الدولة القومية أو الدولة الوطن وما يحدث بين تلك

\* - جيرمي بينثام عالم قانون وفيلسوف إنكليزي ومصلح قانوني واجتماعي ولد سنة 1748 وتوفي 1832 شملت حججه المؤيدة للفرد والحرية الاقتصادية الفاعلة والفصل بين الكنيسة والدولة.

الدول القومية من صفات عابرة للحدود كان هذا المصطلح جديد للغاية وكان العالم قبل هذه الفترة التاريخية لا يعرف شكل الحكم بمعرفة دول ذات سيادة وحدود وحكومات<sup>1</sup>؛

كما يرى البعض الآخر أن جذور فكرة العولمة ترجع "لآدم سميث"<sup>\*</sup> في كتابه ثروة الأمم عام 1776 حينما تحدث عن الصعوبات التي تواجهها الأمم التي حاولت فرض ضرائب على العائدات الناشئة عن التجارة في الأسهم في عالم يقوم فيه رأس المال بالتجوال من مكان لآخر؛ وفقا لإمكانية الشراء بسعر رخيص أو بسعر عال؛ وقال سميث عن سياسة فرض الضرائب على رأس "إن مالك الأسهم على الأرجح مواطن عالمي، ولا يرتبط بالضرورة بأي بلد محدد؛ وهو ينزع لهجرة البلد الذي يتعرض فيه لتحقيق مزعجة من أجل إخضاعه لضريبة تثقل كاهله؛ وسينقل أسهمه لأي بلد ثاني، ووصف أيضا الإنفاق العسكري في عالم الأخبار والاتصالات الدولية في الإمبراطوريات الكبيرة يشعر السكان المقيمين في العاصمة وفي المقاطعات البعيدة عن ساحة العمليات؛ بأنهم بعيدون عن أي إزعاج ناجم عن الحرب، ولكنهم يستمتعون في هوائهم بقراءة الصحف التي تتحدث عن مآثر جيوشهم وأساطيلهم<sup>2</sup>.

يرى البعض الآخر أن جذور فكرة العولمة ترجع للكاتب الاقتصادي وعالم الرياضيات الفرنسي "ماري جان أنطوني نيكولادي" كاريتا المعروف باسم "ماريكز دي كونورسيه" في عام 1776 عندما تحدث حول التغير في العلاقات الاقتصادية والمالية الأخرى قائلا "أن الذين يعملون في الأرض أو يمتلكونها يهتمون بالسعادة عامة وهو الاهتمام الأكبر لأنه من الصعب عليهم، ويتراجع هذا الاهتمام بين الطبقات الأخرى بسبب السهولة التي يمكن بها أن تغير بلدها؛ وينتفي هذا الاهتمام كلية عند أصحاب الأموال الذي يمكنهم من خلال عمليات بنكية أن يصبحوا إنجليزين أو هولنديين أو روسيين" وهو ما علق عليه بعد ذلك بسنوات عالم الاقتصاد الألماني "آدم مولر"<sup>\*</sup> بفرع على العلاقات المالية الدولية الجديدة ومن خلال الإستعارة التي تصور صراعا كبيرا بين الاقتصاد والطبيعة أو الكوكب إذ كتب مولر 1809 "المجتمع يتمدد ويزداد كثافة ومن خلال خطاب أو حوالة بنكية يجتاز التاجر اللندني الأرض عبر المحيطات ساعيا في بلوغ أمانيه"

كما يرى "سمير أمين" أن العولمة الرأسمالية الجديدة ما هي إلا مرحلة جديدة قديمة من مراحل التطور التاريخي للعولمة الرأسمالية، هي مرحلة قديمة لأن ما تدعو إليه من أن السوق الحرة هي علاج كوني لجميع مشاكل هذا الكون كان أساسا موضوعيا قام عليه النظام العالمي لحظة تصدعه وانفجار وحدته مع ثورة أكتوبر 1917، وهي مرحلة جديدة لأنها محاولة لقيام الليبرالية على الأساس الموضوعي العالمي الجديد الذي يختلف اختلافا هاما عن الأساس الموضوعي الذي قامت عليه ليبرالية القرن الماضي نظرا للمستوى العلمي والتقني

<sup>1</sup> - مصطفى أحمد حامد رضوان، العولمة إشكالية معاصرة، الدار الجامعية، الاسكندرية، القاهرة، 2011، ص14  
- فيلسوف أخلاقي و عالم اقتصاد اسكتلندي يعد مؤسس علم الاقتصاد الكلاسيكي ومن رواد الاقتصاد السياسي دعا إلى تعزيز المبادرة الفردية والمنافسة وحرية التجارة بوصفها الوسيلة الفضلى لتحقيق أكبر قدر من الثروة والسعادة

<sup>2</sup> - مصطفى أحمد حامد رضوان، مرجع سابق، ص 15

<sup>\*</sup> - فيلسوف وعالم اقتصاد، ولد بألمانيا (برلين) سنة 1779 وتوفي بفيينا عام 1829

الذي وصل إليه اليوم تطور المجتمع البشري وعليه فإن العولمة إذن بقدر ما تجسد لتاريخ الرأسمالية في مرحلتها الشمولية بقدر ما هي امتداد لمنطقها ولرہاناتها وتناقضاتها حتى البدائية منها في بعض الأحيان<sup>1</sup>.

### ثانياً: على الصعيد العملي

إن علماء التاريخ يقولون أن العولمة ليست ظاهرة جديدة بل إن بدايتها الأولى ترجع إلى نهاية القرن السادس عشر مع بدء عملية الاستعمار الغربي لآسيا وأوروبا والأمريكتين ثم اقترنت بتطور النظام التجاري الحديث في أوروبا الأمر الذي أدى إلى ولادة نظام عالمي متشابك ومعقد عرف بالعالمية ثم بالعولمة بعد ذلك، فالعولمة ما هي إلا لفظ جديد لظاهرة قديمة نشأت في دنيا أصبحت في حجم قرية إلكترونية صغيرة ترابطت بالأقمار الصناعية، والاتصالات الفضائية، وقنوات التلفزيون الدولية ويرى بعض الباحثين أن هناك أربع عمليات أساسية للعولمة وهي على التوالي:

- المنافسة بين القوى العظمى؛
- الابتكار التكنولوجي؛
- انتشار عولمة الإنتاج و التبادل؛
- التحديث.

### الفرع الثاني: مفهوم العولمة

يمكن رصد العديد من التعاريف للعولمة ومنها:

هناك تعريف تركز على أن العولمة باعتبارها مرحلة تاريخية، وعلى ذلك فالعولمة تستمد تعريفها من مرحلتها إذ هي المرحلة التي أعقبت مباشرة انتهاء الحرب الباردة وسقوط النظام الاشتراكي، وهذا ما يشير إلى جوهر هذه الظاهرة المتمثلة في الرأسمالية، ينتهي أصحاب هذا الطرح لمفهوم العولمة على أن هذه الأخيرة عبارة عن حقبة التحول الرأسمالي العميق للإنسانية جمعاء في ظل هيمنة دول المركز وقيادتها وتحت سيطرة مركزها، وفي ظل سيادة نظام اقتصادي عالمي للتبادل الغير متكافئ<sup>2</sup>.

كما يعرفها العولمة بقوله " ولكي نفهم ما هو جديد بشأن العولمة لابد أن نميز بدقة بين جانبيين من التغير؛ البعد الكمي والبعد الكيفي فمن الناحية الكمية تشير العولمة إلى زيادة في التجارة وحركات رأس المال والاستثمارات والبشر عبر الحدود، فما هو جديد إذن بشأن العولمة في نهاية القرن العشرين؟ تكمن الاجابة عن هذا السؤال في التغيرات الكيفية في السياسة الدولية بعبارة أخرى التغيرات في الطريقة التي يفكر فيها الناس والجمعات وتعرف

<sup>1</sup> - يحي الجياوي، العولمة أية عولمة، الدار البيضاء أفريقيا الشرق للنشر والتوزيع، بيروت، 1999، ص25  
<sup>2</sup> - نيجير وودز، الاقتصاد السياسي للعولمة، ترجمة أحمد محمود، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2003، ص8-8

بها نفسها والتغيرات في الطريقة التي تتصور بها الدول والشركات وغيرها من الكيانات الفاعلة، مصالحتها وتسعى لتحقيقها"<sup>1</sup>

كم يعرفها البعض " العولمة هي نمو الشركات العالمية التي تتخطى الحدود والولايات القومية، كما تعتبر بالنسبة للبعض الآخر أنها ذات صلة وثيقة بثورة المعلومات وحركة الأموال والأفكار والعمالة وغيرها من التقنيات الحديثة التي لعبت دورا في تقريب اقتصاديات دول العالم"<sup>2</sup>.

ويشير مصطلح العولمة لدى توماس ليرسون وديفيد سكيديمور " إلى عملية تعميق مبدأ الاعتماد المتبادل بين الفاعلين في الاقتصاد العالمي بحيث تزداد نسبة المشاركة في التبادل الدولي والعلاقات الاقتصادية الدولية لهؤلاء من حيث المستوى والحجم والوزن في مجالات متعددة وأهمها السلع والخدمات وعناصر الإنتاج بحيث تنمو عملي التبادل التجاري الدولي لتشكل نسبة هامة من النشاط الاقتصادي الكلي وتكون أشكالا جديدة للعلاقات الاقتصادية الدولية في الاقتصاد العالمي يتعاضد دورها بالمقارنة مع النشاط الاقتصادي على الصعيد المحلي"<sup>3</sup>.

وفي تصريح للمدير العام لمنظمة التجارة العالمية قائلا "إن العولمة واقع ليست اختيار، واقع يبدأ بنا وبحياتنا اليومية ففي الصباح نستيقظ على جهاز راديو ياباني مركب في ما ليزيا نتناول القهوة الواردة من كولومبيا نستقل السيارة المصنوعة في فرنسا لكن 50% من أجزائها تأتي من مختلف أنحاء العالم، ثم نتجه إلى المكتب حيث الحاسوب وكل الأجهزة الأخرى المنتجة بمعظم مناطق العالم فالعولمة واقع وليس اختيار"<sup>4</sup>.

المضمون الأساسي للعولمة يرتبط بانتشار الشيء عالميا، وهو الأمر الذي يمكن أن يتحقق من خلال الانتشار الطبيعي للشيء حتى يصبح عالميا، وبالتالي فإن المصطلح الأقرب إلى هذا المفهوم هو مصطلح العالمية في حين أن مفهوم العولمة يرتبط بطبيعة وآلية تجعل الشيء ينتشر عالميا، وهو أمر مختلف تماما عن المفهوم السابق والمتمثل بالعالمية، حيث أن مصطلح العولمة وفقا لهذا المفهوم يجعلها ترتبط بطبيعة معينة للعولمة تتضمن وجود قوة، أو القوى المسيطرة تفرض الآلية والمؤسسات التي تؤدي إلى انتشار الشيء وتحققه بحيث يصبح عالميا، وهو الأمر الذي يعني العولمة اتجاه مفروض من قبل القوة أو القوى المسيطرة على العالم أي أن العولمة هي انتشار للأشياء التي تشكل مضامين العولمة على نطاق العالم كله، وبصورة متعمدة ومقصودة لتحقيق أهداف محددة مسبقا يراد الوصول إليه من خلالها، وفي إطار النظام الرأسمالي ووفق آلية عمله والتي تمثلها آلية السوق، وهو النظام السائد حاليا في العالم، ومؤسساته التي تمثل مرتكزات العولمة ومقوماتها الأساسية"<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية الاسكندرية، 2005، ص18

<sup>2</sup> - سيفرين روجومامو، العولمة ومستقبل افريقيا، نحو تحقيق التنمية المستدامة، برنامج الدراسات المصرية الافريقية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، مصر، 2002، ص23

<sup>3</sup> - عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سابق، ص18

<sup>4</sup> - يحيى البحياوي، مرجع سابق، ص18

<sup>5</sup> - فليح حسن خلف، العولمة الاقتصادية، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، اردب، عمان، 2010، ص09

## الفرع الثالث: آليات العولمة وأثرها على الانفتاح العالمي

## أولاً: المنظمة العالمية للتجارة وأثرها على الانفتاح

مع نهاية الحرب العالمية الثانية، دعت الدول الصناعية لعقد مؤتمر دولي من شأنه حل المشكلات الاقتصادية وكان لها ذلك بانعقاد مؤتمر "بروتن وودز" سنة 1944 الذي انبثق عنه صندوق النقد الدولي والبنك العالمي، وفي نفس الإطار دعت الولايات المتحدة الأمريكية لضرورة انعقاد مؤتمر دولي للتجارة والتوظيف كانت بدايته في لندن 1946، وواصل مسيرته في جنيف 1947 وأختتم في هافانا 1948 وانبثق عنه ميثاق هافانا وقد شمل الميثاق على جملة من القواعد والأسس المنظمة للمبادلات التجارية بين الدول الأعضاء "تخفيض الرسوم الجمركية، إلغاء نظام الحصص، منع إعانات التصدير وتحقيق التنمية الاقتصادية للدول الأعضاء"<sup>1</sup>. وفي أثناء الإعداد لمؤتمر هافانا دعت الولايات المتحدة الأمريكية لعقد مؤتمر دولي في جنيف 1947 حضرته 23 دولة ناقشت الأمور المتعلقة بتحرير التجارة فيما بينها ونتج عن هذه المفاوضات "الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة" في 1947/10/20 حيث جرى سريان مفعولها في الأول من كانون الثاني 1948، والغات اتفاقية متعددة الأطراف تنظم التجارة الدولية من خلال المفاوضات الجماعية من أجل الوصول إلى اتفاقيات تجارية هدفها إزالة العوائق التي تعترض التجارة الدولية وإلى خلق علاقات تجارية دولية متوازنة، وقد استمرت الدول الأعضاء في عقد اجتماعات دورية في الفترة بين 1947 حتى 1993 تم عقد ثماني جولات من المفاوضات وكان أبرزها الجولة الثامنة التي عقدت في الأوروغواي واستمرت من 1986 إلى 1993 وانبثقت عنها المنظمة العالمية للتجارة<sup>2</sup>. يعد إنشاء المنظمة العالمية للتجارة وخروجها إلى أرض الواقع حدثاً مهماً وإنجازاً كبيراً لم يسبق له مثيل، ومضت دول العالم لتحقيق هذا الإنجاز قرابة نصف قرن وهدفت لرفع مستوى التشغيل الكامل ورفع مستويات الدخل الحقيقي ومن ثم تحسين مستويات المعيشة من قبل هذه الدول يأتي في مرتبة متأخرة بين أولوياتها والتي في مقدمتها المصالح الاقتصادية<sup>3</sup>. وهذا ما أثبتته وقائع مؤتمر سياتل عام 1999 الذي شهد أيضاً العديد من الخلافات العميقة بين الدول المتقدمة الصناعية فيما بينها، والتي تمثلت أساساً في<sup>4</sup>:

- قضية الدعم الزراعي التي كانت محل صراع قوي بين دول الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة هذه الأخيرة التي طالبت بتحرير تجارة السلع الزراعية على غرار السلع الصناعية؛

<sup>1</sup> - أسامة المجذوب، العولمة والإقليمية، الدار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، 2001، ص147

<sup>2</sup> - علي عبد الفتاح أبو شرار، الاقتصاد الدولي نظريات وسياسات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007، ص445

<sup>3</sup> - كلثوم كباني، التنافسية وإشكالية الاندماج في الاقتصاد العالمي دراسة حالة الجزائر، المغرب و تونس، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة

محمد خيضر، باتنة، 2008، ص88

<sup>4</sup> - المرجع نفسه، ص ص 88-89

- أما فيما يتعلق بالدول النامية فهي ترى عدم التسرع في تطبيق حرية التجارة حتى الانتهاء من مراجعة توصيات جولة الأوروغواي التي من أهم انعكاساتها انخفاض الصادرات خلال عامي 1997/1998. 7% والاستثمارات الأجنبية المباشرة وتراجع مؤشرات التنمية وأسعار المواد الأولية بنسبة من خلال ما تقدم يتضح فشل مؤتمر سياتل في تحرير السياسات التجارية للدول الأعضاء بعد فشله في مؤتمر سنغافورة وجنيف عامي 1996 و1998 على التوالي.

مؤتمر الدوحة ما بين 9-13 نوفمبر من عام 2001 بقطر والذي واصل دعمه لتطبيق اتفاقيات جولة الأوروغواي غير أن المؤتمر شهد خلافات واعتراضات حيث طالبت الدول النامية برفع الدعم عن المزروعات المعدة للتصدير والمنتجة في الدول الصناعية وفتح أسواقها لزراعات الدول النامية<sup>1</sup>. وتم الاتفاق في هذا المؤتمر على أهمية دور الدول النامية في تصنيع نماذج دوائية مماثلة بأقل تكلفة من الأدوية المحمية ببراءة الاختراع بشرط حدوث أزمة صحية عامة تستدعي ذلك ودون حق إعادة تصديرها للدول الفقيرة الغير القادرة على إنتاجها<sup>2</sup>.

وعلى الرغم من المحاولات المستمرة فقد ظل الفشل يلاحق المنظمة العالمية للتجارة حتى مؤتمرها الخامس بكانون الأول الذي انعقد بين 10/14 ديسمبر 2003، فلم يتم الاتفاق على طريقة التفويض بشأن الحواجز التجارية والمنتجات الزراعية ودعم الصادرات وسياسات المساندة المحلية وقد انتقل موضوع الخلاف بين الدول المتقدمة فيما بينها إلى ما بين الدول النامية والمتقدمة خاصة فيما تعلق بقضية الدعم الزراعي الذي تقدمه الدول المتقدمة لمزارعيها. وترى فيه الدول النامية تعارضا مع قوانين المنظمة في الوقت الذي كانت فيه الدول المتقدمة تضغط للحصول على شروط جديدة لتحرير الاستثمار<sup>3</sup> أما المؤتمر السادس للمنظمة بهونغ كونغ الذي انعقد بتاريخ 13/18 ديسمبر 2005 وحضي بالفشل حيث تم التوصل إلى وقف دعم الصادرات الزراعية في العالم في حدود 2013 غير أن الدول النامية كانت تطالب أن يكون التاريخ 2010، كما قررت الدول المتقدمة السماح بدخول 97% من وارداتها من الدول الأكثر فقرا دون رسوم جمركية ولا حصص استيراد ابتداء من 2008. إن إنشاء المنظمة العالمية للتجارة جاء تلبية لرغبة الدول المتقدمة في تحرير التجارة وإزالة كافة القيود أمام نمو التبادل الدولي، ولكن في حقيقة الأمر فقد استمرت هذه الدول في حماية منتوجاتها من خلال إجراءات التشدد في تطبيق قواعد الصحة والبيئة والتي تعتبر من أنجع الوسائل التي تستعملها في سياساتها التجارية والتي لا تتنافى مع مبادئ المنظمة العالمية للتجارة فضلا عن استغلال حجج تتعلق بحماية حقوق الإنسان كتشغيل الأطفال دون السن القانوني وكلها قيود ضد صادرات الدول النامية وخدمة لمصالح الدول المتقدمة.

<sup>1</sup> - عياش قويدر، ابراهيمي عبد الله، آثار انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة بين التفاؤل والتشاؤم، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الثاني،

جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2005، ص 60

<sup>2</sup> - كلثوم كياني، مرجع سابق، ص 90

<sup>3</sup> - كلثوم كياني، مرجع سابق، ص 24

## ثانياً: التكتلات الإقليمية ودورها في الانفتاح الاقتصادي العالمي

لقد شهد العالم قيام تكتلات اقتصادية إقليمية ويعود إنشاؤها لمجموعة من العوامل التي تدفع دولة ما أو مجموعة من الدول لتكوين كتل اقتصادي أو الانضمام إلى كتل قائم بالفعل قصد تحقيق أغراض معينة. بات من الواضح أن معظم دول العالم المتقدمة منها والنامية تلجأ إلى الدخول في تكتلات اقتصادية إقليمية ودولية، باعتبارها ذات تأثير على اقتصادياتها وعلى النشاط الاقتصادي العالمي، حيث أصبحت المنظمة العالمية للتجارة تساعد على قيام هذه الظاهرة<sup>1</sup>.

هناك العديد من الأسباب التي تدعو الدول إلى الدخول في مثل هذه التكتلات فهناك الأسباب الاقتصادية والأسباب السياسية، حيث تتمثل الأسباب الاقتصادية في توسيع نطاق السوق والاستفادة من مزايا التخصص ووفورات الحجم، فضلاً عن حرية انتقال رؤوس الأموال والسلع والخدمات والتكنولوجيا والعمالة، أما الأسباب السياسية لهذه التكتلات فهي تقع في خلق ما يسمى بالدفاع المشترك أي في حالة تعرض إحدى هذه الدول للاعتداء فلا بد لباقي الدول الأعضاء الدفاع عنها<sup>2</sup>.

لذلك فالاندماج في إطار التكتلات، والذي يؤدي إلى خلق التجارة يكون قد ساهم مساهمة إيجابية في دعم اقتصاديات الدول الأعضاء، كما أنه يؤدي إلى تحويل الدول الأعضاء من شركاء أقل كفاءة إلى شركاء أكثر كفاءة داخل الإقليم، وهو ما يعني رفع مستوى الأداء داخل التكتل من خلال المنافسة أو الدعم أو الاستثمارات البيئية كما يعمل على النهوض بتلك الاقتصاديات وتفعيل دورها محلياً ودولياً وكذا تعزيز قدرتها التنافسية<sup>3</sup>.

وتظهر التجارب الحديثة في العالم أن هناك تكاملاً بين التكتلات الإقليمية والعولمة حيث تنشأ عملية تبادلية يؤدي فيها الاندماج الإقليمي إلى المزيد من الاندماج في الاقتصاد العالمي، كما تؤدي سياسات الاندماج العالمي إلى مزيد من الاندماج للاقتصاديات الإقليمية، كما تنطلق العولمة من مقولة أن التكتل الاقتصادي على الصعيد العالمي يؤدي إلى تحسين الأداء الاقتصادي الوطني، حيث يؤدي انفتاح الأسواق

وإزالة القيود أمام حرية التجارة وتشجيع رؤوس الأموال للاستثمار عبر الحدود، إلى زيادة كفاءة استخدام الموارد واستغلال الميزات النسبية أفضل وجه وتحسين معدلات النمو الاقتصادي<sup>4</sup>.

مع التزايد المستمر في الدعوة إلى عولمة الاقتصاد وعولمة التجارة وإطلاق حرية السوق والمنافسة، تزايدت النزعة الدولية نحو إقامة تكتلات إقليمية بين الدول وذلك لفتح الأسواق وتدفق أنواع الاستثمار واليد العاملة وتسهيل حركة السلع والخدمات ورؤوس الأموال وتنسيق السياسات الاقتصادية والمالية بين الدول الأعضاء في

<sup>1</sup> - فؤاد أبو ستيت، التكتلات الاقتصادية في عصر العولمة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004، ص 173

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 170

<sup>3</sup> - فؤاد أبو ستيت، مرجع سابق ص 174

<sup>4</sup> - عبد الوهاب رميدي، التكتلات الاقتصادية الإقليمية في عصر العولمة وتفعيل التكامل في الدول النامية، دراسة تجارب مختلفة، أطروحة دكتوراه، علوم اقتصادية، تخصص تخطيط، الجزائر، 2007، ص 118

التكثف وتوفير الحماية من ضرر منافسة الاقتصاديات الأخرى وزيادة القوة التفاوضية في ظل الانفتاح الاقتصادي العالمي.

من هنا يمكن القول أنه أصبح الاندماج أو الانتماء في تكثف اقتصادي في الوقت الراهن بالنسبة للدول أمراً ضرورياً للحد من آثار العولمة وذلك عن طريق حماية اقتصادياتها (صناعياً، زراعياً، خدماتياً) من المنافسة الأجنبية، وتعمل على تحقيق أكبر مكسب من تجمعها كما تصنع حواجز بينها وبين باقي دول العالم وهو ما يعاكس ما تنادي به العولمة الاقتصادية، بالتحريير على المستوى العالمي وليس على المستوى الإقليمي. كما أن للتكتلات الاقتصادية سلطة سياسية تحمي مصالحها، بينما العولمة تقتقد للسلطة العالمية وبالتالي لا تجد من يجمعها. فهل التكتلات الاقتصادية تتعارض معها وستتغلب عليها؟ وحيث أن العولمة هي نتاج تحرير التجارة العالمية مما يجعلها أمراً واقعياً ينبغي التعامل معه<sup>1</sup>.

هناك العديد من أمثلة التكتلات الاقتصادية العالمية والإقليمية مثل النافتا، الآسيان، الكوميسا، اتحاد دول المجلس الخليجي وأهم هذه الاتحادات على الإطلاق هي الوحدة الأوروبية كونها وصلت لأقصى درجات التكامل الاقتصادي ألا وهي الاتحاد النقدي.

لكن بما أن التكتلات الاقتصادية تفوقها الدول المتقدمة كما هو ملاحظ في أوروبا وأمريكا الشمالية، سيزداد تأثيرها على الاقتصاد العالمي بمرور الزمن حيث تنحصر المنافسة في إطار هذه التكتلات الاقتصادية وبالتالي ستؤثر على الوجه الجديد للنظام الاقتصادي العالمي مع بداية القرن الواحد والعشرين من حيث العلاقات ومراكز القوى على حساب الدول النامية لذا فلا بد من تعزيز وتفعيل دور التكتلات الإقليمية في الدول النامية من أجل الاندماج الإيجابي لهذه الأخيرة في فعاليات الاقتصاد العالمي.

### ثالثاً: الشركات متعددة الجنسيات ودورها في انفتاح الاقتصاد العالمي

إن أهم سمات الاقتصاد العالمي في عصر العولمة النمو المتزايد لنشاط الشركات العالمية الكبرى التي تحولت إلى محرك رئيسي في ميدان تنظيم الإنتاج الدولي وتحقيق الاستثمارات المباشرة في مختلف أنحاء العالم، بالإضافة إلى المساهمة في تطوير الاقتصاد العالمي والعلاقات الاقتصادية الدولية.

تبرز أهم خصائص العولمة الاقتصادية هي تلك الخاصة المتعلقة بتعاظم دور الشركات متعددة الجنسيات، ويمكن أن نلمح هذا الدور في جوانب عديدة من خلال تعميق التحول نحو العولمة في كافة المستويات وخاصة الصناعية وهذا ما يعرف بالعولمة الصناعية، بحيث تتبلور عولمة الإنتاج بفضل الشركات متعددة الجنسيات من خلال اتجاهين:

● الاتجاه الأول الخاص بعولمة التجارة الدولية، ففي عقد التسعينات زادت نسبة نمو التجارة العالمية بدرجة عالية بسبب نشاط الشركات متعددة الجنسيات حيث أضحت تستحوذ في مجموعها على 40% من حجم التجارة

<sup>1</sup>- عبد الوهاب الرميدي، سابق، ص 119

الدولية ويغلب عليها الطابع البيئي، كما تتم 80% من مبيعات العالم من خلال الشركات المتعددة الجنسيات وهو مؤشر يوضح تعاضم مركزها في التسويق الدولي<sup>1</sup>؛ ففي إحدى الدراسات وجد أن كل شركة من الشركات متعددة الجنسيات تنتج 22 منتج في المتوسط فشركة جنرال موتورز تنتج العديد من ماركات السيارات الخاصة وسيارات النقل ومن كل منتج تنتج أنواع مختلفة<sup>2</sup>؛ فضلا عن زيادة درجة التنوع في الأنشطة ووجود تكامل رأسي إلى الأمام وإلى الخلف يؤدي إلى زيادة حجم التبادل التجاري بين الشركات متعددة الجنسيات وفروعها وما ساهم في تطور ورواج نشاط الشركات المتعددة الجنسيات هو تفوقها التكنولوجي<sup>3</sup>.

● الاتجاه الثاني الخاص بالاستثمار الأجنبي المباشر؛ فمن خلال الاستراتيجيات الإنتاجية للشركات متعددة الجنسيات زاد نمو معدلات الاستثمار الأجنبي المباشر بمعدل أسرع من معدلات نمو التجارة العالمية، حيث تعتبر هذه الأخيرة العالم سوقا واحدا كما تعمل على تحويل أنشطتها إلى دول مختلفة بهدف البحث عن مزايا تنافسية من حيث تخفيض تكاليف الإنتاج وهذا ما يعرف بإعادة التوطين الصناعي .

تشير معطيات اليونكتاد إلى أن عدد الشركات العابرة للقوميات عام 2004 بلغ 64 ألف شركة، لديها 30 ألف فرع في الخارج 4، وللمقارنة نجد أن عددها عام 1939 بلغ 30 شركة فقط، وارتفع عام 1970 إلى 7 آلاف شركة وإلى 11 ألف شركة عام 1976 مع 86 ألف فرع وتستثمر الشركات العابرة للقارات حوالي 3.5 تريليون دولار، تنتج هذه الشركات ربع إجمالي الناتج المحلي العالمي.

يتركز القسم الأكبر من الشركات العابرة للقوميات واستثماراتها في الولايات المتحدة الأمريكية وبلدان الإتحاد الأوروبي واليابان حيث نجد 90% من المقار الرئيسة للشركات العابرة للقارات تقع في العالم المتقدم فحسب إحصائيات اليونكتاد 100 شركة هي الأكبر، أكثر من نصفها في الولايات المتحدة

الأمريكية 55 شركة، وأكثر من الثلث في أوروبا الغربية 35 شركة أما الشركات اليابانية فعددها ستة فقط، تعمل هذه الشركات بصورة أساسية في مجال إنتاج المعدات الالكترونية والكهربائية 17 شركة والسلع الكيماوية والأدوية 16 شركة وصناعة السيارات 14 شركة واستخراج ومعالجة وتسويق النفط والخامات الأخرى 11 شركة أما خدمات الاتصالات فهي تمثل 6 شركات<sup>5</sup>.

يعتبر التخطيط الإستراتيجي أداة لإدارة الشركات متعددة الجنسيات، وهو المنهج الملائم الذي يضمن ويؤدي إلى تحقيق ما تهدف إليه الشركة متعددة الجنسية والتعرف على ما ترغب أن تكون عليه في المستقبل، وتسعى

<sup>1</sup> - موردخاي كريانين، الاقتصاد الدولي، تعريب إبراهيم منصور، علي مسعود عطية، المملكة العربية السعودية، 2007، ص 214

<sup>2</sup> - سيد محمد جاد الرب، إدارة الأعمال الدولية، جامعة الاسكندرية، 2010 ص 380 -

<sup>3</sup> - هيفاء عبد الرحمن ياسين التكريتي، آليات العولمة الاقتصادية و آثارها المستقبلية في الاقتصاد العربي، دار حامد للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010،

ص 364

<sup>4</sup> - الانتكاد، تقرير الاستثمار العالمي لعام 2004، جنيف ونيويورك ص 07 -

<sup>5</sup> - عادل المهدي، عولمة النظام الاقتصادي العالمي ومنظمة التجارة العالمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004، ط2، ص55

من خلاله الشركات متعددة الجنسيات إلى اقتناص الفرص وتعظيم العوائد وتحقيق معدلات مرتفعة من المبيعات والأرباح<sup>1</sup>

وتخفيض التكاليف مستعينة بنموذج الاقتصاد الجغرافي\*.

إن التطور الكبير الذي سجلته الشركات متعددة الجنسيات التابعة للدول المتقدمة لا ينفى بروز شركات تابعة للدول النامية تعمل على إيجاد مكان لها في الساحة الدولية من خلال زيادة أنشطتها في الخارج وتنويعها، ويعود السبب إلى التأثير المستمر للعولمة على اقتصاديات هذه الدول فحركة الانفتاح التي باتت تميز كل الاقتصاديات فرضت على شركات الدول النامية التنافس مع الشركات متعددة الجنسيات من دول أخرى في الأسواق المحلية والخارجية على حد سواء، حيث تشير المعطيات إلى أنه ثمة شركات تنتمي إلى بلدان نامية وذات اقتصاديات ناشئة (كالصين وروسيا وكوريا الجنوبية والمكسيك وجنوب إفريقيا وسنغفورا) أصبحت تتحول إلى شركات عابرة للقوميات<sup>2</sup>.

شهدت الشركات متعددة الجنسيات تطورا ملحوظا، من حيث ممارسة نشاطها في مناطق تتعدى حدودها الوطنية، وتفرض نفسها في العالم بأسره وبالرغم من أنها لقيت قدرا كبيرا من المعارضة في السبعينيات من القرن الماضي إلا أن تآزم الأوضاع الاقتصادية في كثير من الدول النامية جعلتها تسعى جاهدة لاستقبال هذه الشركات.

### المطلب الثاني: تحرير قطاع الخدمات السياحية

#### الفرع الأول: تحرير تجارة الخدمات

لأول مرة تدخل تجارة الخدمات إلى جانب تجارة السلع في عملية تحرير التبادل التجاري ويعتبر هذا الجانب من السمات الطموحة لجولة أوروغواي وقد أضيفت إلى جانب الاتفاقية الأصلية الخاصة بالسلع GATT الاتفاقية الجديدة وهي الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات GATS<sup>3</sup>، ولتعظيم أهمية الخدمات في الهيكل الإنتاجي في الدول المتقدمة فقد سعت أمريكا والمجموعة الأوروبية لإدراج الخدمات في المفاوضات تحت ذريعة أن قطاع الخدمات مازال يعاني من قيود عديدة لم تمتد لها يد التحرير؛ وكان موضوع تحرير تجارة الخدمات محل خلاف بين أمريكا ودول الجنوب؛ خصوصا البرازيل والهند حيث ترى دول الجنوب أن تحرير تجارة الخدمات سيؤثر سلبا على قطاع الخدمات فيها لتفوق الدول المتقدمة في هذا الجانب ولقدرتها التنافسية العالية مقارنة بدول الجنوب، فمن الطبيعي أن تطالب دول الشمال بتحرير التجارة في الخدمات وهذا الاعتبار الرئيس الذي يفسر

<sup>1</sup> - عثمان أبو حرب، الاقتصاد الدولي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 285

\* - الاقتصاد الجغرافي: هو تأسيس نظري وضع في التسعينات لتفسير الآليات التي تكون الأصل في تخصص الدول والمناطق، بحيث تحاول الإجابة عن العوامل التي تدفع الشركات متعددة الجنسيات للتمركز في بعض المناطق دون غيرها، حيث أن نماذج الاقتصاد الجغرافي تحاول تحقيق العلاقة بين النظريتين، نظرية التجارة الدولية التي تهتم بالخصائص الاقتصادية للدول والنظرية الثانية التي تهتم باستراتيجيات إعادة التوطين للشركات متعددة الجنسيات.

<sup>2</sup> - محمد دياب، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار منهل اللبناني للنشر والتوزيع، بيروت، 2010، ص 281

<sup>3</sup> - يمكن العودة لابراهيم العيسوي، الجات وأخواتها، 1995، ص 61، 65

مقاومة دول الجنوب تحرير تجارة الخدمات لإدراكها عدم امتلاكها مقومات المنافسة في السوق الدولية في مجال الخدمات غير أنها وافقت تحت ضغط الدول المتقدمة التي ربطت موافقتها على إدراج المنتجات الزراعية ومنتجات النسيج والتي ظلت لفترة طويلة مستثناة من اتفاقية الجات مقابل ما تقدمه دول الجنوب من التزامات في مجال الخدمات<sup>1</sup>.

ركزت المفاوضات في الجولة فيما يتعلق بتجارة الخدمات على تعريف تجارة الخدمات /حيث شملت على الخدمات المصرفية والمالية والتأمين والنقل البري والبحري والجوي والمقاولات والبناء والسياحة والاتصالات السلكية واللاسلكية (البريد والهاتف ووسائل الاتصال الصحافة والاعلام السمعي)؛ وكلها أصبحت محررة وخاضعة للاستثمار الأجنبي والتجارة والخصخصة وهذا ما حددته الاتفاقية من خلال نصوصها أثارت دول الجنوب موضوع انتقال العمالة المهاجرة ونتيجة لاعتراض الدول المتقدمة التي أكدت على قضايا الحق في التشغيل والإقامة وتمت الموافقة على الحق في مرافقة تنفيذ الالتزامات التي ترتبط بها دول الاستقبال<sup>2</sup>؛

أما القضية الثانية فقد حددت القواعد المناسبة لتجارة الخدمات بين الدول والمتضمن كيفية تعامل الدول مع تجارة الخدمات وإزالة العوائق وفض المنازعات عند حدوث اختلافات مما يعني تحرير التجارة الدولية في الخدمات والقضايا المطروحة هي النظام الداخلي في الدول المختلفة مما يعني امتداد ولاية المفاوضات إلى القيود واللوائح الداخلية للدول بعد أن كانت محصورة على القيود التي تطبق في نقط العبور؛

والتجارة في الخدمات تتطلب انتقال مقدمي الخدمة ومتلقيها وأهمها تصدير الخدمات من دولة إلى أخرى وتتم عبر أربعة وسائل (انتقال الخدمة عبر الحدود، انتقال العمالة، انتقال المستهلك وحق التأسيس في البلد الآخر)؛ القضية الثالثة تتعلق بالاستثناءات العامة التي يتم اعتمادها عند تطبيق قواعد الحماية والأخلاق العامة والنظام العام لحماية الأمن القومي والبشر؛

القضية الرابعة تتعلق بالدخول في الجولات المتتابعة تبدأ خلال خمس سنوات من تاريخ قيام منظمة التجارة العالمية لتحقيق مستوى أعلى من تحرير التجارة والخدمات كما تتضمن الاتفاقية التي تعتبر من أكبر ثلاث اتفاقيات تشكل في مجملها جولة أوروغواي على ملاحق أولها اتفاق للمبادئ والأحكام العامة أما ثاني الملاحق التي تتضمن أحكام خاصة ببعض قطاعات الخدمات التي لا تكفي الأحكام العامة معالجة سماتها وخصائصها المتميزة، وهي ملحق الخدمات المالية وملحق خدمات الاتصالات وملحق خدمات النقل الجوي وملحق انتقال الأيدي العاملة اللازمة لتوليد الخدمات؛ أما الثالثة فيتضمن جداول الالتزام المحدودة المقدمة من كل دولة التي تلتزم بتحريرها من خلال فتح أسواقها أمام موردي الخدمات الأجانب وتفرض الاتفاقية أن تعامل الخدمات الأجنبية دون تمييز مع الخدمات الوطنية فلا يجوز تعميق هذا التمييز وعندما يعطي أي بلد ميزة ويقضي الاتفاق التزام الدول المتقدمة بإنشاء مراكز اتصال خلال عامين من بدء تنفيذ الاتفاقية لتسهيل حصول دول الجنوب على

<sup>1</sup> - هيفاء عبد الرحمن ياسين التكريتي، مرجع سابق، ص 409

<sup>2</sup> - Uruguay round, Find Act, Marrakesh 15 April 1994, p384

المعلومات عن أسواق الخدمات في الدول المتقدمة المتعلقة بالجوانب التجارية والفنية والتكنولوجية التي تحتاجها دول الجنوب لتطوير صادراتها<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: تحرير خدمات السياحة في إطار تحرير تجارة الخدمات

تغطي الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات 12 قطاعا خديما من بينها قطاع السياحة والسفر الذي يمثل القطاع رقم 09 في الاتفاقية، وعلى الرغم من تخصيص الاتفاقية ملاحق لقواعد تحرير التجارة في أربعة قطاعات خدمية رئيسية شملت الخدمات (المالية، النقل الجوي، الاتصالات، انتقال العمالة)، إلا أنها لم تخصص ملحقا مستقلا لقطاع السياحة وقد طالبت دول عديدة بذلك بالإضافة إلى منظمة التجارة العالمية.

تشير إحصائيات منظمة التجارة العالمية إلى أن قطاع السياحة هو أكبر قطاع من حيث عدد الدول التي قدمت التزامات من بين قطاعات الخدمات المختلفة حيث قدمت 128 دولة من الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية تمثل 86% من إجمالي الدول الأعضاء التزاماتها في قطاع السياحة والسفر وتعهدت الدول العربية الأعضاء في المنظمة بالالتزامات العامة، والالتزامات المحددة في مجال السياحة والسفر وهي تختلف من دولة لأخرى<sup>2</sup>.

تدعو الأهداف الرئيسية للاتفاق العام للتجارة في الخدمات إلى المساواة في معاملة الخدمات المحلية والأجنبية والتقليل من التمييز والحماية في تجارة الخدمات، بما في ذلك الخدمات السياحية؛ ويدعو الاتفاق للتجارة في الخدمات جميع الدول الأعضاء إلى توفير المساواة في المعاملة وفي النفاذ إلى السوق للموردين الأجانب الذين يوفرون خدمات من قبيل تشغيل الفنادق ووكالات السفر والرحلات وتتضمن المساواة في المعاملة السماح للموردين الأجانب بإنشاء الخدمات السياحية في غير بلدانهم والسماح لهم بالحصول على جميع المستلزمات من الخارج وإعطائهم الحوافز المحلية والميزات الأخرى التي يتمتع بها موردو الخدمات المحليون<sup>3</sup>، وتتضمن كذلك حرية تنقل الموظفين اللازمين لإدارة هذه الخدمات من بلد لآخر دون قيود، وبشكل عام يدعو الاتفاق العام لتجارة الخدمات إلى التحرير التام والكامل للتجارة في الخدمات بما فيها السياحة وإلغاء جميع الحواجز والقيود التجارية التي تحول دون نمو هذا القطاع؛ ولتحرير التجارة وتنقل السلع والأفراد بحرية آثار إيجابية على قطاع السياحة خاصة مجال سياحة المؤتمرات والتدريب وسياحة رجال الأعمال خصوصا في البلدان التي لديها البنية التحتية اللازمة لتلبية الطلب المتوقع وعلاوة إلى ذلك يشكل قطاع الخدمات السياحية قطاعا مفتوحا نسبيا مقارنة بباقي القطاعات الأخرى ومعظم البلدان تعتمد على القطاع الخاص بما في ذلك القطاع الخاص الأجنبي للقيام بدور رئيسي في تنمية السياحة وتزوده بالحوافز والميزات لتحقيق هذا الغرض وبالإضافة إلى ذلك يعمل مشغلو الفنادق الدولية بنشاط في عدد كبير من البلدان السياحية، ولكن المشكلة الرئيسية التي تواجه مشغلي السياحة في

<sup>1</sup> -أسامة المجذوب، مرجع سابق، ص72

<sup>2</sup> - التعاون العربي في مجال السياحة، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، صندوق النقد العربي، جامعة الدول العربية، 2007، ص226 .

<sup>3</sup> - ناجي التوني، دور وأفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2001، ص09

البلدان النامية وهي نوعية الخدمات المقدمة، فمستواها الحالي لا يسمح لها بالتنافس على النطاق العالمي ويجري حاليا توسيع وتحسين معظم الخدمات المحلية قبل أن تسمح لهذه الخدمات فرصة التحسن والتطور هذا على الأمد المتوسط والقصير.

**- الأثر المحتمل للاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات على خدمات ( الحركة الجوية، إنتاج الخدمات السياحية وحرية حركة الناس والوصول إلى الأسواق وأسواق العمل)**

معظم خدمات الحركة الجوية غير مشمولة بتخصصات الاتفاق، وتقوم المنظمات الرئيسية المسؤولة عن النقل الجوي بدراسة السبل التي يمكن أن يسهم بها الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات في تحرير النقل الجوي في المستقبل ويوفر الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات إطارا للتفاوض بشأن دخول موظفي الخدمة مؤقتا إلى أراضي الأطراف الأخرى وتعتبر حركة الأشخاص الطبيعيين شرطا ضروريا لمشاركة البلدان النامية في السوق العالمية للخدمات وقد أعطت البلدان النامية الأولوية للالتزامات بموجب الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات فيما يتعلق بنقل الأشخاص الطبيعيين (الأسلوب 4 من الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات)، مع الأخذ في الاعتبار جزئيا ميزة تكلفتها التنافسية في مجال العمالة غير أن الالتزامات في هذا الوضع ترتبط ارتباطا كبيرا بالوجود التجاري، كما أن الشركات التي لا يوجد فيها مثل هذا الوجود التجاري تتعرض للتمييز من خلال الاضطرار إلى مواجهة قيود التأشيرات مثل ما يسمى باختبار الاحتياجات الاقتصادية، وهو تقدير اختياري وغير شفافي وتشكل هذه القيود حواجز خطيرة أمام

التجارة في الخدمات وتلغي فرص الوصول إلى الأسواق التي تم تمديدها في الالتزامات وتثير زيادة حركة الأشخاص الطبيعيين أيضا مسألة الحاجة إلى تعزيز المعايير الدولية فيما يتعلق بمنح التراخيص والاعتماد وإصدار الشهادات لمقدمي الخدمات، فعلى سبيل المثال، تقوم منظمة السياحة العالمية بوضع مجموعة من معايير الجودة التي ينبغي تطبيقها في الأماكن السياحية ويعتبر الاعتراف بالشهادات والمؤهلات المهنية شرطا مسبقا آخر لحركة الأشخاص الطبيعيين في الخارج. وهذا يستدعي موازنة الدبلوماسية واتفاقات الاعتراف المتبادل بين البلدان<sup>1</sup>.

فيما يتعلق بحركة المستهلكين، تعتبر السياحة مثلا على قطاع الخدمات حيث يكون الاستهلاك في الخارج ذا أهمية خاصة ومع ذلك، فإن حركة السياح في بعض الحالات تقيدتها الصعوبات المرتبطة بإصدار التأشيرات، واللوائح المتعلقة بالعملة الصعبة، وعدم كفاية أو عدم كفاية خدمات النقل الجوي من وإلى البلدان المستقبلية للسياح ومن المتوقع أن تعالج المفاوضات المتعلقة بالاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات هذه المشاكل والالتزامات المحددة التي قطعت في إطار الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات لتشجيع زيادة مشاركة البلدان

<sup>1</sup> - Human Resources Development, **Employment and Globalization in the Hotel, Catering and tourism sector**, Rapport, OIT, Genève, 2001, p23

[www.oit.org/global/publications/ilo-bookstore/.../index.htm](http://www.oit.org/global/publications/ilo-bookstore/.../index.htm) consulté le: 12/10/2017; 15.00h

النامية في تجارة الخدمات العالمية تتصل بثلاثة مجالات رئيسية هي: أولاً، تعزيز قدرات الخدمات المحلية للبلدان النامية من خلال الحصول على التكنولوجيا على أساس تجاري، وهو ما يتحقق عادة من خلال توظيف وتدريب الموظفين المحليين في الفنادق المملوكة للأجانب؛ وثانياً، تحسين وصول البلدان النامية إلى قنوات التوزيع وشبكات المعلومات. ويعني ذلك في قطاع السياحة الوصول إلى المعلومات المحوسبة وشبكات التحفظ التي تديرها وتملكها كيانات في البلدان الصناعية؛ وثالثاً، تحرير الوصول إلى الأسواق في القطاعات وطرق التوريد ذات الأهمية التصديرية لها (المادة 4 من الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات)، ووفقاً للمادة التاسعة والعشرون من الاتفاق العام بشأن التجارة في الخدمات، يمكن للبلدان النامية أن تهيئ شروطاً إضافية لمثل هذا الوصول بهدف تحقيق الأهداف الإنمائية للمادة الرابعة، أي تعزيز قدراتها في مجال الخدمات المنزلية وتحسين إمكانية وصولها إلى قنوات التوزيع وشبكات المعلومات ومن المرجح أن يكون لتحرير الخدمات آثار إيجابية وسلبية على القوى العاملة فيما يتعلق بالأجور والعمالة. وقد تؤدي زيادة المنافسة من قبل شركات الفنادق والمطاعم المجهزة تجهيزاً أفضل من الخارج إلى فقدان الوظائف في المؤسسات المحلية على المدى القصير. ومع ذلك، ستعمل الشركات الأجنبية على توظيف السكان المحليين، وزيادة العمالة المحلية والمساهمة في رفع مستوى المعيشة<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: المنظمات السياحية الإقليمية والدولية وتحرير الخدمات السياحية

هناك العديد من المنظمات والهيئات المختصة بالنشاط السياحي على المستوى الإقليمي والدولي وهدفها الأساسي تحرير وعولمة الخدمات السياحية.

#### الفرع الأول: المنظمات السياحية الإقليمية

##### 1- المجلس الوزاري العربي للسياحة

تأسس أول اتحاد عربي للسياحة عام 1955 في مدينة القدس ثم جرى تحويله ليحمل اسم المنظمة العربية للسياحة عام 1980، وفيما بعد تم إلغاء هذه المنظمة عام 1989، وبعدها تم إنشاء مجلس الوزراء السياحي العربي عام 1997 لتحقيق الأهداف الآتية<sup>2</sup>:

- تنشيط السياحة العربية؛

- تنشيط الجهود المتعلقة بالنشاط السياحي العربي؛

- الترويج للمنتج السياحي العربي في الخارج لزيادة حركة السياحة الوافدة إلى الدول العربية.

<sup>1</sup> - Human Resources Development , op.cit, 24

<sup>2</sup> - المجلس الوزاري العربي للسياحة، جامعة الدول العربية، القاهرة، الموقع الإلكتروني للمجلس: [www.lasportal.org/](http://www.lasportal.org/) التاريخ 2016/02/12 الساعة 15.00

## 2- المنظمة العربية للطيران المدني:

تأسست عام 1996 في المغرب، وتضم الهيئة 13 دولة عربية وتعتبر هذه الهيئة المرجعية العربية التي من مهامها التفاوض باسم الدول العربية على المستوى الدولي للحصول على الحقوق العربية في مجال النقل الجوي، ومن أهدافها ما يأتي<sup>1</sup>:

- توحيد قوانين الطيران؛

- إبراز رؤية عربية موحدة لمواجهة التكتلات العالمية؛

- مواجهة السياسات العالمية في مجال النقل الجوي وبما يحقق المصالح العربية؛

- تطوير شبكات الخطوط العربية؛

- تطوير شبكات الاتصالات الجوية؛

- تبني مشروعات عربية مشتركة أو خلق كيانات عربية عملاقة في مجال النقل الجوي.

## 3- الاتحاد العربي للنقل الجوي ( الأكو):

تأسس عام 1965، وتعتبر مدينة بيروت هي المقر الرئيسي للاتحاد، ومن أهدافه:

- التعاون بين شركات الطيران العربية؛

- تطوير شركات الطيران العربية؛

- تعميق التفاهم بين الأعضاء؛

- إعداد المشروعات المشتركة بين الأعضاء؛

- تطوير القدرات البشرية من أجل تحسين الأداء؛

- الارتقاء إلى مستويات السلامة المطلقة؛

- ومن أهم المشروعات التي قام بها الاتحاد العربي للنقل الجوي ما يأتي<sup>2</sup>:

● مركز التدريب الإقليمي لتدريب العاملين في الشركات العربية؛

● المشروع العربي لنظام الحجز الآلي؛

● مشروع المشترك للوقود؛

● مشروع الخدمة المشتركة في محطة لندن؛

وتستفيد الدول الأعضاء من هذه المشروعات من حيث إمكانية شراء الوقود وقطع الغيار والخدمات الفنية والتدريب البشري بتخفيض التكاليف.

<sup>1</sup> - المنظمة العربية للطيران المدني، جامعة الدول العربية، مقرها المملمة المغربية، الرباط، الموقع الإلكتروني للمنظمة: [www.acac.org.ma/](http://www.acac.org.ma/)

التاريخ 2016/02/12 الساعة 15.00

<sup>2</sup> - الاتحاد العربي للنقل الجوي، جامعة الدول العربية، بيروت، الموقع الإلكتروني للاتحاد: [www.aaco.org/](http://www.aaco.org/)

#### 4- منظمة الشرق الأوسط والبحر المتوسط للسياحة والسفر ( الممتا):

تأسست عام 1995 في تونس ومن أهدافها ما يأتي<sup>1</sup>:  
 - التغلب على المعوقات الفنية والتدريب والتسويق وتوفير برامج مؤهلة لرفع مستوى أداء العاملين في مجال السياحة؛

- رفع درجة الوعي السياحي للتعريف بمنطقة الشرق الأوسط والبحر المتوسط؛  
 - تشجيع السياحة بين دول المنطقة.

#### 5- الاتحاد الإفريقي للنقل الجوي (الأفرا):

تأسس هذا الاتحاد عام 1968، ويوجد المقر الرئيسي في نيروبي/كينيا، ويهدف الاتحاد إلى ما يأتي:  
 - التنسيق بين وجهات النظر المختلفة لشركات الطيران الإفريقية فيما يتعلق في القضايا المشتركة؛  
 - تجميع وتحليل البيانات وإعداد الدراسات والتقارير الدورية عن كفاءة التشغيل للشركات الإفريقية؛  
 - التعاون مع جميع الهيئات التي تهتم بتطوير النقل الجوي الإفريقي؛  
 توفير التعاون بين المنشآت الخاصة بالنقل الجوي؛  
 تطوير سلامة الطيران.

#### 6- اتحاد السفر لشرق آسيا: E.A.T.A

ويضم الاتحاد في عضويته خمسة عشر منظمة سياحية تعمل في المنطقة وكذلك اتحادات السياحة وشركات الطيران، ومن أهدافه ما يأتي:  
 - دعم التعاون بين الأعضاء؛  
 - تذليل الصعوبات التي تواجه الأعضاء من أجل تنمية العمل السياحي؛  
 - تنمية وتشجيع حركة السياحة القادمة من دول العالم.

#### 7- اتحاد المنظمات السياحية لأمريكا اللاتينية: L.A.C.T.O

تأسس هذا الاتحاد عام 1957، ومقره الرئيسي في مدينة بيونس إيرس/ الأرجنتين ومن أهدافه ما يأتي:  
 - تشجيع السياحة وتنميتها في دول أمريكا اللاتينية؛  
 - المحافظة على المقومات الطبيعية والبشرية في دول أمريكا اللاتينية؛  
 - دعم البنية الأساسية وتنويع الخدمات السياحية ورفع جودتها؛  
 - التنسيق بين كافة أنشطة وكالات السياحة والسفر من أجل تنشيط الحركة السياحية.

<sup>1</sup> - منظمة الشرق الأوسط والبحر المتوسط للسياحة والسفر، تونس، تضم ( تونس، قبرص، مصر، تركيا، الأردن)، الموقع الإلكتروني للمنظمة:

[www.mamtta.org/](http://www.mamtta.org/)

### 8- اتحاد الكاريبي للسياحة: C.T.A

تأسس هذا الاتحاد عام 1951 لتحقيق الأهداف الآتية:

- تنمية السياحة في جزر الكاريبي؛
- تشجيع إجراء الدراسات والأبحاث السياحية وإعداد الإحصائيات التي تساهم في ازدهار صناعة السياحة في جزر الكاريبي.

### 9- اتحاد السفر في منطقة الباسيفيك: P.A.T.A

تأسس هذا الاتحاد سنة 1951 ومن أهدافه ما يأتي:

- تنشيط حركة السياحة إلى دول المنطقة؛
- تشجيع جميع الأنشطة التي تزيد من حركة السياحة والسفر؛
- دعم كافة برامج البحوث والتسويق والترويج المتعلقة بالأنشطة السياحية بين دول الباسيفيك.

### الفرع الثاني: المنظمات السياحية الدولية

يوجد العديد من المنظمات والهيئات السياحية الدولية والتي من مهامها الإشراف على أنشطة وأعمال السياحة والسفر على المستوى الدولي نذكر منها ما يأتي:

### 1- منظمة السياحة العالمية: U.N.W.T.O<sup>1\*</sup>

تأسست عام 1975 في مدريد باسبانيا وتضم المنظمة 130 دولة وتضم أيضا 300 عضو منتسب، وتعتبر هذه المنظمة هي المنظمة الدولية الحكومية للسياحة ومن أهم أهدافها:

- تشجيع ازدهار صناعة السياحة في العالم؛
- تقوية التعاون الدولي في مجال السياحة والسفر للدول الأعضاء؛
- تهيئة المناخ المناسب للأنشطة السياحية في مختلف دول العالم؛
- الاهتمام بمشاكل البيئة؛
- تحقيق الجودة في الخدمات السياحية؛
- إصدار الإحصائيات الدولية؛
- وينبثق عن هذه المنظمة عدّة لجان منها ما يأتي:
  - اللجنة الفنية للنقل؛
  - اللجنة الفنية للفنادق؛
  - اللجنة الفنية للتنمية السياحية.

### 2- الجمعية الدولية لوكالات السفر(واتا): W.A.T.A

\*- منظمة السياحة العالمية (World Tourism Organization): هي منظمة تابعة للأمم المتحدة تهتم بشؤون الدول من الناحية السياحية، وتصدر الإحصائيات المتعلقة بالطلب والعرض السياحي على مستوى العالم، ومقرها في مدريد، الموقع الإلكتروني للمنظمة:

تعتبر الجمعية منظمة غير حكومية، ومقرها جنيف في سويسرا ويسمح لكل وكالات السفر ذات الشهرة والنشاط السياحي بالدخول كعضوية في الجمعية وتهدف الجمعية إلى تقديم الحوافز والمزايا لأفضل وكالات السفر بهدف الوصول بالخدمات السياحية إلى أعلى المستويات العالمية، وينبثق عن هذه الجمعية لجنتين هما: اللجنة الإدارية واللجنة التنفيذية.

### 3- الاتحاد الدولي لوكلاء السفر (أوفتا): U.F.T.A.A

تأسس هذا الاتحاد عام 1966، ومقره بروكسل في بلجيكا ويصل عدد الأعضاء المنتسبين للاتحاد أكثر من 32 ألف عضو، وتعتبر الأوفتا الممثل الوحيد لجميع وكلاء السفر ويسمح بالانضمام إلى عضويتها كل من وكالات السفر والوكالات السياحية والشركات الفندقية وشركات النقل السياحي والمنظمات والجمعيات التي يتصل نشاطها بالسياحة والسفر ومن المميزات التي يحصل عليها العضو ما يأتي:

- تسجيل اسم الشركة العضو في الدليل العالمي للأوفتا؛
- استخدام شعار الأوفتا على المراسلات الخاصة بالشركة العضو؛
- استلام نسخة من الدليل العالمي سنويا وكذلك النشرات الشهرية؛
- حصول على تخفيض في رسوم التسجيل فور مؤتمر الأوفتا السنوي؛
- سهولة الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة للعمل؛
- تشجيع الشركات السياحية على التواجد الدولي في المؤتمرات السياحية العالمية؛
- تقوية وتنمية الشركات السياحية المحلية؛
- حل المشاكل التي تواجه وكالات السفر حول العالم؛
- مساعدة الأعضاء على التطوير وتوفير الحماية القانونية.

### 4- المجلس العالمي للسياحة والسفر: W.T.T.C\*

يعتبر هذا المجلس تحالف عالمي يتكون من 68 من كبار صانعي القرار في السياحة والسفر على المستوى العالم ويختص عمل المجلس في النشاط السياحي ويهدف المجلس إلى ما يأتي:

- تنشيط التنمية المستدامة؛
- الاهتمام بالبيئة؛
- إزالة العوائق التي تعيق نمو العمل السياحي بالتعاون مع الوكالات والحكومات.

\*- المجلس العالمي للسفر والسياحة) هو منتدى لصناعة السفر والسياحة، ويتكون من أعضاء من مجتمع الأعمال العالمي وتعمل مع الحكومات لزيادة الوعي حول صناعة السفر والسياحة ومن المعروف أنه المنتدى الوحيد لتمثيل القطاع الخاص في جميع أنحاء الصناعة في جميع أنحاء العالم تشمل أنشطتها إجراء بحوث عن الاقتصادي والاجتماعي وتنظيم مؤتمرات القمة العالمية والإقليمية التي تركز على القضايا والتطورات ذات الصلة بالصناعة، مقره لندن، الموقع الإلكتروني للمجلس: <https://www.wttc.org/>

### 5- الاتحاد الدولي للنقل الجوي: I.A.T.A\*

تأسست منظمة الاياتا عام 1945 في هافانا في كوبا لتنظيم شؤون صناعة النقل الجوي وتقديم الخدمات الآتية:

- تخطيط جداول تشغيل الطائرات؛
  - المساعدة في تطوير عمليات نقل الركاب والبضائع؛
  - تثبيت استقرار أسعار نقل الركاب والبضائع؛
  - تقديم معدات ووسائل التدريب الضرورية للدورات التدريبية على مختلف المستويات؛
  - تنظيم العلاقات القانونية وتطوير وسائل الأمن.
- ومن أهم انجازاتها:
- توحيد الأسعار لشركات الطيران العالمية؛
  - توحيد لغة التخاطب بين شركات الطيران العالمية باللغة الانجليزية؛
  - توحيد شكل تذاكر الطيران وبوالص الشحن الشحن المستخدمة في مجال السفر؛
  - توحيد الرموز الدولية المستخدمة في شركات الطيران؛
  - توحيد نوعية الخدمات والوجبات المقدمة على الطائرات؛
  - توحيد مسؤولية شركات الطيران المالية والتعويضات؛
  - وضع لوائح وقوانين تحكم العلاقة بين المسافرين وشركات الطيران وبين شركات الطيران بعضها البعض؛
  - تحديد قيمة العمولة بين شركات السياحة وشركات الطيران؛
  - تحديد نظام لتسوية الحسابات بين شركات الطيران بعضها البعض عن طريق غرفة المقاصة؛
  - تنظيم العلاقات بين شركات السياحة والطيران مع تحديد مستويات كل منها.

### 6- الاتحاد الدولي للطيران المدني (إيكاو): I.C.A.O

تأسست منظمة الإيكاو عام 1944 في مدينة شيكاغو ومقرها الرئيس مدينة مونتريال بكندا وهي منظمة حكومية للطيران المدني، وتتبع منظمة الأمم المتحدة ومن أهم اختصاصات المنظمة ما يأتي:

- الإشراف على تنظيم وتحديد حقوق النقل الجوي لكل دولة من الدول؛
  - تحديد الاختصاصات لأجهزة الطيران المدني في الدول الأعضاء؛
  - إعطاء التصاريح لشركات الطيران العالمية لتنظيم حركة الطيران بين الدول الأعضاء ببعضها البعض؛
- وتهدف من خلال ذلك إلى:

- تحديد المبادئ التي تقوم عليها الملاحة الجوية في العالم؛

\*- الاتحاد الدولي للنقل الجوي (International Air Transport Association): تأسس في 19 أبريل 1945 لمواجهة المشاكل التي قد تتجم عن التوسع السريع لخدمات الطيران المدني في أعقاب الحرب العالمية الثانية. ولم يكن تأسيسه سابقة فريدة في عالم الطيران، إذ سبقه اتحاد مماثل في 28 أغسطس 1919، وهو "الاتحاد الدولي للحركة الجوية". وكان مهمته تنحصر أساساً داخل قارة أوروبا. ومن ثم فقد انتهى الأمر عقب توسع أعماله عام 1939، والمكتب الرئيسي للاتحاد بمدينة مونتريال، ومكتب تنفيذي رئيسي في جنيف، ومكاتب إقليمية في: عمان، وبروكسل، وديكار، ولندن، وريو دي جانيرو، وسنغافورة، وواشنطن، وموقعه الإلكتروني: <http://www.iata.org>

- ضمان سلامة الطيران المدني في العالم؛
- الاشراف على الجوانب الفنية في مجال الطيران المدني مثل ممرات الهبوط والأجهزة الأرضية وأجهزة الرادار؛
- تنمية وتطوير المطارات والخطوط الجوية؛
- تقديم التسهيلات الخاصة بالملاحة الجوية؛
- دراسة المشاكل المرتبطة المدني الدولي.

### الفرع الثالث: التطورات التكنولوجية وتحليل الفرص والمخاطر على البيئة السياحية

#### أولاً: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمحرك لنمو الاقتصاد

يعرف الاقتصاد العالمي تحولات هامة أفرزتها معطيات مختلفة أبرزها وأهمها التطورات التكنولوجية ما تعلق منها بأنظمة الاتصال عن بعد، هذا التطور جعل الاقتصاد العالمي يستفيد من تلك التغيرات، وظهرت إلى الوجود أفكار اقتصادية جديدة تعكس هذه التطورات التي تسمح بتجسيد مبادئ العولمة الاقتصادية. والحقيقة أن من الأسباب التي أفرزت أو أوجدت العولمة، التقدم الغير عادي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث عرفت تقنيات الاتصال السلكية واللاسلكية تطورات هامة. فالإنترنت هي أبرز التقنيات الحديثة التي يستخدمها البلدان النامية والمتقدمة ومن منافعها على الاقتصاد أنه مكنه من تمرير عناصره على مختلف الأدوات التي تمنحها هذه المزايا<sup>1</sup>.

#### 1- واقع الاقتصاد الجديد

ارتبط الاقتصاد الجديد المعرفي بمفهوم أوسع ألا وهو مفهوم "مجتمع المعلومات" الذي يعبر عن رؤية مستقبلية لعالم تكون فيه المعلومات الركيزة الأساسية للاقتصاد والعلاقات البشرية ككل متجسدة في بنية تحتية رقمية عالية كفاءة بتحقيق ذلك في شتى مجالات الحياة .

#### • مجتمع المعلومات:

لقد بدأ مفهوم مجتمع المعلومات يتبلور في بداية سنوات السبعين بعد أن قدم الباحث " باركيل " "يونجي ماسيدا" من المعهد الياباني لتطوير خدمات الكمبيوتر تحت عنوان " خطة وطنية للانتقال قبل سنة 2000 إلى ما بعد المجتمع الصناعي أي مجتمع المعلومات، وقد تجلّى منذ ذلك الوقت مفهوم القوة الإعلامية كطاقة جديدة قابلة للتوزيع عبر شبكات الاتصال وأجهزة الكمبيوتر تركما تأكدت قدرتها على احتواء جل الأنشطة مثل الفنون والعلوم والخدمات التجارية والتربوية والإدارة، فكان ذلك مبشرا بقرب وصول الإنسان إلى مجتمع جديد تتقلص فيه نسبة الصناعات المعهودة في الناتج الوطني ويساهم فيه النشاط الاقتصادي المبني على المعلومات والاتصال

<sup>1</sup>- كمال رزيق، مسدور فارس، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب، البلدة

بأكثر من 50% من مردود كافة القطاعات وهو يركز على جانبي الإنتاج الفكري ووسائل الاتصال والتبادل من خلال الطاقة السريعة الإلكترونية<sup>1</sup>.

## 2. الإبداع والابتكار:

### • مفهوم الإبداع:

لقد أولت النظرية الاقتصادية اهتماما كبيرا للتطور التكنولوجي والإبداع باعتبارها أهم العوامل اللازمة للمنافسة، فقد أثار موضوع الإبداع العديد من المناقشات منذ أكثر من 30 سنة حيث ظهر بصورة جديدة وكان محل اهتمام نظريات الإدارة وحتى علم اجتماع المنظمات وكذا التحليل الاقتصادي والإستراتيجي. يعرف الإبداع على أنه: "التوصل إلى حل خلاق لمشكلة ما أو فكرة جديدة"<sup>2</sup>؛

كما يعرف بأنه: "عملية خلق قيمة جديدة موجهة نحو المستهلك (العميل) باعتباره المصدر الرئيس للمنافسة بين المؤسسات، كما قد يستفيد من هذه القيمة كل أطراف المؤسسة كالعاملين والمساهمين وحتى الشركاء الأجنبيين"<sup>3</sup>

وهنا لابد من وقفة عند بعض المصطلحات ذات العلاقة كالإبتكار innovation والإبداع créativité حيث يرى كل من mealiea, latham أن المصطلحين يمكن أن يستخدموا بشكل متبادل، لكن البعض يرى أن الإبداع يتمثل في التوصل إلى حل خلاق لمشكلة ما أو إلى فكرة جديدة، أما الابتكار فهو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو التحول من الفكرة إلى المنتج.

## 3. اقتصاد المعرفة:

تعتبر المعرفة ثروة اقتصادية غريبة، تمتلك خصائص مختلفة عن تلك التي تميز الثروات التقليدية وبالأخص الثروة الملموسة، وهذه الخصائص ذات طابع ثنائي فهي تعمل من جهة أولى على أن يكون لأنشطة إنتاج المعرفة بصفة عامة مردودا اجتماعيا مرتفعا جدا، وأن تكون بالتالي آلية بتخصيص الموارد والتنسيق الاقتصادي، وبقدر ما تكشف عن الخصائص هذه التطورات عن التأخيرات الواسعة العميقة في الاقتصاد وفي الإدارة فإنها تكشف عن خصائص جديدة يتمتع بها اقتصاد الصناعة واقتصاد مجتمع المعرفة.

- عمار العماري وآخرون، واقع الاقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 05، 2007، ص121<sup>1</sup>

- نجم عبود، إدارة الابتكار، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص17<sup>2</sup>

<sup>3</sup>- ليلي عبد الرحيم، خديجة لدرع، "دور الحاضنات التكنولوجية في دعم الإبداع وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" مداخلة ضمن الملتقى الدولي "إدارة المعرفة والفعالية الاقتصادية" جامعة الحاج لخضر، باتنة، يومي 25، 26، 11/2008، ص9

الجدول(01-03): يلخص مقارنة بين اقتصاد مجتمع المعرفة واقتصاد عصر الصناعة

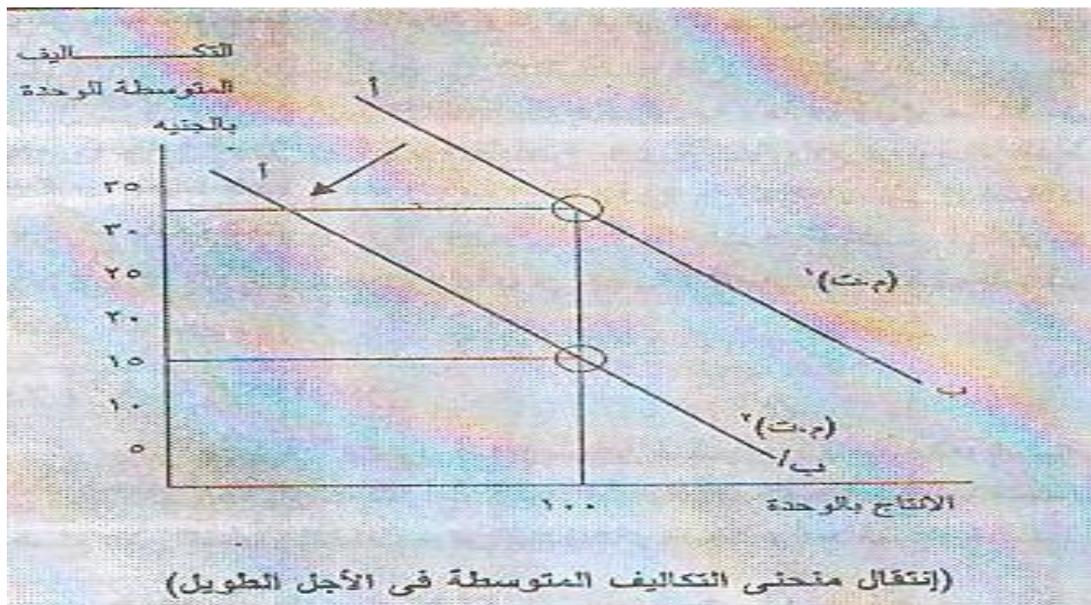
اقتصاد عصر الصناعة	عناصر المقارنة	اقتصاد مجتمع المعرفة
- ثنائية قيمة المنفعة و قيمة التبادل. - أصول تحتفظ بقيمتها و إن لم تستخدم.	مفهوم القيمة	- رباعية متمثلة في هذه الثنائية مضافا إليها القيمة الرمزية و قيمة المعلومات. - أصول تفقد قيمتها إن لم تستخدم.
- الملكية المادية التي يسهل حصرها و توثيقها و حمايتها. - رأس المال المادي و سطوة أصحاب رؤوس الأموال.	مفهوم الملكية	- الملكية الفكرية التي يصعب تحديدها و حمايتها. - رأس المال الذهني و سطوة الرأسماليين الذهنيين.
- الندرة و قلة العرض تزيد من القيمة. - التركيز على جانب العرض (تكنولوجيا تعرض ما تقدر عليه).	العرض و الطلب	- الوفرة و كثرة العرض تزيد من القيمة. - التركيز على تنمية الطلب (تكنولوجيا قادرة على تلبية أي طلب).
- اقتصاد قائم على طور الإنتاج. - نضوب الموارد المادية مع زيادة الاستهلاك . - المستهلك لصيق بالمنتج المستخدم يذهب إلى مقدم الخدمة.	علاقة المنتج بالمستهلك	- اقتصاد قائم على طور إعادة الإنتاج. - نماء الموارد المعرفية مع زيادة الإستهلاك . - الإستهلاك عن بعد ، الخدمات تقدم إلى المستهلك في موقعه.
- على أساس القائم بالفعل . - السعة الإنتاجية. - مقومات التوسع : خطوط إنتاج و منافذ بيع.	تقييم الأداء الاقتصادي	- على أساس المحتمل و الممكن. - الطاقة المعرفية الكافية. - البنية التحتية( من شبكات ،معلومات و قواعد و معارف و بحوث و تطويره).
- إدارة مركزية هرمية استنائية. - تنظيمات فعلية. - إنتاج إجمالي. - زيادة القدرة التنافسية.	نمط الإدارة و التنظيم	شبكة ديناميكية تجمع بين مركزية الإنتاج و التوزيع و لا مركزية السيطرة. - تنظيمات افتراضية . - إنتاج الكلي.

المصدر: نبيل علي،نادية حجازي ، الفجوة الرقمية ، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، عالم المعرفة، الكويت، 2005، ص399

**ثانيا: فرص التطورات التكنولوجية على البيئة السياحية**

توفر التغيرات التكنولوجية فرصتين أساسيتين للمشروعات العاملة في مجال السياحة ووقت الفراغ، إمكانية تخفيض تكاليف الخدمات والسلع التي تقدمها وثانيها توفير منتجات وخدمات وفتح أسواق جديدة؛ فيما يتعلق بفرصة تخفيض التكاليف يلاحظ أنه عادة ما يتم ثبات المستوى التكنولوجي في المدى الطويل ثم يتم توقع النفقات، في حين أن التطورات التكنولوجية المتسارعة يمكن أن تغير تماما من قيمة هذه التكاليف في المستقبل. ويمكن توضيح ذلك من خلال الرسم التالي الذي يوضح العلاقة بين مستوى الإنتاج ومستوى التكاليف حيث يلاحظ أن الجزء المعني من هذه العلاقة يعكس وجود ارتباط عكسي بين الإنتاج والتكاليف المتوسطة بمعنى أن الزيادة في الإنتاج مرتبطة بانخفاض التكاليف المتوسطة نتيجة ما يتحقق من وفورات أو مكاسب الحجم والناجمة عن التوسع في الإنتاج<sup>1</sup>.

الشكل (03-05): انتقال منحنى التكاليف المتوسطة في الأجل الطويل



المصدر: محمد البناء، مرجع سابق، 144

من الشكل يتضح تأثير التطورات التكنولوجية على التكلفة حيث تؤدي إلى انتقال منحنى التكاليف المتوسطة ناحية اليسار مما يدل على أن هناك انخفاضا في التكاليف عند كل مستوى من مستويات الإنتاج أو بمعنى آخر أنه يتم إنتاج نفس الكميات من الخدمات والسلع ولكن بتكاليف أقل عند تطبيق تكنولوجيا أكثر تقدما. ثاني الفرص التي تقدمها التكنولوجيا المتقدمة هو توفير منتجات وخدمات جديدة وفتح أسواق جديدة أيضا الأمر الذي يرفع من القدرة التنافسية للمنشآت ويساعد على استخدام سياسة التسعير في مجالات المنافسة، بل ويسمح

<sup>1</sup> - محمد البناء، مرجع سابق، ص 144

للمنشاء باتباع سياسة التمييز في الأسعار أي تقديم نفس الخدمة بأسعار مختلفة يكفي الإشارة في هذا الصدد إلى إمكانية إضافة خدمة الأنترنت في الغرف حتى يمكن تمييز الخدمة في هذه الغرفة وبأسعار أعلى.

### ثالثاً: تهديدات التطورات التكنولوجية على البيئة السياحية

إن التطورات التكنولوجية التي تتيح فرص خفض التكاليف والتمييز في الأسعار ورفع القدرة التنافسية؛ فإنها تؤدي أيضاً إلى فرض تهديدات وهو ما يتضح في حالة سرعة تقادم بعض السلع والخدمات نتيجة التطورات الفنية المتلاحقة بما يفرض على المنشآت ضرورة مسايرة هذه التحديثات وتحمل أعباء إضافية وتتضح هذه التغييرات التكنولوجية بجلاء في الوقت الحاضر من خلال تزايد قوى المعالجة التكنولوجية في أجهزة الكمبيوتر وفي توفير طاقات أكبر في خطوط ربط المعلومات والبيانات وكذلك ما يحدث من تراجع شديد في أسعار الأقراص الصلبة والسوفت ويرى Software 1.

ويكفي أن نشير إلى أن التطورات في مجال شرائح السيلكون تقود إلى سرعات عالية في معالجة البيانات كما أن التطورات التكنولوجية في مجال نقل المعلومات ساعدت على سرعة نقل البيانات عبر العالم بتكاليف منخفضة وتعد التطورات في ميلتي ميديا Multimedia أي وسائل الاتصال المتعددة واحدة من أهم التطورات في الوقت الحاضر.

### رابعاً: تحليل الفرص والمخاطر (تحليل SWOT)

يمثل أسلوب أو منهج الفرص والمخاطر أحد أساليب التخطيط الاستراتيجي للمؤسسات والمنشآت ووحدات الأعمال المختلفة حيث يتم تحليل كافة الظروف الخارجية والداخلية أي البيئة الخارجية التي تعمل في إطاره المؤسسة وكذا البيئة الداخلية من أجل التعرف على الجوانب ذات العلاقة وتصنيفها على النحو المبين في الجدول التالي بحيث يتم رصد كافة الفرص المتاحة للنجاح وتحقيق أهداف المنشأة وكذلك رصد المخاطر الحالية والمحتملة والتي تهدد إمكانيات نجاح المنشآت أو تضعف إمكانيات تحقيق أهدافها. ويكون على المؤسسة بعد رصد كافة الفرص والمخاطر أن تسعى إلى وضع السياسات والإجراءات المناسبة مستهدفة أو انتهاز الفرص المتاحة وتعظيم أهدافها وثانياً التعامل مع المخاطر وتقليل آثارها السلبية على أداء وأهداف المنشأة في النهاية.

### الفرع الرابع: التسويق الإلكتروني للخدمات السياحية

تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دوراً هاماً في تطبيق الخدمات السياحية الإلكترونية من حيث تفعيل النظم والتطبيقات الخاصة، وأصبح تزويد العملاء بالخدمات الإلكترونية واحدة من مقومات نجاح أي من القطاعات الاقتصادية والتي يأتي على رأسها قطاع صناعة السفر والسياحة، إذ تعزز الخدمات الإلكترونية والتطبيقات الحديثة من سياسات تخفيض التكاليف واختصار العامل الزمني وتعد إحدى الميزات الترويجية في سوق شديدة

<sup>1</sup> - محمد الينا، مرجع سابق، ص 146

التنافسية تهتم بتحديث صناعة السياحة الإلكترونية القسم الأكبر من حجم التجارة الإلكترونية من هذا المنطلق تم تطوير أفضل وأحدث النظم الإلكترونية للخدمات السياحية من حيث العمل على استراتيجيات التسويق الإلكتروني لتحقيق أداء شامل ومتميز يسهم في تطوير المنظومة السياحية، لدعم التنافسية السياحية العالمية لاستقطاب السائحين والاستثمارات السياحية في ظل توافر البيئة والمناخ الاستثماري والصناعات الداعمة لقطاع السفر والسياحة.

### أولاً: تعريف السياحة الإلكترونية

يعتبر مفهوم السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة في علم السياحة التي تتداخل بشدة مع مفهوم التجارة الإلكترونية ومن أهم التعاريف نجد:

" استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السفر والسياحة، واستخدام تقنيات الأنترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين"<sup>1</sup>

كما تعرف أيضا على أنها " نمط سياحي يتم من خلاله تنفيذ بعض معاملاته التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية والسائح من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بحيث تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية " الأنترنت" مع رغبات جميع السائحين الراغبين في قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الإنترنت"<sup>2</sup>

من خلال ما تقدم يمكن تلخيص مفهوم السياحة الإلكترونية في كونها " تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغرض انجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة بالإعتماد على مبادئ وأسس التجارة الإلكترونية وتتعدى في الواقع مفهومها إلى أبعد من ذلك فتكنولوجيا المعلومات والاتصال تستخدم من طرف جميع شركات القطاع السياحي من مؤسسات وهيئات وأفراد وقد تستغل هذه التكنولوجيات في تنشيد وإقامة كيانات سياحية تتطلب تشغيلها أيضا قدرا من المعرفة التكنولوجية لدى روادها.

### ثانياً : استخدامات التسويق الإلكتروني

عالميا ترسخت السياحة الإلكترونية لتصبح خدمات السياحة من خلال الأنترنت صناعة تدر مليارات الدولارات متجاوزة مفهوم خدمات الحجزات التقليدية لمقاعد شركات الطيران وغرف الفنادق والسفن وغيرها إلى خدمات أكثر تفاعلية فنجد أن بعض المواقع مثل موقع Travelocity.com الذي يسمح لك باختيار المدينة أو الجهة ووضع حدود الميزانية وتحديد طبيعة الرحلة ( ترفيه، مغامرة) ليعود لك الموقع بعدد من الخيارات المناسبة لطلبك وميزانيتك، وتوفيراً لوقتك أيضا تقدم العديد من المواقع العالمية الأخرى مثل (Expedia.com)

<sup>1</sup> - Anis Khanchouch, E-Tourism, an Innovative Approach for the Small and Medium- Sized, Tourism Enterprises in Tunisia, OECD, 2004, P30

<sup>2</sup> - رشا علي الدين أحمد، السياحة الإلكترونية حلم دبي القادم نظرة قانونية متوفر على الموقع الإلكتروني: <http://www.OmanO.net/Porum/Showthread.php?t=117336>، تاريخ الإطلاع: 2016/06/12 الساعة 16.00

معظم خدمات السفر المصاحبة مثل وثائق التأمين وخدمات تأجير السيارات وحجز تذاكر المباريات والحفلات والمواقع السياحية و الأثرية.

ويعود سبب تطور القطاع السياحي الإلكتروني إلى<sup>1</sup>:

- عروضات كبيرة ومختلفة من الخدمات السياحية؛

- انتشار سريع لوسيلة الإنترنت في العالم.

ومن التغيرات التي أتى بها القطاع:

في قطاع السياحة الكلاسيكية النموذج يتألف من ثلاث معنيين بالقطاع:

- المنتجون ( شركات الطيران، شركات نقل، الفنادق)؛

- الموزعون ( منظمو الرحلات ووكالات السفر)؛

- المستهلكون أو السائحون.

وفي تنظيم الرحلات التقليدي ليس هناك علاقة مباشرة بين المستهلك أو السائح والمنتج أو شركات الطيران، شركات النقل، فنادق، مطاعم) بل كانت تمر حتما عبر الموزع ولكن مع الأنترنت والسياحة الإلكترونية تغير النموذج الاقتصادي بحيث زال دور الموزع وأصبحت العلاقة مباشرة بين السائح والمنتج؛

### ثالثا: متطلبات تطبيق السياحة الإلكترونية

يمكن إيجازها فيما يلي:<sup>2</sup>

● توافر إطار مؤسسي وتنظيمي: يتعلق هذا الجانب بأهمية التعاون بين المؤسسات الحكومية وبعضها البعض، وكذلك الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المدني من خلال إبراز المزايا التي تعود على كل فاعل من جراء تطبيق نظم التجارة الإلكترونية في مجال النشاط السياحي، فوجود حوار بناء بين المؤسسات يساعد على خلق بيئة صحية ومواتية لتنفيذ المشروعات، حيث يمكن للحكومات ممثلة في وزارات السياحة والهيئات المعنية أن تقدم الدعم المادي للشركات والوسطاء السياحيين المختلفين من أجل استعمال تطبيقات الأنترنت في مجال عملها وكذلك توفير قواعد بيانات تفصيلية عن الموارد السياحية والمنتج السياحي ودعم المواقع الإلكترونية الخاصة بتلك الصناعة على حين يمكن لشركات القطاع الخاص المتميزة من خلال خبراتها مع تكنولوجيا المعلومات والتسويق والتجارة الإلكترونية أن تقدم نصائح واستشارات لصانعي القرار؛

● وجود إطار قانوني محدد على المستويين الدولي والمحلي: تعتبر السياحة الإلكترونية جزءا لا يتجزأ من التجارة الدولية والتي تعمل في إطار الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات بمنطقة التجارة العالمية، وهو الأمر الذي جعل معظم الدول العربية تدرج الخدمات السياحية في جداول التزاماتها الملحقه بالاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات وذلك بهدف التحرير التدريجي للقطاع السياحي لتحقيق أهداف التنمية المرجوة وجذب

<sup>1</sup> - عصام حسن الصعيدي، مرجع سابق، ص 176

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 177

الاستثمارات الأجنبية، ومن ثم تكون الاتفاقية العامة لتحرير التجارة في الخدمات هي البداية الحقيقية للبحث عن المتطلبات القانونية لتنشيط السياحة بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة؛

● التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات: تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة، وكيفية تطويرها واستثمار الموجود في مجال السياحة الإلكترونية ويشمل ذلك تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للاتصال بخدمات الانترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي.

● تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني في قطاع السياحة وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة، سواء في مجال الفنادق وخطوط الطيران ووكالات السفر والمرشدين السياحيين وغيرها من قطاعات العمل السياحي، ويتم ذلك بالتعاون مع الوسطاء التقليديين في مجال السياحة فكلاهما مكمل للآخر؛

● تخليق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها، وذلك حتى يمكن لها التنافس مع غيرها من المواقع السياحية المنافسة في الدول الأخرى؛

● وجود حد أدنى من استخدام التجارة الإلكترونية في المعاملات المختلفة:

ويشمل ذلك استخدام تطبيقات الإنترنت والتجارة الإلكترونية في المجالات المرتبطة بالسياحة الإلكترونية كتذاكر السفر وخدمات الطيران والخدمات الفندقية وشركات النقل وتأجير السيارات والمطاعم السياحية ويتعلق ذلك باستخدام أنظمة الحجز الآلي من خلال الانترنت سواء أثناء السفر على متن الطائرات أو أثناء إقامة السائح في الفنادق؛

● توافر البيئة الثقافية المساندة: من الضروري لتطبيق السياحة الإلكترونية والمعاملات المرتبطة بها وجود بيئة ثقافية مهينة لمثل هذا النوع من التعاملات فمن شأنها المضي قدما في برامج السياحة الإلكترونية إلحاق المهارات اللازمة لسرر بالهيئات الحكومية والخاصة التي يقاوم فيها الموظفين الحاليين نظم العمل الجديدة وميكنة الخدمات المقدمة كنتيجة لعدم المامهم بالمهارات اللازمة لسوق العمل أو بسبب الإجراءات الروتينية والبيروقراطية المعوقة التي يلعب فيها موظفو الخدمة العامة أدوارا سيادية على من حولها.

وهذا ما يدفع لضرورة بناء استراتيجيات جديدة لهؤلاء الوسطاء التقليديين تؤهلهم للحاق بالسياحة الإلكترونية من خلال البرامج التدريبية التي تهدف للتوعية بأهمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وارتباط السياحة الإلكترونية بها وتزويدهم بالمهارات اللازمة لذلك.

## رابعاً: الجهود الدولية لتنشيط السياحة الإلكترونية

يمكن تلخيصها فيما يأتي:

## 1- مبادرة الأونتكاد للسياحة الإلكترونية:

طرح مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية في دورته الحادية عشر المنعقدة في مدينة ساو باولو بالبرازيل خلال الفترة 13-18 من يونيو 2004 مبادرة خاصة بالسياحة الإلكترونية وهدفت المبادرة لترويج خدماتها السياحية وتسويقها وبيعها عبر الإنترنت واستحداث منتجات سياحية جديدة ، وذلك بهدف تيسير تطوير قطاعها السياحي على نحو فعال باستخدام أدوات تستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأوضح المؤتمر أن ذلك يتم من خلال الشراكة مع الدول الأعضاء في المؤتمر والمنظمة العالمية للسياحة واليونسكو وسلطات السياحة الوطنية والجامعات، وحددت المبادرة المستفيدين من المبادرة التي يستمر إطارها الزمني لمدة أربعة سنوات في أصحاب المصلحة في صناعة السياحة المحلية في البلدان النامية والمنظمات الإقليمية المعنية مثل المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم كالفنادق والنقل والحرف اليدوية ومجالس الدوائر السياحية الوطنية ومنظمات تسويق الوجهات وغيرها من مقدمي الخدمة وتوفر الأونتكاد مع شركائها من خلال هذه المبادرة اسهامات عينية تغطي تطوير قاعدة نموذجية للإنترنت تستخدم في مجال الخدمات السياحية التي تقدمها وعن المنتجات اليدوية السياحية المنتجة فيها وكذلك روابط المواقع الإلكترونية لأبرز الشركاء السياحيين ومصادر المعلومات على شبكة الإنترنت كما وفرت الأونتكاد وتمويل قدره 1.5 مليون دولار لهذا المشروع تستفيد منه خمسة دول خلال فترة المشروع<sup>1</sup>.

## 2- الاتحاد الدولي للسياحة الإلكترونية

تم افتتاح أول موقع للاتحاد الدولي للسياحة الإلكترونية لأول مرة في الشرق الأوسط بشراكة سعودية إسبانيا إيطاليا فرنسية ومصرية وبرعاية العديد من المنظمات السياحية العالمية وقد اختيرت مصر لتكون مقر رئيسا للاتحاد ويهدف الاتحاد إلى تنظيم أفضل الاستشارات في هذا المجال وإتاحة فرص تبادل الخبرات بين الأعضاء من خلال اصدار مجلة ربع سنوية بعدة لغات وتنظيم رحلات تسويقية وتعليمية لأعضاء الإتحاد وإيجاد حلول علمية لمشاكل صناعة السياحة الإلكترونية من خلال انشاء دليل عالمي موحد يضم معلومات رسمية لكل من هو متعلق بصناعة السياحة يتم من خلاله خلق مكان للمنافسة العادلة بين الأعضاء لضمان زيادة حجم المبيعات السياحية عبر الإنترنت وتوفير الأموال المنفقة على العروض السياحية والبرامج التسويقية.

<sup>1</sup> - يوسف محمد ورداني، " كيفة تنظيم السياحة الإلكترونية ومردودها على صناعة السياحة"، متوفر على الموقع: <http://historicalcities.wordpress.com/2009/03/18>، تاريخ الإطلاع: 2016/10/15

ويسمح الموقع بتسويق منتجات الأعضاء على موقع الإتحاد مما قد يحمي العاملين من الدخلاء والقراصنة، ويتيح الإتحاد خدمة تصميم المواقع على يد محترفين دوليين وخدمة ترقية المواقع على مواقع البحث وكتابة محتوى المواقع والتي يقوم بها المحترفون متخصصون من جنسيات مختلفة.

### المبحث الثالث: الاستثمار السياحي والتنمية

الاستثمار في الثروة السياحية والثقافية والطبيعية بالإضافة إلى مجال الخدمات والتسهيلات السياحية سيكون له منافع اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية على النطاق الدولي والوطني، كما أنه يشكل أنموذجا قابل للتطبيق وللتوظيف في المناطق التراثية نظرا للجوانب الايجابية المتوقعة من الاستثمار وصناعة السياحة والتي تتجسد في توسيع القاعدة الاقتصادية، تطوير شبكات النقل والاتصالات وخدمات ومرافق البنية التحتية وإدارة الموارد الثقافية بطريقة تعمل على خدمة الأجيال الحالية وتراعي متطلبات أجيال المستقبل في موارد التنمية السياحية ولذا سيتم التطرق إلى:

#### المطلب الأول: صناعة السياحة؛

#### المطلب الثاني: التخطيط والتنمية

#### المطلب الثالث: الاستثمار السياحي والدول النامية

#### المطلب الأول: صناعة السياحة

قبل التطرق لمفهوم الاستثمار السياحي لابد من التعرض لماهية صناعة السياحة كوسيلة لتحقيق الرفاه الاقتصادي.

#### الفرع الأول: مفهوم صناعة السياحة

تعد السياحة في عالم اليوم صناعة، لها أسس وقواعد وتوضع لها الاستراتيجيات والخطط لتحتل مكانا متقدما في قائمة الموارد الاقتصادية العالمية، كما أنها صناعة ذات أبعاد وأهداف متعددة تعمل بصورة رئيسية على الاسهام في الدخل القومي والاقتصاديات الوطنية وتتأثر هذه الصناعة في تطويرها وتنميتها كثيرا بالتقدم العلمي والتقني؛ فالسياحة صناعة ونشاط إنساني اقتصادي قبل أن يكون كيانا شاخصا ملموسا فصناعة السياحة توصف بصناعة اللاملموس في عالم ملموس فهي صناعة توصف بأنها صناعة خدمية من الطراز الأول وصناعة فن التعامل الإنساني والترفيهي مع أولئك المنتفعين من خدماتها والقائمين على تقديمها على حد سواء<sup>1</sup>.

ويرجع التعريف الأول لمفهوم السياحة كصناعة إلى مطلع سبعينات القرن الماضي 1971 حيث أشار دكايت (Dekadet) إلى أن السياحة صناعة تستمد ثروتها من خلال استيراد المستهلكين للمنتج في منطقة جغرافية

<sup>1</sup> - حميد الطائي، التسويق السياحي، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص03 -

معينة بدلا من تصدير المنتج للمستهلك وأهمية هذا المفهوم تكمن في النظر إلى السياحة بوصفها منتجا يصنع ويدخل السوق ويستهلك ويواجه منافسة من مناطق أخرى تسوق لمنتج سياحي مشابه<sup>1</sup>.  
و من المفاهيم التي تناولت تعريف السياحة بوصفها صناعة المفهوم الذي قدمه ميكيرشر Mekercher، أشار فيه إلى أن السياحة هي نشاط صناعي محصلته النهائية الراحة والاسترخاء والتعلم للمستهلكين من السياح الذين يتطلعون للاستمتاع خلال تجربتهم السياحية، ويستخدمون في تحقيق ذلك التسهيلات والخدمات التي توفرها الدول المضيفة مقابل الإنفاق والدفع المالي من قبل السياح<sup>2</sup>.

يرى ديفيدسون (Davidson) أن صناعة السياحة تفرض على أي دولة تسعى لجذب السياح والتوسع السياحي لإقليمها أن تؤمن الاحتياجات والخدمات الضرورية للسياح منذ ساعة وصولهم حتى مغادرتهم، وأن المؤسسات التي تقدم تلك الخدمات والتسهيلات تشكل ما يسمى بصناعة السياحة أما رؤية الغامدي ونظرته إلى السياحة على أنها صناعة فتعود إلى ما يشمله هذا القطاع من منتجين وموظفين وطالبي وظيفة والمنتج يعني الخدمة أكثر من السلعة وكذلك التأثير على الاقتصاديات بمختلف أحجامها وكذا الصناعة التقليدية<sup>3</sup>.

وتشير كل الأبحاث والدراسات الحديثة الخاصة بمفهوم صناعة السياحة إلى أنها صناعة ونشاط اقتصادي فعال في عالم اليوم حيث أنها باتت تشكل محورا رئيسيا في تحقيق زيادة معدل الدخل القومي لكثير من دول العالم، فصناعة السياحة تأتي في المراتب الأولى من حيث الدخل القومي على المستوى العالمي وتعتمد عليها كثير من الدول في تنويع مصادر الدخل ولقد أضحت صناعة السياحة نشاطا من بين أهم النشاطات الإنسانية التي يمارسها الإنسان، وذلك لحاجته إلى تحصيل معارف إنسانية تترجمها آثار حضارات إنسانية مازالت شاهدة تدل على حرص الدول التي تعنى بالسياحة بوصفها قطاعات حيوية ذا قيمة ثقافية واجتماعية واقتصادية وبيئية فأهمية القطاع السياحي وصناعة السياحة تتمثل في كونه يقدم منتجا متعدد الأبعاد والنشاطات<sup>4</sup>.

### الفرع الثاني: الجدوى من صناعة السياحة

دراسة الجدوى من صناعة السياحة لأي دولة في العالم تتضمن ناحيتين المؤثرات الإيجابية والمؤثرات السلبية.

#### أولا: المؤثرات الإيجابية

##### 1- أثر السياحة على الدخل القومي\*

القطاع السياحي كأى قطاع آخر جزء لا يتجزأ من الاقتصاد القومي، له دوره الفعلي في تكوين الناتج القومي ويختلف هذا الدور بحسب حجم وأهمية القطاع السياحي في الاقتصاد القومي ولا يقف دور السياحة في تكوين

<sup>1</sup> - عبد الناصر عبد الرحمان الزهراني، كباشي حسين قسيمة، الاستثمار السياحي في محافظة العلا، الهيئة العامة للسياحة والآثار، المملكة العربية السعودية، 2008، ص11

<sup>2</sup> - نسرين رفاق لحام، التخطيط السياحي للمناطق التراثية باستخدام تقييم الآثار البيئية، دار النيل للنشر والتوزيع والطبع، القاهرة، 2007، ص14

- عبد الناصر عبد الرحمان الزهراني، كباشي حسين قسيمة، مرجع سابق، ص12<sup>3</sup>

<sup>4</sup> - سالم بن سعيد القحطاني، الاستثمار في السياحة البيئية بالمملكة العربية السعودية، الندوة الدولية للسياحة في المملكة العربية السعودية، الرياض، 2002، ص67.

\* - الناتج القومي المحلي GDP هو مجموع ما تضيفه مختلف القطاعات الاقتصادية في الاقتصاد لأي دولة ويمثل سعر السوق لمخرجات البضائع والخدمات خلال سنة واحدة وهو يختلف عن GNP حيث يمثل الأخير نتائج الفعاليات المحلية للدول والعلاقات الاقتصادية مع بقية العالم.

الدخل القومي وحسب بل إنه يبعث سلسلة في الاقتصاد القومي والتي يتمخض عنها تحقيق المزيد من الإنتاج والإستخدام، ويتحقق عنها بالتالي المزيد من الدخل<sup>1</sup>.

إن نشاط السياحة والفندقة يقدم خدمات منتجة في شكل خدمة سياحية أو فندقية للموظفين أو الأجانب الراغبين في خدمات الاستمتاع بوقت الفراغ ويساهم في توليد الدخل القومي لأصحاب عناصر الإنتاج العاملين في مجال السياحة والفندقة. ويمكن قياس أهمية أي قطاع على المستوى القومي من خلال مؤشر مساهمة القطاع في توليد الناتج أو الدخل القومي<sup>2</sup>.

مقدار ما تساهم به السياحة في الناتج القومي أو الدخل القومي يعتمد بصورة رئيسية على حجم العوائد السياحية وعلى درجة العلاقة بين صناعة السياحة وبقية القطاعات الاقتصادية الأخرى في الدولة أو بعبارة أخرى يعتمد على الموازنة بين العوائد السياحية والواردات السياحية أو بتعبير أدق الميزان السياحي والذي يعني مجموع العوائد السياحية مطروحا منه الواردات السياحية ( كل ما استورد بفعل السياحة)<sup>3</sup>، الميزان السياحي هو المؤشر الدقيق لحساب أي أهمية للسياحة في الاقتصاد في أي دولة، لكن للأسف مثل هذه المعلومات لا تتوفر إلا على مستوى عدد من دول العالم وتجدر الإشارة إلى أن حجم العوائد يختلف بين دول العالم المتطورة والدول النامية فإنه نفس الأمر يتعلق بالسياحة.

ومن بين أعلى دول العلم في مساهمة السياحة في GDP كانت في الدول النامية وفي مقدمتها سيشيل حيث بلغت نسبة ما تساهم به السياحة في الناتج القومي لهذه الجزر 19.36% عام 2001 علما أن ناتجها القومي بلغ 0.6 بليون دولار مقارنة مع الهند حيث بلغت مساهمة السياحة فيها 0.7% وبناتج قومي بلغ 457 بليون دولار وفي عمان كانت مساهمة السياحة 0.61% وبناتج قومي بلغ 19.8 بليون دولار للعام نفسه وهذه المقارنة تدل على حقيقة أنه كلما تعاضم حجم العوائد السياحية كلما تناقصت نسبة مساهمة السياحة فيه حتى وإن تعاضم حجم العوائد السياحية، وما مساهمة السياحة في دولة كمالدافيا والتي بلغت 99.1% من ناتجها الوطني إلا دليل على أن الدول ذات الاقتصاديات الضعيفة أو البلدان الفقيرة أو اقتصاديات الجزر الصغيرة تظهر للسياحة اليد الطويلة والقدرة الأكبر فيما تسهم به السياحة في اقتصادياتها. ولكن هذا لا ينطبق على الدول النامية والأقل تطورا بل تظهر الصورة معاكسة تماما لدور السياحة في اقتصاد عدد من الدول النامية، ففي الجزائر كان التأثير سلبي للسياحة بالعلاقة إلى ناتجها القومي منذ بلغ معدله للفترة ( 2002-2006 ) 0.2% وفي الغابون كذلك وهذه الصورة السلبية توضح أن ما يصرفه مواطنوا هذه البلدان وما يستورد بفعل السياحة هو أكبر مما يدخل لبلدانهم<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - مثني طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص 103

<sup>2</sup> - زيد منير سلمان، مرجع سابق، ص 66

<sup>3</sup> - مرزوق عابد القعيد وآخرون، مرجع سابق، ص 133

<sup>4</sup> - مرجع سابق، ص 134

### 1-1: دور السياحة في الدخل القومي لعدد من البلدان

لقد تم تحديد وعلى وجه الدقة ماذا يقصد بالدخل السياحي والمتمثل بالقيمة المضافة الحقيقية في القطاع السياحي جراء ممارسة تقديم الخدمات السياحية للسياح المحليين والأجانب خلال فترة سنة إلا أنه وفي الواقع العلمي قلما توجد في الأدبيات السياحية اشارات للدخل السياحي وإنما من المعتاد عليه اعتماد مؤشر العوائد السياحية ومقارنته بالدخل القومي.

ويمكن تقسيم البلدان إلى أربعة مجاميع حسب نسبة مساهمة العوائد السياحية من الدخل القومي كما يأتي<sup>1</sup>:

**المجموعة الأولى:** وتنقسم بدورها إلى:

مجموعة الدول الصناعية الكبرى وفي هذه البلدان يتلاشى دور السياحة في الدخل القومي ويكون كمعدل أقل من 1% ويرجع سبب ذلك إلى تطور القطاعات الإنتاجية الأخرى الصناعية منها والزراعية؛

مجموعة الدول النفطية حيث يهيمن القطاع النفطي على اقتصاديات هذه البلدان مما تؤدي إلى ضعف دور السياحة في الدخل القومي؛

**المجموعة الثانية:**

وتضم مجموعة الدول تكون فيها القطاعات الإنتاجية متطورة مثل الصناعة والزراعة مما يغطي على دور السياحة في الدخل القومي ويكون دور السياحة في الدخل القومي كمعدل لا يتجاوز 2%؛

**المجموعة الثالثة:**

وتضم مجموعة البلدان استطاعت فيه السياحة أن تدخل دائرة المنافسة مع بقية القطاعات الإنتاجية الأخرى وتتراوح نسبة مساهمة السياحة بالدخل القومي ما بين 2-10% مثل اسبانيا وبولونيا والمكسيك.

**المجموع الرابعة:**

وتضم مجموعة من البلدان والجزر الصغيرة والتي تمتاز بتواضع قدرة القطاعات الإنتاجية على المساهمة في الدخل القومي، مما يؤدي إلى تعظيم دور السياحة في الدخل القومي مثل سنغافورة، مالطا، ولبنان إذ تتجاوز نسبة مساهمة الدخل السياحي في الناتج القومي 13% في الظروف الاعتيادية.

وهكذا يتضح أن نسبة مساهمة السياحة في الدخل القومي لا يتوقف فقط على مدى تطور النشاط السياحي في البلد، وإنما بالإضافة إلى ذلك يتأثر بقدرة القطاعات الأخرى الإنتاجية مثل الصناعة والزراعة ومدى منافستها للقطاع السياحي.

### 2- التنمية السياحية مصدر للعملات الصعبة

إن ناتج النشاط السياحي هو قيمة بيع المنتج السياحي المباع إلى عدد السائحين المنتمين عادة لدول أخرى، والذين يدفعون بالعملة الصعبة، نظير إشباع رغباتهم السياحية سواء كانت ثقافية أو ترفيهية أو علمية أو بيئية لذا

<sup>1</sup> - مثى طه الحوري، إسماعيل، محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص 115

فإن السياحة تعتبر مصدر الدخل الأجنبي فتقاس أهميتها الاقتصادية بحجم تأثيرها على ميزان مدفوعات الدول، وهذا الميزان يمثل قيما مزدوجا منظما لكافة المعاملات بين الدولة المعنية وسائر دول العالم، والنشاط السياحي يمثل جزءا من المعاملات بين الدول المعنية وسائر دول العالم، والنشاط السياحي يمثل جزءا من المعاملات غير المنظورة كالملاحة والتأمين والمعاملات البنكية<sup>1</sup>.

ويتحدد هذا التأثير بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية إيجابية فإذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري سلبية وكان التأثير الصافي للميزان السياحي إيجابيا فإنه قد يغير العجز في الميزان التجاري إلى فائض أو يخفف على الأقل، أما إذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري إيجابية وكان التأثير الصافي للميزان السياحي إيجابيا سيساعد هذا التأثير في زيادة تلك الإيجابية في الميزان التجاري، وبالتالي سوف سينعكس التأثير إيجابيا على ميزان مدفوعات الدولة ويقصد بالقيمة الصافية للميزان السياحي صافي العملية الحسابية للمصروفات السياحية بما فيها الإنفاق على السياحة الخارجية وما تحقق من إيرادات سياحية بما فيها عائدات السياحة الوافدة إلى دولة المقصد السياحي.

وقد لا تقتصر هذه العمليات على نشاط السياحة الخارجية فقط، فربما للسياحة الداخلية أيضا آثارها في ميزان المدفوعات فقد تقتضي الضرورة استيراد سلع وبضائع وقوى عاملة لتنمية السياحة الداخلية في القطر، يصاحب ذلك أيضا خروج للعملة الأجنبية.

يترتب على النشاط السياحي الخارجي أثرا على ميزان المدفوعات ربما تكون سلبية أو إيجابية والأنشطة التي يترتب عنها خروج رؤوس الأموال تترك أثرا سلبيا في ميزان المدفوعات ومن الجدير

بالذكر أن النشاط السياحي لا يقتصر على حركة انتقال السياح بين أقطار العالم وما يرافقها من انفاقات بواسطة السياح على شراء السلع والخدمات السياحية، بل يتعدى ذلك إلى نشاط المنتجين أصحاب المشاريع السياحية وما يتطلبه نشاطهم من انتقال للسلع الإنتاجية والاستهلاكية والقوى العاملة ورؤوس الأموال عبر حدود البلدان ويمكن أن نقسم الآثار المباشرة للنشاط السياحي في ميزان المدفوعات بشكل عام إلى صنفين<sup>2</sup>؛

- الآثار الإيجابية: وتنشأ عن

• دخول السياح الأجانب إلى حدود القطر، واقتنائهم للسلع والخدمات السياحية الوطنية، ويعني هذا تصديرا غير منظورا للسلع والخدمات السياحية، ويترتب على ذلك دخول رؤوس الأموال وتدوّن في جانب الدائن وبالتالي يزيد رصيد الدولة من العملات الأجنبية؛

• استعانة المنتج السياحي الأجنبي بالسلع والخدمات الوطنية هذا يعني تصديرا لها وقد تكون السلع منظورة مثل المشروبات، الأغذية ومعدات السلع السياحية الأخرى وقد تكون غير منظورة مثل الخدمات التي تقدمها القوى

<sup>1</sup> - غادة صالح، مرجع سابق، ص 217

<sup>2</sup> - مثني طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص 125

العاملة الوطنية التي تعمل في المنشآت السياحية الأجنبية وبكل الأحوال هناك تصدير سواء كان منظور أو غير منظور يترتب عنه دخول رؤوس الأموال وتدوّن في جانب الدائن ويزداد رصيد الدولة من العملات الأجنبية.

## 2-1: حساب أثر السياحة في ميزان المدفوعات

### 2-1-1: الميزان السياحي:

إن الحقوق والديون الناشئة عن النشاط السياحي العالمي والمدونة ضمن سجل ميزان المدفوعات، يمكن فصلها على حدى بميزان منفرد بالميزان السياحي والهدف من ذلك هو تقييم النشاط السياحي خلال العام، وتبيان أثره النهائي على ميزان المدفوعات وفيما يأتي جدول يوضح الميزان السياحي وفيه جميع الفقرات المتضمنة كل الأنشطة السياحية العالمية:

### الجدول: (02-03): بنود الميزان السياحي

القيمة	المدین (الاستيراد)	القيمة	الدائن (التصدير)
	- الإنفاقات السياحية ( الإنفاق السياحي بواسطة السياح المواطنين في الخارج)؛ - تحويلات العاملين الأجانب في السياحة للخارج؛ - الاستيرادات المنظورة (غالباً مأكولات، مشروبات، سلع، بضائع، الآلات والمعدات السياحية)؛ - النقل ( نصيب الشركات الأجنبية للطيران والملاحة من النقل السياح المواطنين في الخارج)؛ - المصروف على الدعاية والإعلان السياحي الوطني بالخارج؛ - الاستثمار السياحي الوطني بالخارج.		- الايرادات السياحية ( الإنفاق السياحي بواسطة السياح الأجانب في الداخل)؛ - تحويلات المواطنين العاملين في السياحة للداخل؛ - الصادرات المنظورة (السلع، البضائع، الهدايا، آلات والمعدات السياحية)؛ - النقل (نصيب الشركات الوطنية للطيران والملاحة من النقل السياحي الدولي)؛ - المصروف على الدعاية والإعلان السياحي الأجنبي بالداخل؛ - الاستثمار الأجنبي بالداخل.

المصدر: مثني طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص 125

ومن الجدير بالذكر أن الميزان السياحي المعروف بالشكل لا يعتمد إلا في بعض البلدان المتطورة والتي يشكل فيها النشاط السياحي أهمية في ميزان المدفوعات، وعموماً في الشكل السابق يوجد إطارين، إطار الصادر وإطار الاستيراد فإذا تفوق الإطار الأول عن الثاني فهذا يعني وجود فائض في الميزان السياحي، وتكون المساهمة ايجابية للنشاط السياحي في ميزان المدفوعات، أما إذا تفوق الإطار الثاني (الاستيراد) فهذا يعني وجود عجز في الميزان السياحي وتكون المساهمة سلبية للنشاط السياحي في ميزان المدفوعات.

2-2: حساب أثر السياحة في الميزان السياحي

الميزان السياحي = عوائد السياحة العالمية - الإنفاق على السياحة

الميزان التجاري = مجموع الصادرات - مجموع الواردات

أثر السياحة في ميزان المدفوعات = الميزان السياحي \* 100 / (الميزان التجاري - الميزان السياحي)

في أغلب الدراسات يشار إلى نسبة ما تسهم به السياحة من مجموع الصادرات كمؤشر لأهمية العوائد السياحية دون الإشارة إلى نسبة ما تساهم به السياحة في الواردات، وهذا رغم أهميته إلا أنه يصعب حساب دور السياحة في ميزان المدفوعات وعليه أن نسبة ما تسهم به السياحة في الصادرات يشير لأهميتها كمصدر للعملة الصعبة.

وخلاصة القول لا بد من الإشارة إلى الحقائق التالية عند الكلام عن أهمية السياحة ودورها في الصادرات وهذه الخصائص هي كما يأتي<sup>1</sup>:

- أن السياحة كمصدر للصادرات وعند مقارنتها مع أعلى عشرة صناعات أخرى في العالم، نجد أن عوائد السياحة العالمية قد أسهمت بأعلى نسبة في الصادرات العالمية، مقارنة مع الصناعات الآلية والكيميائية والغذائية والوقود؛

- إنه في اقتصاديات البلدان الصغيرة مثل جزر المحيط الهادي والبحر الكاريبي وبعض من دول آسيا وإفريقيا، نجد أن الصادرات السياحية تساهم بنسب عالية جدا تفوق بكثير تلك الدول المتطورة صناعيا وهذا يدل على أن السياحة تمثل العمود الفقري لاقتصاد تلك الدول وليس لها مصدرا مهما آخر يساهم في الصادرات وهذا يوضح كم هي السياحة مهمة جدا لمثل هذه الدول بصورة خاصة كمصدر للعملة الصعبة؛

- أن عددا من الدول النامية والتي ترتفع فيها نسبة مساهمة السياحة في إجمالي الناتج القومي المحلي تعود مرة أخرى أو تنسرب بشكل واردات وبنسبة بلغت 50% وسبب ذلك هو عدم قدرة القطاعات الاقتصادية المكونة للناتج القومي على سد متطلبات النمو السياحي فيها، فهي في الوقت التي طورت صناعة السياحة فيها كان ذلك بمعزل عن الربط بين القطاعات الاقتصادية الزراعية والصناعية ونحوها؛ أو بعبارة أخرى إن تطوير السياحة فيها لم يهدف إلى تطوير القطاعات الاقتصادية الأخرى لذلك لم تستطع على سد حاجة السياح من متطلباتهم الأساسية. وعليه فإن مهمة المخططين الإقليميين لا بد من بناء تطور السياحة بالتكامل مع السياحة الداخلية أولا

<sup>1</sup> - مرزوق عابد القعيد وآخرون، مرجع سابق، ص 142

وبقدرة القطاعات الاقتصادية على سد حاجة صناعة السياحة للمتطلبات الأساسية للسائح الدولي من سكن وطعام وشراب وهدايا ونحو ذلك؛

- في معظم الدول تحتل السياحة المركز الخامس في الصادرات العالمية وبالنسبة للدول النامية تشكل السياحة مصدرا مهما للعملة الصعبة.

### 3- أثر السياحة في خلق فرص العمل

تعمل التنمية السياحية على خلق فرص عمالة متعددة سواء في القطاع السياحي نفسه مثل شركات السياحة، المطاعم، الفنادق، شركات النقل السياحي، محلات بيع الهدايا، محلات بيع المصنوعات التقليدية اليدوية؛ أو في الأنشطة والقطاعات التقليدية ومن خلال نتائج عدد من الدراسات التي أجريت في كثير من الدول السياحية الأوروبية والأمريكية حول مدى تأثير التنمية السياحية على العمالة أكدت العديد من الدراسات السياحية على امتصاص العمالة فقد أوضحت دراسة سياحية أجراها الخبير الاستشاري الدولي (Archer) في منطقة الكاريبي أن العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من الإنفاق في أي قطاع آخر كما أكدت دراسة أخرى أجراها (Jude) في المكسيك أن الاستثمار في الفنادق يؤدي إلى توفير فرص عمالة بمعدل أكبر من الاستثمار في أي قطاع آخر في الاقتصاد المكسيكي<sup>1</sup>.

للسياحة قابلية وقدرة فائقة على توليد فرص العمل تفوق بقية الأنشطة الاقتصادية الأخرى وهناك عدّة أسباب تعلل هذه القدرة الفائقة وهي<sup>2</sup>:

- انتماء السياحة إلى القطاع الثالث القطاع الخدمي إذا ما اعتبرنا أن القطاع الأول هو القطاع الزراعي والقطاع الثاني القطاع الصناعي وإن لذلك أثر كبير يتجسد بالإمكانية المحدودة على استيعابية للمكانن والمعدات محل عنصر العمل إذ يبقى النشاط السياحي نشاط خدمي يعتمد بالدرجة الأساس على عنصر العمل ولتوضيح ذلك نستعين برأي العالم الفرنسي فوراستيه المنشورة في كتاب ( الأمل الكبير للقرن العشرين) والخاص بالمهن البشرية ومدى تأثيرها بالتطور التكنولوجي وقد اعتمد فوراستيه الاقتصاد الأمريكي كنموذج لتطبيق نظريته، فبدايات الاقتصاد الأمريكي كانت تعتمد بشكل كبير على القطاع الزراعي وكان هذا القطاع يضم ما نسبته 73% من إجمالي العاملين في الاقتصاد الأمريكي؛ إلا أنه مع مرور الزمن والتطور التكنولوجي بدأت الماكنة تدخل في الإنتاج الزراعي وبدأت تعوض عن جهود القوى العاملة وهكذا فإن نسبة العاملين في هذا القطاع بدأت تنقل تدريجيا إذ وصلت 9% عام 1960 وحاليا تقدر النسبة بحدود 3% فقط، هكذا إذن مستقبل الزراعة المتطور يعتمد كليا على العامل التكنولوجي وأن الزراعة لها قدرة كبيرة على استيعاب التكنولوجي وإحلالها محل عنصر العمل؛ أما بالنسبة للقطاع الصناعي فقد بدأ يستوعب العمالة المهاجرة من الريف إلى المدينة في القرن التاسع عشر وحتى منتصف القرن العشرين وهكذا ارتفعت نسبة العاملين في القطاع الصناعي تدريجيا

<sup>1</sup> - غادة صالح، مرجع سابق، ص219

<sup>2</sup> - مثى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص142

لتصل إلى أعلى نسبة 35% في عام 1950 ولكنه مع التطور التكنولوجي الكبير الذي شهده النصف الثاني من القرن العشرين بدأ القطاع الصناعي يحذو حذو القطاع الزراعي، وأصبحت الماكينة هي الأساس في عملية الإنتاج الصناعي وأضحت الماكينة تعوض عنصر العمل إذ انخفضت نسبة العاملين في هذا القطاع لتصل إلى 32% في عام 1960 وحاليا تقدر النسبة بحدود 25% إذن القطاع الصناعي يمتاز بدرجة استيعاب عالية لإدخال الماكينة في الإنتاج محل عنصر العمل وهذا ما تحقق فعلا في الاقتصاد الأمريكي في النصف الثاني من القرن العشرين، أما بالنسبة للقطاع الثالث فيمتاز بصعوبة إحلال الماكينة محل عنصر العمل إلا في مجالات محدودة وضيقة وهكذا فإن نسبة العاملين فيه تتزايد مستمر بمرور الزمن والسياحة باعتبارها نشاط ينتمي إلى القطاع الخدمي يعتمد بكثافة على عنصر العمل وقلما تستطيع الماكينة أن تساهم في تقديم الخدمات السياحية تعتبر من أهم العوامل التي تعطل القدرة الفائقة للسياحة على توليد فرص العمل؛

- إن غالبية السياح هم من السكان الحضر والقطنين في المدن وهم يعانون من التعامل الكثيف والرتيب مع الماكينة وبالتالي فإن السياحة بالنسبة لهم تعني الابتعاد عن الماكينة واللجوء إلى الطبيعة والتعامل مع البشر، وهكذا فإن السياح يرغبون أن يتلقون الخدمات السياحية من قبل البشر وليس من قبل الماكينة وهم بذلك يسعون للتعامل مع أجواء تختلف كلياً عن الأجواء الرتيبة المعتادين عليها بالحياة اليومية؛ وهكذا فإنه مرة أخرى يؤكد عنصر العمل في النشاط السياحي وجوده الفعال ودوره المهم بما يدعم القدرة الفائقة للسياحة على توليد فرص العمل؛

- أن المنتج السياحي مزيج معقد ومركب تتعدد جهات الإنتاج فيه، فالمعروف عن السياحة أنها صناعة تحتوي على العديد من التجهيزات والخدمات المختلفة؛ وأن قطاع السياحة لوحده لا يستطيع أن يصنع هذا المنتج الواسع، وأن هناك العديد من القطاعات الاقتصادية التي تساهم بشكل مباشر أو غير مباشر برفد السياحة بمستلزمات الإنتاج، وبالتالي فإن القطاع السياحي كثيف التشابك القطاعي ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني أن إمكانية السياحة على توليد فرص العمل التي تجهز السياحة بمستلزمات الإنتاج، وفي هذا المجال هناك إحصائية عالمية تقول:

- كل غرفة فندقية تولد ما نسبته 100% فرصة عمل في الفنادق؛

- وتولد ما نسبته 75% فرصة عمل في بقية الأنشطة السياحية الأخرى؛

- تولد ما نسبته 100% في القطاعات الأخرى؛

وهذا يعني أن بناء فندق بطاقة إيوائية 200 غرفة سوف يولد 550 فرصة عمل منها 350 فرصة عمل بالقطاع السياحي و200 فرصة عمل في القطاعات الأخرى.

وهكذا مرة ثالثة يتضح لنا مدى القدرة الفائقة للسياحة على توليد فرص العمل ليس بالقطاع السياحي فقط وإنما على صعيد الاقتصاد القومي ككل.

#### 4- أثر المضاعف السياحي:

إن طبيعة الطلب السياحي المعقدة، وامتدادات هذا الطلب المباشر وغير المباشر إلى أكثر قطاعات الاقتصاد القومي، جعلت من القطاع السياحي قطاعا كثيف الارتباطات الخلفية مع باقي القطاعات الاقتصادية المجهزة له، فالانفاقات السياحية الاستثمارية والجارية تطرق أبواب العديد من القطاعات الصناعية، الزراعية والخدمية مثل صناعة الحديد و الاسمنت والزجاج والأثاث والمفروشات... إلى آخره؛ وتعمل هذه الارتباطات مع باقي القطاعات على خلق آثار عرض كبيرة ومتعددة لدى كافة القطاعات المرتبطة مع السياحة من الخلف، وإن أي تطور في القطاع السياحي سوف تنتقل آثاره إلى باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى سلبا كان أم ايجابا، حيث أن الدخل الناتج عن النشاط السياحي لا تتوقف آثاره عند حدود القطاع السياحي وإنما تمتد إلى بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى المجهزة له فقد ثبت علميا بأن الإيرادات السياحية المتحققة تنفق عدّة مرات وعلى مختلف القطاعات الاقتصادية وفي كل مرة تعطي زيادة جديدة للدخل إلى أن يتسرب نتيجة للانفاقات على الاستيراد والاستثمار الأجنبية أو الادخار وتحويلات تعمل على خروج النقود خارج نطاق الدائرة الاقتصادية القومية، إن السلسلة المتواصلة لتحويل النقود الناتجة عن النشاط السياحي، تشكل ما يعرف بأثر المضاعف Multiplier effect.

#### ثانيا: الآثار السلبية للسياحة

لا يمكن أن تعتبر صناعة السياحة بأنها صناعة جاهزة وليس لها أي دور سلبي في المجتمع، لكن بالمقارنة مع الصناعات الأخرى يمكن القول أن صناعة السياحة من الصناعات التي يسهل كثيرا على الدول النامية بصورة خاصة تنميتها والإستفادة منها خاصة وأن الدول النامية بحاجة ماسة إلى العملات الصعبة لتحسين موازينها التجارية وبحاجة ماسة إلى فرص العمل؛ ويمكن إيجاز سلبيات السياحة فيما يأتي:

- موسمية أو فصلية صناعة السياحة: وهذا ناتج عن تزامن حركة السياح العاملين صيفا ومع الاجازات الصيفية، وقد بلغ معدل عدد السياح صيفا بمقدار 75% من مجموع العدد السنوي، وهذا يؤدي إلى أن الفصول الأخرى يقل فيها عدد السياح خاصة فصل الشتاء وينتج عن ذلك العمل المؤقت وعدم تشغيل الفنادق بطاقتها القصوى في فصل الشتاء والخريف والربيع<sup>1</sup>؛

- السياحة عامل ملوث للبيئة: وقد عمد بعض الباحثين بتوجيه الاتهام إلى صناعة السياحة بأنها تلوث الشواطئ والغابات والمناطق الجميلة في العالم، وهذا سببه الأعداد الكبيرة من السياح التي تتركز حركتهم

<sup>1</sup> - مرزوق عابد القعيد وآخرون، مرجع سابق، ص 150

في فصل الصيف نحو الشواطئ وبالطبع ينتج عن ذلك استخدام كبير وضغط كبير على رمال الشاطئ أو على الغابات ونحوها نتيجة لما يتركه السياح من بقايا فضلات الطعام والشراب<sup>1</sup>؛

- اصطدام العادات والتقاليد: يحدث مثل هذا في كثير من دول العالم النامية حيث ينظر للسائح الأجنبي وكأنه يحدث خلا متعمدا في العادات وتقاليد المجتمعات المغلقة والحقيقة هذا ناتج عن قلة الوعي والإدراك من قبل السائح الأجنبي نفسه والذي قد يزور بلدا ما لأول مرة وليس له معرفة مسبقة بعاداته وتقاليد هذا من جهة ومن جهة أخرى هو دور للعاملين في قطاع السياحة عامة والمرشدين خاصة لبيان ذلك للسائح الأجنبي فكما هو معروف أن عملية الإرشاد السياحي له دور كبير في العلاقة القوية بين السائح الأجنبي والمواطن، وبصورة خاصة إذا ما عرف كلا الطرفين السائح الأجنبي والمواطن أن السياحة عامل من عوامل اللقاء وبث روح التعارف والتعامل الجيد بين شعوب العالم أجمع كلما أمكن تقليل أي مخاطر محتملة<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: التخطيط السياحي

#### الفرع الأول: مفهوم التخطيط السياحي ومقوماته

#### أولاً: مفهوم التخطيط السياحي

ارتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوره وكذلك أهميته ببروز السياحة كظاهرة حضارية سلوكية من ناحية؛ وكظاهرة اجتماعية من ناحية أخرى، وقد حظيت السياحة المعاصرة كنشاط إنساني بأهمية كبيرة لم تحظى بهما في أي عصر من عصور التاريخ بما نجم عن النشاطات السياحية كثيفة من نتائج وآثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وعمرانية وبيئية كان لها الأثر الواضح في حياة المجتمعات الأمر الذي استدعى توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتقييم النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة بشكل سريع وناجح وقد ترتب على ذلك اعتماد وتبني أسلوب التخطيط السياحي كعلم متخصص يتناول بالدراسة والتحليل الأنشطة السياحية جميعها ويعمل على تطويرها وتحسين مخرجاتها<sup>3</sup>.

تبلور مفهوم التخطيط السياحي بشكل واضح بعد الحرب العالمية الثانية حيث تطورت حركة السفر الدولية وتزايد أعداد السياح وتنوعت وظائفها وخصائصها وقد أدى كل هذا إلى زيادة العناية بالسياحة والأنشطة السياحية بحيث ظهرت الحاجة إلى ضبط وتوجيه هذه النشاطات من أجل الحد من آثارها الاجتماعية والبيئية السلبية وتحقيق أقصى درجات النفع الاقتصادي، خاصة بعد أن أصبح ينظر للسياحة على أنها صناعة ومصدر دخل في كثير من دول العالم.

والتخطيط السياحي يمثل البودقة التي تنصهر فيها العلوم الأخرى ( كالاقتصاد، والجغرافيا والجيولوجيا والإحصاء والاجتماع والسياسة) فهو ذلك التخطيط الذي يأخذ في الحسبان النظرة التنبؤية للمستقبل من أجل

<sup>1</sup> - مرزوق عايد القعيد، مرجع سابق، ص 151

<sup>2</sup> - زيد منير سلمان، مرجع سابق، ص 104

<sup>3</sup> - عثمان محمد غنيم، بينيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص 39

تحقيق الآمال التي يريها المجتمع والتي ترضي أذواق السياح ومزاجاتهم وعلى هذا الأساس فإن التخطيط السياحي يعتمد على الموارد السياحية الطبيعية والاجتماعية والدينية والأثرية والتي تعتبر هي بمثابة المادة الأولية التي تصنع منها السلعة السياحية وفي النهاية فإن التخطيط السياحي يعتمد على ما هو متوفر من إمكانات متاحة وما يمكن أن توفره العقول السياحية من خدمات وتسهيلات تستهوي السياح لممارسة الأنشطة السياحية<sup>1</sup>. يعرف التخطيط السياحي على أنه دراسة كافة الإمكانيات القائمة فعلا أو المحتمل قيامها للمنطقة واحتياجات وإمكانيات المناطق المجاورة لها لأغراض السياحة<sup>2</sup>.

كما عرفه "فريد لاوسن وبوفي" بأنه استغلال كامل للموارد الطبيعية والبشرية والمالية المتعلقة بالسياحة إلى أقصى درجات المنفعة اليومية<sup>3</sup>.

وعرف أيضا على أنه رسم صورة تقديرية لمستقبل النشاط السياحي في منطقة معينة أو عدة مناطق وخلال فترة زمنية قادمة ويصاحب رسم هذه الصورة حصر الموارد وتحقيق تنمية سياحية فعالة ومنتظمة من خلال إعداد وتنفيذ برامج متناسقة تتكامل من خلالها الأنشطة السياحية الفرعية على مستوى الدولة<sup>4</sup>.

مما سبق يمكن تعريف التخطيط السياحي على أنه "مجموعة الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والتي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح ولأقصى درجات المنفعة وإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود ومنع حدوث أي نتائج ضارة أو سلبية لتحقيق التوازن بين العرض والطلب السياحي".

### ثانياً: مقومات التخطيط السياحي الناجح

يعتمد نجاح التخطيط السياحي على عدة عوامل تشمل ما يلي<sup>5</sup>:

- أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية؛
  - أن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة؛
  - أن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية؛
  - أن تكون صناعة السياحة جزءاً من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة؛
  - قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق في عملية التنمية؛
  - التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.
- يرى بعض كتاب التخطيط السياحي أن من بين عوامل نجاح التخطيط السياحي وجوب وجود أربعة علاقات<sup>6</sup>:

<sup>1</sup> - خليل إبراهيم أحمد المشهداني، التخطيط السياحي، الجامعة المستنصرية، بغداد، 1989، ص22

<sup>2</sup> - كامل محمود، السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً، مطبعة الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص94

<sup>3</sup> - خليل إبراهيم أحمد المشهداني، مرجع سابق، ص22

<sup>4</sup> - نبيل الروبي، نظرية السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، كلية السياحة والفنادق، جامعة الاسكندرية، 1986، ص08

<sup>5</sup> - عبد المنعم محمد الشيراوي، واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين، دار الكنوز الأدبية، بيروت، 2002، ص37

<sup>6</sup> - عبد المنعم محمد الشيراوي، مرجع سابق، ص39

• علاقة التخطيط بالنشاط الاقتصادي:

فنجاح النشاط السياحي في أي منطقة يرتبط ارتباطا وثيقا بمستويات الأنشطة التي يمكنها أن تؤدي إلى تحقيق زيادة متواصلة في الدخل وإمكانية الاقتصاد المحلي على امتصاص هذه الدخول واستخدامها؛

• علاقة التخطيط بالبيئة:

نجد أن السياحة والبيئة وجهان لعملة واحدة على اعتبار التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي المتمثلة في المناخ والمناظر البيئية الطبيعية والشواطئ وغيرها، أو في عوامل جذب من صنع الإنسان كالمناطق الأثرية والحديثة وغيرها، وهنا تبرز أهمية المحافظة على الأصول البيئية؛

• علاقة التخطيط بالقادمين للمنطقة السياحية:

يكون من الملائم تهيئة المقيمين بتزويدهم بالمعلومات التي تتيح لهم المتعة الذهنية حيث أن تزواج كل من الإمتاع النفسي والإثراء الذهني يجعل السائحين أكثر رغبة في زيارة المنطقة مرة أخرى؛

• علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي:

إذا كان التخطيط يهدف لزيادة موارد الدولة من النقد الأجنبي فإن نجاح التخطيط السياحي في الدول النامية يعتمد بمدى قدرته على زيادة التدفق من النقد الأجنبي إلى الدولة سواء من خلال عائدات السياحة الدولية أو من خلال انسياب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي.

الفرع الثاني: خصائص التخطيط السياحي

يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي وكذلك على عمليات الترويج والتسويق بأسلوب يحقق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ضمن إطار التنمية السياحية الشاملة والمستدامة والتخطيط السياحي الجيد لا بد من أن تتوفر فيه كذلك عدّة مواصفات:

• تخطيط مرن ومستمر وتدرجي يتقبل إجراء أي تعديل إذا ما تطلب الأمر بناء على المتابعة المستمرة والتغذية العكسية؛

• تخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والبيئية؛

• تخطيط تكاملي تعامل فيه السياحة على نظام متكامل، حيث كل جزء مكمل للأجزاء الأخرى، وكل عنصر يؤثر ويتأثر ببقية العناصر؛

• تخطيط مجتمعي بمعنى أنه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المختلفة؛

• تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية ويعمل على توفير على الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر وبضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنة؛

- تخطيط واقعي وقابل للتنفيذ أي أن لا يتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية؛
- تخطيط مرحلي منظم يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات المتتابعة والمتسلسلة؛
- التخطيط يتعامل مع السياحة على أنها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة يمكن التأثير فيها وتوجيهها.

### - مستويات التخطيط السياحي

تتعدد المستويات المكانية للتخطيط السياحي ولكن بشكل عام يمكن الحديث عن أربعة مستويات رئيسية<sup>1</sup>:

- **التخطيط السياحي على المستوى المحلي:**
- يكون التخطيط السياحي في هذا المستوى المكاني متخصصا ومفصلا أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى وعادة يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة منها:
- التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية والفندقية؛
- الخدمات والتسهيلات السياحية؛
- مناطق وعناصر الجذب السياحي؛
- شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمنتزهات المحميات؛
- نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.
- تسبق كثير من خطط التنمية في هذا المستوى المكاني دراسات جدوى اقتصادية أولية وكذلك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية وكذلك تقييم لبرامج التنمية والهيكل الإدارية والمالية المناسبة للتنفيذ، وأيضا قواعد التنظيم المكاني والتصميم الهندسي، وتشمل مثل هذه الدراسات كذلك على تحليل حركة الزوار وتوصيات متعلقة بذلك.

### - التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي:

- يركز التخطيط السياحي في مستواه الإقليمي على جوانب عديدة منها:
- بوابة العبور الإقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات اقليمية ودولية بأنواعها؛
- منشآت النوم بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الأخرى؛
- السياسات السياحية والاستثمارية والتشريعية وهيكل التنظيم السياحي الإقليمي؛
- برامج الترويج والتسويق السياحي؛
- برامج التدريب والتعليم والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية إلى جانب تحليل الآثار والمردودات؛

<sup>1</sup> - عثمان محمد غنيم، بينيتا نبيل سعدن مرجع سابق، ص48

• مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع؛

والتخطيط السياحي في المستوى الإقليمي متخصص وتفصيلي بدرجة أقل من المستوى المحلي وأكبر من المستوى الوطني علما أن مستوى التخصيص يعتمد على حجم الدولة وحجم الإقليم فخطة وطنية في دولة صغيرة المساحة قد تحوي من التفاصيل ما تحويه خطة إقليمية في دولة كبيرة المساحة وقد لا تحتاج البلاد الصغيرة إلى تخطيط سياحي وطني وإقليمي معا.

- التخطيط السياحي على المستوى الوطني:

يغطي التخطيط السياحي في هذا المستوى جميع الجوانب التي يغطيها في المستوى الإقليمي، ولكن بشكل أقل تخصصا وتفصيلا وعلى مستوى القطر أو الدولة بجميع أقاليمها ومناطقها.

- التخطيط السياحي على المستوى الدولي:

تقتصر عمليات التخطيط السياحي في هذا المستوى على خدمات النقل وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوروبي ويشمل هذا التخطيط تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافيا في عدة دول إلى جانب ذلك هناك التخطيط بين عدة دول في مجال الترويج والتسويق السياحي والجدير بالذكر أن المنظمات والهيئات السياحية الدولية غالبا ما تشارك في مثل هذا النوع من التخطيط وأحيانا تقديم الدعم المادي والمعنوي الكامل في هذا المجال.

الفرع الثالث: أهمية التخطيط السياحي وأهدافه

يلعب التخطيط السياحي دورا بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي وذلك لكونه منهجا علميا لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه فهو يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها مما يسهل عملها ويوفر كثيرا من الجهد الضائع؛ التخطيط السياحي يساعد على توحيد جهود الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي وتنسيق عملها مما يقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة مما يساعد على انجاز كل الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط؛ لهذا فإن التخطيط السياحي يتأثر بالتقلبات السياسية والاجتماعية والطبيعية أكثر من تأثره بعوامل الإنتاج والقوى الاقتصادية المختلفة؛

ومن أهم المزايا التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي على كل المستويات نذكر منها<sup>1</sup>:

- يساعد التخطيط للتنمية السياحية على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل؛

- يساعد التخطيط السياحي على تكملة وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها؛

<sup>1</sup> - نديم شمسين، مبادئ السياحة، الجمعية الجغرافية السياحية، دمشق، 2001، ص 82

- يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها؛
- يوفر المعلومات والبيانات والاحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات ووضعها تحت يد طالبيها؛
- يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع كما يقلل من سلبيات السياحة؛
- يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة والمختلفة الخصائص السياحية؛
- يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة من خلال إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط؛
- يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط والتأكيد على الايجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة؛
- وقد أثبتت التجارب في العديد من دول العالم أنه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السليم المناسب ويمكن لهذه العائدات أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناضج الذي يسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها<sup>1</sup>:
- تحديد أهداف التنمية السياحية على المدى القصير والطويل وكذلك رسم السياسات ووضع إجراءات تنفيذها؛
- ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية؛
- تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياسية أينما كان ذلك ضرورياً؛
- مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن؛
- الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية وحماية النادر منها؛
- صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية؛
- تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية؛
- المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة؛
- توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية؛
- تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.

<sup>1</sup> - عثمان محمد غنيم، بيدينا نبيل سعد، مرجع سابق، ص 45، 46.

## المطلب الثالث: الاستثمار السياحي والدول النامية

## الفرع الأول: الاستثمار السياحي

لقد تميز عالمنا المعاصر بصناعة السياحة وقد سعت كثير من الدول إلى الاهتمام بالاستثمار السياحي لمزاياه الإيجابية والمتعددة في المجالات الاقتصادية الاجتماعية الثقافية البيئية وقد صارت السياحة ذات أثر فاعل في دعم الاقتصاد العالمي وتنشيط حركة الاستثمار مما أدى إلى إيجاد فرص عمالة جديدة متزايدة سنويا؛ وفيما يتعلق بمفهوم الاستثمار بالمعنى الاقتصادي فيقصد بالاستثمار "اكتساب الموجودات المادية وذلك لأن الاقتصاديين ينظرون إليه على أنه توظيف للأموال يساهم في الإنتاج، والإنتاج هو ما يضيف منفعة أو يخلق منفعة تكون على شكل سلع وخدمات وهذا الإنتاج له عدة عناصر مادية وبشرية ومالية وبالتالي فإن كان المال عنصر إنتاج فلا بد أن يكون على شكل خلق طاقة إنتاجية جديدة أو توسيع طاقة إنتاجية موجودة"<sup>1</sup>

أما مفهوم الاستثمار في الإدارة المالية عادة ما ينظر إلى الاستثمار من قبل رجال الإدارة على أنه "اكتساب الموجودات المالية وحسب ويصبح الاستثمار في هذا المعنى هو توظيف المال في الأوراق والأدوات المالية المختلفة من أسهم وسندات وودائع"<sup>2</sup>؛

أما مفهوم الاستثمار بالمعنى القانوني فقد عرفه المشرع الجزائري على أن:

اقتناء أصول تدرج في إطار استحداث نشاطات جديدة أو توسيع قدرات الإنتاج أو إعادة التأهيل أو إعادة الهيكلة، المساهمة في رأسمال مؤسسة في شكل مساهمات نقدية أو عينية مع إمكانية استعادة النشاطات في إطار خصوصية جزئية أو كلية<sup>3</sup>.

أما فيما تعلق بالاستثمار السياحي فيتمثل في مجموع ما ينفق في قطاع السياحة وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية، كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار في مجال السياحة إلى جانب قوة المنتج السياحي المعروض وحجم الطلب عليه في سوق السياحة العالمية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بمنتوجها السياحي<sup>4</sup>

كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة الاستثمار السياحي على أنه التنمية الاستثمارية للسياحة والتي تلبي احتياجات السياح والمواقع المضييفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل وأنها القواعد المرشدة في مجال

<sup>1</sup> - محمد البنا، اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ، جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية، 1998، ص119

<sup>2</sup> - طاهر حيدر حردان، أساسيات الاستثمار، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 2009، صص 13، 14

<sup>3</sup> - المادة 02 من الأمر 1-03 المؤرخ في 20/08/2001 المتعلق بتطوير الاستثمار الصادر في الجريدة الرسمية عدد 47 الصادرة في 22/08/2001 الموافق ل3 جمادى الثانية 1422، ص05

<sup>4</sup> - الطيب داودي، عبد المجيد مسكين، الاستثمار السياحي في المناطق السياحية دراسة حالة ولاية جيجل، مداخلة ضمن الملتقى الدولي بالاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة بالمنعقد بالمركز الجامعي بتبليزة يومي 26-27 نوفمبر 2014، ص08

إدارة الموارد بطريقة تحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة"<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: إستراتيجية الاستثمار السياحي

وفقا لخطط التنمية الوطنية يلاحظ أن كل دولة تقوم بوضع استراتيجية الاستثمار السياحي الخاص بها والتي تتناسب وطبيعة ظروفها السائدة، وفي كل الأحوال فإن إستراتيجية الاستثمار السياحي يجب أن تأخذ في الحسبان الاعتبارات التالية<sup>2</sup>:

- تحديد المشروعات السياحية باعتبارها جزءا من خطة سياحية تنموية؛
- اختيار المشروعات السياحية وفقا لدراسات الجدوى الاقتصادية والاجتماعية والنطاق الزمني للخطة؛
- إعطاء الأولوية لمصادر التمويل الوطني باعتبار أن لها الأفضلية على بقية المصادر التمويلية الأخرى؛
- تطوير الهياكل التشريعية والإدارية المساندة للمشروعات السياحية؛
- التعرف إلى المزايا والحوافز المتاحة للمشروعات الاستثمارية السياحية لما يتناسب مع الاحتياجات الاستثمارية؛

- قابلية المشروعات المختارة للتطبيق والتوظيف.

### - المبادئ العامة للإستراتيجية الاستثمار السياحي

يمكن إيجازها فيما يأتي:

- التنمية السياحية المستدامة؛
- السياحة المسؤولة والمنظمة؛
- الشراكة الفعالة في تنمية السياحة؛
- التوفيق بين الربحية وتنمية المجتمع المحلي وإشراك سكانه في منافع السياحة؛
- ضمان أمن وسلامة السياح؛
- أهمية السياحة في تنشيط روابط التعاون الاقتصادي الدولي؛
- التوافق بين الانفتاح والتحرر في تجارة الخدمات السياحية وحماية البيئة الاجتماعية والهوية الثقافية للشعوب المحلية؛

- الواقعية في الاستخدام المستدام للموارد والإمكانات وعدم المبالغة بالطموحات؛

- المرونة والتجديد والتطوير للسياسات ورسم الخطط السياحية؛

- التدريجية القائمة على التخطيط.

<sup>1</sup> -رعد محسن الجيد العائين، الاستثمار والتسويق السياحي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص19  
<sup>2</sup> - ساعوري، اقتصاديات حوض النيل، مجلة دراسات حوض النيل، العدد 04، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2002، ص34

الفرع الثالث: مناخ الاستثمار السياحي ومعوقاته

أولاً: مناخ الاستثمار السياحي

ينصرف تعريف مناخ الاستثمار إلى مجمل الأوضاع والظروف المكونة للمحيط الذي تتم فيه العملية الاستثمارية وتأثير تلك الأوضاع والظروف سلبيًا أو إيجابيًا على فرص نجاح المشروعات الاستثمارية، وبالتالي على حركة الاستثمارات واتجاهاتها، وهي تشمل الأوضاع والظروف السياسية، الاقتصادية والاجتماعية، كما تشمل الأوضاع القانونية، التنظيمية والإدارية<sup>1</sup>؛ لقد أصبح مفهوم الاستثمار ومناخ الاستثمار من أبرز القضايا والموضوعات التي أثارت اهتمام خبراء التنمية في السنوات الأخيرة فالاستثمار هو عصب عملية التنمية الاقتصادية الاجتماعية ولقد ظل الاهتمام مركز أكثر منذ نصف قرن في جهود التنمية التي تبذلها الدول النامية على كيفية تمويل الاستثمار ونقل التقنيات الحديثة وتوطينها والاستعانة بالخبراء الأجانب السياحي<sup>2</sup>.

من أهم المحفزات للاستثمار السياحي نذكر:

- توفير خدمات البنية التحتية والمرافق العامة في المناطق السياحية المستهدف تنميتها من خلال:

- تقديم مزيد من التسهيلات لتحسين عرض المنتج السياحي بما يحقق تحفيز الطلب السياحي الوطني؛
- تعظيم الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة بتحقيق زيادة إجمالية في مستوى الإنفاق السياحي، لتأخذ الحد الممكن من العائدات الصافية في الاقتصاد الوطني.

- الارتقاء بجودة الخدمات السياحية بما يتوافق مع المواصفات الدولية وتقديم الخدمات اللازمة للسياح في المواقع السياحية والمحيط السياحي من خلال:

- تطوير القدرات التنافسية على أساس تنوع عناصر المنتج السياحي وجودة الخدمات والأنشطة السياحية لتحقيق زيادة في الطلب السياحي؛
- تحسين مستوى جودة المنشآت السياحية الإيوائية وغيرها من الخدمات السياحية بما يتلائم مع المستويات الدولية؛

• تطوير خدمات الإطعام والنقل وكافة التسهيلات لتحقيق الرضا والراحة للسياح؛

• تحسين بيئة الأعمال للمنشآت والأنشطة السياحية؛

- زيادة عدد الموارد البشرية المؤهلة للعمل في القطاع السياحي بما يتوافق والزيادة في حركة الاستثمارات السياحية من خلال:

• تأهيل الكوادر البشرية العاملة في المرافق والخدمات السياحية؛

<sup>1</sup> - منور اوسريير، نذير عليان، حوافز الاستثمار الخاص المباشر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الثاني، 2005، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف ص116

<sup>2</sup> - رضا عبد السلام، محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في عصر العولمة، المكتبة المصرية، مصر، 2007، ص100

- تطوير مناهج التعليم والتدريب السياحي بما يواكب متطلبات السياحة الحالية؛
- دعم إنشاء معاهد سياحية لمختلف عناصر السياحة؛
- تعزيز الأمن والاستقرار السياحي وتنمية الوعي السياحي المجتمعي<sup>1</sup>؛
- تحقيق وتعزيز الأمن والاستقرار السياحي كأساس لتحقيق التنمية السياحية وتنشيط نمو حركة السياحة؛
- تنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي بأهمية ودور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة على المستوى الوطني والمحلي، بما يحقق تغيير المفاهيم والسلوكيات الخاطئة تجاه السياحة وخلق بيئة ملائمة للتنشيط السياحي؛
- إيجاد إعلام سياحي فاعل يتمتع بالمهنية ويستخدم أكفاً الوسائل وأكثرها تقدماً لتقديم رسائل اعلامية توعوية باعتماد أفضل المداخل تساهم في نشر الثقافة السياحية.
- تطوير التسويق والترويج السياحي ودراسة الأسواق السياحية المستهدفة ومتطلبات الأسواق المصدرة للسياحة والترويج لما يكفل زيادة عدد السياح من خلال<sup>2</sup>؛
- استخدام الوسائل المختلفة والفاعلة للترويج والتسويق السياحي وتوسيع وتنويع فعاليات وأساليب الترويج السياحي؛
- تحسين الصورة السياحية الوطنية في الأسواق المصدرة للسياحة؛
- دخول أسواق سياحية جديدة وواعدة لزيادة حصة البلاد من السوق السياحي الدولي؛
- تحقيق زيادة في معدلات النمو للسياحة الوافدة؛
- رفع معدل النمو في العائدات النقدية للسياحة الدولية؛
- تنشيط السياحة المحلية.
- كما يتحدد تحفيز مناخ الاستثمار السياحي بعوامل أخرى والتي تؤثر في فرص الاستثمار وتحدده من حيث معدل الربحية المتوقع أو درجة المخاطرة وهذه العوامل يمكن إيجازها فيما يأتي:
- نظم الاستثمار السياحي وتشريعاته وقوانينه؛
- وجود قانون موحد للاستثمار يتسم بالوضوح والاستقرار والشفافية، وعدم التعارض مع التشريعات الأخرى ذات الارتباط وأن يكون متوافقاً مع القواعد والتنظيمات الدولية الصادرة لحماية المستثمر<sup>3</sup>؛
- الأثر الفاعل في تحديد مناخ الاستثمار السياحي من حيث الايجابيات والسلبيات فكلما كانت التشريعات أكثر مرونة وتحفيزاً كان مردود الاستثمار السياحي أكثر فاعلية وإيجابية والعكس.
- حماية حقوق المستثمرين؛

<sup>1</sup> - محمد أحمد العمري، الأمن السياحي، المفهوم والتطبيق، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، 2014، ص17

<sup>2</sup> - إبراهيم اسماعيل الحديد، مرجع سابق، ص137

<sup>3</sup> - منور اوسرير، نذير عليان، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مرجع سابق، ص116

- توافر المشروعات ذات الجدوى الاقتصادية؛
- الترويج الفعال للاستثمار السياحي في مجال التراث الثقافي والطبيعي
- حوافز الاستثمار التي يستفيد منها المستثمر في مجال القطاع السياحي وخاصة التمويل؛
- حجم السوق السياحي؛
- البيئة الاقتصادية والنظام الضريبي:

حيث أن اتباع نظام السوق الحر في المعاملات الاقتصادية واتخاذ منهاج يشكل بيئة ملائمة وعامل أساس لتحفيز واستقطاب التدفقات المالية في مجال الاستثمار السياحي فالغاء العقبات أو تخليلها أمام تبادل العملات الأجنبية وصرفها وكذلك تحرير رؤوس الأموال من جميع القيود واستقرار سعر الصرف واتصاف المعدلات الضريبية بالاعتدال كلها عوامل ومقومات تشجع على الاستثمار وتحفزه في مجال القطاع السياحي.

#### ثانيا: معوقات الاستثمار السياحي

يرتكز التوجه الحديث في تقييم مناخ الاستثمار في إجراء دراسات ميدانية في مقابلة المستثمرين أنفسهم من أجل معرفة أهم الصعوبات والعوائق المتوقعة في المستقبل ففي حالة فشل المشاريع الاستثمارية القائمة، يكون هناك احتمال قوي عن عزوف المحتملين على المغامرة والاستثمار في ظل زيادة درجة عدم تأكيد المحيط وارتفاع درجة المخاطرة وقد تتحقق النتيجة المعاكسة في حالة نجاح المستثمرين الأوائل ورضاهم عن ظروف الاستثمار المتحققة، الأمر الذي يشجع غيرهم من المستثمرين على القدوم للاستثمار ويسمح بمضاعفته قد أنجزت عدّة دراسات حول عوائق الاستثمار توصلت إلى نتائج متماثلة تقريبا كشفت في مجملها أهم معوقات الاستثمار وتمثلت أهم العوائق التي اشتكى منها المستثمرون في صعوبة الحصول على القروض وتكلفتها ومشكلة العقار وضعف البنية التحتية للاستثمار وضعف تأهيل الموارد البشرية وتفشي البيروقراطية والمنافسة غير المشروعة والفساد<sup>1</sup>.

بالإضافة للعوائق المالية هناك الصعوبات التي تواجهها المؤسسات الاقتصادية قصد التزود بالمواد الأولية بسبب التأخر المسجل على مستوى الإجراءات الجمركية الخاصة بالاستيراد وبسبب وجود ندرة في بعض المواد الأولية وارتفاع أسعار كما يشتكي العديد من المستثمرين من صعوبة الحصول على العقار نظرا لارتفاع أسعاره في المدن الكبرى التي تتوجه إليها الاستثمارات بالإضافة لتعدد الإجراءات الإدارية مما يعطل حصول المستثمرين على وثائق ثبوت الملكية الضرورية لتقديم طلب الحصول على التمويل ويرتبط بمشكلة العقار أيضا المشكلة الخاصة بتهيئة المناطق السياحية وتزويدها بالمرافق الأساسية لانطلاق المشروع ( الكهرباء، الغاز، الماء، الهاتف)، إذ أن العديد من المناطق المخصصة للاستثمار بقيت دون استغلال نظرا لهذه الأسباب. ويمكن إيجاز أهم معوقات الاستثمار السياحي فيما يأتي:

<sup>1</sup> - ناجي بن حسين، تحليل وتقييم مناخ الاستثمار في الجزائر، مجلة العلوم الانسانية العدد، 31 جوان، 2009، جامعة منتوري، قسنطينة، ص77

- الافتقار إلى التخطيط السياحي السليم، وتهيئة المواقع الثقافية والطبيعية وتنميتها وتطويرها ومن ثم عرضها للمستثمرين في القطاع الخاص؛
- قلة دراسات الجدوى الاقتصادية عن جدوى الاستثمار في مجال القطاع السياحي مما أدى إلى تأخر جذب المستثمرين الوطنيين؛
- قلة الخبراء الوطنية لدى الشركات الوطنية والقطاع الخاص في مجال الاستثمار في القطاع السياحي؛
- عدم دقة النظم والتشريعات التي تثبت القطاع الخاص المستثمر وتحدد حقوقه والتزاماته في القطاع السياحي؛
- النقص في مجال البنية التحتية ممثلا في التسهيلات السياحية الأولية والتسهيلات السياحية المساندة؛
- ندرة تمويل الاستثمار السياحي في كثير من دول العالم، فعدم توفر رأس المال يقف عائقا أساسيا للاستثمار في القطاع السياحي حيث تفنقر كثير من دول العالم وخاصة النامية منها لوجود قنوات مناسبة للمشروعات التنموية في مجال تمويل القطاع السياحي؛
- الحروب وضعف الاستقرار الأمني فمن المعروف أن الحروب تؤدي إلى تدمير البنيات الأساسية والاقتصادية بشكل كبير فانعدام الأمن وإزهاق الأرواح تعد من أهم الافرازات السلبية للحروب إذ أن السياح يخشون على أرواحهم وممتلكاتهم من الضياع والسرقة ولا يتحركون إلا في أجواء آمنة ومستقرة مما يشكل معوقا رئيسا للاستثمار في القطاع السياحي؛
- التلوث المناخي واستنزاف الموارد إذ يعد التلوث من بين أخطر القضايا التي يواجهها العالم اليوم كتلوث الهواء اهواء الذي أضر كثيرا بأثمن الموارد وتلوث المياه بسبب مخلفات المصانع ونفايات المدن؛
- تعدي الانسان كثيرا على الطبيعة فالغابات تم تدميرها لحساب الخطط العمرانية وإقامة المشروعات التنموية الصناعية والزراعية والتجارية بالإضافة إلى الصيد الجائر للحيوانات النادرة.
- هذه المعوقات تمنع وجود سياحة مواكبة مع البيئة وتمنع أيضا من قيام تنمية سياحية مستدامة مما يعوق الاستثمار في القطاع السياحي ويضعف استراتيجيته.
- في ظل البيئة التجارية الجديدة عرف الاستثمار بجل قطاعاته اتجاهات جديدة متأثرة بتحكم أدوات وآليات العولمة الاقتصادية في مراقبة وتسيير دواليب النظام الاقتصادي العالمي لتبقى الدول النامية تعاني من تداعيات تلك التغيرات الجديدة.

**الفرع الخامس: موقع الدول النامية في الاقتصاد العالمي**

تواجه الدول النامية مشكلة في كيفية اندماجها في الاقتصاد العالمي حيث أن بقائها خارج العملية يفرض عليها جملة من المخاطر والمزيد من التهميش في مجالات التجارة الدولية والاستثمار وأسواق رأس المال. لاشك أن المنافع من العولمة ليست متساوية وتستفيد منها الدول الصناعية أكثر من الدول النامية المنغلقة اقتصاديا، ولكن بالمجمل فإن العولمة تحمل للدول النامية فرصا من جهة، وتحديات وتهديدات من جهة أخرى، فهي تفتح لها منفذا لمنتجاتها في الأسواق العالمية وفرصا للترابط الإنتاجي مع الصناعات في الدول المتقدمة، وتوفر لها مصادر استثمارية خاصة ترفد مدخراتها المحلية، وتوفر لها بنفس الوقت، من خلال دخولها عالم المعرفة واستخداماتها أدواته الحديثة، فرصة تاريخية لتحقيق قفزات تنموية كبيرة إلى الأمام تمكنها من الاندماج في الاقتصاد العالمي<sup>1</sup>.

ولكن من جهة أخرى، فإن الانفتاح التجاري والاستثماري العالمي الكبير المترافق مع ثورة الاتصالات والمعلومات في الدول الصناعية يحمل معه خطرا للدول النامية من خلال تعزيز قدرات الدول الصناعية على زيادة الإنتاجية وتخفيض الكلفة، وتهديدها بنفس الوقت الصناعات التقليدية في الدول النامية، مما يعمل على توسيع الفجوة التنموية بين الطرفين، وهي الفجوة التي بدأت منذ قيام الثورة الصناعية، والمرشحة الآن للاتساع على يد الدول الصناعية نفسها من خلال العولمة وثورة الاتصالات والمعلومات<sup>2</sup>.

وعلى الرغم من تهديدات النظام الاقتصادي الجديد فإن الانخراط في هذا النظام لا بد منه استفادة من الفرص الجديدة التي يوفرها، على أن يسبق ذلك تكيف الجهود لرفع القدرات المحلية وتعزيز القدرة على المنافسة والسعي لتخفيف السلبات التي يحملها، لكن عملية التكيف ليست سهلة وهي تحمل معها تكلفة على المدى القصير والمتوسط للدول التي تجد نفسها مضطرة لإجراء تعديلات هيكلية عميقة في اقتصادياتها إلى أن تبدأ هذه الدول النامية التنسيق فيما بينها والعمل مع الدول الصناعية في إعادة هيكلة الاقتصاد العالمي الجديد<sup>3</sup>.

**الفرع السادس: مخاطر الاستثمار السياحي على الدول النامية**

يمكن للسياحة أن تكون خطيرة ولاسيما على الدول النامية فالتسريب النقد الأجنبي (الداخلي، الخارجي، الغير مرئي) قد يقلل من مساهمتها الاقتصادية والمالية كما أن النشاط السياحي نفسه قد يولد ازعاجا من خلال منافسته لباقي القطاعات، دون اهمال الآثار الاجتماعي من خلال تدمير الثقافة والعادات والتقاليد والبيئة ويمكن تحليل هذه المخاطر وإدارتها من خلال استراتيجية التنمية المستدامة.

<sup>1</sup> - محمود الشيخ، التسويق الدولي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 186

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 181

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 187

### أولاً: التسربات الداخلية، الخارجية والغير مرئية

يؤدي وجود تسربات داخلية، خارجية إلى انخفاض الجدوى الاقتصادية والمالية لصناعة السياحة في البلدان النامية من خلال<sup>1</sup>:

- تآكل مواردها الجذابة؛
- اضعاف قدرتها الاستثمارية ( في رأس المال البشري والمادي)؛
- خفض قيمة القاعدة الضريبية للدولة ومن ثم التأثير على استثمارات البنى التحتية للنشاط السياحي.
- وتؤدي التسربات التي غالباً ما تكون مرتفعة في هذه البلدان إلى التأثير على الطبيعة المستدامة .

#### 1- التسرب الداخلي للنقد الأجنبي:

يشير التسرب الداخلي من وجهة نظر البلد المضيف إلى الخسارة المرئية في حسابات البلد وكذا الدخل الناجم عن النشاط السياحي وتفسر الواردات من السلع والخدمات اللازمة للسياحة جزءاً من هذه التسربات ووفقاً لإحصائيات البنك العالمي سنة 2000 أنه يتم تحويل 55% من عائدات السياحة التي تتلقاها البلدان النامية وغالباً ما يؤدي الترويج والتسويق السياحي إلى استيراد العديد من الخدمات بالإضافة إلى ذلك فإن العاملين الأجانب في قطاع السياحة يعيدون لأوطانهم أرباحهم أو جزء منها المتولدة عن أصولهم في بلدانهم الأصلية، وغالباً ما تكون حصة الاستثمار المحلي منخفضة كما أن اللجوء للعمالة الأجنبية في تحويل من جزء أجورهم لوطنهم الأم سيؤثر على عائدات القطاع، ومن ثم فإن التسرب الداخلي يضعف إلى حد كبير تدفق النقد الأجنبي من السياحة حيث أن زيادة الدخل المحلي الناجم عن الانفاق السياحي تعوقه الواردات من السلع والخدمات والعمالة و مصدر رأس المال المستثمر<sup>2</sup>.

#### 2- التسرب الخارجي للنقد الأجنبي:

ويشير التسرب الخارجي إلى الخسارة المحتملة للعملة الأجنبية أو الدخل الذي يحدث خارج الحيز الاقتصادي للبلد المضيف لا يمكن تسجيل هذا العجز في ميزان المدفوعات ولا يظهر في الحسابات القومية فالبلدان النامية لا تملك رقابة على تسويق منتجاتها السياحية في البلدان التي يأتي منها السياح والنقل الدولي للزوار فالإقتصاد الكيني مثلاً يحصل فقط على 38% من انفاق السياح البريطانيين عند السفر مع شركة طيران أجنبية وهذه الحصة آخذة في الارتفاع وقد تصل إلى 66% في حالة اختيار شركة طيران كينية بالإضافة إلى الإقامة على الشاطئ والسفاري داخل البلاد باستخدام الخطوط الكينية الجوية لسفروه الداخلي وقد ترتفع 80% إذا كان يستخدم الشركة أيضاً لرحلته الدولية وبالتالي فالتسربات الخارجية قد تؤثر على ربحية بعض المشاريع السياحية خاصة

<sup>1</sup> - Jean –Jacques Nowak, *Le Tourisme Un Danger Pour les Pays En Développement ?*, Le Revue de propparco, N°7 , Paris,2010,p11

<sup>2</sup> - Jean –Jacques Nowak, op-cit,p12

في ظل انخفاض المنافسة المحلية مما يضعف من مردودية الاستثمارات، ضف إلى ذلك فالبلد المضيف لا يملك في كثير من الأحيان الوسائل اللازمة لتمويل معالجة النفايات ومياه الصرف الصحي بل تتولى المسؤولية الشركات المستثمرة وعند مواجهتها لصعوبات مالية فإنها تضحى بهذه الاستثمارات جملة وتفصيلا.

### 3- التسربات الغير مرئية

وتتمثل في الخسائر في العملة أو الدخل وتحدث داخل الحيز الاقتصادي للبلد المضيف ولكنها لا تحسب كتكاليف لقطاع السياحة على الرغم من أنها هي الأكثر صعوبة في التقييم فهي أقل واقعية وقد ترتبط هذه التكاليف على سبيل المثال بالتدهور البيئية أو المواقع الطبيعية والثقافية التي تستخدمها السياحة فضلا عن هروب رؤوس الأموال للخارج وارتداء البنية التحتية العامة واحتقانها وجميع هذه العوامل تؤثر على جدوى صناعة السياحة على المدى الطويل<sup>1</sup>.

#### ثانيا: التبعية والمنافسة بين القطاعات وغيرها من المخاطر

بالإضافة إلى ظاهرة التسربات يمكن للسياحة أن تضع الاقتصاد والبيئة والتوازن الاجتماعي في بلد هش معرض للخطر حيث يمكن أن يسهم في تراجع القطاعات الاقتصادية الأخرى، الزراعية مثلا وعدم استقرار الاقتصاد وإعادة هيكلة المجتمعات التقليدية وزيادة الضغط على البيئة، ويمكن أن يكون الاعتماد الشديد من جانب بعض البلدان النامية على قطاع السياحة خطرا ومن بينها وعلى الرغم من التقدم المحرز باطراد منذ تسعينات القرن الماضي والآفاق الواعدة هي البلدان النامية وذلك نظرا لهامشية التدفقات السياحية الدولية وع ذلك فإن الهيمنة الاقتصادية للسياحة كبيرة إذ أن الإيرادات السياحية هي المصدر الرئيسي للنقد الأجنبي ووفقا لمنظمة السياحة العالمية<sup>2</sup> والأونتكاك فإنها تمثل حوالي 17% من إيرادات جميع الصادرات غير النفطية متقدمة بفارق كبير عن النسيج والقطن وتعد السياحة من بين أكبر ثلاث صادرات لأكثر من ثلث هذه البلدان وبالإضافة إلى ذلك فإن مساهمة السياحة في اقتصاد بلد ما قوية بشكل خاص في اقتصاديات الجزر الصغيرة.

ويمكن أن يؤدي اعتماد البلدان النامية على السياحة إلى زيادة ضعف أدائها الاقتصادي كونه قطاع غير مستقر ولاسيما حساسيته للتغيرات الموسمية في البلد المضيف، فرحيل السياح نتيجة الأحداث السياسية الدولية يكبد البلد المضيف خسائر بالجملة.

ومن ناحية أخرى لابد من ادراك حقيقة المخاطر بالمنافسة بين قطاع السياحة وغيره من القطاعات الاقتصادية وتتعلق هذه المنافسة المشتركة بين القطاعات بعوامل إنتاج أساسية وفي تنميتها تصبح أكثر ربحية وازدياد احتياجاتها من القوى العاملة والأرض ورأس المال ويخلق هذا الطلب الإضافي ضغوطا على أسواق عوامل الإنتاج ويؤدي إلى زيادة كبيرة في تكاليفها في بعض الأحيان، زيادة قوية في الأسعار والإيجار التي من شأنها أن تؤدي إلى عملية تضخمية وتعارض الاستخدام بين السكان وخصخصة الأراضي الجماعية (الحالات التي

<sup>1</sup>-Ibid,p12

<sup>2</sup> - Tourism In The Least Developed Contries, OMT, Madrid,2001,p15

لوحظت في المغرب والمكسيك ومصر وبورما والفلبين)، فضلا عن المخاطر الاجتماعية والبيئية المتعلقة بالسياحة وبسبب العلاقات الغير متناظرة يمكن أن تتولد توترات بين السياح والسكان التي من شأنها أن تغير كثيرا من السلوكيات الثقافية المحلية والقيم وفي حالة كون المجتمعات غير منتظمة قد يتسبب في اختفاء هويتها الثقافية التي كان يمكن تقديرها في سياق السياحة المسؤولة والمستدامة و لا يخفى خطر عدم التماثل في سوق العمل حيث تؤثر الانتهاكات على أبعادها المختلفة وظروف العمل والسلوك الرتبي الهرمي وإلى غير ذلك<sup>1</sup>، وأخيرا فإن تدهور البيئة الطبيعية وتفاقم التلوث الذي يمكن أن ينتج عن نشاط سياحي ضعيف التصميم والغير مراقب ليس أقل خطرا مما يؤدي إلى تدهور بيئي يهدد استمرارية الثقافة البيئية ( تدمير الشعاب المرجانية، تلوث المياه).

وتؤكد هذه الأخطار إلى الحاجة إلى سياحة مصممة وتكون مستدامة ومن أجل الاستفادة من الفوائد المحتملة التي يتيحها هذا النشاط يجب أن تؤخذ في الحسبان جميع المخاطر التي يمكن أن تولدها السياحة ويجب تطوير السياحة وفقا لمعايير التنمية المستدامة التي تعزز المنافع من خلال الحد من المخاطر، وتستند الاستراتيجية الانمائية الناتجة إلى التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وتعنى بضرورة المشاركة في الأنشطة لجميع أصحاب المصلحة من القطاعين الخاص والعام وعلى المستوى الفردي والمجتمعي الوطني والأجنبي كما يجب أن تستند إلى شرط الإنصاف سواء بين الأجيال ( الحفاظ على التراث الطبيعي والثقافي للأجيال القادمة والإنصاف بين الأجيال في توزيع المنافع داخل كل جيل وبالتالي زيادة مشاركة كل الفئات المحرومة في ظل هذه الظروف يمكن للسياحة أن تفيد من يمارسها والبلدان التي ترحب بها بما في ذلك أقلها تقنما.

<sup>1</sup> - Human Resources Development, op-cit ;p07

## خلاصة الفصل:

يمكن للسياحة أن تعزز السلام والاستقرار في البلدان النامية من خلال توفير فرص العمل، توليد الدخل وتنويع الاقتصاد وحماية البيئة وتعزيز الوعي بين الثقافات، ومع ذلك يجب مواجهة التحديات الرئيسية إذا أرادت الاستفادة من هذه الصناعة من خلال تعزيز الاستثمارات في البنى التحتية والقدرات البشرية ووضع إستراتيجيات وطنية شاملة لتحديد أطر تنظيمية قوية للقطاع وآليات تحقيق أقصى قدر من الأرباح بالعملة الصعبة داخل البلد فضلا عن تكثيف الجهود المبذولة لمحاربة الجريمة والفساد، ولكن تحقق ذلك يبدأ من منطلق تبني توجه تنموي سليم وشامل لجميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية أي تبني لفكرة التنمية المستدامة ومن ثم تعزيز القدرات والإمكانيات للنهوض بالتنمية السياحية المستدامة.

العولمة في مجال السياحة من أهم محركات التنمية، نظرا لعدّة دوافع منها الاقتصادية، السياسية، التكنولوجية والاجتماعية والبيئية والديمقراطية فضلا عن تأثيرها المباشر على السياحة من خلال التنمية الاقتصادية خلق فرص العمل انتشار المعرفة التقنية وتطوير منتجات وأسواق السياحة فضلا عن تغيرات البيئة والثقافة لذا وجب الاستجابة لتحديات العولمة نحو تحقيق استدامة السياحة والحفاظ عليها إذ أرادت الدول النامية بما فيها الجزائر إذا أرادت النجاح في مسارها السياحي التنموي المستدام.

لكن مع مناقشة التحديات كان لابد من معرفة وضع القطاع السياحي في الدول النامية هل يستطيع استيعاب حجم الزيادة المتوقعة في هذا القطاع بعد كل هذه الجهود الترويجية حيث أن قطاع السياحة في بعض البلدان النامية (الدول العربية) شهد نموا متزايدا مثل مدينة دبي، أبو ظبي في الامارات والدوحة في قطر وكذلك نجد في البحرين فنادق على درجة عالية من الكفاءة ونفس الشيء في المملكة العربية السعودية ولكن تبقى الطاقة الفندقية في هذه الدول لا تستوعب الزيادة المتوقعة في أعداد السائحين خلال السنوات القادمة هذا من ناحية ومن ناحية أخرى كثير من الدول النامية ذات العوائد السياحية الهامة تعود هذه العوائد للتسرب بشكل واردة نظرا لضعف البنية الصناعية والزراعية لهذه الدول ولا يخفى أن قطاع السياحة كثير التشابك مع باقي القطاعات، لذا وجب على الدول النامية بصورة عامة و الجزائر بصورة خاصة أن تزيد من نسبة الاستثمارات في قطاع السياحة والتنسيق فيما بينها وبين الدول الجوار لدعم هذه الصناعة.

## تمهيد

تعتبر الجزائر من إحدى الدول الإفريقية التي حاولت بعد استرجاع استقلالها النهوض بقطاعها السياحي من خلال العديد من المحاولات إلا أن هذه الأخيرة تبقى متواضعة ولا ترقى بالسياحة الجزائرية إلى مصف الدول السياحية، إذ بقيت انجازاته جد محدودة مقارنة ببلدان العالم بصفة عامة والدول المجاورة والشقيقة بصفة خاصة، حيث يحتل القطاع مراتب متأخرة في جميع المؤشرات الفرعية لمؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر العالمي وهو ما يضع الجزائر أمام تحديات كبيرة للنهوض بهذا القطاع الحيوي، وهي التي تسعى للخروج بالاقتصاد الوطني عن تبعية قطاع المحروقات والعمل على تنويعه بما يساهم في خلق ثروة حقيقية ومناصب شغل تؤسس لديناميكية نشاط الاقتصاد الوطني، وفي الوقت الحالي تطمح الجزائر إلى دخول سوق السياحة الدولية وجعلها واحدة من الأولويات القومية وتحويلها إلى أحد مراكز الجذب السياحي من الدرجة الأولى كما تعلق أملا كبيرا على الاستراتيجية الجديدة التي جاء بها المخطط التوجيهي لأفاق 2030 حيث يعتبر أول استراتيجية شملت كافة الجوانب السياحة وتمتد على عدة مراحل على المدى القريب والمتوسط والبعيد وبناء على ما تقدم سيتم تقسيم الفصل إلى:

**المبحث الأول: تطور السياحة في الجزائر وأهم مؤشراتها؛**

**المبحث الثاني: الأداء الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر**

**المبحث الثالث: اختبار العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر من خلال نموذج الانحدار**

**الخطي البسيط ونموذج التكامل المشترك واختبار السببية**

## المبحث الأول تطور السياحة في الجزائر وأهم مؤشراتهما

تمتلك الجزائر لمناطق خلابة وشريط ساحلي يمتد على مسافة 1200 كلم ومناخ متنوع يجعل السياحة مستمرة على طول السنة وكذلك صحراء واسعة مصنفة ضمن أروع صحاري العالم، بالإضافة إلى تعدد التقاليد والعادات التي تختلف من منطقة إلى أخرى ومن فئة مجتمعية إلى أخرى وتنوع الآثار والفنون دون أن ننسى الحمامات والمراكز المعدنية المنتشرة في أرجاء الوطن والتي تساهم في معالجة الكثير من الأمراض وهذا ليس وليد اليوم وإنما يعود للحقبة الاستعمارية؛ وسيتم تناول المبحث من خلال:

## المطلب الأول: تاريخ ظاهرة السياحة في الجزائر؛

## المطلب الثاني: الاستثمار السياحي في الجزائر؛

## المطلب الثالث: مؤشرات السياحة في الجزائر.

## المطلب الأول: تاريخ ظاهرة السياحة في الجزائر

## الفرع الأول: قبل الاستقلال

باعتبار الظاهرة السياحية في الجزائر حديثة النشأة فإن ظهورها يعود إلى الحقبة الاستعمارية أي قبل الاستقلال 1962 مع بداية القرن التاسع عشر، خلال الاحتلال الفرنسي للبلاد ففي 1897 أسس المستعمر اللجنة الشتوية الجزائرية وبواسطة الرعاية والإشهار تمكنت من تنظيم قوافل سير عديدة من أوروبا نحو الجزائر فهذه المرحلة جلبت العديد من السياح الأوروبيين لاكتشاف المناظر الطبيعية لبلادنا وهو ما دفع المستعمر الفرنسي إلى التفكير في إنشاء هياكل قاعدية تلبية لحاجيات الزبائن الأوروبيين وفي سنة 1914 تم تشكيل نقابة سياحية في مدينة وهران وفي سنة 1916 تم تشكيل نقابة سياحية في قسنطينة وفي 1919 تم إنشاء فدرالية السياحة والتي تجمع 20 نقابة تواجدت آنذاك وفي نفس السنة تم إنشاء القرض الفندقي المكلف بمنح القروض للمستثمرين في مجال السياحة وفي سنة 1931 تم إنشاء الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي والسياحي الذي كان يهدف إلى تنمية سياحية واستمر نشاطه حتى بعد الاستقلال وقد بلغ عدد السياح في الجزائر سنة 1950 حوالي 150 ألف سائح لذا أدرك المستعمر أهمية الموارد السياحية في الجزائر حيث تم وضع برنامج موسع خاص بالتجهيزات السياحية في مخطط قسنطينة 1957 والخاص بانجاز 17200 غرفة لفنادق حضارية 17% ممرزة بالجزائر العاصمة لدليل على أهمية السياحة في الجزائر<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - عبد القادر شلال، الواقع السياحي في الجزائر وأفاق النهوض به في مطلع 2025، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر واقع وأفاق، جامعة البويرة، 11-12 ماي 2010، ص04

الفرع الثاني: غداة الاستقلال

ورثت الجزائر 5922 سرير، تولى تسيير هذه الهياكل لجنة مختصة في تسيير الفنادق و المطاعم و التي تأسست سنة 1965 وخاضعة لنظام التسيير الذاتي. و في سنة 1966 تخلت الدولة عن هذه اللجنة وأسندت مهامها إلى الديوان الوطني للسياحة الذي أنشأ سنة 1962 و كان تحت وصاية وزارة الشباب والرياضة إلى غاية 1964، و بواسطة قرار رئاسي تم إحداث وزارة السياحة و تتمثل مهام الديوان في تسيير أملاك الدولة و التعريف بالمنتج السياحي الجزائري في السوق الدولي للسياحة و ذلك بواسطة وسطائه الثلاث في الخارج ( ستوكهولم، باريس وفرانكفورت). عموما خلال الفترة 1962- 1966 لم يستفد القطاع السياحي من أية تنمية محددة المعالم و تميزت السياحة خلال هذه المرحلة بضعف و ترد الهياكل السياحية، نقص في اليد العاملة المؤهلة، انعدام الوكالات السياحية التي تتكفل بالدعاية و الإشهار انعدام أي تنظيم للهياكل و الثروات السياحية، ... و غيرها من النقائص التي دفعت الدولة إلى محاولة استغلال الثروات السياحية و تعتبر سنة 1966 بداية الاهتمام الحقيقي بالقطاع السياحي من خلال أول عمل حكومي على المستوى الوطني فبعد تقييم شامل قدمته وزارة السياحة حول مجمل الثروات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر، و بعد تحديد أهمية و فوائد السياحة و نوع المنشآت السياحية الواجب إحداثها تم تحديد توجهات الميثاق السياحي و المتمثلة أساسا في: تحسين الشروط السياحية الطبيعية والثقافية، اختيار مناطق التوسع السياحي و إنشاء وتطوير الصناعة الفندقية<sup>1</sup>.

الفرع الثالث: السياحة ضمن المخططات الوطنية

1 - السياحة ضمن المخطط الثلاثي: بعدما حددت الحكومة أهدافها من التنمية السياحية، وحددت نوع السياحة التي ترغب في تطويرها، حاولت ترجمة ذلك في المخطط الثلاثي، حيث سجلت السياحة ضمن الاستثمارات الوطنية التي ترصدها الدولة للمشاريع التنموية بمختلف القطاعات الاقتصادية، وكان الهدف من وراء ذلك هو جعل القطاع السياحي يساهم في عملية التنمية الوطنية.

<sup>1</sup> - خالد كواش، مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، جامعة الشلف، الجزائر، 2000، ص225- 227

جدول رقم (04-01): توزيع الاستثمارات على القطاعات الاقتصادية خلال المخطط الثلاثي 1967-

1969

(مليون دينار جزائري)

النسبة المئوية	المبالغ المخصصة لكل قطاع	القطاعات
48.74	5400	الصناعة
16.87	1869	الزراعة
10.14	1124	الهيكل الأساسية
08.23	912	التربية
03.72	413	السكن
02.54	282	السياحة
01.14	127	التكوين
02.66	295	الضمان الاجتماعي
03.68	441	الإدارة
01.94	215	متفرقات
%100	11078	المجموع

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الثلاثي 69/67.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن القطاع السياحي رتب في آخر الاهتمامات من حيث المبالغ المالية المخصصة له، وذلك بمبلغ لا يتجاوز 282 مليون دينار جزائري، أي نسبة 02.54% من الاعتمادات الكلية المخصصة لهذا المخطط والمقدرة بـ 11078 مليون دينار جزائري ويفسر هذا التوزيع تردد وتخوف الدولة من الاستثمار في القطاع والمساهمة التي يمكن أن يقدمها للتنمية وخاصةً المردود من العملة الصعبة مقارنةً مع القطاعات الأخرى مثل القطاع الصناعي الذي كانت الدولة تعول عليه كثيرًا، وهذا يظهر من خلال الاعتماد المالي المخصص له والمقدر بـ 5400 مليون دينار جزائري، أي نسبة 48.74% من إجمالي الاستثمارات المخصصة لهذا المخطط وفي هذا المخطط تم إنشاء بعض الفنادق ومعاهد التكوين السياحي وكذا انجاز 11308 سرير<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - عبد القادر شلال، مرجع سابق، ص 06

جدول رقم (04-02): حصيلة برنامج المخطط الثلاثي بين سنتي 1967-1969

العمليات المقررة	عدد الأسرة المبرمجة	النسبة المئوية	عدد الأسرة المنجزة	النسبة المئوية	العجز	
					ع. الأسرة	النسبة المئوية
محطات شاطئية	6766	51.7	2406	35.5	4360	64.5
محطات حضرية	1650	12.6	254	15.4	1396	84.6
محطات صحراوية	1818	13.9	286	15.7	1532	84.3
حمامات معدنية	2847	21.8	00	00	2847	76.2
المجموع	13081	100%	2946	22.5%	10135	77.5%

المصدر: عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، السنة الجامعية 2012-2013، ص 208

من خلال الجدول أعلاه يتضح أنه إلى غاية نهاية سنة 1969، سجل القطاع عجز فادح قدر بـ 10135 سرير أي نسبة 77.5%، وهذا مرده إلى ضعف قدرات الانجاز وسوء تحديد المسؤولية الإدارية.

2- السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول: جاء هذا المخطط بنفس أهداف المخطط السابق تقريباً وهي العمل على بناء مرافق سياحية موجهة بالدرجة الأولى للسياحة الخارجية حيث ترمي الأهداف المسطرة في هذا البرنامج إلى استقبال أكثر من مليون سائح مع نهاية العشرية وللاستقبال هذا العدد وحسب تقديرات المختصين فإنه يجب رفع قدرات الاستقبال إلى 700000 و 900000 سرير مع نهاية العشرية ومن أجل الوصول إلى هذا الهدف برمج إنجاز 35000 سرير خلال نهاية المخطط الرباعي الأول والمقرر تطبيقه في الفترة 1970-1973 وذلك من أجل تلبية الحاجيات السياحية الداخلية و الخارجية حيث رصد لهذا البرنامج 700 مليون دينار أي نسبة 02.5% من إجمالي الاستثمارات المقدره بحوالي 28 مليون دينار والموزعة حسب الجدول التالي:

جدول رقم (03-04): توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال الربعي الأول (1970-1973)

النسبة	المبلغ المخصص لكل قطاع	القطاعات التنموية
40	12400	الصناعة
15	4140	الزراعة
08	2307	الهياكل الساسية
05	1520	السكن
10	2718	التربية
02.5	700	السياحة
02	585	التكوين
03.5	934	الضمان الاجتماعي
03.2	870	الإدارة
03	800	متفرقات
03.1	760	النقل
100	27736	المجموع

المصدر: عوينان عبد القادر، مرجع سابق، ص 210.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن القطاع السياحي مازال يحتل المراتب الأخيرة بين القطاعات الاقتصادية، رغم الزيادة في الميزانية المخصصة للقطاع إلى أكثر من النصف بالنسبة للمخطط الثلاثي السابق، وللأسف هذا لا يدل على إعطاء العناية اللازمة للقطاع السياحي بل هو ناتج عن الزيادة الكلية في ميزانية المخطط الربعي الأول.

ويظهر الجدول أيضا أن الأهمية الكبرى أعطيت للمشاريع المتبقية من المخطط الثلاثي السابق وهذا ما يبين عدم القدرة على الإنجاز في الفترة المحددة وعدم تقدير ميزانية المشاريع بطريقة ناجحة أدى إلى تداخل المشاريع المتبقية على حساب المشاريع الجديدة، وهي من بين الأسباب التي أدت إلى عدم تطور القطاع السياحي بالشكل المخطط له وبعد نهاية فترة المخططين الثلاثي والربعي الأول الممتدة من سنة

1967

إلى 1973، وصل عدد الأسرة المنجزة إلى 9230 سرير بعجز يقارب 26000 سرير عما كان مقرراً إنجازَه حيث تم إنجاز 6860 سرير فقط من البرنامج المقرر في المخطط الرباعي الأول أي تسجيل عجز تقدر نسبته بـ 65.55% عما كان مقرراً وبالتالي يتضح أن المخطط الرباعي الأول في المجال السياحي يعتبر سابقة من حيث العجز المسجل في الإنجاز وعدم بلوغ الأهداف المسطرة في هذا المخطط، وهي بوجه خاص<sup>1</sup>:

- زيادة الدخول من العملة الصعبة عن طريق السياحة الخارجية.

- خلق مناصب شغل جديدة من خلال توسيع هياكل الاستقبال والهياكل المرافقة لها.

3- **السياحة ضمن المخطط الرباعي الثاني (1974-1977):** عرفت هذه الفترة عدة تغيرات تمثلت فيما يلي:

- إلحاق المصالح التجارية التابعة لـ: (SONATOUR) بالوكالة التجارية للسياحة (ATA) لكن هذه الأخيرة أثبتت عدم نجاعتها ولم تدم العملية سوى سنتين؛

- في سنة 1976، أنشئت الشركة الوطنية للسياحة (SAN-ALTOUR) التي أسندت إليها مهمة تسويق المنتج السياحي الجزائري؛

- إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية (ETT) التي تولت مهمة إنجاز مشاريع التنمية السياحية، لكن هي الأخرى فشلت، فمن بين 50000 سرير المبرمج إنجازها، لم ينجز سوى 18000 سرير وفي هذا المخطط وصل حجم الاستثمارات المرصودة لهذه الفترة حوالي 1230 مليون دينار جزائري، أي زيادة تفوق 100% عما كان عليه الحجم في المخطط الرباعي الأول، غير أن ذلك لا يعني أن القطاع ارتفع في سلم أولويات التنمية الوطنية لأن مقدار الزيادة المقررة في هذا المخطط كانت نفسها بالنسبة لجميع القطاعات الأخرى وذلك بسبب زيادة حجم الميزانية العامة وارتفاع تكاليف الاستثمار في جميع القطاعات مما يجعل مكانة السياحة ثابتة في السياسة التنموية للدولة الجزائرية عبر المخططات الثلاثة. والجدول التالي يبين كيفية توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات التنموية في المخطط الرباعي الثاني من 1974 إلى 1977 زائد برنامج خاص بقطاع السياحة لسنة 1978:

<sup>1</sup> - عيد القادر الشلالي، مرجع سابق، ص 08

جدول رقم (04-04): توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات التنموية خلال المخطط الرباعي الثاني

(1977-1974)

(مليون دينار جزائري)

النسبة المئوية	المبلغ المخصص لكل قطاع	القطاعات التنموية
43.5	48000	الصناعة
10	12005	الزراعة
04.2	4600	المياه
01.4	1500	السياحة
01	155	الصيد
14	15500	البنية الاقتصادية
09	9947	التربية والتكوين
13.3	14610	الشؤون الاجتماعية
01.3	1399	الإدارة
02.3	2520	دراسات مختلفة
100	110236	المجموع

المصدر: عبد القادر عوينان، مرجع سابق، ص212

من ملاحظتنا للجدول أعلاه، فإن حصة السياحة في توزيع الاستثمارات الاجمالية والمقدرة بـ 110236 مليون دينار جزائري قد انخفضت عما كانت عليه في المخطط الرباعي الأول، وذلك من نسبة 02.5% إلى 01.4% ورغم هذه الزيادة الرقمية في الاستثمار لهذا القطاع والمقدرة بـ 1500 مليون دينار. أما الشيء الذي تم تأكيده في هذا المخطط هو الاهتمام بالسياحة الداخلية التي كانت مهمله من قبل وهذا ما أكده المخطط الرباعي الثاني الذي جاء فيه: "في إطار المبادرات الجديدة للمخطط الرباعي الثاني يجب أن نشرع في ترقية السياحة الداخلية التي توجه من الآن فصاعداً إلى تلبية حاجيات الراحة المنتظمة، التي أدى إليها ارتفاع مستوى المعيشة ونمو الدخل وعليه فإنه تقرر إنجاز مركزين سياحيين في هذا المجال" وتتمثل هذه المراكز في الحمامات المعدنية والخدمات الصيفية والقرى الصيفية... إلخ.

4- السياحة ضمن المخطط الخماسي الأول (1984-1980): إن ما يميز هذا المخطط هو بلوغ الوعي لدى المسيرين بضرورة إحداث التوازن الجهوي والأولوية التي أعطيت للسياحة الحضرية دون سواها في المخططات السابقة فقد خصص مبلغ: 34000 مليون دينار لتغطية التكاليف الخاصة بتطوير ثلاثة مناطق سياحية نموذجية في شرق وغرب ووسط البلاد والموجهة أساساً نحو السياحة الداخلية والتي توافقت التقاليد الجزائرية ووزعت هذه المبالغ كما يلي: 01.6 مليار سنتيم جزائري مخصصة للمشاريع الجديدة قيد الإنجاز، و 01.8 مليار سنتيم جزائري، مخصصة للمشاريع الجديدة. وكان هدف هذا المخطط الوصول إلى طاقة إيواء تقدر بـ 50880 سرير سنة 1985، وعليه برمج 89 مشروع، وزعت كما يلي:

**جدول رقم (04-05): المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول (1984-1980)**

النوع	ساحلي	صحراوي	مناخي	حضري	تخييم	حمامات	المجموع
عدد المشاريع	02	01	05	32	40	09	89
عدد الأسرة	3300	2350	1150	6900	1200	1650	16550

المصدر: عوينان عبد القادر، مرجع سابق، ص214

ما يلاحظ من الجدول أعلاه، أنه لم يتم انطلاق أي مشروع من المشروعات الجديدة التي وضعت في إطار المخطط هذا رغم انتهاء الدراسات الخاصة بها بسبب الأزمة الاقتصادية للدولة والتوجهات السياسية والاقتصادية الجديدة.

5- السياحة ضمن المخطط الخماسي الثاني: أدركت الدولة الجزائرية في هذا المخطط أهمية السياحة في تفعيل النشاط الاقتصادي لذا خصصت برنامجاً مالياً كبيراً هدفه متابعة سياسة التهيئة السياحية وتطوير الحمامات المعدنية والمناخية وكذا تنويع المتعاملين كالجماعات المحلية والقطاع الخاص والعمل على لامركزية الاستثمار والتحكم في الطلب السياحي. ولهذا الغرض، خصصت الدولة غلافاً مالياً قدره 1800 مليون دينار جزائري لتحقيق هذه المشاريع فقد وصلت طاقات الاستقبال في نهاية 1989 إلى ما يلي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> - عوينان عبد القادر، مرجع سابق، ص215

## جدول رقم (06-04): طاقة الاستقبال نهاية 1989

النسبة	المجموع	الخاص	العام	القطاع النوع
27.60	13327	1145	12182	البحري
13.10	6331	2250	3731	الصحراوي
10.60	5116	1528	3588	الحمامات
02.13	1030	76	954	الإقليمي
46.57	22498	17161	5337	الحضري
100	48302	22460	25842	المجموع
//	100	46.5	53.5	النسبة

المصدر: عوينان عبد القادر، مرجع سابق، ص215.

إذا ما قارنت الفترات السابقة أي من سنة 1966 إلى 1980 مع الفترة الممتدة بين 1980 إلى 1989، نلاحظ أن طاقات الإيواء قد ارتفعت خلال هذه الفترة بحوالي 30539 سرير بنسبة 46.57% للقطاع الخاص كما نلاحظ أن الفنادق الحضرية تحتل المرتبة الأولى بينما نسبة الفنادق الإقليمية تبقى ضئيلة أي بنسبة 02.13% أما التدفقات السياحية بقيت مستقرة مقارنة بالفترة السابقة إذ تراوحت بين 250000 و400000 سائح حسب السنوات وبمعدل سنوي يقدر بـ 324000 سائح.

## المطلب الثاني: الاستثمار السياحي في الجزائر

## الفرع الأول: الإطار القانوني للاستثمار السياحي في الجزائر

بدأت التجربة الجزائرية في مجال الاستثمار مباشرة بعد الاستقلال بإصدار أول قانون للاستثمار فكان القانون 277-63 ليدعم الاستثمار المؤرخ في 26 جويلية 1963 بهدف بعث النشاط الاقتصادي وإنعاش الحياة الاقتصادية من جديد وإعادة بناء وتنمية الاقتصاد الجزائري الذي كان يعاني فراغا أحدثته هجرة المعمرين بعد الاستقلال والمحافظة والإبقاء على رؤوس الأموال الأجنبية الموجودة في الجزائر وإلى جلب الاستثمارات الأجنبية وبعد تدهور الأوضاع الاقتصادية وتزايد تسرب رؤوس الأموال الخارجية اهتدت الجزائر لسن تشريع جديد إثر فشل القانون 277-63 بالتفكير في وضع قانون آخر سنة 1966 هو

القانون 66-284 المؤرخ في 15 سبتمبر 1966 المتضمن قانون الاستثمار للقطاع الوطني والأجنبي، أما فيما يخص السياسة الاستثمارية اتجه الأجانب فقد عرفت منعرجا جديدا سمحت بمشاركة رأس المال الأجنبي في إطار خلق شركات مختلطة بمساهمة رؤوس أموال الدولة من خلال الشركات الوطنية إذ سمح القانون 82-13 المؤرخ في 18 أوت 1982 المتعلق بتأسيس الشركات الاقتصادية المختلفة وسيرها في إطار المخطط الوطني للتنمية حيث يمكن للاستثمارات الأجنبية العمل في الجزائر وحصولها على إعفاءات ضريبية شريطة المشاركة في شركات مختلطة مع مؤسسات القطاع العام 51% وهذا ما يؤكد بداية انفتاح الاقتصاد الوطني من خلال السماح للقطاع الخاص وكذا رأس المال الأجنبي بالمشاركة في تحقيق أهداف استراتيجية تنموية، حيث سمح القانون 86-13 المعدل والمتمم للقانون 82-13 بمشاركة رأس المال الأجنبي في إنشاء شركات مختلطة بمساهمة رؤوس أموال الدولة وفق تسهيلات جديدة متمثلة خاصة في تمديد مدة حياة المؤسسة المختلطة من 15 سنة إلى مدة قد تصل إلى 99 سنة وفق القانون التجاري الجزائري وتسهيلات في تحويل الأموال للخارج ولتحديد حصة الشريك الأجنبي في رأس المال بنسبة 49% وفي إصلاحات الثمانينات سمح القانون 88/25 المؤرخ في 12 جويلية 1988 المتعلق بتوجيه الاستثمارات الخاصة الوطنية.

عملت الجزائر في إطار إصلاح النظام النقدي على وضع القانون 90/10 المؤرخ في 14 أفريل 1990 المتعلق بالنقد والقرض كنقطة بداية لتدعيم الاستثمارات الأجنبية في الجزائر وبالرغم من أنه ليس استثمار إلا أنه يؤكد ترخيص المشرع الجزائري للمقيمين وغير المقيمين بالحرية الكاملة للقيام بالشراكة أو بالاستثمار المباشر وتحويل الأموال بين الجزائر والخارج لتمويل مشاريع اقتصادية وفي أواخر سنة 1993 صدر المرسوم التشريعي 93-12 المؤرخ في 5 أكتوبر 1993 المتعلق بقانون الاستثمارات<sup>1</sup>، تكملة لقانون 10/90 الخاص بالنقد والقرض وبهذا حققت الجزائر قفزة نوعية في التعامل مع القضايا الاستثمارات الأجنبية المباشرة في إطار نظام تشريعي جديد وألغى القوانين الصادرة المخالفة باستثناء تلك المتعلقة بالمحروقات.

<sup>1</sup> - المرسوم التشريعي رقم 93/12 المؤرخ في 15 يوليو 1993 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 64 الصادرة في 24 ربيع الثاني 1414

تلاه بعد ذلك الأمر 01/03 المؤرخ في 20 أوت 2001 المعدل بتطوير الاستثمار<sup>1</sup> المعدل بموجب الأمر 06/08 المؤرخ في 15 يوليو 2006 المعدل والمتمم للأمر 03/01 المتعلق بتطوير الاستثمار<sup>2</sup> وكانت آخر التفاتة تشريعية لتطوير الاستثمار عموما والاستثمار السياحي خصوصا بموجب القانون رقم 16/09 المؤرخ في 03 أوت 2016 والمتعلق بترقية الاستثمار<sup>3</sup>.

### الفرع الثاني: مقومات الاستثمار السياحي في الجزائر

تتجلى مقومات الاستثمار السياحي في ضرورة توافر العقار وطرق التمويل

#### أولاً: العقار السياحي

يعتبر العقار محددًا أساسيًا لإنجاح وإنعاش الاقتصاد الوطني والقضاء على الإختلالات الداخلية والخارجية فيه وعاملاً مساعداً على جلب واستقرار المستثمرين ويعرف العقار على النحو الذي اتجه إليه المشرع الجزائري في المادة 20 من قانون رقم 03/03 المؤرخ في 17/02/2003 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية والتي تنص على ما يلي " يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية ويضم الأراضي التابعة للأماكن الوطنية العمومية والخاصة وتلك التابعة للخواص"<sup>4</sup> مع الإشارة على جملة العراقل والممارسات المرتبطة بالعقار والتي من شأنها عرقلة استثمار العقار والتي يمكن تلخيصها<sup>5</sup>:

- سوء التسيير فرغم وجود الإطار التشريعي إلا أن السلطات لم تستطع مراقبة هذا المورد لكونه يسير من عدة منتجين ( الوكالات العقارية، الجماعات المحلية، الإدارة السياحية) مما أدى إلى تسيير فوضوي لا يسمح للإدارة بالتصرف في أخذ قرار منح الأراضي وإقرار سياسة مناسبة للتنمية السياحية؛
- عدم دقة الدراسات في المرحلة الأولى المتعلقة بتحديد الموارد السياحية بسبب نقص الإعتمادات المالية الممنوحة لهذا الغرض مما أدى إلى وضعية صعبة وغير ثابتة للحماية والتحكم في العقار الخاص بمناطق التوسع السياحي مما ساهم في الإقامات الفوضوية والبناءات غير الشرعية والإضرار بالطبيعة والمواقع السياحية

<sup>1</sup> - الأمر رقم 01/03 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 47 الصادرة في 2001/08/20

<sup>2</sup> - الأمر رقم 06/08 المؤرخ في 15 جويلية 2006 المعدل والمتمم للأمر 01/03 المتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 47 الصادرة في 2006/07/19

<sup>3</sup> - القانون رقم 16/09 المؤرخ في 03 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 46 الصادرة في 2016/08/03

<sup>4</sup> - بن حمودة محبوب وبن قانة اسماعيل، أزمة العقار في الجزائر ودوره في تنمية الاستثمار الأجنبي، مجلة الباحث، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 05، ص 61

<sup>5</sup> - خير الدين معط الله، الاستراتيجيات التنموية المستدامة للنهوض بالاستثمار السياحي في الجزائر، مداخلة ضمن المؤتمر الدولي حول "تطوير السياحة والفندقة في الوطن العربي"، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، أيام 8/7/6 من سبتمبر 2012، ص 28

- تأخر في تحضير مناطق التوسع وتجهيتها بسبب نقص إمكانيات الدراسات نتيجة لقوة وحجم إنجاز منشآت الاستقبال مع الطابع الإيكولوجي لهذه المناطق التي تقلل من قيمتها وغايتها السياحية

- المضايقات التي يواجهها المتعاملون للحصول على قطع أراضي والانتفاع بها فأمام صعوبة الحصول عليها ظهر تأخر كبير في وتيرة إنجاز المشاريع الاستثمارية لعمليات المضاربة والمتعلقة بقطع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي وذلك خرقا للتشريع المتعلق بالبيئة والتعمير والعقار السياحي مما أدى إلى ارتفاع أسعار العقار السياحي وعزوف القطاع الخاص على الاستثمارات فيه ( أجنبي أو محلي) حيث بلغت طلبات الاستثمار السياحي 2% من مجموع طلبات الاستثمار فمبلغ الحصول واقتناء العقار السياحي يصل وحده إلى 30% من الاستثمارات الأجنبية؛

- عدم التطبيق الصارم والفعلي للتنظيم الخاص بحماية مناطق التوسع السياحي فسن القوانين وحده لا يكفي فأهمية القوانين تأتي عند تطبيقها على أرض الواقع واتخاذ اجراءات ردية ضد المضاربين ومدمري البيئة.

#### ثانيا: التمويل

تعتمد كل الدول على تشجيع مشاريعها الصناعية والاقتصادية والزراعية والسياحية على عدة طرق للتمويل أغلبها يعتمد على القروض المقدمة تبعا ل ضمانات يقدمها المستثمر من خلال الرهن أو منح فوائد القروض الممنوحة ومن أشكالها:

- **القروض المتوسطة للتعبئة:** إن البنوك التجارية لها حصة قروض تمنحها في حالة وجود السيولة اللازمة لذلك وتمويلها لقطاع اقتصادي معين إلا أن الطلب على هذه القروض قد يفوق إمكانيات البنك التجاري ولذا يلجأ المستثمر للبنك المركزي وهذا بهدف الحصول على حصة أخرى من أجل التمويل وتتراوح هذه المدة بالنسبة لهذا النوع من القروض من سنتين إلى خمس سنوات وقد يعتمد على التمويل الذاتي في المشاريع السياحية قصد ترقيةها انطلاقا من المرافق التابعة للمستثمر ذاته والنتائج المحصل عليها فمثلا الفندق يمول نفسه بنفسه من خلال بيع الخدمات من طرفه ودفع المستحقات من قبل زبائنه.

وعليه تمويل المشاريع السياحية يعتمد على عدة مصادر يدفع من شأنه انطلاقا من القوانين الضابطة له من خلال منح القروض للمستثمرين في هذا المجال لغرض تحقيق التنمية المحلية والوطنية والدولية وجلب العملة الأجنبية لخزينة الدولة وقد تمول المشاريع السياحية من مساعدات وإعانات الدولة للجمعيات السياحية المعتمدة خاصة المتواجدة في مناطق التوسع السياحي كذلك قد يكون التمويل ذاتيا كالفنادق.

ويتطلب الاستثمار السياحي موارد مالية ضخمة لإنشاء المرافق والمؤسسات السياحية وينطوي على معدل عال من المخاطر كون الاستثمار يتم في أصول ثابتة لمدة طويلة كما أن المشروع السياحي يحتاج

إلى مدّة ثلاث سنوات من تاريخ الاستغلال حتى يتمكن من تحقيق المردودية ولا يصل إلى مرحلة تحقيقها فعليا إلا بعد مدّة تصل في المتوسط إلى ثمان سنوات مما يتطلب تكييف الانتماء المصرفي مع هذه الخصوصيات من خلال تقديم منتجات مالية متميزة خاصة بالقطاع السياحي مع تخفيض معدلات الفائدة وإمكانية التأجيل<sup>1</sup>؛ إن هذه المنتجات المالية لا تتوفر في البنوك الجزائرية التي تنتمي أغلبها للقطاع العام وهي بنوك تجارية تمنح قروض ممتاثلة لكل القطاعات ولا تراعي خصوصية القطاع السياحي، الأمر الذي صعب كثيرا من مهمة القطاع الخاص الذي يحتاج إلى تمويل المشاريع الاستثمارية بنسبة كبيرة من تمويل البنوك الخاصة والمشجعة لمثل هذا النوع من الاستثمارات فنجد أن المستثمرين يشكون أن القروض الممنوحة هي قروض قصيرة ومتوسطة الأجل لا تتناسب مع طبيعة الاستثمار السياحي؛ ضف إلى ذلك أن النشاط السياحي هو نشاط موسمي ودرجة المخاطر تختلف من موسم لآخر كما أن التدفقات السياحية نحو الجزائر لا تشجع على المخاطرة بقروض فوائدها مرتفعة تفنقر إلى تشجيع والتحفيز في بيئة استثمارية غير مستقرة كما أن عدم فعالية السوق المالية الجزائرية أدى إلى عزوف المستثمرين الأجانب عن الاستثمار في القطاع السياحي الذي يحتاج إلى بورصة أموال فاعلة حتى تزيد من الاكتتاب والمشاركة في رؤوس الأموال المؤسسات السياحية وتوزيع المخاطرة على عدّة شركاء<sup>2</sup>.

#### الفرع الثالث: التحفيزات التشريعية المخولة للمستثمر السياحي في الجزائر

إذ يستفيد المستثمر في مرحلة الإنجاز من المزايا التالية:

- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة\*، فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار السياحي؛
- الإعفاء من الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؛
- إعفاء المستثمر السياحي من دفع حق نقل الملكية بعوض بالإضافة إلى الرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار السياحي؛
- الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية؛

<sup>1</sup> - بوسعدي الهام، بواللج منير، إشكالية تمويل الاستثمار السياحي في الجزائر، دراسة تحليلية خلال الفترة (2000-2011)، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الثاني حول " الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة"، مركز الجامعي، تيبازة، الجزائر، يومي 26-27 نوفمبر 2014، ص 06.

<sup>2</sup> - شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم التنسيب، جامعة الجزائر 03، السنة الدراسية، 2014-2015، ص 178.

\* - يؤسس الرسم على القيمة المضافة على رقم الأعمال والإجراءات المهنية المحققة مع احتساب كل الحقوق والرسوم ولمزيد من المعلومات يمكن الإطلاع على الدليل الخاضع للضريبة الصادر عن وزارة المالية 2016، ص 15.

- تخفيض بنسبة 90% من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من قبل مصالح الأملاك الدولية خلال فترة إنجاز الاستثمار؛
- الإعفاء لمدة 10 سنوات من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار السياحي من تاريخ الاقتناء كما يستفيد المستثمر من مزايا أخرى بمرحلة الاستغلال.
- كما يستفيد المستثمر من المزايا التالية في مرحلة الاستغلال:
- الإعفاء من الرسم على النشاط المهني؛
- تخفيض بنسبة 50% الإيجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة؛
- وعندما يتعلق الأمر بالاستثمار السياحي في مناطق الجنوب والهضاب العليا فإن المستثمر السياحي زيادة على استفادته من المزايا السابقة في مرحلة الانجاز فإنه يتمتع بما يلي:
- تكفل الدولة كلياً أو جزئياً بنفقات الأشغال المتعلقة بالمنشآت الضرورية لإنجاز الاستثمار وذلك بعد أن يتم تقييمها من قبل الوكالة؛
- التخفيض من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من قبل مصالح أملاك الدولة بعنوان مسح الأراضي عن طريق الامتيازات من أجل إنجاز المشاريع الاستثمارية وذلك كالتالي:
- بالدينار الرمزي للمتر المربع خلال فترة عشر سنوات وترتفع بعد هذه الفترة إلى 50% من مبلغ استفادة أملاك الدولة بالنسبة للمشاريع الاستثمارية المقامة في ولايات الجنوب الكبير والهضاب العليا أما في مرحلة الاستغلال فيستفيد المستثمر في مناطق الهضاب العليا والجنوب من المزايا الجبائية سابقة الذكر لمدة عشر سنوات.
- بالإضافة إلى ما سبق يستفيد المستثمر السياحي من :
- مبلغ يساوي أو يفوق 5 مليار دينار شريطة الموافقة المسبقة من قبل المجلس الوطني للاستثمار؛
- يصنف الاستثمار سياحياً من قبيل الاستثمار المنصب على النشاطات ذات الامتياز المنصوص عليه في المادة 15 من قانون الاستثمار؛
- مع الإشارة أنه في حالة وجود عدّة مزايا من نفس الطبيعة تطبق المزايا الأصح والأفضل للمستثمر السياحي وبمعنى آخر إذا منح قانون السياحة امتيازات أفضل للمستثمر السياحي أفضل من تلك المزايا التي يخولها قانون الاستثمار أو القانون الجبائي للمستثمر السياحي مع عدم إمكانية الجمع بين الامتيازات.

الفرع الرابع: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030

بما أن القطاع السياحي اليوم يعتبر بمثابة التنمية المستدامة على غرار القطاعات الأخرى ( الزراعة، الخدمات، النقل، الأشغال العمومية، الثقافة) فهو يشكل دعما للنمو الاقتصادي ومصدر لخلق الثروات ومناصب الشغل والمداخل المستدامة لاسيما على المستوى المحلي، فإن الجزائر أولت أهمية كبيرة لهذا القطاع اعتمادا على ما بنته أو ورثته من القدرات التراثية والحضارية والبشرية ومن المكتسبات الطبيعية الموروثة وذلك من خلال التأطير الملموس للانطلاقة القوية للسياحة الوطنية وتحويل الجزائر من بلد مصدر إلى بلد مستقبل للسياح وهذا المسعى يترجمه المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في آفاق 2030 حيث أن بعد فشل السياسات والتدابير العديدة المتبناة من طرف الحكومة للنهوض بقطاع السياحة وترقيته، عملت الجزائر على إعادة بعث القطاع السياحي حيث تم صياغة خطة حول تطوير السياحة في آفاق 2030 في شكل وثيقة المسماة " مخطط أعمال التنمية السياحية المستدامة في الجزائر في آفاق 2010" وبعد سنتين من تنفيذه تم إدخال بعض تعديلات من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستوى الداخلي والخارجي ليصبح مخطط أعمال لآفاق 2013 وتماشيا مع ذلك وبعد عدة تعديلات تم تجسيد المخطط التوجيهي السياحي آفاق 2030 SDAT\* الذي يعد جزءا لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الاقليم 2030 SNAT\* المنصوص عليه في القانون رقم 20/01 المؤرخ في 2001/12/12 المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، وهو المخطط الذي تستمد الدولة من خلال مشروعها السياحي الإقليمي مع آفاق 2030 وتعلنه إلى كافة الفاعلين والمتعاملين وكافة قطاعات الأنشطة والجماعات المحلية و يرتكز المخطط التوجيهي أساسا على خمس آليات<sup>1</sup>:

- التثمين والترويج للوجهة السياحية للجزائر؛
  - الرفع من مستوى الجودة والخدمات السياحية؛
  - ترقية الأقطاب السياحية وتشجيع الاستثمار؛
  - مخطط الشراكة بين القطاع العام والخاص؛
  - مخطط تمويل التمويل العملي للسياحة .
- كما يسعى هذا المخطط لبلوغ وتحقيق الأهداف الكبرى التالية:
- ترقية اقتصاد بديل للمحروقات؛
  - تأثير ديناميكي على التوازنات الكبرى وتحفيز لباقي القطاعات الاقتصادية؛

\* SNAT : schéma nationale d'aménagement de territoire

\*SDAT -Schéma directeur d'aménagement touristique

<sup>1</sup> - وزارة السياحة والصناعة التقليدية الموقع الإلكتروني للوزارة: [www.mta.gov.dz](http://www.mta.gov.dz) ، التاريخ 2017/07/19 الساعة 16.00

- دمج الترقية الصحية والبيئية؛

- تثمين التراث التاريخي والثقافي والديني وتحسين صورة الجزائر في العالم.

ثانيا: الآليات الخمس لبعث المخطط التوجيهي للتنمية

### 1- التثمين والترويج للوجهة السياحية للجزائر

تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية وأيضا من غياب الترويج والاستثمار السياحي لذا عليها اختبار أوراقها القوية بغية لتحسين صورتها حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة وتبقى ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية لتصبح وجهة سياحية كاملة وتنافسية تكون أبرز ملامحها الأصالة، الابتكار والنوعية وعليه يجب تعزيز جانبية وجهة الجزائر ببناء صورة متميزة عنها في ذهنية المستهلكين على مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها والأسواق المستهدفة باستخدام كل وسائل التسويق والترويج التقليدية ( الإشهار، رجال البيع، ترقية المبيعات والعلاقات العامة) والحديثة التسويق المباشر وعن طريق شبكة الإنترنت.

### 2- الأقطاب السياحية للامتياز

كما حدد المخطط التوجيهي للتهيئة كيفية تنمية السياحة في الجزائر عبر هيكلية الأقطاب السياحية التي تعتبر نموذج للسوق السياحي الوطني والدولي، حيث يعبر القطب السياحي على أن تركيبة في مساحة جغرافية معينة من مؤهلات سياحية ( فضاءات ومسالك) ونشاطات سياحية ذات نوعية ( هياكل إيواء وترفيه) منسجمة ومتكاملة مع مشروع تنمية إقليمية واعتمادا على مؤهلاتها وجاذبيتها الإقليمية تم تحديد سبع أقطاب سياحية هذه الأقطاب مجسدة عبر ثلاث أقطاب في الشمال وإثنان منها في الجنوب وإثنان في الجنوب الكبير.

الجدول (04-07): توزيع الأقطاب السياحية ضمن المخطط التوجيهي للتنمية السياحية

عدد الأسرة	الولايات	الأقطاب السياحية
13343	عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس	الشمال الشرقي
49144	الجزائر، تيبازة، البليدة، الشفاف، عين الدفلى، المدية، البويرة، تيزي وزو	الشمال وسط
16998	معسكر، سيدي بلعباس، غليزان، مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان	الشمال الغربي
2092	بسكرة، غرداية، الوادي، منيعه، الواحات	الجنوب الشرقي
1605	القرارة، توات، طرق القصور، بشار، تميمون	الجنوب الغربي
150	طاسيلي، ناجر، إيزي، جانيت	الجنوب الكبير الأطلسي
225	ادرار، تمنراست	الجنوب الكبير الأهقل
83557		المجموع

المصدر: وزارة التهيئة والإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الخامس، المشاريع ذات

الأولوية السياحية جانفي 2008

ويتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل وفقا لقدراتها بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن وهذا بتوفير منتوجات سياحية متعددة ( سياحة صحراوية، سياحة الاستجمام، سياحة علاجية وصحية وستسمح هذه الأقطاب السياحية للامتياز ببروز تنوع سياحي على كافة الأقاليم وتستخدم كنقطة ارتكاز وكقاعدة للتطور السياحي أن الهدف المتوقع من بناء هذه الانتشار السياحي في كافة لتراب الوطني عبر انشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع.

### 3- مخطط جودة السياحة الجزائرية

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الإنتهاج الإرادي للجودة الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم محليين أو أجنبان تم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية من أجل التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية " جودة السياحة الجزائرية" ويرتبط المخطط التوجيهي بما يلي<sup>1</sup>:

- تأسيس العلامة التجارية لجودة السياحة في الجزائر؛
  - تدعيم الكفاءات البشرية؛
  - تنظيم الأنشطة السياحية؛
  - تحديث البنى التحتية.
- كما يهدف المخطط إلى<sup>2</sup>:
- دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية؛
  - بلوغ أفضل مهنية في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني؛
  - تنمية المناطق السياحية الوطنية وثرواتها المحلية؛
  - خلق ديمومة العرض السياحي من خلال تحسين صورة جودة الخدمات للزبائن المحليين والأجانب ؛
  - إفادة المؤسسات وذلك بتوفير الوسائل الملائمة لتحقيق تنميتها وخاصة بمرافقتها في عمليات التجديد وإعادة التحديث والتأهيل والتوسع والتكوين؛
  - ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية " جودة السياحة الجزائرية" وضمان اندماج أحسن وتموقع أفضل.

4- **مخطط الشراكة العمومية الخاصة:** لا يمكن تصور تنمية دائمة للسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي والخاص ويمكن الحديث عن الشراكة العمومية الخاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة للطلب الجماعي على المنتجات السياحية، فإذا كانت الدولة تمارس دورا ضروريا في مجال السياحة خاصة تهيئة الاقليم ووضع المنشآت القاعدية في خدمة السياحة كما أنها تسهر على النظام العام وخطط الأمن وتدير المتاحف والصروح التاريخية، فإن القطاع الخاص يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي يثمن ويسوق الخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه وعلى هذا الأساس

<sup>1</sup> - مخطط جودة السياحة الجزائرية متوفر على الموقع الإلكتروني: [www.mta.gov.dz/index.php/ar/régimes.davantage](http://www.mta.gov.dz/index.php/ar/régimes.davantage) تاريخ الإطلاع 2017/09/15 الساعة 14.00 مساء

<sup>2</sup> - وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب 02، ص48

يسعى المخطط الشراكة العمومية الخاصة إلى خلق روابط بمختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كان قطاع عام أو خاص من أجل تحقيق منتج سياحي نوعي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلا.

#### 1-4: توزيع الطاقة الفندقية حسب القطاع القانوني

إن الزيادة الكمية في الطاقة الفندقية تعبر عن زيادة الاستثمارات في المجال السياحي وبالخصوص في المجال الفندقي بسبب زيادة الثقة في نجاح وإمكانية الاعتماد على هذا القطاع في تحقيق إيرادات، وفيما يلي يتم تحديد هوية المستثمر الفندقي ومنتج خدمات الإيواء بالجزائر حسب القطاعين العام والخاص.

#### جدول(04-08): الطاقة الفندقية حسب القطاع القانوني 2012-2013

النسبة المئوية	2013	2012	القطاع
5.52	65	65	القطاع العام
90.3	1062	1041	القطاع الخاص
0.6	07	07	قطاع مختلط
3.57	42	42	تعاونيات محلية
100	1176	1155	المجموع

المصدر: الوكالة الوطنية للاستثمار الموقع الإلكتروني للوكالة: [www.andi.dz](http://www.andi.dz)

بالفعل حاليا هناك اهتمام كبير من قبل السلطات من أجل تحسين وترقية القطاع السياحي لزيادة مساهمته في التنمية، إلا أنه في إطار الشراكة بين القطاع العام والخاص تبقى النتائج الأولية بعيدة عن التصورات التي جاء بها مخطط الشراكة العمومية والخاصة.

وتجدر الإشارة أن المشاريع التابعة للقطاع الخاص عادة ما تكون مشاريع صغيرة من حيث طاقة الإيواء على غرار مشاريع القطاع العام التي عادة ما تكون بطاقة فندقية كبيرة وهنا يفتح المجال لحجم الاستثمار وتكلفته والذي يعجز عن توفيره القطاع الخاص لذا وجب تثمين مخطط الشراكة العام والخاص من ناحية وكذا فتح المجال للاستثمارات الأجنبية في القطاع السياحي من أجل الوصول وتحقيق النتائج المرتقبة من المخطط التوجيهي للتنمية السياحية لأفاق 2030.

5- **مخطط تمويل السياحة:** أخذ بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها صناعة ثقيلة تتطلب استثمارات ضخمة من جهة وكونها ذات عوائد بطيئة من جهة أخرى فإن المخطط التوجيهي لتهيئة دعم ومرافقة الشريك المرقى أو المطور؛ أما عن أمر تمويل المخطط التوجيهي يتعلق ب<sup>1</sup>:

- مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار وتقدير المخاطر وفي تمويل عتاد الاستغلال؛

- تخفيض إجراءات منح القروض البنكية والتمديد في مدة القرض؛

- الدعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع للتكوين؛

- تشجيع شامل لنوعية وإنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية والمتمثلة في بنك الاستثمار السياحي.

### المطلب الثالث: مؤشرات السياحة في الجزائر

يتوقف نجاح أي منطقة سياحية في جذب السياح على التحسن المستمر على مستوى الخدمات المقدمة والتي يمكن قياسها من خلال الطلب السياحي؛ الذي يمكن التعبير عنه باعتماد عدد السائحين الوافدين إلى البلد المضيف أو بعدد الليالي التي يقضيها السائحون في البلد المضيف أو الإنفاق السياحي الذي يقوم به السائحون في البلد المضيف وهو ما يمثل الإيرادات السياحية<sup>2</sup>، إلا أنه من الأفضل التعبير عن الطلب السياحي بالإنفاق وليس بأعداد السائحين لأن أعداد السياح لا تعبر عن الإيرادات أو المداخل السياحية التي تمثل إنفاق السائحين عن كمية السلع والخدمات المباعة أو المستهلكة من طرفهم، كما أن الليالي السياحية لا تتضمن مجموع الخدمات والمنتجات المشتراة من طرف السياح في حين أن الإنفاق على الخدمات السياحية يعبر عن حجم السلع والخدمات المستهلكة بكل أنواعها ليس فقط الخدمات الفندقية<sup>3</sup>.

### الفرع الأول: مقومات الجذب السياحي في الجزائر

أولاً: **لمكانيات ( المقومات ) الطبيعية:** و يمكن عرضها باختصار كما يلي<sup>4</sup>

1. **الموقع والمناخ:** تقع الجزائر شمال القارة الإفريقية وهي تتوسط بلاد المغرب العربي الكبير يحدها من الشمال البحر المتوسط ومن الشرق تونس وليبيا ومن الغرب المغرب الأقصى وموريتانيا ومن الجنوب النيجر ومالي . و تمتد أرض الجزائر في أقصى اتساع لها على مسافة تزيد عن 1900 كلم من الشمال إلى الجنوب و 1800 من الشرق إلى الغرب. و تبلغ مساحة الجزائر 2381741 كلم<sup>2</sup> وهي من

<sup>1</sup> -- وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة الكتاب 02، ص57

<sup>2</sup> - جلييلة حسن حسنين، الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر، مطبعة سامي، الإسكندرية، 1994، ص19

<sup>3</sup> - بلعابد نجاة، صديقي خضرة، تحليل واقع الخدمات السياحية في الجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية، جامعة تلمسان، العدد 24،

السداسي الأول، 2015، ص13

<sup>4</sup> - السياحة في الجزائر متوفر على الموقع الإلكتروني: <https://ar.wikipedia.org/wiki/> تاريخ الإطلاع: 2017/09/20 الساعة صباحا

كأكبر بلدان المغرب العربي مساحة، ويبلغ عدد سكانها 39.5 مليون نسمة وهذا في جانفي 2015 تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ<sup>1</sup>:

- مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب ودرجة الحرارة متوسطة عموما في هذه المناطق من شهر أكتوبر إلى أفريل وتقارب 18 درجة أما في شهر جويلية وأوت فتصل إلى أكثر من 30 درجة ويكون الجو حارا ورطبا.

- مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا يتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي وتصل درجة الحرارة أحيانا إلى 5 درجات أو أقل في بعض المناطق أما باقي أشهر السنة فتتميز بحرارة جافة وتصل إلى أكثر من 30 درجة.

مناخ - صحراوي في مناطق الجنوب والواحات ويتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى سبتمبر حيث تصل درجة الحرارة أحيانا إلى أكثر من 40 درجة أما باقي أشهر السنة فتتميز بمناخ متوسطي ودافئ، هذا ما يمكن نشاط حركة السياح في فصل الشتاء.

ب. **الساحل الجزائري**: يمتد الساحل الجزائري على مسافة 1200 كلم وهو يتميز بارتفاعه وتكونه الصخري، وتوجد به عدّة فضاءات سياحية نادرة، ومن أهم المناطق السياحية الممتدة على هذا الساحل نجد: القالة، تيقزيرت، سيدي فرج، تنس، بني صاف، .. الخ.<sup>2</sup>

ج. **المناطق الجبلية**: أهم ما يميز المناطق الجبلية في الجزائر وجود سلسلتي الأطلس التلي والأطلس الصحراوي والتي تعطيان فرص الاكتشاف والصيد، وأهم المرتفعات السياحية نجد محطة الشريعة والتي تمارس فيها رياضة التزلج على الثلج. إن خبايا المناطق الجبلية لا تقتصر على المرتفعات والمغارات والكهوف فحسب وإنما هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة والتي تتميز بالبرودة صيفا والفتورة شتاء وكل هذه تعتبر بمثابة عوامل جذب للسياح عندما تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف مناطق الجزائر.

د. **المناطق الصحراوية والأطلس الصحراوي**: تبلغ مساحة الصحراء الجزائرية حوالي 2 مليون كلم مربع موزعة على خمسة مناطق كبرى هي أدرار، إليزي، وادي ميزاب، تمنراست و تندوف، تعتبر الصحراء أكبر منتج سياحي تتوفر عليه الجزائر وهي من أكبر الصحاري في العالم مما يجعلها القبلة الأولى للسياح الأجانب فتتميز بروعة جبالها ذات المصدر البلوري الشفاف وذات التكوين البركاني ورمالها الذهبية وواحاتها الخلابة المتنوعة عبر مناطقها إلى جانب غابات النخيل وتربتها الخصبة وكثبانها الرملية

<sup>1</sup> - محمد الهادي لعروق، أطلس العالم الجزائر، عين المليلة، دار الهدى، ص12

<sup>2</sup> - الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1989، صص 10-12

أما الأطلس الصحراوي فهو عبارة عن كتلة مترابطة موازية للأطلسي التلي تمتد شرقا من جبال النمامشة إلى الغرب جبال الهضبة<sup>1</sup>.

هـ. المحطات المعدنية: الجزائر بلد غني بطبيعته الساحرة وقدراته السياحية والثقافية الهائلة والمتعددة وحتى الطبيعة كان لها الفضل في أن تمنح الجزائر مناظر خلابة، كما وهبتها العديد من المنابع المعدنية بخصائص علاجية مؤكدة ، تبين حسب الدراسة التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يتركز أغلبها في شمال البلاد 20 ومن أهم هذه الحمامات نجد :حمام ريغة بعين الدفلى، حمام بوحنيفية بمعسكر ، حمام قرقور بسطيف، حمام الصالحين بالمدينة.

#### ثانيا- الموارد الثقافية والتاريخية والدينية:

تنفرد الجزائر بمعالم تاريخية وحضارية متنوعة ، وتعتبر من بين الدول التي تتوفر على المناطق الأثرية، وتظهر هذه الثروة في تصنيف اليونسكو لسبع مناطق أثرية ضمن التراث العالمي، وهي<sup>2</sup>:

- تيمقاد : تم إنشاؤها من طرف الإمبراطور ترجان عام 100 م وهي تقع بباتنة.
- تيبازة : وهي من المدن الرومانية العتيقة.
- جميلة : وهي تقع بسطيف وهي من أقدم المدن الرومانية بالجزائر.
- الطاسيلي : وتحتوي على أكثر من 15000 لوحة تعكس تحولات المناخ وهجرة الحيوانات وتطور الحياة البشرية في الصحراء خلال 6000 سنة قبل الميلاد
- قلعة بني حماد : تقع ببشارة بالمسيلة وهي من المدن الإسلامية تأسست سنة 1007 م وكانت عاصمة للدولة الحمادية.
- قصر ميزاب : أنشأ من طرف الاباضيين.
- القصبية : توجد بالعاصمة وهي مدينة إسلامية.
- إضافة إلى هذه الموارد الثقافية فإن الحضارات التي توالى الجزائر على مر العصور تركت إرثا ثقافيا وتاريخيا ودينيا يتواجد في أغلب مناطق الجزائر ويمكن ذكر أهم المراحل من خلال ما يلي:
- الحضارة الرومانية: عمرت قرابة الخمس قرون ، وتوجد آثارها في العديد من المدن أهمها : تيمقاد ، جميلة، تيبازة ، شرشال ، قالمة وتبسة.
- الحضارة الإسلامية: من أهم المعالم القديمة للحضارة الإسلامية التي لا تزال شامخة في العديد من المواقع الأثرية نجد قلعة بني حماد بالمسيلة والمنصورة بتلمسان والجزائر العاصمة بمساجدها العتيقة هذا

<sup>1</sup> - الديوان الوطني للسياحة الجزائري، الهقار والتاسيلي الجزائر، منشورات الديوان الوطني للسياحة الجزائرية، ص03 نقلا عن الرابط الإلكتروني

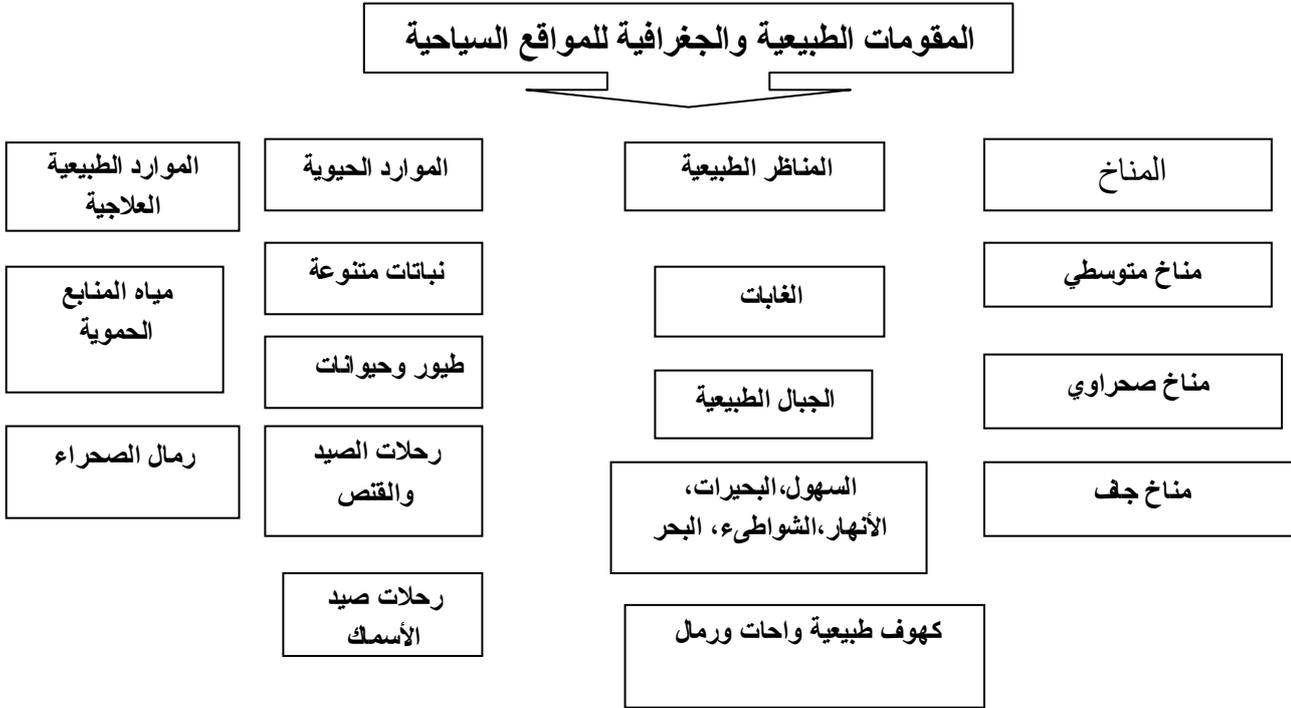
<sup>2</sup> - عيسى مرازقة و محمد الشريف شخشاخ، التنمية السياحية المستدامة في الجزائر دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر، [http://ont.dz/wp-content/uploads/2015/05/Hoggar\\_tassili.pdf](http://ont.dz/wp-content/uploads/2015/05/Hoggar_tassili.pdf)، تاريخ الإطلاع: 2017/09/20 على الساعة 17.00 مساء

مداخلة ضمن المنتدى الدولي حول اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، بسكرة، 10 - 09 مارس 2010 ، ص ص 10-11.

دون أن ننسى الزوايا والتي من أهمها نجد الزاوية التيجانية، الرحمانية، وزاوية كوننة، والتي تعتبر منتج سياحي رائع.

- المرحلة الاستعمارية : شيد الاستعمار عدة فنادق كانت موجهة للمستوطنين الأوربيين، بالإضافة لهذه فإن المواقع الحربية والمعتقات أصبحت مناطق أثرية تاريخية، كما للصناعات التقليدية والتظاهرات الثقافية المختلفة دور مهم في تحسين الصورة السياحية للبلاد وتلعب دورا كبيرا في ترقية السياحة، فالصناعات التقليدية تتنوع من منطقة لأخرى ومن بينها نجد صناعة الفخار، صناعة الحلبي الفضية والذهبية، صناعة الزرابي، التطريز على القماش.

الشكل (01-04): المقومات الطبيعية والجغرافية للمواقع في الجزائر



المصدر: بن شيخ بوبكر الصديق، المنتج السياحي في الجزائر بين جاذبية المقومات السياحية وضعف الخدمات المكتملة، مداخلة ضمن المؤتمر الدولي حول السياحة رهان التنمية المستدامة، دراسة تجارب بعض الدول، جامعة البلدية، 2012/04/25/24، ص03

الفرع الثاني: مؤشرات السياحة في الجزائر

من خلال ما تقدم يتضح أن الجزائر تزخر بموارد سياحية هامة والسؤال الذي يطرح نفسه هل تعكس مؤشرات السياحة الجزائرية إمكانيات السياحة في الجزائر؟

أولاً: طاقات الإيواء السياحي

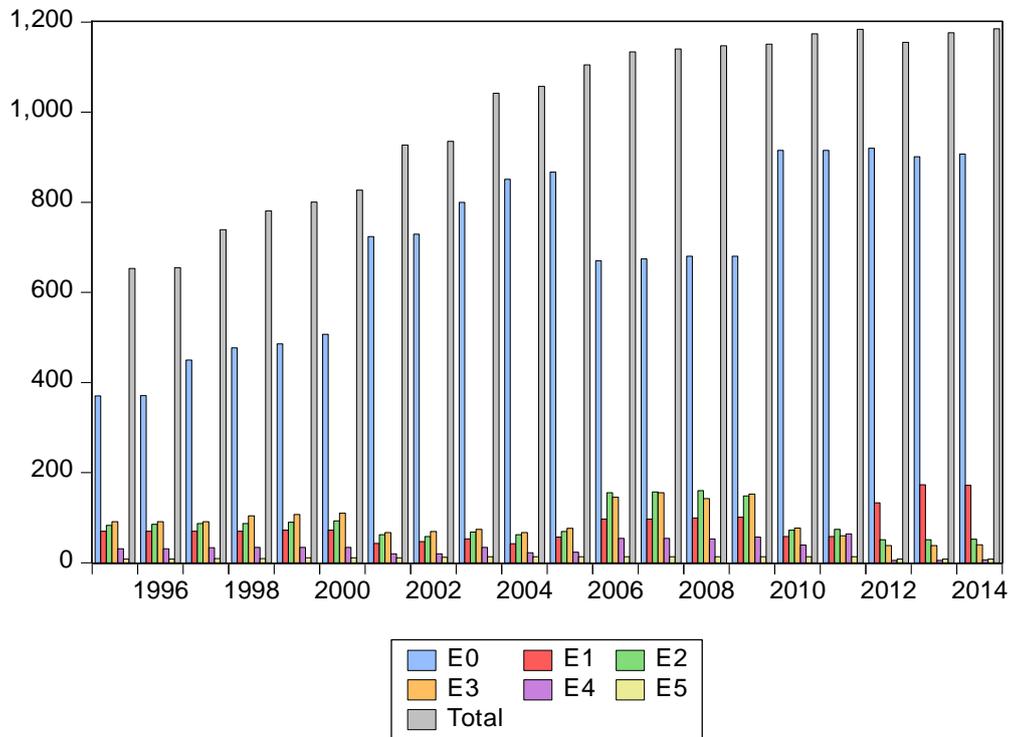
عرفت طاقات الإيواء السياحي التي تتوفر عليها الجزائر تطورات معتبرة، لكن هذا يبقى بعيداً إذ ما قورن مع مستوى الطاقات التي تتوفر عليها دول الجوار.

جدول(09-04): عدد الفنادق وتصنيفها حسب الدرجة خلال الفترة (1995-2014)

السنة التصنيف	دون تصنيف	*	**	***	****	*****	المجموع الكلي
1995	370	70	83	91	31	08	653
1996	371	70	85	91	31	08	655
1997	450	70	87	91	33	09	739
1998	477	70	87	104	34	09	781
1999	486	72	90	107	34	11	800
2000	507	72	93	110	34	11	827
2001	724	43	62	67	20	11	927
2002	729	47	58	69	20	12	935
2003	800	53	68	74	34	13	1042
2004	851	42	62	67	22	13	1057
2005	867	57	69	76	23	13	1105
2006	670	97	155	145	54	13	1134
2007	674	97	157	155	54	13	1140
2008	680	99	160	142	53	13	1147
2009	680	101	148	152	57	13	1151
2010	915	58	72	77	39	13	1174
2011	915	58	74	60	64	13	1184
2012	920	133	51	38	05	08	1155
2013	901	173	51	38	05	08	1176
2014	907	172	52	40	06	08	1185

Source : Office national des statistiques (Algerie ) et Ministère du tourisme & de l'Artisana

الشكل (02-04): توزيع الفنادق حسب الدرجة (1995-2014)



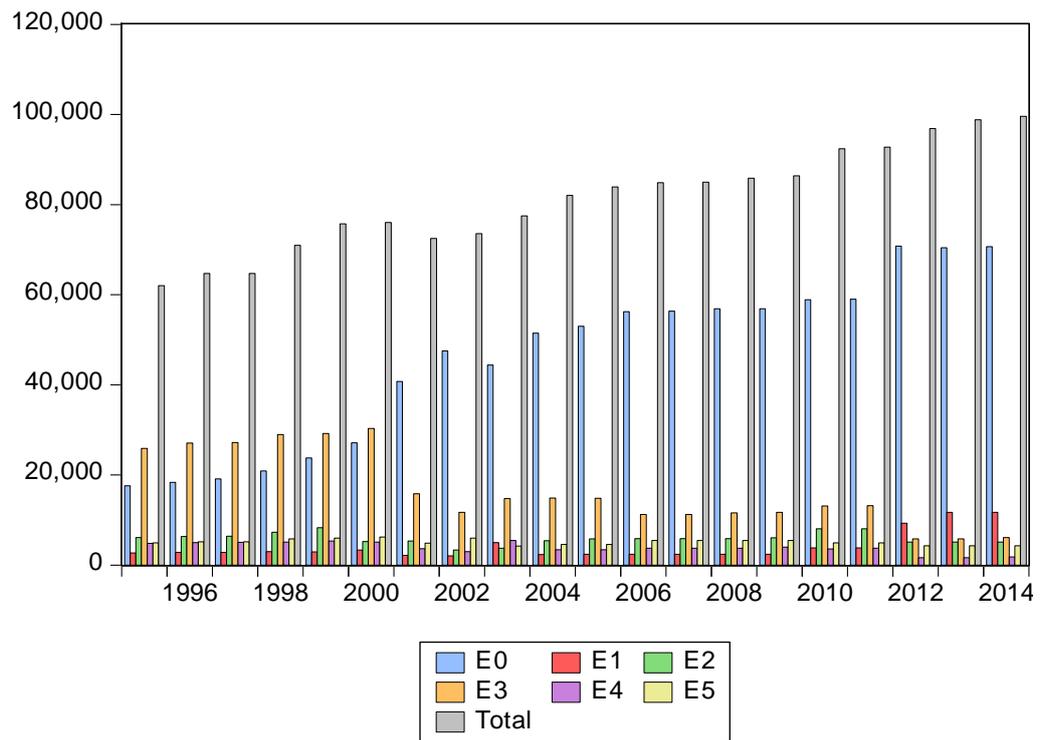
المصدر : من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات الجدول

جدول(10-04): تطور عدد الأسرة حسب الدرجة خلال الفترة (1995-2014)

السنة التصنيف	دون تصنيف	*	**	***	****	*****	المجموع الكلي
1995	17613	2657	6081	25914	4792	4943	62000
1996	18379	2772	6345	27040	5001	5158	64695
1997	19094	2827	6374	27204	5047	5158	64704
1998	20876	2975	7284	28968	5093	5785	70981
1999	23778	2941	8250	29206	5330	6000	75705
2000	27100	3322	5190	30330	5100	6200	76042
2001	40728	2165	5331	15808	3621	4832	72485
2002	47485	2033	3338	11717	2975	6000	73548
2003	44381	4959	3757	14740	5424	4212	77473
2004	51474	2315	5415	14857	3383	4590	82034
2005	53 000	2 315	5800	14 807	3 383	4 590	83 895
2006	56 225	2378	5843	11225	3743	5455	84869
2007	56356	2378	5843	11225	3743	5455	85000
2008	56856	2378	5843	11601	3743	5455	85876
2009	56856	2378	6044	11700	3950	5455	86383
2010	58905	3804	8070	13090	3560	4948	92377
2011	58985	3804	8070	13180	3750	4948	92737
2012	70787	9305	5098	5775	1600	4242	96898
2013	70400	11689	5098	5775	1600	4242	98804
2014	70673	11689	5098	6103	1800	4242	99605

Source : Office national des statistiques (Algerie ) et Ministère du tourisme &amp; de l'Artisanat

الشكل (03-04): توزيع عدد الأسرة حسب الدرجة للفترة (1990-2011)



المصدر: من إعداد الطالبة انطلاقا من معطيات الجدول السابق

يتضح من خلال الجدولين السابقين أن الفنادق من دون تصنيف كانت تحتل المرتبة الأولى ثم تليها الفنادق ذات ثلاث نجوم ثم ذات النجمة الواحدة وهذا يعني أن الجزائر تهتم بزيادة العرض للفئات ذات الدخل المحدود بشكل كبير ثم يليه ذات الدخل المتوسط وبنسبة أقل ذات الدخل المرتفع، ورغم كل هذا إلا أن العرض الفندقي بعدد الأسرة منخفض كثيرا في مجمل البلاد فلا تتعدى عدد الأسر 92737 سرير لسنة 2011 وهذا مؤشر جد خطير للانخفاض وتراجع مردودية القطاع السياحي والمانع الأساسي لبلوغ أية أهداف سياحية مسطرة كما أن هناك انخفاض في عدد الفنادق الممتازة المصنفة وبالخصوص الفنادق التي تقع ضمن خمسة نجوم وأربعة نجوم مقارنة بعدد الفنادق غير المصنفة والتي تقع ضمن النجوم الأقل وهذا بسبب عملية إعادة تصنيف الفنادق فتنتقل من درجة أعلى إلى درجة أقل غير أنه كان من المنطقي حسب الإصلاحات التي قام بها القطاع أن ترتقي إلى درجات أعلى وبالتالي هذا يعكس الحالة وجودة الخدمات المقدمة، أما فيما تعلق بالفنادق ذات تصنيف الدرجة الثانية والثالثة والرابعة متقاربة بينما التي تقع ضمن تصنيف الدرجة الخامسة التي تعرف ارتفاع ملحوظا في السنوات الأخيرة واستحوذت على النسبة الأكبر من مجموع الفنادق الجزائرية حوالي 65% وهذا مؤشر ضعف للخدمات الفندقية المقدمة من القطاع السياحي في الجزائر وله تأثير سلبي على السياحة الوافدة وبالتالي الانفاق السياحي وجلب العملة الصعبة كما أنه قد يشير إلى ضعف الإدارة الفندقية وعجزها من رفع درجة الفندق وتصنيفه؛ وتبرز أهمية زيادة الطاقة الفندقية من الدرجات الأقل في تشجيع وتلبية الجزائريين المقيمين داخل الجزائر على الإقامة

بأسعار مناسبة وتشجيعهم على السياحة الداخلية وما لا يتماشى مع استقطاب السياح الأجانب الأكثر إنفاق سياحي ومحاولة الحد من السياحة الخارجية بالرغم من اهتمامات السياسة السياحية في برامجها التنموية بتنمية وتطوير السياحة الوافدة الخارجية؛ ومن الملاحظ أيضا أن عدد الأسرة في تزايد مستمر ولكن بوتيرة ضعيفة حتى بعد العشرية السوداء وتحسن الظروف الأمنية وربما يمكن تفسير ذلك ب:

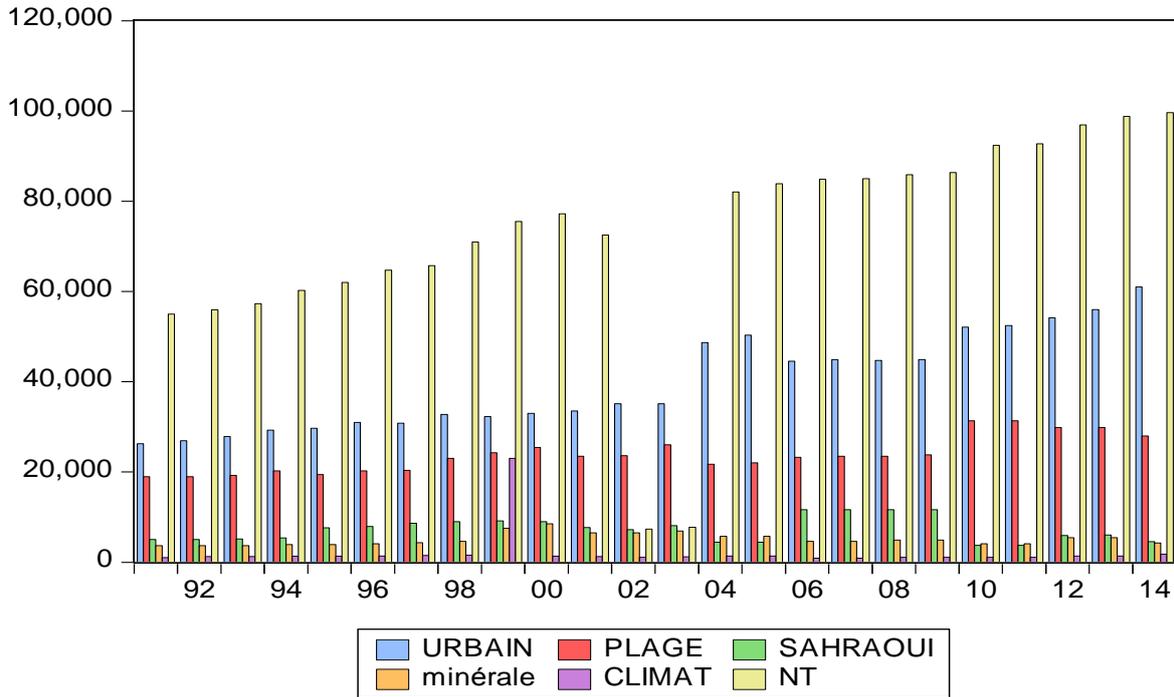
- نقص استثمار القطاع العام في مجال الفنادق الفخمة لضخامة استثماراتها وقلة عائداتها؛

الجدول(11-04): توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات الفندقية حسب نوعية المنتج السياحي (1995-2014)

المجموع الكلي	مناخي	معدني	صحراوي	شاطيء	حضري	
62000	1352	3934	7646	19410	29689	1995
64695	1410	4105	7946	20254	30980	1996
65704	1510	4308	8663	20395	30828	1997
70981	1575	4629	9000	23000	32777	1998
75505	23000	7500	9150	24255	32300	1999
77242	1300	8500	9000	25442	33000	2000
72485	1246	6536	7723	23485	33495	2001
7343	1097	6504	7197	23624	35126	2002
7743	1225	6905	8105	26034	35126	2003
82034	1411	5742	4431	21710	48680	2004
83895	1411	5742	4431	22000	50311	2005
84869	913	4608	11639	23248	44561	2006
85000	913	4608	11639	23500	44905	2007
85876	1119	4906	11639	23500	44700	2008
86383	1119	4906	11649	23804	44905	2009
92377	1089	4111	3770	31322	52085	2010
92737	1089	4110	3770	31322	52445	2011
96898	1405	5467	5954	29886	54186	2012
98804	1405	5467	6058	29886	55988	2013
99605	1825	4259	4547	27962	61012	2014

Source : Office national des statistiques (Algerie ) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat

الشكل (04-04): توزيع الطاقة الفندقية حسب نوعية المنتج السياحي للفترة (1995-2014)



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات الجدول أعلاه

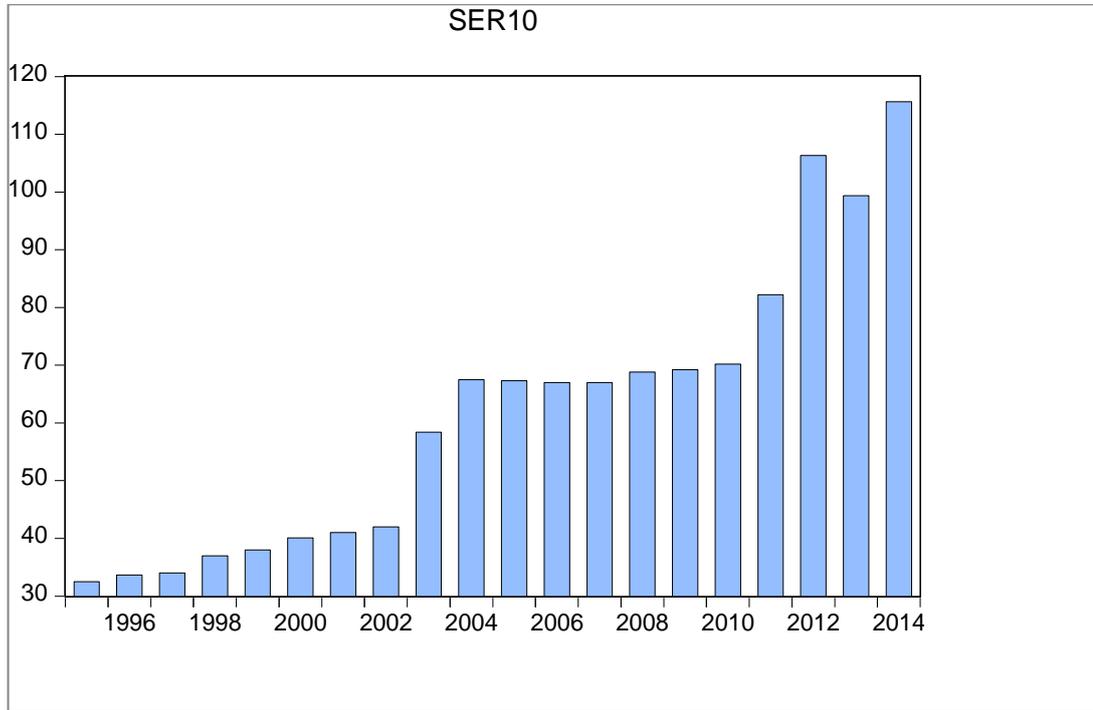
يلاحظ أن المنتج الحضري كان يستحوذ على حصة الأسد فيما يخص عدد الفنادق والأسرة ثم يليه المنتج الشاطيء والصحراوي هذا الأخير الذي يشهد زيادة في عدد الفنادق مما يفسر استراتيجية القطاع السياحي بنسبة كبيرة على السياحة الداخلية دون إهمال السياحة الخارجية بتركيزها على هذا النوع من المنتج السياحي (الصحراوي والشاطيء) وإن كان هذا غير كافي لإبراز معالم السياحة الجزائرية وخلق طلب سياحي على مدار السنة والتخفيف من سلبات موسمية القطاع ويعتمد ذلك على تنوع الاستثمارات في مختلف أنواع المنتجات السياحية المعدنية والمناخية.

الجدول(12-04): تطور الطاقة الفندقية معبر عنها بأعداد الأسرة للفترة 1995 - 2014

نسبة تغطية الليالي السياحية	عدد الأسرة	عدد الفنادق	السنة
32.5	62000	653	1995
33.64	64695	655	1996
34.02	65704	739	1997
37	70981	781	1998
38	76000	800	1999
40.1	77000	827	2000
41	77000	927	2001
42	74000	935	2002
58.4	77473	1042	2003
67.5	82034	1092	2004
67.3	83895	1105	2005
67	85000	1140	2006
67	85000	1140	2007
68.8	85876	1147	2008
69.2	86383	1151	2009
70.2	92377	1152	2010
82.2	92737	1184	2011
106.34	99605	1155	2012
99.37	98804	1176	2013
115.65	96898	1185	2014

Source : Office national des statistiques (Algerie ) et Ministère du tourisme &amp; de l'Artisanat

الشكل (04-05): نسبة تغطية الليالي السياحية للفترة (2014/1995) نسبة مئوية



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات الجدول أعلاه

يلاحظ من خلال الجدول أنه بالرغم من تزايد الطاقة الفندقية طوال سنوات الدراسة إلا أن معدل نمو الإقبال على الخدمات الفندقية كانا يفوق معدل نمو الطاقة الفندقية مما يفسر أن الطلب على الخدمة الفندقية يرتفع بمقدار يفوق الارتفاع في العرض مما يتوقع في المستقبل أن يكون هناك عدم توافق بين العرض والطلب طبعاً في حالة الاستمرار بنفس وتيرة النمو مما يستوجب التفكير الجدي في تنمية القطاع وفقاً لإستراتيجية تستوعب الطلب على الخدمات السياحية الوطنية.

## الجدول(13-04): عدد السياح الوافدين للجزائر ( 1995-2014) مليون سائح

نسبة التغيير%	عدد السياح الوافد	السنة
-	519576	1995
16.44	604968	1996
-4.93	634752	1997
6.88	678448	1998
11.32	755286	1999
14.65	865994	2000
4.1	901416	2001
9.61	988060	2002
18.03	1166287	2003
5.78	1233719	2004
17	1443090	2005
13.47	1637582	2006
6.44	1743084	2007
1.64	1771749	2008
8	1911506	2009
8.31	2070496	2010
15.66	2394887	2011
10	2634056	2012
3.74	2732731	2013
-15.78	2301373	2014

Source : Office national des statistiques (Algerie ) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat

من خلال الجدول يتبين أن الحركة السياحية في اتجاه الجزائر عرفت تراجع منذ سنة 1995 نظرا للظروف التي مرت بها الجزائر في تلك الفترة ومع تحسن الظروف الأمنية بدأت الجزائر تستعيد السياح بداية من 1997 حيث وصل عدد السياح سنة 1999 نحو 755286 سائح وبلغ العدد سنة 901416، ومع ذلك تبقى الحركة السياحية تجاه الجزائر متذبذبة وضئيلة مقارنة بدول الجوار ويعود ذلك لضعف البنية

التحتية التي لا تستجيب لمستويات الطلب لاسيما الخارجي منه، ضف إلى ذلك أنها تكاد تقتصر على الوافدين المغتربين خارج البلاد.

#### ثانياً: خدمات التحف والصناعات التقليدية

تعتبر محلات الصناعات التقليدية من مقومات الجذب السياحية، والتي تقوم بتوفير للسائحين الأجانب التذكارات والمشغولات اليدوية التي تعبر عن ثقافة وحضارة البلد المضيف والتي تعتبر ضمن مسمى المنتجات الحرفية السياحية، كما يعتبر إنفاق السياح على مشتريات هذه المنتجات الحرفية جزء مهم من الإنفاق السياحي الكلي وبالتالي جزءاً من إيرادات القطاع السياحي مما يجعل العديد من الدول السياحية تعطي اهتماماً لهذا الجانب المهم من الإنفاق، مما يكون لها حافزاً ودافعاً لتنمية الصناعات التقليدية، تزرخ الجزائر بتنوع العديد من المنتجات الحرفية المرتبطة بالسياحة والتي تعبر عن اختلاف الحضارات بها وثقافتها من منطقة إلى أخرى فنجد مثلاً في الصحراء الحلي الفضية وفي الشمال الحلي والزي القبائلي وفي الشرق الزرابي والسجاد منطقة بني ميزاب وفي الغرب الزي التقليدي لمنطقة تلمسان إلى غيرها من المنتجات يعبر عن التنوع واختلاف التقاليد والمجتمعات القائمة بها مما يميز الثقافة الشعبية الجزائرية عن غيرها من البلدان<sup>1</sup>.

وفي هذا المجال تم إحصاء أزيد من 2127 محل للتحف والصناعات التقليدية لسنة 2013 بالجزائر<sup>2</sup>، الصناعات التقليدية عرفت تطوراً ملحوظاً ونمواً معتبراً خلال عدّة سنوات بالجزائر، حيث في الفترة ما بين سنة 2012 و2013 تم إنشاء أنشطة جديدة في الصناعات التقليدية، أزيد من 9194 نشاط سنة 2011 و12906 نشاط سنة 2012 إلى 19884 نشاط سنة 2013 بنسبة نمو 32% لسنة 2012 وبنسبة 39% لسنة 2013 وهذه نسبة مهمة تعبر عن مدى الاهتمام الذي تحضى به الصناعة التقليدية مؤخراً في الجزائر والجدول التالي يوضح ذلك:

تشكل الصناعة التقليدية قطباً تنموياً حيوياً من خلال تفعيل صادراتها وما ينجر عنها من دخول للعملة الصعبة وما يحققه من مداخيل للعمال الحرفيين والقائمين عليها بما يؤثر على مستوى المعيشي والتشغيلي للبلاد ولتفعيل هذا الدور الاقتصادي لا بد من توسيع وتحفيز لعملية الاستثمار في الصناعات التقليدية وإزواجها مع القطاع السياحي فالعلاقة بين السياحة والصناعة التقليدية علاقة تبادلية تبرز من خلال تنمية القطاع السياحي الذي يمثل بدوره سوقاً للمنتجات الحرفية التقليدية مما يعمل على زيادة الطلب عليها وفي نفس الوقت الذي تعتبر فيه من عناصر الجذب الأساسية للسياح وخاصة الأجانب ولتفعيل هذا الدور الإيجابي على الهيئات المسؤولة القيام بتشجيع الصالونات والمعارض الدولية للصناعات التقليدية

<sup>1</sup> - بلعابد نجا، صديقي خضرة، مرجع سابق، ص 27

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 27

مع توفير المناخ الملائم لنمو كلا القطاعين كما يمكن الاستفادة من الصناعات التقليدية في تنمية مجمل الأقطاب السياحية بالبلاد على سبيل المال لإنعاش السياحة الصحراوية وذلك بتوزيع مراكز النشاطات وتقديم تحفيزات للحرفيين خاصة في المناطق الجنوبية من البلاد التي تنفرد الجزائر ببعض المظاهر والصناعات اليدوية التي تعود إلى الحضارات المتتالية.

### ثالثا: خدمات البنية التحتية

لم يعد مفهوم البنية الأساسية اليوم يعتمد على الطرق وشبكات المياه والصرف الصحي ونظم الاتصالات بل تعدى ذلك ليشمل أيضا الخدمات المصرفية والأمنية والصحية وغيرها من الخدمات المدعمة لقطاع السياحة وعلى الرغم من أن البنية الأساسية تعتبر عنصرا مهما لأي صناعة من الصناعات إلا أنها تكتسب أهمية كبيرة بالنسبة لصناعة السياحة لأنها لا تؤثر في جانب العرض فقط بل تؤثر أيضا في جانب الطلب بعكس الصناعات الأخرى التي تؤثر فقط في جانب العرض فالبنية الأساسية تعتبر جزءا لا يتجزأ من الخدمة السياحية التي يقوم السائح باستهلاكها، فهي عامل من عوامل الجذب السياحي والتي يضعها السائح في اعتباره عند اختياره للسفر إلى منطقة سياحية دون أخرى<sup>1</sup>. وفيما يتعلق بعناصر البنية التحتية في الجزائر بصفة عامة فهناك محاولات كثيرة ومستمرة من الدولة لزيادة وتطوير جميع المرافق والخدمات من طرق واتصالات وغيرها إلا أنه ما زالت الكثير من عناصر البنية التحتية غير متوفرة بالشكل الكافي حيث تحتل الجزائر المرتبة 126 من أصل 140 دولة مشاركة<sup>2</sup>. كما أنه عند توفرها فقد لا ترقى إلى مستوى الجودة المطلوب وتكون في بعض الأحيان مرتفعة التكاليف فقد تصل تكلفة المكالمات الدولية إلى 20 دج للدقيقة دون رسوم.

من حيث شبكة توزيع الكهرباء تصل إلى 99% من المساحة الوطنية بالإضافة إلى شبكة اتصال في تطور سريع وشبكة للانترنت بالتدفق العالي و ADSL بالإضافة إلى شبكات الجيل الثالث والجيل الرابع إضافة إلى شبكة للطرق البرية تعتبر الأكثر كثافة في القارة الإفريقية حيث يقدر طولها 112696 كلم من الطرق كما سيتم إطلاق مشروع إنجاز الطريق السيار للهضاب العليا بطول 1020 كلم، بالنسبة لطول شبكة السكك الحديدية فقد بلغ 4272 كلم في الجزائر حيث يشهد هذا الأخير تطور في الهياكل القاعدية بادخال الكهرباء للكهرباء لبعض المقاطع وهذا من شأنه أن يربط المدن الرئيسية للبلاد بالاعتماد على قطارات ذات سرعة فائقة وتقوم شركة النقل للسكك الحديدية SNTF بتسيير هذه الشبكة وهي مجهزة بأكثر من 200 محطة تغطي خاصة شمال البلاد. ضف إلى ذلك تمتلك الجزائر 40 ميناء منها 11 ميناء للصيد

<sup>1</sup> - بلعابد حياة، صديقي خضرة، مرجع سابق، ص 30

<sup>2</sup> - الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، متوفر على الموقع الإلكتروني: <http://www.andi/index.php/or/secteur.de.transport>

تاريخ الاطلاع 2017/05/19 الساعة 19.00



والمعارف الانسانية للأمم والشعوب ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد. وعلى الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملا جاذبا للسياح وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها والحياة الفطرية بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها، وسيتم تناول محتوى المبحث من خلال:

**المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة؛**

**المطلب: الآثار الاجتماعية والبيئية للسياحة؛**

**المطلب الثالث: تنافسية القطاع السياحي في الجزائر.**

**المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر**

القطاع السياحي كأى قطاع آخر، جزء لا يتجزأ من الاقتصاد القومي، له دوره الفعلي في تكوين الناتج القومي ويختلف هذا الدور بحسب حجم وأهمية القطاع السياحي في الاقتصاد القومي والتي يتمخض عنها المزيد من الدخول، وهذا ما يعرف بأثر المضاعف السياحي .

**الفرع الأول: دور السياحة في الدخل القومي للجزائر\***

يعد الناتج المحلي الإجمالي من أكثر المقاييس شيوعا واستخداما لقياس الأداء الاقتصادي سواء محليا أو عالميا أي يعكس مستوى النمو الاقتصادي للبلاد.

\* - يقصد بالدخل السياحي القيمة المضافة الحقيقية المتحققة من القطاع السياحي جراء ممارسة تقديم الخدمات السياحية للسياح المحليين والأجانب خلال فترة زمنية تقدر بسنة.

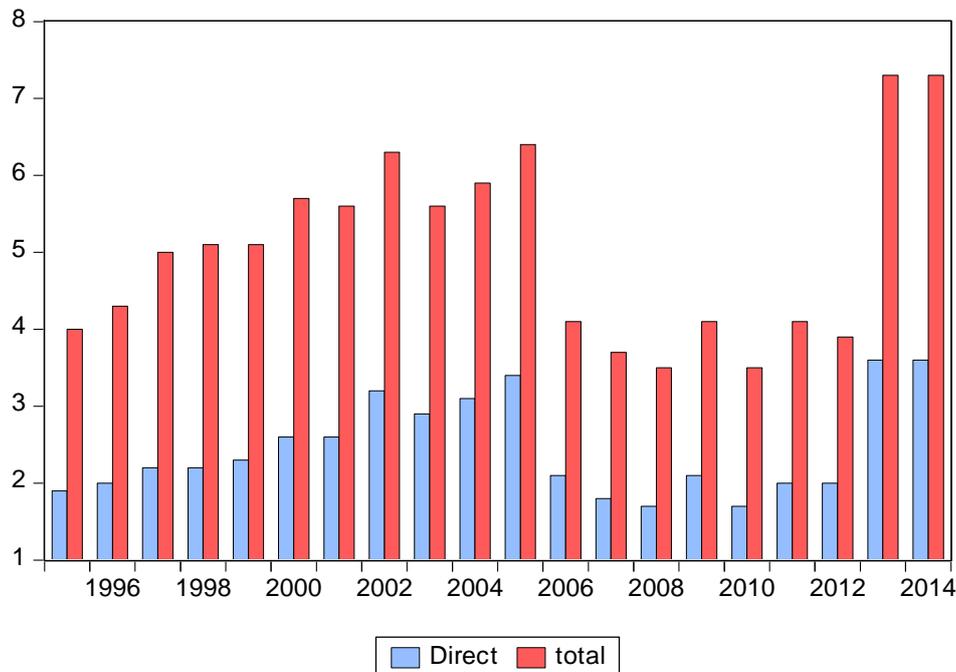
الجدول(14-04): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر للفترة (1995-2014) نسبة مئوية

السنة	المساهمة المباشرة	المساهمة الإجمالية
1995	1.9	4
1996	2	4.3
1997	2.2	5
1998	2.2	5.1
1999	2.3	5.1
2000	2.6	5.7
2001	2.6	5.6
2002	3.2	6.3
2003	2.9	5.6
2004	3.1	5.9
2005	3.4	6.4
2006	2.1	4.1
2007	1.8	3.7
2008	1.7	3.5
2009	2.1	4.1
2010	1.7	3.5
2011	2	4.1
2012	2	3.9
2013	3.6	7.3
2014	3.6	7.3

Source: world travel and tourism concil data 2015

الشكل (04-06): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بالصورة المباشرة والغير مباشرة

(2014-1995)



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات الجدول أعلاه

يلاحظ أن نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لم تتعدى 3.4% بمساهمة مباشرة و 6% كمساهمة إجمالية خلال الفترة ( 1990-2014 ) وهي نسبة ضئيلة إذ ما قورنت بالإمكانات المتاحة ويرجع السبب للاعتماد الشبه الكلي للاقتصاد الجزائري على قطاع المحروقات وإهمال المردودية التي يمكن الحصول عليها من باقي القطاعات بما فيها القطاع السياحي.

#### الفرع الثاني: الدخل السياحي من خلال الإنفاق السياحي الجزائري

يعبر عن الدخل السياحي في كثير من الأحيان على أنه مجموع الانفاق للمجتمع على شراء الخدمات السياحية خلال فترة زمنية عادة ما تقدر بسنة حيث أن ما ينفقه أفراد المجتمع على شراء الخدمات الاستهلاكية السياحية وما يدخره لكي يوجد للاستثمار السياحي يعتبر دخلاً يتحقق لأصحاب المشاريع السياحية ولكن ليس كل ما ينفقه أفراد المجتمع على شراء الخدمات الاستهلاكية والإنتاجية السياحية يعتبر دخلاً للمشاريع السياحية الوطنية لذلك يجب طرح وإضافة العوامل الآتية لكي تكون الحسابات دقيقة وكما يأتي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> - مثنى طه الحوري، مرجع سابق، ص 111-112

- الضرائب غير المباشرة على السلع والخدمات الاستهلاكية السياحي وكما هو معروف أن الخدمات تكاد تكون كمالية في الغالب لذلك فهي تخضع للضرائب وبنسب عالية في بعض الأحيان إن هذه الضرائب التي يتحملها الأفراد لا تعتبر دخلا لأصحاب المشاريع السياحية وإنما تذهب إلى خزينة الدولة لذا يستوجب الأمر طرحها من الدخل السياحي؛

- الإعانات والمنح الحكومية فربما تقوم الحكومة بدعم بعض أنواع الخدمات السياحية كما هو الحال في منح تخفيضات في الإيواء والنقل للشباب أو لموظفي الدولة بهدف توفير الراحة والرفاه للمواطنين إن هذه الاعانات تدفع من قبل الدولة وتعتبر دخولا لأصحاب المشاريع السياحية، لذا يستوجب الأمر إضافتها للدخل السياحي؛

- الاندثار الحاصل في رأس المال السياحي فجزء من رأس المال السياحي ونتيجة لإسهامه المستمر في عملية الإنتاج السياحي يتعرض للتلف والاندثار إذ أن القيمة التقديرية لرأس المال السياحي تنخفض سنويا، أي أن قيمة رأس المال السياحي في بداية السنة أكبر من قيمته في نهاية السنة بسبب عامل الاندثار هذا وتختلف نسب الاندثار لرأس المال السياحي حسب طبيعة رأس المال فتكون منخفضة في الأبنية والمعدات بحدود 5% سنويا وترتفع في الأثاث السياحي إلى حدود 25 % سنويا ومهما تكن نسب الاندثار فالأمر يتطلب طرحها من الدخل السياحي لكي تكون الحسابات الاقتصادية صحيحة؛

- صافي التجارة الخارجية فهناك بعض المواطنين السياح الذين يغادرون إلى خارج القطر بهدف السياحة والاستجمام وبالتالي يتطلب الأمر منهم الانفاق على شراء الخدمات السياحية الأجنبية ويكون الاقتصاد القومي في هذه الحالة في موقف استيراد للخدمات السياحية من الخارج ولا بد من طرح انفاقات السياح المواطنين في الخارج وربما يكون العكس حيث تستضيف المشاريع السياحية الوطنية سياح أجانب تدفع لهم خدمات سياحية تعتبر دخلا للمشاريع القومية ويكون موقف البلد هنا مصدرا للخدمات السياحية ولا بد من إضافة ذلك للدخل السياحي؛

- الزيادة في قيمة التخزين المتحقق لدى مشاريع القطاع السياحي، وعلى الرغم من كون المنتج السياحي يغلب عليه الطابع الخدمي وبالتالي لا يمكن خزنه إلا أن يحدث في بعض الأحيان أن يمتلك القطاع السياحي مشاريع إنتاجية تمول المنشآت السياحية بمستلزمات الإنتاج

هذا هو الدخل السياحي بالمعنى العلمي الاقتصادي الصحيح والذي هو حصيلة تفاعل مستمر والقائم بين أفراد المجتمع من جهة المشاريع السياحية من جهة أخرى مع الأخذ بنظر كل العوامل المؤثرة في الدخل السياحي سواء الايجابية أم السلبية.

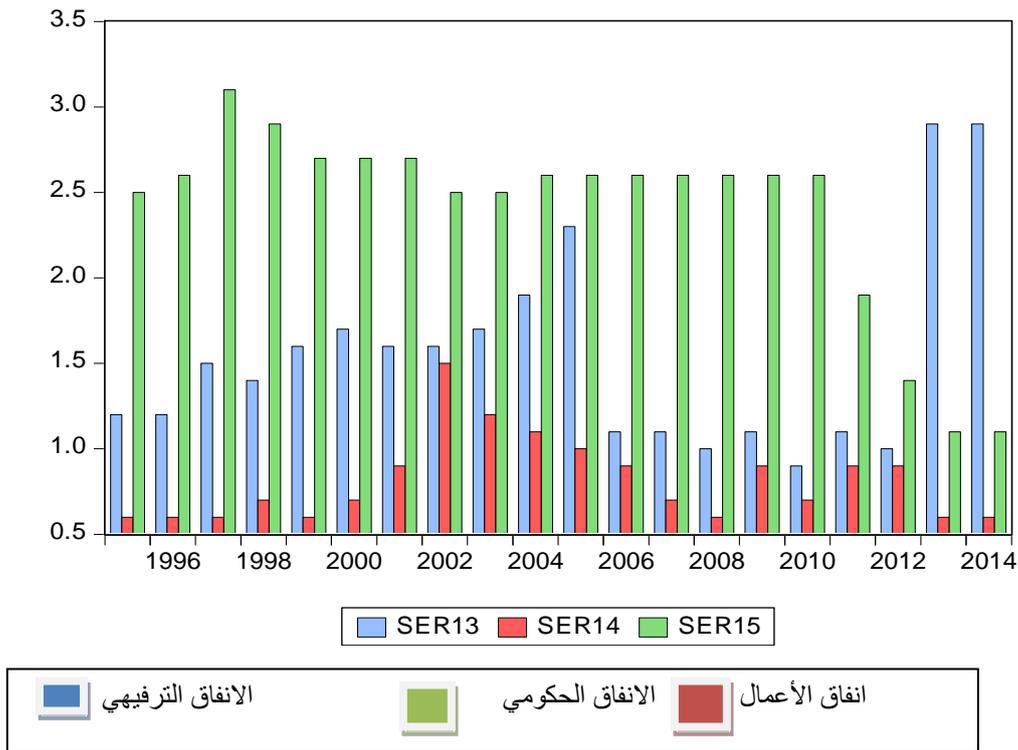
ينقسم الانفاق السياحي إلى انفاق ترفيهي وإنفاق على الأعمال التجارية.

**الجدول(04-15): نسبة الانفاق السياحي الجزائري (نسبة مئوية)**

الانفاق الحكومي السياحي	الانفاق على الأعمال التجارية	الانفاق الترفيهي	السنة
2.5	0.6	1.2	1995
2.6	0.6	1.2	1996
3.1	0.6	1.5	1997
2.9	0.7	1.4	1998
2.7	0.6	1.6	1999
2.7	0.7	1.7	2000
2.7	0.9	1.6	2001
2.5	1.5	1.6	2002
2.5	1.2	1.7	2003
2.6	1.1	1.9	2004
2.6	1	2.3	2005
2.6	0.9	1.1	2006
2.6	0.7	1.1	2007
2.6	0.6	1	2008
2.6	0.9	1.1	2009
2.6	0.7	0.9	2010
1.9	0.9	1.1	2011
1.4	0.9	1	2012
1.1	0.6	2.9	2013
1.1	0.6	2.9	2014

Source: world travel and tourism council data 2015

**الشكل (04-07): نسب الانفاق السياحي الجزائري للفترة (1995-2014)**



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات الجدول أعلاه

من خلال الجدول يتضح أن:

- الإنفاق السياحي كنسبة من الإنفاق العام يعتبر نسبة ضئيلة جداً لا تتجاوز 2.5% هذا من جهة ومن نسبة الإنفاق الترفيهي تفوق نسبة نفقات الأعمال وهذا ما يفسر غياب الهياكل السياحية القاعدية الممهدة لإستراتيجية سياحية بناءة؛

نسبة الإنفاق السياحي الحكومي تفوق الإنفاق القطاع الخاص وهذا ما يفسر العراقيل التي تحول دون تنمية الإستثمارات الخاصة سواء كانت محلية أو أجنبية نظراً لمعوقات الإستثمار السياحي في الجزائر وارتفاع تكاليفه وطول المدّة للحصول على عوائده.

الفرع الثالث: الإيرادات السياحية الجزائرية

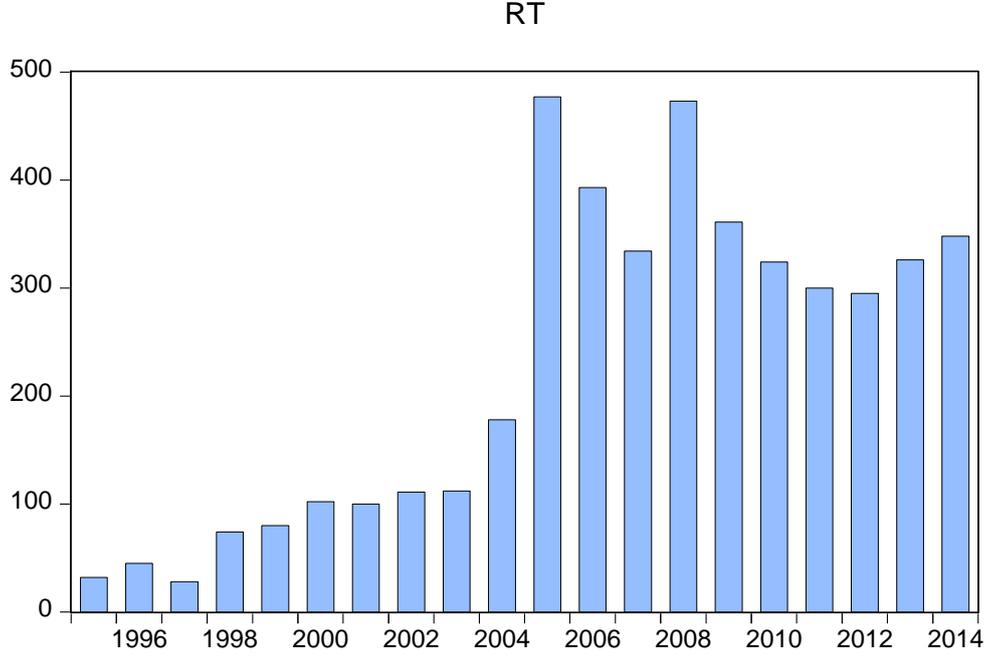
نمو الإيرادات السياحية لأي دولة يعود إلى تفاعل جملة من العوامل ومن أهمها نمو عدد السياح الدوليين وإلى فترة مكوث السائح في منطقة زيارته وإلى تغير الأسعار خلال فترة الزيارة وإلى تطور المنتجات السياحية وتطور مستوى صناعة السياحة وخاصة ما يتعلق منها بتطور الفنادق ونوعية خدماتها المقدمة للضيوف.

جدول(16-04): تطور الإيرادات السياحية الجزائرية خلال الفترة (1995-2014) (مليون دولار الأمريكي؛ نسبة مئوية)

الايادات السياحية كنسبة من الصادرات	قيمة الايرادات السياحية	السنة
-	32	1995
-	45	1996
-	28	1997
-	74	1998
-	80	1999
-	102	2000
-	100	2001
-	111	2002
-	112	2003
-	178	2004
0.97	477	2005
0.68	393	2006
0.52	334	2007
0.58	473	2008
0.75	361	2009
0.53	324	2010
0.393	300	2011
0.392	295	2012
0.475	326	2013
0.549	348	2014

Source : <https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD> consulté le:11/11/2017 h 14.00

الشكل (04-08): الإيرادات السياحية في الجزائر (1995-2014)



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات الجدول أعلاه

من خلال الجدول نلاحظ أن الإيرادات السياحية في الجزائر عرفت نمواً إيجابياً في فترات معينة خاصة بعد فترة التسعينات حيث انتقلت الإيرادات السياحية من 32 مليون دولار أمريكي سنة 1995 إلى 477 مليون دولار أمريكي سنة 2005 وهذه كأكبر قيمة عرفتتها الإيرادات السياحية في الجزائر وإجمالاً شهدت إيرادات السياحة الجزائرية تذبذباً في النتائج المحققة طيلة فترة الدراسة والأمر راجع لظروف داخلية وخارجية (ظروف الانتعاش الاقتصادي العالمي)؛ ويمكن إرجاع سبب التحسن في الإيرادات السياحية إلى:

- تحسن الأوضاع الأمنية التي عرفتتها البلاد من جراء مشروع الوئام المدني والمصالحة الوطنية الذي تم تنفيذه في تلك الفترة مما أدى إلى استرجاع وتنميين الصورة الخارجية للجزائر؛

ومع ذلك تبقى النتائج ضعيفة مقارنة بالإمكانات السياحية المتاحة والبرامج الاستراتيجية المتبناة.

أما بالنسبة لنسبة الإيرادات السياحية كنسبة من الصادرات الوطنية تبقى ضئيلة بالنسبة للصادرات الإجمالية وهذا طبيعي كون اقتصاد الجزائر اقتصاداً ريعياً ونسبة صادرات المحروقات تتجاوز 96% وبالتالي النسبة المتبقية 3% موزعة على باقي القطاعات بما فيها السياحة وقد تعتبر هذه خاصية الاقتصادات الريفية على غرار الاقتصادات الإنتاجية الصناعية فنجد على سبيل المثال لا الحصر اقتصاد

الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا وإيطاليا تتجاوز فيها حصة السياحة من الصادرات نسبة 10% مما يدل أن السياحة قد دخلت دائرة التنافس مع قطاعات إنتاجية مهمة صناعية وزراعية وخدمية.

#### الفرع الرابع: مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات

يعرف ميزان المدفوعات على أنه سجل منظم لحقوق الدولة وديونها بالنسبة للدول الأخرى الناشئة عن المبادلات المختلفة خلال فترة معينة وللسياحة أثر في ميزان المدفوعات فدخل السياح الأجانب إلى داخل القطر يصاحبه دخول للعملة الصعبة الأجنبية وخروج السياح المواطنين إلى خارج القطر يصاحبه خروج للعملة الأجنبية وقد يستوجب الأمر أن نستورد خدمات القوى العاملة أو سلع وبضائع تستخدم في النشاط السياحي وأيضا يصاحب هذه العملية خروج للعملة الأجنبية من دائرة الاقتصاد القومي وقد تصدر القوى العاملة أو سلع وبضائع سياحية يصاحبها دخول العملات الأجنبية<sup>1</sup>.

الجدول(04-17): دور السياحة في ميزان المدفوعات الجزائري للفترة ( 1995-2014 ) ( مليون دولار أمريكي)

الميزان السياحي	النتيجة	النفقات السياحية	العوائد السياحية	السنة
-155.1	187.8	32.7	1995	
-119.3	165.1	45.8	1996	
-115.8	144.7	28.8	1997	
-194.7	269	74.3	1998	
-171	250.9	80	1999	
-96.8	192.5	95.7	2000	
-94.4	193.9	99.5	2001	
-148.1	247.7	99.6	2002	
-143	255	112	2003	
-162.4	340.9	178.5	2004	
-185.7	370	184.3	2005	
-108	349.2	241.2	2006	
-157.8	376.7	218.9	2007	
-144.1	458.6	324.5	2008	
-190.2	456.6	266.4	2009	
-355.2	574.3	219.1	2010	
-293.3	501.7	208.3	2011	
-303	595	295	2012	
-206	532	326	2013	
-338	685	347	2014	

Source : Office national des statistiques (Algerie ) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat

من خلال الجدول يتضح أن ميزان السياحي للجزائر يعاني من عجز مستمر، وقد تضاعف للعديد من المرات خلال فترة الدراسة حيث نجد أن العجز انتقل من 155 سنة 1995 مليون دولار أمريكي إلى

<sup>1</sup> - مثنى طه الحوري، مرجع سابق، ص 120-

185 مليون دولار أمريكي خلال سنة 2005 هذا قبل أن يعرف تدهورا حادا خاصة في السنوات الأخيرة حيث وصل العجز إلى 338 مليون دولار أمريكي سنة 2014. ويعود السبب في ذلك إلى:

- الجزائر دولة مصدرة للسياحة مما يستوجب خروج للعملة الأجنبية؛
- الاقتصاد الجزائري اقتصاد ريعي وبالتالي فالجزائر تعتمد على استيراد مستلزمات القطاع السياحي مما يكبد الاقتصاد الوطني خروج العملة الصعبة.

#### الفرع الخامس: أثر الاستثمار السياحي على الاقتصاد الجزائري

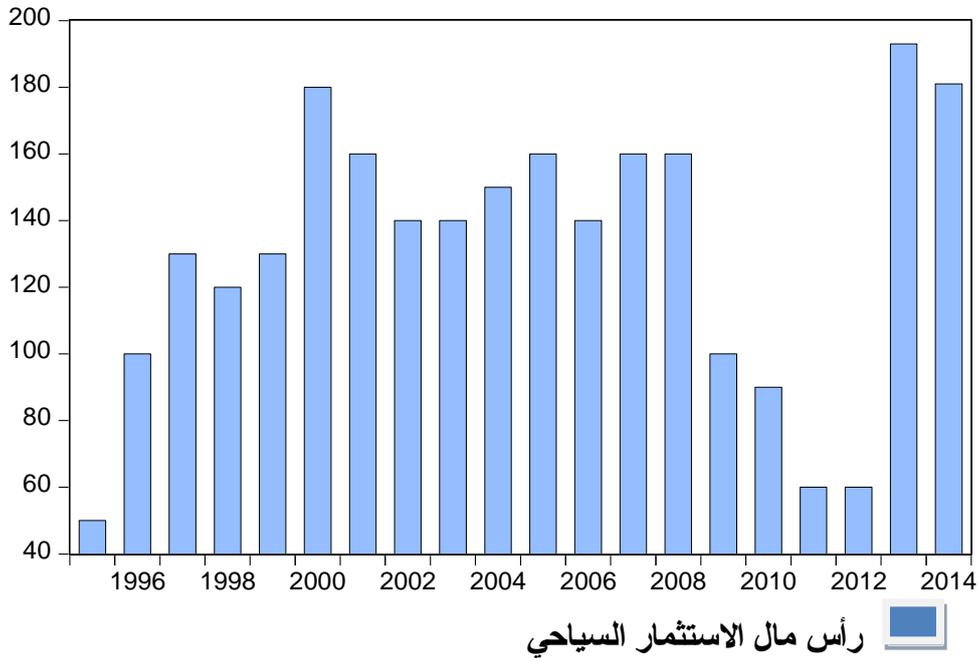
يعتبر الاستثمار السياحي المنفذ الوحيد الذي يستطيع أن يكون البديل الأهم لقطاع المحروقات في الجزائر اعتمادا على استراتيجية وتخطيط مستقبلي ينظم إدارة الموارد السياحية ويمنع هدر الإمكانيات السياحية.

الجدول(18-04): قيمة رأس مال الاستثمار السياحي في الجزائر ( 1995-2014) مليون دولار أمريكي

السنة	قيمة الاستثمار	معدل التغيير (نسبة مئوية)
1995	50	0
1996	100	100
1997	130	30
1998	120	7.69
1999	130	7.69-
2000	180	38.46
2001	160	11.11-
2002	140	12.5-
2003	140	0
2004	150	7.14
2005	160	6.66
2006	140	12.5-
2007	160	14.28
2008	160	0
2009	100	37.5-
2010	90	10-
2011	60	33.33-
2012	60	0
2013	193	221.66
2014	181	6.21-

Source : <https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD> consulté le: 11/11/2017 h16.00

الشكل (04-09) تطور رأس مال الاستثمار السياحي الجزائري 1995-2014



المصدر: من إعداد الطالبة انطلاقا من معطيات الجدول أعلاه

من خلال الجدول يتضح أن نسبة الاستثمارات السياحية في الجزائر ضئيلة للغاية إذ لم تتجاوز 1.5 مليار دولار طيلة فترة الدراسة بل بالعكس عرفت تذبذبا مستمرا خاصة في السنوات الأخيرة مما يفسر عدم مواكبة الواقع الحقيقي للقطاع للاستراتيجية والبرامج المتبناة مؤخرا من قبل الدولة ولعل أهم أسباب انخفاض أو اضمحلال قيمة الاستثمارات السياحية يعود بالأساس إلى:

- يعاني القطاع السياحي في الجزائر من إهمال كبير وعدم جدية المسؤولين والمجتمع في النهوض بهذا القطاع فهو ليس بالقطاع الرائد؛
- درجة النمو والتطور البنية التحتية يكاد يكون معدوما؛
- دور القطاع السياحي في ميزان المدفوعات ذو أثر هامشي إذ ما قورن بقطاع المحروقات أو القطاع الصناعي أو التجاري مما يسبب عزوف أصحاب رؤوس الأموال المحلية أو الأجنبية للاستثمار في القطاع؛
- انخفاض الطلب السياحي الخارجي على الخدمات السياحية الجزائرية ومن ثم انخفاض الانفاق وما يترتب عنه من انخفاض الادخار الذي يتحول للاستثمار،
- عدم وجود تسهيلات في انتقال رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار بسبب العراقيل البيروقراطية والفساد الإداري اللذان يكبحان القطاع السياحي الجزائري من التقدم؛

- المؤسسات المالية الجزائرية ووكالات السياحة والأسفار ليست القاعدة البناءة للقطاع السياحي بل الأهم يكمن في تبني استراتيجية سياحية تنموية شاملة؛
- تجد البنوك والمؤسسات المالية السياحية صعوبة كبيرة في تحويل العملة الصعبة وتسديد المستحقات السياحية من وإلى السوق الجزائرية حيث تعاني المنظومة المالية الجزائرية من عراقيل كثيرة وتأخر كبير إذ ما قورنت بالدول المجاورة حيث لا توجد في المناطق السياحية أي وكالات لتحويل العملة هذا ما دفع العدي من المستثمرين إلى العزوف عن دخول في استثمارات مباشرة في الجزائر رغم مقوماتها وإمكاناتها المتاحة؛
- يعاني القطاع من قوانين صارمة وغير واضحة تحد من النشاط وطرق التعامل والتطبيق للقرارات الوزارية والمراسيم الوطنية؛
- مشاكل العقار السياحي وهو من أهم العراقيل الاستثمارية في القطاع وقد تم التطرق له سابقا؛
- مشاكل التمويل للمشاريع الاستثمارية.

#### المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية والبيئية للسياحة على الاقتصاد الجزائري

##### الفرع الأول: دور السياحة في إعادة توزيع الدخل والتنمية وتحسين المستوى المعيشي للسكان

غالبا ما تكون المواقع ذات الأهمية السياحية والتي تمتاز بتوافر عوامل الجذب السياحي الطبيعية فيها بعيدا عن المدن الكبرى المزدهمة بالسكان وعادة ما تكون في الأقاليم الريفية والأماكن النائية في الجبال أو على الشاطئ البحار والبحيرات أو على جوانب الأنهار في الغابات لا بل إن إقامة المنشآت السياحية تحتم الأخذ بالنظر أذواق السياح والذين هم في الغالب من سكان المدن الكبرى المزدهمة بالسكان والذين يفضلون الابتعاد عن أجواء المدن والازدحام والصخب الموجود فيها إلى أماكن أكثر هدوءا وجمالا ومليئة بالطبيعة والتي هي عادة تقع في الأقاليم الريفية والنائية البعيدة عن المدن.

بحكم هذه الميزة للمواقع السياحية لا بد إذن من إقامة المنشآت السياحية في الأقاليم الريفية والنائية التي تمتاز بجاذبيات سياحية طبيعية ولا بد أيضا من توفير كل الخدمات التي يحتاجها السياح، والذين هم بالغالب من سكان المدن ويمتازون بالتحضر وارتفاع المستوى الثقافي عندهم فالأمر اذن يستوجب توفير كل الخدمات للسياح وبنفس المستوى إن لم يكن أفضل عما هو موجود في المدن لكي لا يشعر السياح بأي نقص في الخدمات عن ذلك التي يتمتع بها أثناء اقامته الدائمة في المدن، إن إقامة المنشآت السياحية في الأقاليم الريفية أو النائية ومحاولة توفير كل أنواع الخدمات التي يحتاجها السياح، تتطلب بناء وإنشاء العديد من المشاريع التنموية.

أولاً: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة على تنمية الأقاليم الريفية والنائية

إن الأقاليم السياحية الواقعة في الأماكن الريفية والنائية بما فيها من سكان هي الجهات المستفيدة من المشاريع التنموية التي تعمل السياحة على جلبها ويمكن اجمال الآثار الاقتصادية والاجتماعية المتحققة لهذه الأقاليم بما يأتي<sup>1</sup>:

- إقامة المنشآت سياحية مختلفة في هذه الأقاليم، وهذا يعني وصول أحد أنواع التنمية إليها؛
- إن طبيعة التشابك القطاعي الكثيف للنشاط السياحي ومساهمة العديد من القطاعات الاقتصادية بتصنيع المنتج السياحي سوف يعمل على خلق عدد من الصناعات والخدمات التكميلية في هذه الأقاليم لتجهيز السياحة بمستلزمات الإنتاج؛
- كما تعمل السياحة على تنمية بعض الصناعات الحرفية والفولكلورية في هذه الأقاليم؛
- إقامة مثل هذه المشاريع السياحية والغير سياحية تتطلب بالضرورة إقامة العديد من مشاريع البنى التحتية؛
- بناء المشاريع السياحية والعديد من المشاريع والصناعات التكميلية ومشاريع وتتطلب المزيد من القوى العاملة وبالتالي خلق تجمعات سكانية كثيفة في هذه الأقاليم مما يستوجب توفير الخدمات التعليمية والصحية والأسواق والعديد من المشاريع الخدمية الأخرى؛
- كثرة المشاريع والصناعات الناتجة عن النشاط السياحي سوف يعمل على خلق فرص عمل لسكان هذه الأقاليم وبذلك يتم القضاء على البطالة والبطالة المقنعة؛
- إن الحصول على فرص عمل في المشاريع وتصريف المنتجات الزراعية والحرفية بأثمان جيدة تعمل على خلق دخل جيد لسكان هذه الأقاليم وهذا يعني زيادة دخول الأفراد وارتفاع المستوى المعيشي وما يرافق ذلك من ارتفاع وتطور في المستوى الثقافي والصحي؛
- زيادة الإنتاج والدخل في هذه الأقاليم يجعل منها أقاليم تنموية فعالة تساهم وبشكل جدي في تكوين الناتج القومي أو الدخل القومي بل تعمل على توفير العملات الأجنبية ودعم ميزان المدفوعات؛
- إن ظهور مثل هذه التجمعات السكانية الكثيفة في الأقاليم يستوجب إقامة مراكز لحفظ الأمن وهذا يعزز الجانب الأمني والاستقرار؛
- هكذا تعمل السياحة على إعادة تصحيح ما خلفته التنمية الصناعية من اختلال في توزيع المشاريع التنموية وتعمل على إعادة توزيع التنمية والدخل لصالح الأقاليم الريفية والنائية.

<sup>1</sup> - مثنى طه حوري، مرجع سابق، ص 151-152

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي في تحسين المستوى المعيشي لسكان الجزائر

عادة ما تعكس الايرادات السياحية الدولية التي حققتها أي دولة خلال فترة زمنية معينة ما مستوى مساهمة القطاع في تحسين مستوى المعيشي للفرد.

الجدول (19-04): نصيب الفرد من الايرادات السياحية الجزائرية ( الدولار أمريكي)

السنة	نصيب الفرد من الايرادات السياحية
1995	0.79
1996	0.9
1997	0.93
1998	2.43
1999	2.6
2000	3.27
2001	3.16
2002	3.16
2003	3.46
2004	5.42
2005	14.33
2006	11.64
2007	9.74
2008	13.58
2009	10.19
2010	8.99
2011	8.17
2012	7.87
2013	8.53
2014	8.91

Source : <https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD> consulté le: 12/11/2017 h13.00

من خلال الجدول السابق يتبين أن نصيب الفرد من الايرادات السياحية المحققة من قبل الجزائر خلال الفترة من 1997 إلى 2014 عرف تطورا ايجابيا بحيث انتقلت من 0.93 دولار أمريكي سنة 1997 إلى 14.33 دولار أمريكي سنة 2005 وبعدها عرفت النتائج تذبذبا وبعيدة عن متوسط نصيب الفرد من الايرادات السياحية في الدول المجاورة حيث يصل لحدود 200 دولار أمريكي، هذا ما يعكس الواقع المرير للاقتصاد السياحي الجزائري الذي يفتقد للنجاحة في ترجمة الإمكانيات المتاحة إلى فرص حقيقية لاستقطاب الوفود السياحية الأجنبية وتعزيز التنمية السياحية الوطنية بالهياكل الأساسية التي تجذب السياح

وتدفعهم للانفاق ومن ثم انعاش الاقتصاد الوطني بالعملة الصعبة مما تنعكس على مستوى معيشة الأفراد من جهة ومن جهة أخرى لا يخفى الدور الذي تلعبه السياحة في إعادة توزيع الدخل على مختلف الأقاليم حيث تعمل السياحة على إعادة تصحيح ما خلفته التنمية الصناعية من اختلال في توزيع المشاريع التنموية وتعمل على إعادة توزيع التنمية ولا تقتصر فقط على شمال البلد والجزائر تتمتع بثروات سياحية متنوعة بتنوع أقاليمها ومناخها إذ استغلت حق استغلالها ساهمت في تحقيق التنمية المستدامة.

#### الفرع الثاني: مساهمة السياحة في التشغيل في الجزائر

للسياحة قابلية وقدرة فائقة على توليد فرص العمل تفوق بقية الأنشطة الاقتصادية الأخرى وهناك عدّة أسباب تعلل هذه القدرة الهائلة وهي<sup>1</sup>:

- انتماء السياحة إلى القطاع الثالث القطاع الخدمي و إن لذلك أثر كبير يتجسد بالإمكانية المحدودة على استيعابية للأماكن والمعدات محل عنصر العمل إذ يبقى النشاط السياحي نشاط خدمي يعتمد بالدرجة الأساس على عنصر العمل؛
- أن غالبية السياح هم من السكان الحضر والقاطنين في المدن وهم يعانون من التعامل الكثيف والرتيب مع الماكنة فإن السياحة بالنسبة لهم تعني الابتعاد عن الماكنة واللجوء إلى الطبيعة والتعامل مع البشر، وكذا فإن السياح يرغبون أن يتلقون الخدمات السياحية من قبل البشر وليس من قبل الماكنة وهم بذلك يسعون للتعامل مع أجواء تختلف كلياً عن الأجواء الرتيبة المعتادين عليها بالحياة اليومية؛
- القطاع السياحي كثيف التشابك القطاعي ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى وهذا يعني إمكانية توليد السياحة فرص عمل وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهز السياحة بمستلزمات الإنتاج حيث أن هناك إحصائية تؤكد أن كل غرفة في فندق تولد 100% فرصة عمل في الفنادق و75% فرصة عمل في بقية الأنشطة السياحية وتولد 100% في القطاعات الأخرى.

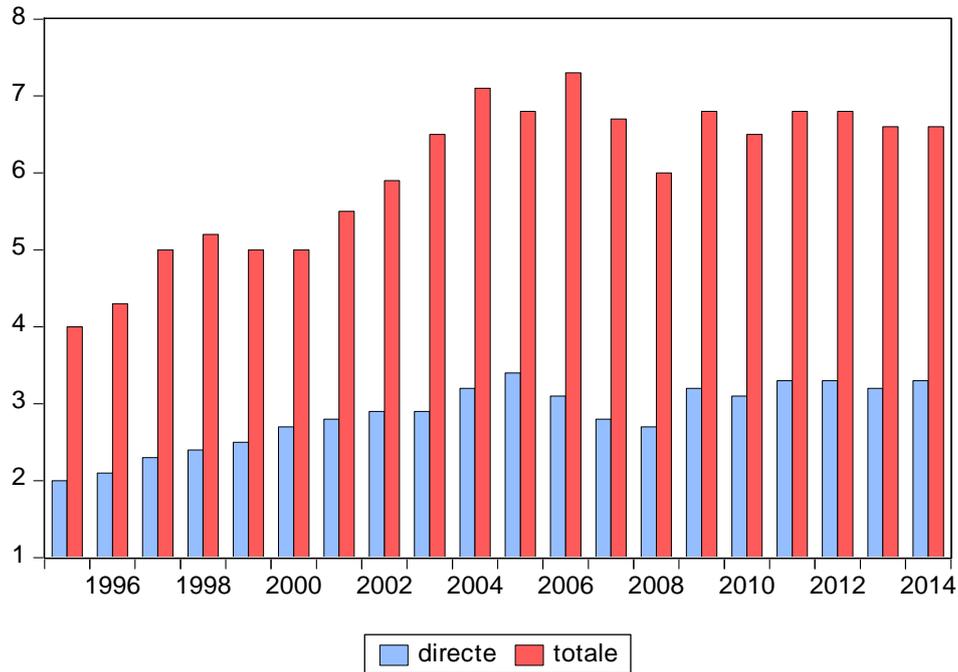
<sup>1</sup> - ناجي توني، دور القطاع السياحي في اقتصاديات الوطن العربي، معهد التخطيط، الكويت، 2002، ص05

الجدول (20-04): مساهمة السياحة في التشغيل في الجزائر للفترة (1995-2014) (نسبة مئوية)

نسبة المساهمة الإجمالية	نسبة المساهمة المباشرة	السنة
4.0	2	1995
4.3	2.1	1996
5.00	2.3	1997
5.2	2.4	1998
5.0	2.5	1999
5.0	2.7	2000
5.5	2.8	2001
5.9	2.9	2002
6.5	2.9	2003
7.1	3.2	2004
6.8	3.4	2005
7.3	3.1	2006
6.7	2.8	2007
6	2.7	2008
6.8	3.2	2009
6.5	3.1	2010
6.8	3.3	2011
6.8	3.3	2012
6.6	3.2	2013
6.6	3.3	2014

source: <https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD> consulté le: 18/11/2017 h15.00

الشكل (10-04): نسبة مساهمة السياحة في التشغيل 1995-2014



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من معطيات الجدول

يعد حجم الاستخدام الناتج عن السياحة في الجزائر خلال الفترة 1995-2000 رقماً متواضعاً وذلك بسبب الظروف الأمنية التي شهدتها البلاد والتي انعكست على النشاط السياحي، حيث لم تتجاوز نسبة التشغيل 2% بصورة مباشرة و4% بنسبة إجمالية وبعدها بدأت النسبة بالتحسن حيث تراوحت بين 3.3% بصورة مباشرة و6.8% بصورة إجمالية في الفترة بين 2000-2014 ويعود السبب إلى تبني الجزائر لإستراتيجية تنمية السياحة وزيادة المشاريع قصد النهوض بالقطاع السياحي لكن تبقى النسبة ضئيلة مقارنة بالإمكانيات الغير مستغلة وهذا راجع إلى:

- العجز في هياكل الإيواء السياحي وغياب المنافسة؛
  - اللجوء إلى التشغيل غير المصرح به لاسيما على مستوى القطاع الخاص؛
  - نقص التأهيل في أوساط العاملين في ميدان التشغيل في القطاع السياحي.
- وهذه النقطة الأخيرة تدفع لتوضيح أن الحاجة المتزايدة للعمل في القطاع السياحي الناتجة عن أثر مضاعف الاستخدام السياحي يكون لها أثر إيجابي حينما يتوفر في سوق العمل المحلية الكوادر المؤهلة أما إذا عجزت السوق المحلية عن توفير الكوادر المؤهلة المطلوبة فهذا يعني الاستعانة بالكوادر الأجنبية وما يتطلبه من إغراءات كبيرة وبالعملات الأجنبية وما يترتب عن ذلك من آثار ربما تكون سلبية تأتي في

مقدمها فقدان المزيد من العملات الأجنبية ولذلك لابد من مرافقة أي خطوة لتنمية القطاع السياحي دورات تكوينية ومعاهد متخصصة في تأهيل اليد العاملة التابعة للقطاع السياحي.

### الفرع الثالث: السياحة البيئية في الجزائر

#### أولاً: السياحة البيئية

تتعرض البيئة الطبيعية إلى الكثير من العوامل التي أدت إلى تلوثها خاصة تلك العوامل المتعلقة بالصناعات التي تنبعث منها الغازات التي تلوث الهواء أو الفضلات العرضية التي أخلت بالتوازن البيئي إضافة إلى نشاطات الإنسان المختلفة في مجال قطع الأشجار والغابات والرعي الجائر وعمليات جمع الأعشاب لأغراض تجارية وعمليات الصيد ( البري والبحري) والذي نتج عنه انقراض كثير من الأنواع النادرة من الطيور والحيوانات والأسماك.

السياحة ليست من الصناعات التي ينبعث عنها الدخان وليس لها فضلات عرضية نتيجة لعمليات التصنيع، إضافة إلى أن السياحة هدفت إلى ناحيتين:

- الحفاظ على البيئة وعدم الإخلال بالتوازن البيئي؛

- استثمار البيئة بالطريقة التي تؤدي إلى الحفاظ على نوع الحيوانات والأشجار والأعشاب النادرة منها بصورة خاصة.

ومن أجل ذلك وجدت السياحة البيئية التي تهدف إلى التوجه نحو البيئة كمصدر اقتصادي يهتم حياة الإنسان واستثمار هذا المصدر بحيث لا يؤثر فيه ولا يؤدي إلى خلل في التوازن البيئي وكانت نتيجة لذلك قيام المحميات الطبيعية البرية والبحرية في كثير من دول العالم وقد هدفت هذه المحميات إلى الحفاظ على النباتات والحيوانات البرية والطيور والحيوانات والنباتات البحرية وشرعت القوانين والأنظمة بهدف الحفاظ على هذه المحميات كجزء من بيئة الإنسان نفسه لأن أي خلل فيها يؤثر بنوعية بيئة الإنسان بصورة عامة<sup>1</sup>.

#### ثانياً: معالم السياحة البيئية في الجزائر

تتوفر الجزائر على إمكانات سياحية عظيمة، إلا أن عدم الاهتمام بها خلال مسارها التنموي حال دون الاستفادة منها والتعرف على مكنوناتها محليا ودوليا فإضافة إلى تنوع التضاريس من الشريط الساحلي إلى المرتفعات الداخلية الشاسعة وما تزخر به كل منطقة من معالم سياحية متنوعة، فتمتع الجزائر بتراث تاريخي عريق استطاع أن يتحدى تعاقب الأحقاب كالكهوف والأضرحة والرسوم على الصخور والتي

<sup>1</sup> - مرزوق عايد القعيد وآخرون، مرجع سابق، ص 150

تعود إلى عهود ما قبل التاريخ، وعندما دخل الرومان الجزائر شيّدوا مدنا في شكل حاميات لازالت تحتفظ بابداعتهم في الفن المعماري والتطور الثقافي، من ذلك مثلا ( آثار تمقاد بباتنة، جميلة (سطيف) وغيرها كما تتوافر الجزائر على آثار إسلامية تعود جميعها إلى الفترة السابقة لدخول الاستعمار الفرنسي الجزائر وتتجلى في المساجد والأبراج والقلاع والقصور والزوايا والقبب كلها تعتبر آية في الفن المعماري الإسلامي ومعالم ذات أبعاد حضارية تعتبر آية في الفن المعماري الإسلامي ومعالم ذات أبعاد حضارية والنقوش النحاسية كأهم الحرف الواسعة الانتشار في المدن الجزائرية كقسنطينة وتلمسان.

### 1- أنماط السياحة البيئية في الجزائر

تتواجد في الجزائر ثلاث أصناف من السياحة في الجزائر وهي: السياحة الساحلية، السياحة الجبلية والسياحة الصحراوية فضلا عن الأصناف الثلاثة يمكن الإشارة إلى صنف رابع وهو سياحة الحمامات المعدنية حيث يوجد في الجزائر أزيد من 202 منبعا تتميز غالبيتها بالخاصية العلاجية ولكل نوع من هذه الأنواع خصائصه.

- **السياحة الشاطئية:** من المعروف أن الساحل الجزائري يمتد على طول 1200كم، تتخلله شواطئ ساحرة على طول الشريط الساحلي وسلاسل جبلية ذات مناظر ساحرة على طول الشريط الساحلي وبالرغم من انتشار الهياكل السياحية في المناطق الساحلية إلا أن فعاليتها لا تزال دون المستوى المطلوب.<sup>1</sup>

- **السياحة الجبلية:** إذا كانت السياحة الساحلية قادرة على جذب أعداد معتبرة من السياح، فإن الأمر يختلف بالنسبة للسياحة الجبلية حيث تحتوي المناطق الجبلية الجزائرية على ثروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة غير أن النظرة اليوم للسياحة الجبلية تكاد تنعدم لثقلها على التزلج على الثلوج والتسلق فقط فهناك مغارات وكهوف تمتد على مسافات طويلة ولا تعرف عنها شيء وهناك أيضا ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل تنوع الثروة الحيوانية والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة التي تتميز بالبرودة صيفا

- والفتور شتاء وكلها تعتبر عوامل جذب للسياح إذ تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف مناطق الجزائر وهذا بالاعتماد على الإشهار وتقديم الأشرطة الوثائقية حول هذه المواقع.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - عبد القادر عوينات، مرجع سابق، ص 134

<sup>2</sup> - صالح فلاحي، النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الاقتصادي الجزائري في الاقتصاد العالمي، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول " تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد لخضر

باتنة 26-27 أبريل 2003، ص 05

- **السياحة الحموية:** هي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى تمارس من أجل الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج من خلال الاستحمام وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على 202 منبع مائي تم إحصاؤه على المستوى الوطني<sup>1</sup>.

- **السياحة الصحراوية:** تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة بها كل المقومات الضرورية لإقامة سياحية ناجحة ومن هذه المكونات واحاتها المنتشرة بهندستها والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار حيث تتجلى عظمة الطاسيلي الشاهد على الحضارة الراقية والمجسدة في الرسوم المنقوشة على الصخور لازالت تروي للأجيال المتعاقبة حكايات شيقة وأنماط عيش متميزة للإنسان " التارقي " في تلك الأزمنة الضاربة في أعماق التاريخ و ثمة عامل آخر يلعب دورا حيويا في تنشيط الحركة السياحية والتظاهرات الثقافية وهو ما يعرف بسفينة الصحراء ( الجمل) ما يدفع بالفضول للسائح الغربي لرؤيته وركوبه؛ إن اتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تبني استراتيجيات تختلف عما يمكن تبنيه في المناطق الشمالية وإذا كانت هناك عوامل قد يقع عليها إجماع مثل الهياكل والأمن والخدمات فإن هناك قضايا أكثر الحاحا بالنسبة للسياحة الصحراوية أهمها النقل البري والجوي ولتجاوز هذا المشكل سيستوجب تخصيص استثمارات كافية لترقية المرافق الضرورية ككشف طرق وتخصيص طائرات للرحلات الجوية الداخلية بين المناطق التي يتوافد عليها السياح وفتح خطوط دولية مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من وإلى هذه المناطق<sup>2</sup>.

### ثالثا: البعد البيئي ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

قد ضجت سياسات التنمية السابقة في إطار تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد بموروث طبيعي وثقافي لا يعوض بالنسبة للصحراء الجزائرية وتسبب بمشاكل لا حصر لها بهذه المناطق<sup>3</sup>:

- ظاهرة صعود المياه التي تعاني منها منطقة واد سوف بقضائها على أشجار النخيل وهدم الغيطان التي تشكل موروثا اجتماعيا ذو جذور عميقة في الثقافة الصحراوية؛
- الأضرار التي مست نظام الواحات المتجانسة بمنطقة واد ميزاب والمصنفة كمناطق محمية على المستوى العالمي؛

<sup>1</sup> - بوفاس الشريف، بن خديجة منصف، ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات، المداخلة ضمن الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة الشريف مساعدي، جامعة سوق أهراس، 22، 23 أفريل، 2014، ص05

<sup>2</sup> - طالب دليلة، وهراني عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة نحو تنمية مستدامة، مداخله ضمن الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر، الواقع والأفاق، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي البويرة، 11- 12 ماي 2010، ص10

<sup>3</sup> - أحسن العايب، عبور رزقين، أهمية السياحة المستدامة ضمن استراتيجية السياحة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، العدد 14 جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2017، صص308، 309.

- تشوه الجانب الهندسي والتاريخي للمجالات المبنية على مستوى المناطق الأثرية والتاريخية المصنفة ضمن التراث العالمي وظهور أشكال جديدة لا تعبر عن الهوية الصحراوية؛

- من جهة أخرى على الرغم من تقسيم التراب الوطني إلى مناطق التوسع السياحي من أجل الارتقاء بالسياحة الجزائرية إلا أنها بقيت تراوح مكانها وذلك ما أدى إلى محدودية البعد البيئي في استراتيجية التنمية السياحية بسبب سوء التسيير السياحي.

لذلك فقد أعطت الدولة أهمية خاصة للتنمية السياحية المستدامة في إطار إستراتيجيتها الجديدة لتطوير القطاع على المدى البعيد، وفق ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في آفاق 2030، حيث تضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مصطلح الاستدامة للتنمية السياحية في الجزائر، للتعبير عن توجه الدولة نحو تبني مفهوم حديث للسياحة بأخذ بعين الاعتبار المتغيرات البيئية في تحديد الاطار الاستراتيجي للسياسة السياحية في الجزائر لتعلن الدولة من خلاله عن نظرتها للتنمية السياحية الوطنية في مختلف الآفاق على المدى القصير 2009، المتوسط 2013، والطويل 2030 وبالتالي تبنيها لمفهوم جديد للسياحة يستند في مضمونه على الأبعاد المختلفة للتنمية المستدامة كما يعتبر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أن السياحة صناعة توفق بين ترقية السياحة والبيئة مثلما جاء في الأهداف العامة له وهو ما يعكس وعي الوزارة الوصية بأهمية الحفاظ على المحيط وحمايته من التدهور حتى نضمن الحفاظ عليها في الأجيال القادمة ولذلك عمدت الدولة إلى تقسيم المواقع الساحلية أو الواقعة بالقرب من الساحل إلى مناطق التوسع السياحي، تبعا لخصائص كل منطقة وذلك مع مراعاة الجانب البيئي حيث أن مختلف هذه المناطق تشكل أقطاب سياحية وذلك من أجل التحكم الجيد في تسييرها إذ يعد هذا المخطط جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليم الذي يبرز الكيفية التي تقترح من خلالها الدولة ضمان التوازن الثلاثي

العدالة الاجتماعية والاقتصادية والدعم البيئي ضمن أطر التنمية المستمرة للبلاد في آفاق العشرين سنة القادمة كما أنه أداة تترجم إرادة الدولة في تثمين المؤهلات الطبيعية الثقافية والتاريخية ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر بهدف تحقيق القدرة المطلوبة لجعل السياحة أولوية وطنية حيث يجب النظر إليها على أنها لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة لأنها تشكل بديلا اقتصاديا للمحروقات، غير أن نجاح تطبيق هذا المخطط يجب أن يكون في تناسق مع برامج المحافظة على البيئة والاهتمام بالمحيط من التلوث ذلك أن الحديث عن التنمية المستدامة لا ينبغي أن يكون بضرورة ديموغرافية لاسيما في بعدها البيئي<sup>1</sup>.

ولتحقيق جدوى البعد البيئي في التنمية السياحية المستدامة لا بد من:

<sup>1</sup> - أحسن العايب، عبور رزقين، مرجع سابق، ص 310

- توفر درجة الوعي البيئي لدى جميع الوحدات المسؤولة بدءا من إعلام السكان المحليين بالمنافع التي تحققها السياحة المستدامة ثم تعزيز روح المسؤولية لدى السياح في تعاملهم مع مكونات البيئة وتوعيتهم بالآثار التي قد تنجر عن سلوكياتهم غير الرشيدة تجاهها من جهة وتحسين المؤسسات التي تشكل قوام صناعة السياحة بأهمية الإدارة البيئية وتشجيعهم على تبني مبادئ الاستدامة في مشروعاتهم من جهة أخرى؛

- إنشاء المنتزهات لحماية البيئة والمحافظة عليها؛

- تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل علمي سليم.

### المطلب الثالث: تنافسية القطاع السياحي في الجزائر

إن تنافسية القطاع السياحي تعتبر من أهم المؤشرات الاقتصادية التي تسعى معظم دول العالم لتعزيزها ودراستها من أجل تبيان مكان قوتها وضعفها وأيضا لتبني سياسات واستراتيجيات في المدى المتوسط والقريب للرفع من مستوياتها.

### الفرع الأول: مفهوم تنافسية السياحة ومؤشراتها

#### أولاً: مفهوم تنافسية السياحة

يختلف مفهوم التنافسية باختلاف محل الحديث فيما إذا كان عن ( منشأة أو قطاع أو دولة) فالتنافسية على صعيد الشركة تعني الاستمرار نحو كسب حصة أكبر من السوق المحلي والدولي وهي تختلف عند الحديث عن تنافسية القطاع الذي يمثل مجموعة من الشركات العاملة في نفس الصناعة وهاتان تختلفان بدورهما عن تنافسية دولة تسعى لتحقيق معدل مرتفع ومستدام لدخل الفرد فيها<sup>1</sup>.

بينما تعرف التنافسية السياحية على أنها " قدرة المؤسسات المنتمية للقطاع السياحي في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق المحلية والدولية بالاعتماد على ما تملكه من موارد وقدرات دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية "ويمكن أن يكون القطاع السياحي تنافسيا إذا كان متوسط التكاليف للوحدة الواحدة المنتجة أو للخدمة تساوي أو أقل من مستواها لدى المنافسين في الدول الأخرى<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - عبد الحكيم عبد الله السنور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الإنفتاح الاقتصادي، مذكرة دكتوراه منشورة، في الاقتصاد والتخطيط، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، سوريا، 2009، ص 05

<sup>2</sup> - محسن عبد الله الراجحي وآخرون، الميزة التنافسية للنشاط السياحي، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 123

وعرفها المعهد الدولي للتنافسية على أنها "القدرة على تقديم المنتجات السياحية كثيرة وأكثر كفاءة من حيث تكاليف أقل للسفرات السياحية وارتفاع جودة الخدمات السياحية المقدمة وأن تكون المنتجات بينما تعرفها المنظمة العالمية للسياحة التنافسية السياحية على أنها الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية الإنتاج والسلع والخدمات بما يرضي أذواق السواح وقدرة الدولة على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية<sup>1</sup>.

وتعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCED) القدرة التنافسية للسياحة هو قدرة الوجهة السياحية في تحسين جاذبيتها للمقيمين وغير المقيمين وتقديم خدمات سياحية جذابة وتتميز بالجودة والابتكار من أجل الحصول على حصص سوقية محلية وعالمية مع ضمان استخدام الموارد المتاحة لدعم السياحة بكفاءة وبطريقة مستدامة<sup>2</sup>.

ويعرف الباحثان (Crouch & Ritchie) تنافسية المقصد السياحي على أنها "القدرة على زيادة الإنفاق السياحي لجذب عدد متزايد لزوار وتحقيق لهم تجارب مرضية ولا تنسى من خلال طريقة مربحة، بالإضافة إلى تعزيز رفاهية سكان المقصد من جهة ومن جهة أخرى الحفاظ على الثروة الطبيعية للأجيال القادمة<sup>3</sup>، كما يرى الباحثان أن للتنافسية السياحية ستة أبعاد (اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، تكنولوجية وبيئية) وأن هذه العوامل قد تظل ثابتة بينما الطبيعة المتغيرة للتنافسية المقصد السياحي هي التي تحتاج تقيما مستمرا.

وهناك من يعرف التنافسية الخارجية الإجمالية لصناعة السياحة في البلد على أنها "قدرة البلد على الاحتفاظ أو زيادة حصتها في السوق من صادرات السياحة والسفر، بالإضافة إلى هذا يشمل المفهوم العام فروق الأسعار وتحركات أسعار الصرف ومستوى إنتاجية مختلف مكونات صناعة السياحة (النقل، الضيافة، خدمات الإطعام، الترفيه) والعوامل التي تؤثر على جاذبية المقصد<sup>4</sup>

وتعرف التنافسية على مستوى قطاع السياحة الكلي وفقا لمنهجية المعهد الدولي للتنمية والإدارة بأنها تعظيم القيمة المضافة ومستوى الإنتاجية في القطاع السياحي والسفر من خلال<sup>5</sup>:

- جذب الاستثمار في اقتصاد السياحة؛

<sup>1</sup> - <http://www.algomhoriah.net/atach.php?id=18945> consulté le :13/11/2017 h 13.00

<sup>2</sup> - Dupeyras, A & N. MacCallum, **Indicators for Measuring competitiveness in tourism** ; Aguidance Document ; OECD TOURISM papers; 2013; p14

<sup>3</sup> - J.R Brent Ritchie and G.I Crouch; **The Competitive destination, a sustainable tourism Perspective**; CABI publishing; LONDON - UK; 2003; p02

<sup>4</sup> - Riadh Ben Jelili and Adel -Azim, **Tourism competitiveness and specialization south Mediterranean countries** , (A nel Data Aroach), pJournal of Development and Economic polocie, vol 13N°01, Arab Planing In statute, Kuwait, January 2011, p07

<sup>5</sup> - زيان بروجة علي، راتول محمد، تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق مؤشرات المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة (2007-2015)، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، العدد 14، 2016، ص150

- كفاءة عمليات وصول وعودة السياح؛

- إختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية؛

- تقديم خدمات سياحية ذات مستوى عال من التقية والجودة تتماشى مع متطلبات العولمة؛

ونخلص من المفاهيم والتعاريف السابقة لتعريف التنافسية السياحية هي أنها " قدرة المنشأة أو القطاع أو الدولة في تقديم المنتجات السياحية بإمكانها التفوق على منافسيها في الأسواق المحلية والدولية دون الدعم أو الحماية الحكومية بالإضافة إلى ارتفاع جودتها بما يرضي ويلبي حاجات ورغبات السواح.

#### ثانياً: مؤشرات تنافسية القطاع السياحي

لقد اهتمت الكثير من المؤسسات الدولية بإعداد تقارير عن مستوى تنافسية الدول في مجالات اقتصادية عديدة وكان أحدثها في مجال السياحة والسفر حيث أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي تقريره الأول عن تنافسية السياحة والسفر عام 2007 وفتح المجال أمام تقييم انجازات دول العالم في هذا المجال ووضعها في ترتيب تنازلي حسب معايير محددة.

يقيس مؤشر تنافسية السفر والسياحة مدى تنافسية الدول في هذا المجال وذلك من خلال قياس أدائها ضمن مكونات هذه الصناعة عالمياً ويستند المؤشر في بياناته إلى مصادر عامة مثل مؤسسات دولية للسفر والسياحة، خبراء السفر والسياحة نتائج استطلاع الرأي ونتائج مستويات سنوية شاملة أجراها المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع شبكة مؤسسات شريكة تعمل في البلدان التي احتواها التقرير<sup>1</sup>. يتولى المنتدى الاقتصادي العالمي وبصفة دورية إصدار تقرير التنافسية العالمي لقطاع السياحة والسفر والذي يشمل 141 دولة إذ يكون الهدف من خلال إعداده هو قياس وتحديد العوامل والسياسات التي تعمل على تطوير قطاع السياحة والسفر في مختلف الدول حيث يغطي هذا التقرير دراسة ما مجموعه 15 عشر مؤشراً فرعياً حيث احتوت مؤخرًا على مؤشر التغيير المناخي تجمع في ثلاث مؤشرات رئيسية وهي: الإطار التنظيمي، بيئة الأعمال والبنية الأساسية والموارد البشرية الثقافية والطبيعية حيث أن تركيبة هذا المؤشر تبرز كما يلي:

<sup>1</sup> - غرفة الشرقية، الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية ( الفرص والتحديات)، مركز الدراسات والبحوث، المملكة العربية السعودية، 2011، ص35

الشكل (11-04): تركيبات مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر



Source : World economic forum, The travel & tourism competitiveness report, 2013, p08

وتجدر الإشارة إلى أن أول تقرير صدر عن الهيئة شمل 124 دولة منها 10 دول عربية لكنه توسع في تقاريره اللاحقة ليصل إلى 136 دولة سنة 2017 منها 14 دولة عربية.

الفرع الثاني: واقع تنافسية السياحة لدول شمال إفريقيا للفترة ( 2017/2007 )

سيتم التطرق لتقديم تحليل للموقع التنافسي السياحي لدول شمال إفريقيا وفقا لمنهجية المنتدى الاقتصادي العالمي ( دافوس)، سواء من خلال المؤشر الكلي أو المؤشرات الثلاثة الفرعية المكونة لهذا المؤشر.

الجدول (21-04): المؤشر الكلي للتنافسية السياحة لدول شمال إفريقيا خلال الفترة (2007-2015)

2015		2013		2011		2009		2008		2007		الدولة
الرتبة الدرجة		الرتبة الدرجة										
2.93	123	3.07	132	3.37	113	3.31	115	3.5	102	3.67	93	الجزائر
3.54	79	-	-	4.39	47	4.37	44	4.41	39	4.76	34	تونس
3.81	62	4.03	71	3.93	78	3.86	75	3.91	67	4.27	57	المغرب
3.49	83	3.88	85	3.96	75	4.09	64	3.96	66	4.24	58	مصر

Source : World economic forum, The travel & tourism competitiveness reports,

(2007,2008,2009,2011,2013,2015,2015)

ومن خلال عرض نتائج هذا المؤشر خلال عام 2017، نلاحظ أن المغرب حافظت على ترتيبها من حيث أفضل أداء بين دول العربية المختارة للمرة الثانية على التوالي حيث تحتل المرتبة 65 عالميا، إلا أن الملاحظ أن تونس كانت دائمة التصدر لدول عربية ترتيبا حيث تحصلت خلال سنة 2011 على المرتبة 47 عالميا إلا أنها تراجع لصالح المغرب في التقريرين الأخيرين هي التي كانت تتربع على المرتبة 34 عالميا في أول تقرير صادر سنة 2007، أما الجزائر فالملاحظ أنها متواجدة في مؤخرة الترتيب بتصنيفها 123 و 118 على التوالي في التقريرين الأخيرين، وهذا يعكس فعلا مدى ضعف تنافسية القطاع السياحي في الجزائر مقارنة بدول شمال إفريقيا أو الدول العربية ومن الجدول نستنتج أن التنافسية في القطاع السياحي في دول شمال إفريقيا كمجموعة بعد حساب الدرجة الغير مرجحة لهذا الاقليم في سنة 2017 تساوي 4.5 والتي وضعت الاقليم في المرتبة 83 عالميا وهي مرتبة جد متأخرة ولا تعكس اطلاقا المقومات السياحية التي تتمتع بها هذه الدول بالنظر إلى دول أخرى موجودة ضمن الترتيب في التقرير، وأيضا عند النظر في الأسباب الحقيقية لهذه الوضعية للتنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا نجد منها أسباب ضعف الأداء الفردي لبعض الدول خاصة الجزائر التي توجد في مرتبة متأخرة أو أدنى من دول شمال إفريقيا كإقليم مما ساهم في تراجع مرتبة هذا الأخير وكذلك ضعف الأداء الكلي لدول شمال إفريقيا سواء في استقطاب السواح أو توفير خدمات سياحية ذات جودة أو البنية التحتية والفوقية المحفزة للطلب السياحي ويرجع التباين الملاحظ في ترتيب دول شمال إفريقيا إلى:

- الاختلاف في متوسط انفاق السائح اليومي من دولة إلى أخرى بسبب اختلاف الأسواق السياحية المستهدفة من قبل دول شمال إفريقيا، فوجد مثلا مصر معظم السواح فيها هم من الشرق الأوسط بينما المغرب العربي معظمهم من أوروبا ؛

- الاختلاف في نوعية السياحة في حد ذاتها فهناك دول تتميز بالسياحة البينية خاصة دول المغرب العربي بينما تتميز السياحة في مصر بالسياحة البعيدة والتي غالبه للبحث عن الآثار من الولايات المتحدة والمملكة المتحدة؛

- الاختلاف في مدة الليلي السياحية وإقامة السائح من دولة لأخرى بالنسبة لدول شمال إفريقيا فوجد مثلا الجزائر أقل الدول من حيث الليلي التي يقيمها السائح مما يبرر إنفاقه المنخفض عكس باقي الدول الأخرى؛

- التباين في جودة الخدمات السياحية وأيضا في تقارب الخدمات الأساسية للسياحة مع الخدمات المكملة.

#### الفرع الثالث: تطور تنافسية القطاع السياحي في الجزائر

طالما كان تصنيف الجزائر في المراتب الأخيرة في التقارير الصادرة عن الهيئات السياحية العالمية وأهمها تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي الذي يقر على مدار تكرار تقاريره أن الجزائر من أسوأ الوجهات السياحية وهذا لا يعكس تماما إمكانيات الجزائر السياحية.

الجدول (04-22): تطور تنافسية السياحة من خلال المؤشرات الفرعية في الجزائر خلال الفترة (2007- 2015)

2015		2013		2011		2009		2008		2007		
رتبة درجة		رتبة درجة		رتبة درجة		رتبة درجة		رتبة درجة		رتبة درجة		
3.59	122	3.3	134	3.87	112	3.88	108	4.01	99	3.81	89	الإطار التنظيمي
2.19	122	2.66	134	2.89	112	2.84	108	2.97	93	2.82	93	بيئة الأعمال والبنية التحتية
2.04	90	3.25	123	3.35	116	3.22	127	3.52	98	4.37	97	الموارد البشرية الثقافية والطبيعية

Source : World economic forum, The travel & tourism competitiveness reports,

(2007,2008,2009,2011,2013,2015)

كما صنف التقرير الأخير للمنتدى الاقتصادي العالمي " دافوس" لسنة 2017 الجزائر ضمن البلدان الإفريقية الأقل تنافسية في المجال السياحي حيث جاءت في الترتيب 118 عالميا ضمن 136 دولة شملتها الدراسة وتبين التقديرات المنتدى في التقرير أن الجزائر لا تزال متأخرة كثيرا في العديد من المجالات

القدرة التنافسية في قطاع الأسفار والسياحة تجعل منها وجهة غير سياحية فبخصوص مناخ الأعمال جاءت الجزائر في المرتبة 110 مما يكشف عن النقص الكبير في هذا الجانب حسب تقدير الهيئة الدولية، حيث حصلت الجزائر على 4 نقاط من أصل 7 أما فيما يتعلق السلامة والأمن فقد تحصلت الجزائر على الرتبة 81 والرتبة 89 بالنسبة للصحة والنظافة، أما فيما يتعلق بالموارد البشرية فالجزائر مصنفة في الرتبة 112 وبدرجة 4 من أصل 7 درجات بالنسبة لتكوين وتخصص العمال وباستثناء تنافسية الأسعار وخاصة الطاقة التي تحتل فيها الجزائر المرتبة 4 وتحصلت فيها على 6 نقاط من أصل 7 نقاط وهذا لا يعكس تماما الإمكانيات والموارد الطبيعية والثقافية للبلاد حيث احتلت المرتبة 124 فيما يتعلق بالموارد الطبيعية والمرتبة 53 فيما يتعلق بالموارد الثقافية ومناخ أعمال السفر وأما بخصوص الخدمات السياحية فهي ضمن المراتب 6 الأخيرة بحصيلة تقدر 2.1 من أصل 7 نقاط ومن ثم فالجزائر متأخرة عن ركب التنمية السياحية سواء عالميا، إفريقيا وحتى عربيا.

والواقع لا يعكس تقرير المنظمة العالمية للسياحة التي أدرجت قطاع السياحة في الجزائر كأحد الدعائم الأساسية للنهوض بالاقتصاد الوطني وخلق تنمية مستدامة نظرا للإمكانيات والموارد التي يتوفر عليها، خاصة بعد إطلاق الجزائر برنامج يخص القدرات الإحصائية الإقليمية تتعهد من خلاله الجزائر بخلق سياحة تنافسية ويمكن إدراج سبب تأخر التنمية السياحية في الجزائر وتدهور قدرتها التنافسية إلى:

- المخاوف المتعلقة بالوصول للأسواق؛
- ضعف الترويج للمنتوج السياحي الوطني رغم الثروات الطبيعية التي تزخر بها البلاد والآثار الرومانية و التركية؛
- ضعف الأداء الكلي للجزائر سواء في استقطاب السياح أو توفير خدمات سياحية ذات جودة أو البنية التحتية والفوقية المحفزة للطلب السياحي؛
- ضعف قيمة الانفاق السواح نتيجة لانخفاض مدة إقامة السياح في الجزائر؛
- ضعف أداء الموارد البشرية ونقص التكوين على مستوى المعاهد المتخصصة في السياحة؛
- تأثير موجة العنف التي عرفتها الجزائر خلال العشرية السوداء لا يزال يخيم في ذهنية السائح الأجنبي خاصة؛
- ضعف الانفاق الحكومي على المنشآت السياحية سواء ترفيهية أو في مجال الأعمال والبنى الفوقية وال تحتية؛
- الاحجام على الاستثمار الخاص والأجنبي في القطاع نتيجة للعراقيل الخاصة بالاستثمار وكذا قوانين العمل وعدم ليونتها.

من خلال ما تقدم يتبين أن رغم المجهودات المبذولة من الدولة لتبني سياسات تنموية في مجال السياحة إلا أنها لم تحقق الأهداف المرجوة والتي لها انعكاسات على الاقتصاد الكلي فضعف الطلب السياحي يقابله انخفاض في الانفاق ( العملة الصعبة) والذي يؤثر بدوره على الإيرادات والتي تنعكس سلبا على ميزان المدفوعات من جهة وتخفض من معدلات الادخار من جهة أخرى مما يقلص من معدلات الاستثمار وهذا ما يفسر محدودية قدرة القطاع على التشغيل وخلق فرص عمل.

**المبحث الثالث: اختبار العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر من خلال نموذج الانحدار**

### الخطي البسيط ونموذج التكامل المشترك واختبار السببية

في الجانب التطبيقي يعرف اختبار العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي زخما من الدراسات والبحوث لكن نتائجها غير حاسمة وتظهر انقسامها حول ثلاث اتجاهات رئيسية: إثبات صحة الفرضية، إثبات صحة الفرضية العكسية وإثبات العلاقة المتبادلة كما تظهر بعض الدراسات ولو بتكرار أقل حيادية العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي<sup>1</sup>.

يسمح لنا استقرار عدد من الدراسات التي استخدمت المراجعة للأدبيات والدراسات التطبيقية من تقديم بعض النتائج المتحصل عليها في هذا المجال حيث استعرض الباحث<sup>2</sup> (Jackman) ثمانية عشرة بحثا حول الموضوع في عدد من البلدان، أثبت ثمانية منهم صحة فرضية السياحة قاطرة للنمو الاقتصادي ( Unidirectional causality) وثمانية أخرى صحة ثنائية الاتجاه العكسي،(bi- directionel) بين النمو الاقتصادي والسياحة، بينما أثبتت صحة فرضية واحدة تدور حول حيادية العلاقة ودراسة واحدة أثبتت العلاقة العكسية وهي النمو قاطرة للسياحة<sup>3</sup>، وعلى هذا الأساس سيتم تقسيم المبحث إلى:

**المطلب الأول: الجانب النظري للدراسة؛**

**المطلب الثاني: الجانب العملي للدراسة**

**المطلب الثالث: مناقشة النتائج المتحصل عليها**

**المطلب الأول : الجانب النظري للدراسة**

**الفرع الأول: التعريف بالدراسات السابقة**

<sup>1</sup> - بن زعرور شكري، ساطور رشيد، السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر( الأدلة من التكامل المشترك وتحليل السببية)، ص08، الموقع الإلكتروني، <https://mpr.ub.uni-muenchen.de/78731/> تاريخ الإطلاع: 2017/10/12

<sup>2</sup> - Jackman Mahalia, *Revisiting The Tourism-LED Growth Hypothesis For Barbados, Adisaggregated Market Approach*, Regional and sector Economic Studies, Vol12-2, Banck of Barados, 2012, p 16 [www.usc.es/economet/journals2/eers/eers1223.pdf](http://www.usc.es/economet/journals2/eers/eers1223.pdf)

<sup>3</sup> - بن زعرور شكري، ساطور رشيد، مرجع سابق، ص12

يؤكد الباحث (Terzi) أيضا أن اختبارات فرضية النمو الاقتصادي الذي تقوده السياحة غير متوافقة في نتائجها ومحل خلاف (Controversial) ويستند في ذلك إلى مراجعة الأدبيات التي تضمنتها دراسة (Milanovic and Stanenkovic)، كما يقدم بدوره عرضا عن الدراسات التي تناولت اختبار هذه الفرضية على اقتصاد تركيا والتي أكدتها في معظمها إلا قلة منها أثبتت الفرضية العكسية.

ومن الدراسات التي أثبتت صحة فرضية النمو القاطرة للسياحة دراسة (Lorde et Al) ومثلما يشرحه (Payne and Mervar) تتأكد فرضية دعم نمو الناتج المحلي في كرواتيا على اقتصادها ويفسرها بأن تحسن مناخ الأعمال عموما يساهم في تحسين محيط النشاط السياحي ليتطور ويزدهر، كما أثبتت دراسة الباحثان (Bouzahazah and Elmanyari 2013) صحة فرضية السياحة قاطرة للنمو الاقتصادي في

الأجل القصير في كل من المغرب وتونس، بينما ينقلب في الأجل الطويل لتصبح الفرضية العكسية، النمو الاقتصادي قاطرة للسياحة هي الصحيحة، من جانبها يستعرض الباحثان

(Figini and Vici 2010) عددا من الدراسات الاقتصادية التي تستخدم منهج الانحدار لمقطعي وفيها تثبت دراستهم على دول متعددة (143 دولة) أن معدل نمو الدول المتخصصة في السياحة أعلى من معدل نمو باقي الدول خلال الفترتين (1995/1980)، (2003-19980) مما يبين أن التخصص في السياحة يمكن أن يكون محددًا هامًا للنمو الاقتصادي غير أنهما لم يتوصلا إلى التمييز بين دور السياحة في الدول الصغيرة المتخصصة سياحيا عن الدول الكبيرة<sup>1</sup>.

#### الفرع الثاني: توصيف النموذج القياسي لتحليل العلاقة بين النمو الاقتصادي والسياحة

تنقسم المناهج التطبيقية حسب استخدامها لأدوات الاقتصاد القياسي، حيث يصنف (Riderstaat et All) الدراسات في ثلاث مجموعات من الأساليب التجريبية أكثر الدراسات تعتمد على تحليل التكامل المشترك المتبوع باختبار السببية لجرانجر، مجموعة أخرى تعتمد على البيانات المقطعية لمجموعة واسعة للبلدان محل البحث وهناك مجموعة ثالثة من الدراسات تطبق أسلوب مختلف كاستخدام نموذج كينزي موجه نحو الطلب أو اختبار السببية استنادا إلى تقنيات محاكاة التمهيد الرافعة، ومن خلال دراستنا للعلاقة بين "النمو الاقتصادي" والذي يتم التعبير عنه "معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي" و"السياحة" والتي يتم التعبير عن معطياتها من خلال "معدل الاستثمار السياحي" سنعتمد على النموذج الأول "تحليل علاقة الارتباط الخطي البسيط والنموذج الثاني "تحليل التكامل المشترك المتبوع باختبار السببية لجرانجر" وذلك من دراسة علاقة النمو الاقتصادي المعبر عنه بالناتج المحلي الإجمالي والسياحة المعبر عن معطياتها بالإيرادات السياحية.

<sup>1</sup> - بن زعرور شكري، ساطور رشيد، مرجع سابق، ص 09

حيث يعتبر الارتباط بين المتغيرات الاقتصادية العنصر الأهم في تحليل الظواهر الاقتصادية غير أن الارتباط بحد ذاته لا يعني وجود علة أو سبب بين المتغيرات بقدر ما يعبر عن الاقتران زمانا ومكانا وبالتالي يصعب استخدام تقلب المتغيرات في تفسير ما يحدث بالمتغيرات المرتبطة معها، لذلك فإن عدم التعرف الصحيح على العلاقة السببية وتشخيصها يعد مصدرا ممثلا للخطأ، ويعد تحليل السببية بين المتغيرات وقياسها منها مفضلا أحيانا في التعرف على العلاقات الاقتصادية مقارنة بمنهج الارتباط والانحدار الإحصائي كما يعد أسلوب السببية منها تجريبيا يساعد على اختبار العلاقة بين المتغيرات ومن ثم تحديد المتغير التابع والمتغير المستقل<sup>1</sup>.

### أولاً: علاقة الانحدار الخطي البسيط

يعتبر الانحدار الخطي البسيط أبسط أنواع نماذج الانحدار، بحيث يوجد العديد من العلاقات الاقتصادية التي يمكن قياسها باستخدام هذا الأسلوب، مثل علاقة الإنفاق الاستهلاكي والدخل المتاح، وعلاقة الكمية المطلوبة من السلعة وسعرها، وأيضا مستوى البطالة مع معدل التضخم.

#### 1- كتابة النموذج الخطي والفرضيات الأساسية

يمكن نمذجة العلاقة بين المتغيرين  $Y_i$  و  $X_i$  على الشكل :

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \varepsilon_i, \quad i = 1, \dots, n$$

حيث:  $Y_i$  يسمى بالمتغير المُفسَّر أو التابع و  $X_i$  بالمتغير المُفسَّر أو المستقل، و  $\beta_0$  و  $\beta_1$  هما معلما النموذج.

أما  $\varepsilon_i$  فيمثل الخطأ في تفسير  $Y_i$ ، ومنه يمكن كتابته انطلاقا من العلاقة:  $\varepsilon_i = Y_i - \beta_0 - \beta_1 X_i$  ويرجع وجود حد الخطأ إلى إهمال بعض المتغيرات المستقلة التي يمكن أن تؤثر على المتغير التابع في النموذج و حدوث خطأ في كل من تجميع البيانات وقياس المتغيرات الاقتصادية و يرجع ذلك أيضا إلى الصياغة الرياضية غير السليمة للنموذج. ويترتب على إسقاط هذا الافتراض حدوث أخطاء تحديد تتمثل في إغفال متغيرات مستقلة هامة في نموذج الانحدار المراد تقديره، أو احتواء هذا النموذج على متغيرات مستقلة غير هامة وفي تغيير معاملات الانحدار أي أن معاملات الانحدار قد لا تظل ثابتة أثناء الفترة الزمنية التي تم تجميع البيانات عنها.

#### 2- فرضيات النموذج

أ. الفرضية الأولى : الأمل الرياضي للأخطاء معدوم :

<sup>1</sup> - شفيق عريش و آخرون، اختبارات السببية والتكامل المشترك في تحليل السلاسل الزمنية، مجلة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 33 العدد الخامس، 2011، ص81

$$E(\varepsilon_i) = 0, \forall i = 1, \dots, n$$

ب. الفرضية الثانية: تجانس (ثبات) تباين الأخطاء Homoscedasticity :  
وهو ما يعني أن تشتتها حول المتوسط ثابت، ونعبر عنها رياضياً بالكتابة:

$$Var(\varepsilon_i) = E(\varepsilon_i^2) = \sigma^2, \forall i = 1, \dots, n$$

ج. الفرضية الثالثة: عدم وجود ارتباط ذاتي بين الأخطاء: بمعنى أن التباينات المشتركة لأخطاء الملاحظات المختلفة تكون معدومة، وهذا على مختلف مشاهدات مكونات العينة، ونعبر عنها رياضياً كما يلي:

$$Cov(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = E(\varepsilon_i \varepsilon_j) = 0, \forall i \neq j, i, j = 1, \dots, n$$

د. الفرضية الرابعة: الأخطاء مستقلة عن  $X_i$ :

$$Cov(X_i, \varepsilon_i) = 0, \forall i = 1, \dots, n$$

#### ثانياً: اختبار السببية

يهدف اختبار السببية الذي اقترحه (Granger) سنة 1969 وطوره (Sims) سنة 1972 إلى تحديد ما إذا كان التغير في المتغير (X) يؤدي إلى حدوث التغير في المتغير (Y) فإذا كان المتغير (X) يساعد على التنبؤ بالمتغير (Y) فإنه يمكن القول بأن (X) تسبب في (Y) وإذا كانت قيمة (X) لا تساعد على التنبؤ في قيمة (Y) يقال إن (X) لا تسبب (Y) ويتطلب اختبار السببية التأكد من استقرارية السلاسل الزمنية باستخدام اختبار جذر الوحدة Unit Root Test وتحديد تكامل السلاسل الزمنية Cointegration لمعرفة التوازن طويل الأجل<sup>1</sup>.

#### ثالثاً: اختبار استقرارية السلاسل الزمنية

تعرف السلسلة الزمنية بأنها مستقرة إذا كانت تتذبذب حول وسط حسابي ثابت مستقل عن الزمن، أما إذا كانت البيانات في حالة نمو أو هبوط وتعتمد على اتجاه زمني فتكون السلسلة غير مستقرة Nonstationary ومن أهم الأساليب المستخدمة في اختبار استقرارية السلاسل الزمنية اختبار جذر الوحدة والذي تعتمد فكرته على المعادلة الآتية:

$$Y_t = \rho Y_{t-1} + \varepsilon_t \dots \dots (1)$$

$$\varepsilon_t \sim N(0, \delta^2) \text{ \& cov}(\varepsilon_t, \varepsilon_{t-1}) = 0$$

$$\Delta Y_t = \alpha + \beta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^m \delta \Delta Y_{t-1} + \varepsilon_t \dots \dots (2)$$

<sup>1</sup> - كامل علاوي كاظم القتلاوي، القياس الاقتصادي النظرية والتحليل، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 271

إذ أن  $(\epsilon_t)$  هو حد الضوضاء البيضاء White Noise وله خصائص المتغير العشوائي، فإذا كانت (P) معنوية إحصائية دل ذلك على أن السلسلة الزمنية غير مستقرة وتعاني من جذر الوحدة ويجب معالجتها لتكون مستقرة وذلك باللجوء إلى الفروق التي تكون درجاتها  $(1, 2, 3, \dots, d)$  وتقرأ  $I(d) \sim \gamma$  إن بيانات السلسلة الزمنية متكاملة من الدرجة (d) وقد أوضحت أغلب الدراسات التطبيقية أن بيانات السلاسل الزمنية غالباً ما تعاني من جذر الوحدة لذا يجب معالجة تلك البيانات ومن أكثر الطرق استخداماً وشيوعاً هو اختبار ديكي- فولر الموسع Augment Dickey-Fuller ويمكن توضيح هذا الاختبار من خلال المعادلة الآتية:

إذ أن  $\Delta$  تشير إلى الفرق الأول وأن m تمثل طول الفجوة الزمنية ونختبر فرضية العدم  $B=0$  مقابل الفرض البديل  $B=1$  فإذا كانت القيمة المحسوبة أقل من القيمة الحرجة نقبل الفرض البديل والذي يشير إلى أن السلسلة مستقرة ونرفض فرضية العدم والعكس إذا كانت القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية نقبل فرضية العدم بأن السلسلة غير مستقرة، ويمكن إضافة متغير الزمن إلى اختبار ديكي - فولر في حالة كون السلسلة الزمنية تعاني من الجذر الأحادي نلجأ إلى صيغة الفروق للمتغيرات إلى أن نصل إلى الحالة التي تكون فيها السلسلة الزمنية مستقرة وعندها نقول أن البيانات متكاملة من الدرجة  $I(d)$  حيث القيم الحرجة لاختبار ديكي- فولر قد أحتسبت من قبل  $Mackinnon^1$ .

#### رابعاً: اختبار التكامل المشترك ذو الخطوتين

ترتكز نظرية التكامل المشترك على تحليل السلاسل الزمنية غير المستقرة إذ يشير كل من العالمين Engel and Grenger إلى إمكانية توليد مزيج خطي يتصف بالاستقرار من السلاسل الزمنية غير المستقرة وإذا أمكن توليد هذا المزيج الخطي المستقر، تعتبر السلاسل الغير مستقرة في هذه الحالة متكاملة من نفس الدرجة، ويشترط لتطبيق اختبار التكامل المشترك هو أن تكون المتغيرات قيد الدراسة من نفس الدرجة.

إذا كان لدينا X و y متغيران غير مستقرين بالمستوى ومتكاملي من نفس الدرجة عندئذٍ منهج (Engel

and Grenger) ذي الخطوتين وفق التسلسل التالي<sup>2</sup>:

الخطوة الأولى: تقدير العلاقة بين (X, Y) باتجاهين كالآتي:

$$y_t = \alpha + \beta x_t + \epsilon_{1t} \dots (3)$$

$$x_t = \alpha + \beta y_t + \epsilon_{2t} \dots (4)$$

<sup>1</sup> - عبد الرزاق بني هاني، الاقتصاد القياسي نظرية الانحدار البسيط والمتعدد، سلسلة عبد الرزاق في الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، دار وائل

للنشر والتوزيع، 2014، ص 329

<sup>2</sup> - كامل علاوي كاظم القتلاوي، مرجع سابق، ص 272

إذ أن  $\epsilon_{1t}, \epsilon_{2t}$  لأخطاء العشوائية ويتم اختبار تناظر التكامل من خلال معرفة استقرارية الأخطاء العشوائية من خلال تطبيق اختبار ديكي – فولر فإذا كانت مستقرة من الدرجة  $I(0)$  فإن ذلك يعني أن البيانات متكاملة ويمكن استخدام مستويات البيانات في التقدير.

**الخطوة الثانية:** إذا كانت البيانات متكاملة من الدرجة الصفرية لابد من إضافة حد تصحيح الخطأ إلى نموذج السببية المستخدم من قبل كرانجر لتحديد السببية في الأجل الطويل.

#### خامسا: اختبار سببية سايمز

وهو من أسهل اختبارات السببية ولا يتطلب سلسلة زمنية طويلة لذلك يتم استخدام سببية سايمز التي عادة ما تعتمد على فترتي إبطاء أو ثلاث ويستند هذا الاختبار على تقدير المعادلات الأربعة الآتية:

$$Y_t = \sum_{i=1}^m \alpha_i Y_{t-i} + \sum_{j=0}^n \beta_j X_{t-j} + U_{1t} \dots \dots \dots (5)$$

$$X_t = \sum_{j=1}^n \beta_j X_{t-j} + \sum_{i=0}^m \alpha_i Y_{t-i} + U_{1t} \dots \dots \dots (6)^-$$

$$Y_t = \sum_{i=1}^m \alpha_i Y_{t-1} + U_{2t} \dots \dots \dots 7$$

$$X_t = \sum_{j=1}^n \beta_j X_{t-1} + U_{2t} \dots \dots \dots 8$$

والنموذجان (5.) و(6.) نموذجان غير مقيدين، أما النموذجان (7.) و(8.) نموذجان مقيدان وتعتمد سببية سايمز على اختبار (F) الذي يحسب وفق المعادلة الآتية:

إذ أن

$$F = (R^2_{UR} - R^2_R) / m / (1 - R^2_{UR}) / (n - 2m - 1) -$$

$R^2_{UR}$  = معامل التحديد للنموذج غير المقيد؛

$R^2_R$  = معامل التحديد للنموذج المقيد؛

$m$  = فترات الإبطاء المثلى؛

$n$  = عدد المشاهدات؛

وتحديد اتجاه السببية وفقا لاختبار (F) أعلاه بالشكل الآتي:

1- إذا كان النموذج الكلي الأول معنويا وعدم معنوية النموذج الكلي الثاني يعني أن (X) يؤثر في (Y)؛

2- إذا كان النموذج الكلي الثاني معنويا والنموذج الكلي الأول غير معنوي فإن (Y) تؤثر في (X) ؛

3- إذا كان النموذجان الكليان معنويين يعني أن العلاقة تغذية عكسية؛

4- إذا كان النموذجان غير معنويين فيدل على انعدام العلاقة بين المتغيريين.

سادسا: تحديد نموذج الانحدار الذاتي VAR

إن نموذج VAR يوضح العلاقة الخطية بين مجموعة من المتغيرات الداخلية في عينة مختارة مفاصة ضمن الفترة الزمنية (t=1,2,3.....T) وأن مجموعة المتغيرات سيتم وضعها في متجه Y أبعاده (K\*1)، إذ أن عناصر هذا المتجه هي مجموعة المتغيرات (Y<sub>it</sub>) ويمكن تمثيل متجه الانحدار الذاتي p، ويسمى متجه الانحدار الذاتي بارتداد زمني مقداره p بالصيغة الآتية:

$$Y_t = c + A_1 Y_{t-1} + A_2 Y_{t-2} + \dots + A_p Y_{t-p} + \epsilon_t \dots \dots \dots (9)$$

إذ أن:

c : متجه الحد الثابت لمتغيرات متجه الانحدار الذاتي الذي أبعاده (k\*1)؛

A<sub>i</sub> : مصفوفة ذات أبعاد (k\*k) لكل (i= 1 ;2 ;.....p)؛

e<sub>t</sub> : متجه أبعاد (k\*k) لخطأ عشوائي بوسط حسابي E(et=0)، E ε<sub>t</sub> ε<sub>t</sub>'=Ω مصفوفة تغاير متعاصرة

أبعادها (n.n) وأن E (ε<sub>t</sub>ε<sub>t-k</sub>) لكل k لا تعتمد على الزمن .

وللتبسيط يمكن كتابة المعادلة (9) عند p=2 أي VAR=2 بالصفة الآتية<sup>1</sup>:

$$y_t = \alpha + \beta x_t + \epsilon_{1t} \dots \dots (3)$$

$$\begin{pmatrix} Y_{1t} \\ Y_{2t} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} C_1 \\ C_2 \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} A_{11} & A_{12} \\ A_{21} & A_{22} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} Y_{1t-1} \\ Y_{2t-1} \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} e_{1t} \\ e_{2t} \end{pmatrix}$$

و يمكن كتاباتها بصيغة المعادلة كالتالي:

$Y_{1t} = c + A_{11} Y_{1t-1} + A_{12} Y_{2t-1} + \dots + e_{1t} \dots \dots (10)$
$Y_{2t} = c + A_{21} Y_{1t-1} + A_{22} Y_{2t-1} + \dots + e_{2t} \dots \dots (11)$

يلاحظ من المعادلتين أنهما عبارة عن انحدار معادلتين للمتغيرين (Y<sub>2t</sub>, Y<sub>1t</sub>) على متغيرة خارجية مرتدة زمنية و عليه يمكن القول أن VAR(p) ماهو إلا منظومة من المعادلات الغير مرتبطة ظاهريا.

المطلب الثاني: الجانب العملي للدراسة

<sup>1</sup> - صفاء يونس الصفاوي وآخرون، تحليل العلاقة بين الأسعار العالمية للنفط، اليورو، الذهب باستخدام متجه الانحدار الذاتي VAR(p)، المجلة العراقية للعلوم الإحصائية، العدد 14، بغداد، 2008، ص21، 22

النموذج الأول: دراسة علاقة الانحدار الخطي البسيط بين النمو الاقتصادي والاستثمار السياحي

الفرع الأول: تحليل متغيرات الدراسة

إن قيم المتغيرات المراد دراستها هي عبارة عن بيانات سنوية حقيقية خاصة بالاقتصاد الجزائري الممتدة من سنة 1995 إلى سنة 2014 أي حيث أن حجم الدراسة هو 20 مشاهدة وهو حجم يكفي للقيام بهذه الاختبارات.

أولاً: معدل نمو الناتج الداخلي الاجمالي المعبر عنه بنسب مئوية والمتحصل عليه من بيانات البنك الدولي.  
ثانياً: معدل نمو الاستثمار السياحي المعبر عنه بنسب مئوية والمتحصل عليه من بيانات البنك الدولي  
حيث  $i$  تعكس معدلات نمو الاستثمار السياحي و  $Tpib$  تعكس معدلات النمو الاقتصادي للجزائر خلال الفترة الزمنية 1995-2014،

الفرع الثاني: تقدير علاقة الانحدار الخطي البسيط

بافتراض أن نموذج الانحدار الخطي البسيط يعبر عن معدلات النمو الاقتصادي كدالة في معدلات نمو الاستثمار السياحي وأن هذا النموذج يأخذ شكل صيغة خطية لذا سنقوم بتبان:  
كتابة الصيغة النهائية للنموذج بواسطة طريقة المربعات الصغرى OLS، مع تقديم تفسير مفصل للنموذج المقدر واختبار مدى صلاحية النموذج المقترح لتمثيل العلاقة بين معدلات نمو الاستثمار السياحي كمتغير مستقل ومعدلات النمو الاقتصادي كمتغير تابع وفي الأخير معرفة ما إذا كان لمعدل نمو الاستثمار السياحي أثر معنوي على معدلات النمو الاقتصادي.

سنقوم بتقدير النموذج بالاستعانة ببرنامج Eviews08 وبعد إدخال البيانات نحصل

المعلومات المدونة في جدول (23-04): تقدير نموذج الانحدار الخطي البسيط.

Dependent Variable: iPIB  
Method: Least Squares  
Date: 02/02/18 Time: 16:38  
Sample: 1995 2014  
Included observations: 20

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.531293	0.355595	9.930652	0.0000
I	0.005119	0.012615	0.405747	0.6897
R-squared	0.019063	Mean dependent var		3.550500
Adjusted R-squared	-0.045989	S.D. dependent var		1.541078
S.E. of regression	1.576116	Akaike info criterion		3.842443
Sum squared resid	44.71453	Schwarz criterion		3.942017
Log likelihood	-36.42443	Hannan-Quinn criter.		3.861881
F-statistic	0.164631	Durbin-Watson stat		1.704264
Prob(F-statistic)	0.689711			

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقا من مخرجات برنامج eviews08

التمثيل الرياضي للعلاقة:

$$PIB = 3.53129253095 + 0.00511857935971 * I$$

ثانيا: التفسير الاقتصادي للنموذج:

من خلال العلاقة الرياضية يتبين وجود علاقة طردية بين معدلات النمو الاستثمار السياحي ومعدل النمو الاقتصادي يستدل من التقدير B قيمة موجبة ومقدار هذه المعلمة هو 0.0051185، ويستدل بها على أن معدلات نمو الاستثمار السياحي تؤثر إيجابيا على معدلات النمو الاقتصادي وأن كل زيادة قدرها 1% في معدل نمو الاستثمار السياحي يقابله زيادة تقدر ب 0.511 % في معدل النمو الاقتصادي، أما القيمة الثابتة a والتي تساوي 3.10 تعكس معدل النمو الاقتصادي في حالة انعدام معدل نمو الاستثمار السياحي.

الفرع الثالث: اختبار جودة النموذج

أهم مؤشر لاختبار صلاحية النموذج هو R معامل التحديد ويساوي 0.019 هذا المعامل يدل على قوة العلاقة الفعلية والمقدرة وبما أن القيمة أقرب إلى الصفر هذا يعني أن معدلات نمو الاستثمار السياحي تشرح وتفسر نسبة ضئيلة من التغيرات الحادثة على معدلات النمو الاقتصادي حيث لا تتجاوز 1.9% وأما النسبة المتبقية ناتجة عن تفسير متغيرات أخرى.

الفرع الرابع: اختبار صلاحية النموذج في تمثيل العلاقة بين المتغير التابع والمتغير المستقل تمثيلا جيدا بداية نقوم بصياغة الفروض:

الفرض العدم: النموذج غير مناسب ونرمز له بالرمز H0

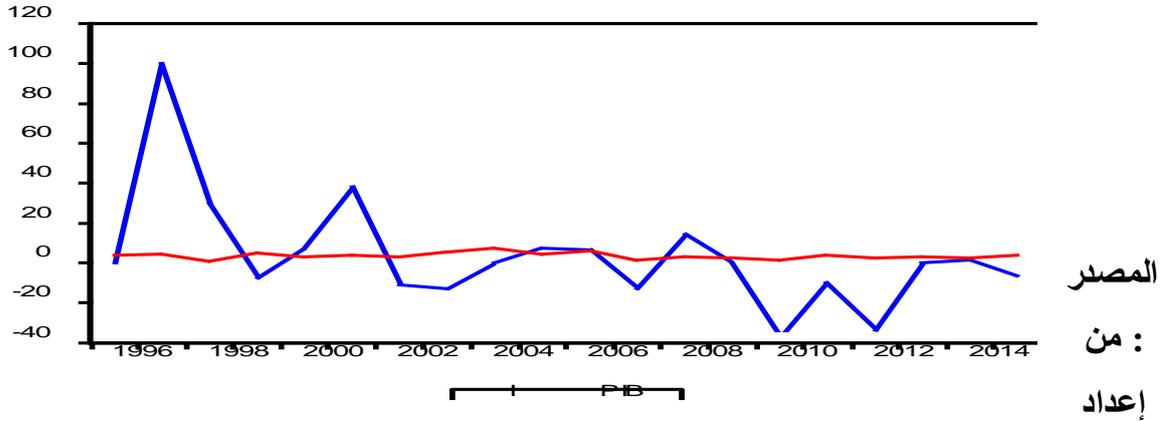
الفرض البديل: النموذج مناسب ونرمز له بالرمز H1

بالرجوع إلى نتائج الإنحدار وبالتحديد إلى احصائية فيشر نجد أنها غير معنوية عند مستوى 1% 5% 10% حيث F المحسوبة أقل من F الجدولية ومنه نقبل الفرض العدم وهو النموذج غير مناسب. ويمكن إجراء اختبار ثاني وهو اختبار أثر معنوية معدل نمو الاستثمار السياحي على معدلات النمو الاقتصادي.

نقوم بصياغة الفروض:

الفرض العدم: معدل الاستثمار السياحي ليس له أثر معنوي ونرمز له بالرمز H0؛

الفرض البديل: معدل الاستثمار السياحي له أثر معنوي ونرمز له بالرمز H1.  
بالعودة لجدول تقدير النموذج وبالتحديد لإحصائية Student نجد أن T المحسوبة أقل من T الجدولية ومعناه نقبل الفرض العدم أن معدل نمو الاستثمار السياحي ليس له أثر معنوي على معدلات النمو الاقتصادي؛ بمعنى أن معدلات الاستثمار السياحي في الجزائر لا تفسر التغيرات الحاصلة في معدلات النمو الاقتصادي نتيجة انخفاض نسبة تدفقات الاستثمار السياحي في الجزائر.  
الشكل(12-04) : التمثيل البياني لعلاقة الانحدار



#### الطالبة انطلاقا من معطيات eviews08

ويوحى بالتغيرات الحادثة على معدلات نمو الاستثمار السياحي تأثيرها جد محدود على التغيرات الحادثة على معدلات النمو الاقتصادي في الجزائر مما يستوجب ترجمتها لاستثمارات حقيقية من شأنها تعزيز النمو الاقتصادي في الجزائر والخروج به من دائرة المنتج الواحد وللتنويه فقط فمحور الترتيب هو ترجمة لمعدلات الاستثمار السياحي ومعدلات النمو الاقتصادي في الجزائر.

النموذج الثاني : دراسة علاقة التكامل المشترك واختبار السببية

الفرع الأول: تقديم وتحليل متغيرات الدراسة

إن قيم المتغيرات المراد دراستها هي عبارة عن بيانات سنوية حقيقية خاصة بالاقتصاد الجزائري الممتدة من سنة 1995 إلى سنة 2014 أي حيث أن حجم الدراسة هو 20 مشاهدة وهو حجم يكفي للقيام بهذه الاختبارات.

- الناتج الداخلي الاجمالي: والمعبر عنه بالمليون دولار ويرمز له بالرمز pib والمتحصل عليه من بيانات البنك الدولي.

## الجدول (24-04): تطور الناتج المحلي الإجمالي للجزائر ( 1995-2014) مليون دولار

السنة	قيمة الناتج المحلي الإجمالي
1995	41760
1996	46940
1997	48180
1998	48190
1999	48640
2000	54740
2001	54740
2002	56760
2003	67860
2004	85330
2005	103200
2006	117030
2007	137930
2008	171000
2009	137210
2010	200000
2011	209050
2012	209780
2013	213780
2014	164780

source: <https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD>

## 1-1: تمثيل تطورات تغيرات دراسة الناتج المحلي الإجمالي

إن الخطوة الأولى في عملية تحليل السلاسل الزمنية هو رسم مشاهداتها لمعرفة الاتجاه العام لها، ويتبين من قيم المتغيرة ل pib أن الناتج الخام خلال فترة الدراسة كان محصورا بين 41760 مليون دولار كأقل قيمة سنة 1995 وأعلى قيمة المقدرة ب 213980 مليون دولار سنة 2013 وبمتوسط حسابي يقدر ب 110845 وانحراف معياري 64206.76 .

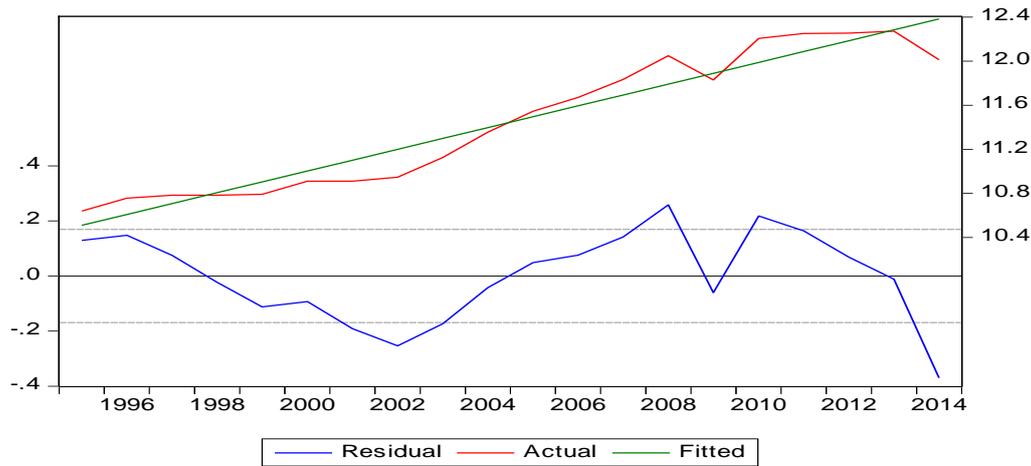
أي أن درجة التقلب كانت 58.00% وهي تؤثر على تذبذب قيم المتغيرة. والمعادلة الأتية تمثل علاقة الاتجاه العام لتطور الناتج المحلي الإجمالي بالطريقة الأسية:

$$\text{LOG (pib)} = 10.51 + 0.1t$$

$$R^2 = \% 92$$

وتفيد المعادلة والشكل الموالي بأن هناك اتجاه عام متذبذبا نحو اليمين والأعلى ويؤول إلى التزايد في حركة PIB في فترات والانخفاض لفترات أخرى، كما يشير الشكل لوجود تغيرات دورية و أخرى موسمية هذا ما يتضح من خلال الفروق بين القيم الاتجاهية باللون الأخضر والقيم الأصلية الممثلة باللون الأحمر فيما تظهر تمثيل قيم الفروق باللون الأزرق.

الشكل(13-04):علاقة الاتجاه العام للنتائج المحلي الإجمالي بالطريقة الأسية



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقا من مخرجات برنامج eviews8

- التفسير الاقتصادي للعلاقة

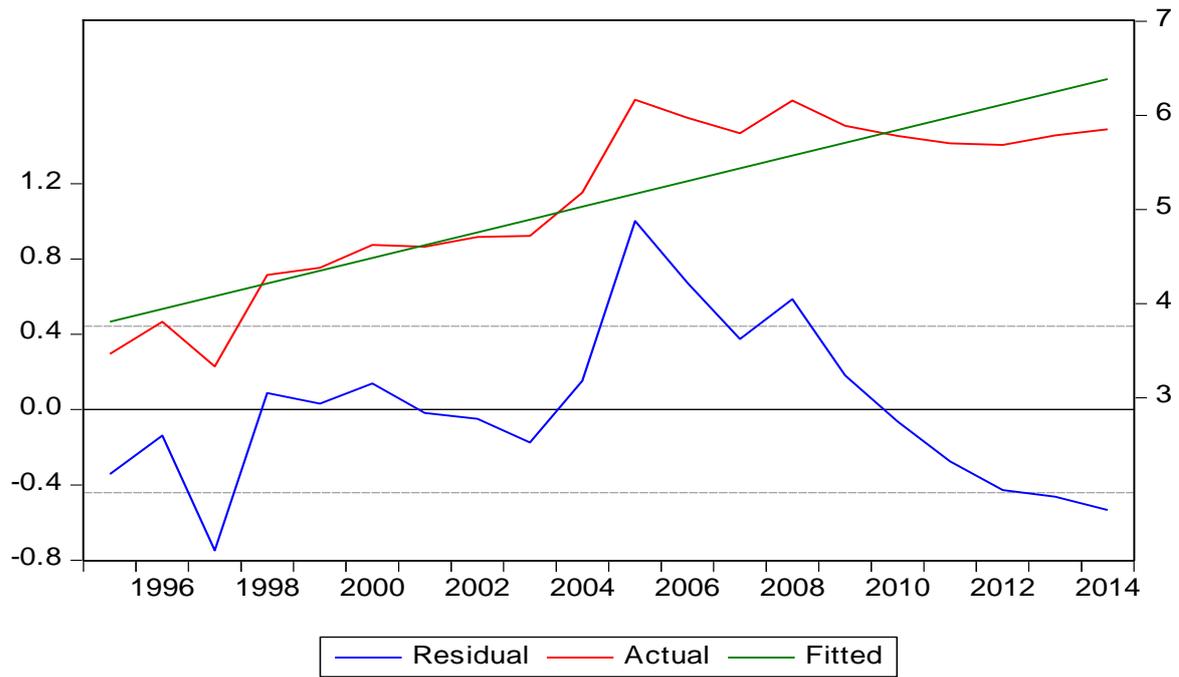
عند متابعة تطور الناتج المحلي الإجمالي نجد أنه عرف نموا متزايدا، حيث بلغ معدل النمو السنوي المتوسط 10% خلال السنة أي كل سنة ينمو الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي ب 10% خلال السنة. ثانيا: تمثيل تطورات تغيرات دراسة الإيرادات السياحية للفترة (1995-2014)، ( مليار دولار أمريكي) إن عملية تحليل سلسلة الإيرادات السياحية عبر الزمن ويرمز لها بالرمز  $R_t$  والمتحصل عليها من بيانات البنك الدولي مفادها رسم مشاهدتها لتحديد الاتجاه العام، ويتبين من قيم المتغير  $R_t$  أن الإيرادات السياحية خلال فترة الدراسة كانت محصورة بين أقل قيمة وهي 28 مليون دولار سنة 1997 و أعلى قيمة المقدرة ب 477 مليون دولار سنة 2005 وبمتوسط حسابي قدر ب 224.65 مليون دولار وانحراف معياري قدر ب 152.22 مليون دولار أي بدرجة تقلب قدرت ب 67% وهي تؤشر على تذبذب كبير في قيم المتغيرة والمعادلة الآتية توضح ذلك:

$$\text{LOG}(R_t) = 3.80 + 0.14t$$

$$/ \% 77 = R^2$$

وتفيد المعادلة والشكل الموالي بأن هناك اتجاه عام متذبذب في حركة الإيرادات السياحية، ناتج عن التغيرات الدورية والموسمية لقيم المتغير وهذا ما توضحه قيم الفروق التي تظهر باللون الأزرق في الشكل وهي تظهر الفرق بين القيم الاتجاهية والتي تظهر باللون الأخضر والقيم الحقيقية للمتغير والتي تظهر باللون الأحمر.

الشكل(14-04): علاقة الاتجاه العام للإيرادات السياحية بالطريقة الأسية



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات برنامج eviews8

#### - التفسير الاقتصادي

عند متابعة تطور إيرادات السياحة الدولية نجد أنها عرفت نمواً متذبذباً بالتزايد والنقصان، حيث بلغ معدل نمو الإيرادات السياحية في المتوسط 14% خلال السنة أي كل سنة تنمو الإيرادات السياحية بـ 13% خلال السنة.

#### الفرع الثاني: اختبار استقرار سلسلتي الدراسة

أولاً: اختبار استقرار السلسلة الزمنية الممثلة لتطور الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي (pib) من خلال الشكل السابق الممثل لعلاقة الاتجاه العام للناتج المحلي الإجمالي الحقيقي يتبين أن السلسلة الممثلة له غير مستقرة، وكذا من ناحية أخرى كبر معامل التحديد  $R^2 = 92\%$ ، لبيان ذلك لابد القيام بمجموعة من الاختبارات.

1- اختبار جذر الوحدة لديكي- فولر

الهدف من استخدام اختبار ديكي فولر العادي هو الوقوف على استقرار السلسلة من عدمه وذلك بتقدير ثلاثة نماذج:

1- $pib_t - pib_{t-1} = Dpib = \alpha pib_{t-1}$
2- $pib_t - pib_{t-1} = Dpib = \alpha pib_{t-1} + c$ -
3- $pib_t - pib_{t-1} = Dpib = \alpha pib_{t-1} + c + b_t$ -

الجدول(04-25): اختبار معنوية الاتجاه العام للنموذج الثالث

Dependent Variable: DPIB  
 Method: Least Squares  
 Date: 11/05/17 Time: 05:43  
 Sample (adjusted): 1996 2014  
 Included observations: 19 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
PIB(-1)	-0.512237	0.240832	-2.126945	0.0493
C	8729.762	10160.18	0.859213	0.4029
@TREND	5306.976	2767.419	1.917662	0.0732
R-squared	0.223787	Mean dependent var		6474.737
Adjusted R-squared	0.126760	S.D. dependent var		22762.76
S.E. of regression	21271.18	Akaike info criterion		22.91203
Sum squared resid	7.24E+09	Schwarz criterion		23.06116
Log likelihood	-214.6643	Hannan-Quinn criter.		22.93727
F-statistic	2.306446	Durbin-Watson stat		1.815860
Prob(F-statistic)	0.131780			

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات **eviews08**

من خلال مخرجات برنامج **eviews 08** نلاحظ أن معامل خط الاتجاه ليس معنوي ويختلف عن الصفر  $prob = 0.0732$  وكذا  $t$ - statistic المحسوبة  $-2.12$  أكبر من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية  $5\%$  ومنه نقبل الفرض العدم السلسلة غير مستقرة في حالة وجود القاطع والاتجاه.

الجدول (04-26): اختبار معنوية الثابت للنموذج الثاني

Dependent Variable: DPIB  
Method: Least Squares  
Date: 11/05/17 Time: 05:47  
Sample (adjusted): 1996 2014  
Included observations: 19 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
PIB(-1)	-0.074991	0.083417	-0.898988	0.3812
C	14574.20	10427.66	1.397647	0.1802
R-squared	0.045382	Mean dependent var		6474.737
Adjusted R-squared	-0.010772	S.D. dependent var		22762.76
S.E. of regression	22885.02	Akaike info criterion		23.01365
Sum squared resid	8.90E+09	Schwarz criterion		23.11307
Log likelihood	-216.6297	Hannan-Quinn criter.		23.03048
F-statistic	0.808179	Durbin-Watson stat		2.103075
Prob(F-statistic)	0.381217			

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات **evIEWS08**

نلاحظ أن معامل القاطع ليس معنوي ويختلف عن الصفر القيمة المحسوبة للمعلمة  $t\text{-statistic} = -0.18$  أكبر من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية 5% ومنه نقبل الفرض العدم مما يعني أن السلسلة غير مستقرة في حالة وجود القاطع.

الجدول (04-27): اختبار معنوية للنموذج الأول

Dependent Variable: DPIB  
Method: Least Squares  
Date: 10/30/17 Time: 14:13  
Sample (adjusted): 1996 2014  
Included observations: 19 after adjustments

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
PIB (-1)	0.025741	0.043097	0.597281	0.5578
R-squared	-0.064310	Mean dependent var		647.4737
Adjusted R-squared	-0.064310	S.D. dependent var		2276.276
S.E. of regression	2348.329	Akaike info criterion		18.41199
Sum squared resid	99263660	Schwarz criterion		18.46170
Log likelihood	-173.9139	Hannan-Quinn criter.		18.42040
Durbin-Watson stat	2.061359			

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات **evIEWS08**

نلاحظ أن القيمة المحسوبة للمعلمة  $t\text{-statistic} = 0.59$  أكبر من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية 5% ومنه نقبل الفرض العدم مما يعني أن السلسلة غير مستقرة.

لكن بالاعتماد على هذا النموذج احتمال ظهور الارتباط الذاتي بسلسلة حدّ الخطأ لذا سنعتمد على اختبار ديكي - فولر الموسع.

2- ديكي- فولر الموسع (ADF): وذلك بإضافة عدد مناسب من حدود الفرق المبطنّة وتصبح:

$4 - \Delta pib = \alpha pib_{t-1} - \sum_{j=2}^p \phi_j pib_{t-j+1} + \varepsilon_t$
$5 - \Delta pib = \alpha pib_{t-1} - \sum_{j=2}^p \phi_j pib_{t-j+1} + c + \varepsilon_t$
$6 - \Delta pib = \alpha pib_{t-1} - \sum_{j=2}^p \phi_j pib_{t-j+1} + c + b_t + \varepsilon_t$

الجدول (04-28): اختبار معنوية النموذج دون قاطع ودون اتجاه (النموذج الرابع)

Null Hypothesis: PIB has a unit root  
 Exogenous: None  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>0.597281</b>	<b>0.8364</b>
Test critical values:		
1% level	-2.692358	
5% level	<b>-1.960171</b>	
10% level	-1.607051	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations and may not be accurate for a sample size of 19

المصدر : من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات **evIEWS08**

من الملاحظ أن القيم الحرجة أكبر من 5% ومنه لا يمكن رفض الفرض العدم  $H_0$  ومنه السلسلة غير مستقرة.

## الجدول (29.-04): اختبار معنوية النموذج وجود قاطع (النموذج الخامس)

Null Hypothesis: PIB has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-0.898988</b>	<b>0.7657</b>
Test critical values:		
1% level	-3.831511	
5% level	<b>-3.029970</b>	
10% level	-2.655194	

\*Mackinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations  
 and may not be accurate for a sample size of 19

المصدر : من إعداد الباحثة انطلاقا من مخرجات **evIEWS08**

من الملاحظ أن القيم الحرجة أكبر من 5% ومنه لا يمكن رفض الفرض العدم  $H_0$  ومنه السلسلة غير مستقرة.

## الجدول (30.-04): اختبار معنوية النموذج بوجود قاطع واتجاه (النموذج السادس)

Null Hypothesis: PIB has a unit root  
 Exogenous: Constant, Linear Trend  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-2.126945</b>	<b>0.4995</b>
Test critical values:		
1% level	-4.532598	
5% level	<b>-3.673616</b>	
10% level	-3.277364	

\*Mackinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations  
 and may not be accurate for a sample size of 19

المصدر : من إعداد الباحثة انطلاقا من مخرجات **evIEWS08**

من الملاحظ أن القيم الحرجة أكبر من 5% ومنه لا يمكن رفض الفرض العدم  $H_0$  ومنه السلسلة غير مستقرة في حالة وجود قاطع.

ثانيا: اختبار استقرار السلسلة الثانية  $R_t$

نكرر نفس الخطوات السابقة للسلسلة  $R_t$  ولكن نقتصر فقط على اختبار ديكي- فولر الموسع

## الجدول (04-31): اختبار معنوية النموذج دون قاطع ودون اتجاه (النموذج الرابع)

Null Hypothesis: RT has a unit root  
 Exogenous: None  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-0.110664</b>	<b>0.6325</b>
Test critical values:		
1% level	-2.692358	
5% level	<b>-1.960171</b>	
10% level	-1.607051	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations and may not be accurate for a sample size of 19

من الملاحظ أن القيم الحرجة أكبر من 5% ومنه لا يمكن رفض الفرض العدم  $H_0$  ومنه السلسلة  $Rt$  غير مستقرة في حالة غياب القاطع والاتجاه.

## الجدول (03-32): اختبار معنوية النموذج وجود قاطع (النموذج الخامس)

Null Hypothesis: RT has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-1.453147</b>	<b>0.5347</b>
Test critical values:		
1% level	-3.831511	
5% level	<b>-3.029970</b>	
10% level	-2.655194	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

من الملاحظ أن القيم الحرجة أكبر من 5% ومنه لا يمكن رفض الفرض العدم  $H_0$  ومنه السلسلة  $Rt$  غير مستقرة في حالة وجود قاطع؛

## الجدول (04-33): اختبار معنوية النموذج بوجود قاطع ووجود اتجاه (النموذج السادس)

Null Hypothesis: RT has a unit root  
 Exogenous: Constant, Linear Trend  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-2.063921</b>	<b>0.5316</b>
Test critical values:		
1% level	-4.532598	
5% level	<b>-3.673616</b>	
10% level	-3.277364	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations and may not be accurate for a sample size of 19

كذلك في حالة وجود القاطع والاتجاه القيم الحرجة أكبر من 5% ومنه لا يمكن رفض الفرض العدم ومنه السلسلة Rt تحوي جذر وحدة وهي غير مستقرة عند المستوى.

ثالثا: اختبار استقرار السلسلتين بعد أخذ الفارق الأول

### 1 - اختبار استقرار السلسلة D(pib)

#### (04-34): اختبار معنوية النموذج في حالة غياب القاطع والاتجاه (النموذج الرابع)

Null Hypothesis: D(PIB) has a unit root  
Exogenous: None  
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-4.147784</b>	<b>0.0003</b>
Test critical values:		
1% level	-2.699769	
5% level	<b>-1.961409</b>	
10% level	-1.606610	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations and may not be accurate for a sample size of 18

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقا من برنامج **eviews 08**

نلاحظ أن في حالة غياب القاطع والاتجاه قيمة t- statistic المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية 5% ومنه السلسلة مستقرة عند الفارق الأول.

#### الجدول (04-35): اختبار معنوية النموذج في حالة وجود القاطع (النموذج الخامس)

Null Hypothesis: D(PIB) has a unit root  
Exogenous: Constant  
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-4.612942</b>	<b>0.0022</b>
Test critical values:		
1% level	-3.857386	
5% level	<b>-3.040391</b>	
10% level	-2.660551	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations and may not be accurate for a sample size of 18

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقا من برنامج **eviews 08**

نلاحظ أن في حالة وجود القاطع قيمة t- statistic المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية 5% ومنه السلسلة مستقرة عند الفارق الأول.

الجدول (04-36): اختبار معنوية النموذج في حالة وجود القاطع والاتجاه (النموذج السادس)

Null Hypothesis: D(PIBR) has a unit root  
Exogenous: Constant, Linear Trend  
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-4.347177</b>	<b>0.0152</b>
Test critical values:		
1% level	-4.571559	
5% level	<b>-3.690814</b>	
10% level	-3.286909	

\*Mackinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations and may not be accurate for a sample size of 18

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات برنامج **eviews08**

نلاحظ أن في حالة وجود القاطع والاتجاه قيمة t- statistic المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية 5% ومنه السلسلة مستقرة عند الفارق الأول.

2- اختبار استقرار السلسلة **D(Rt)**

الجدول (04-37): اختبار معنوية النموذج في حالة غياب القاطع والاتجاه (النموذج الرابع)

Null Hypothesis: D(RT) has a unit root  
Exogenous: None  
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-4.713872</b>	<b>0.0001</b>
Test critical values:		
1% level	-2.699769	
5% level	<b>-1.961409</b>	
10% level	-1.606610	

\*Mackinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations and may not be accurate for a sample size of 18

من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات برنامج **eviews08**

نلاحظ أن في حالة غياب القاطع والاتجاه قيمة t- statistic المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية 5% ومنه السلسلة مستقرة.

## الجدول (04-38): اختبار معنوية النموذج في حالة وجود القاطع (النموذج الخامس)

Null Hypothesis: D(RT) has a unit root  
 Exogenous: Constant  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-4.772836</b>	<b>0.0016</b>
Test critical values:		
1% level	-3.857386	
5% level	<b>-3.040391</b>	
10% level	-2.660551	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations and may not be accurate for a sample size of 18

من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات برنامج **evIEWS08**

نلاحظ أن في حالة وجود القاطع قيمة t- statistic المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية 5% ومنه السلسلة مستقرة.

## الجدول (04-39): اختبار معنوية النموذج في حالة وجود القاطع والاتجاه (النموذج السادس)

Null Hypothesis: D(RT) has a unit root  
 Exogenous: Constant, Linear Trend  
 Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	<b>-4.666739</b>	<b>0.0084</b>
Test critical values:		
1% level	-4.571559	
5% level	<b>-3.690814</b>	
10% level	-3.286909	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations and may not be accurate for a sample size of 18

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات برنامج **evIEWS08**

نلاحظ أن في حالة وجود القاطع والاتجاه قيمة t- statistic المحسوبة أقل من القيمة الجدولية عند مستوى معنوية 5% ومنه السلسلة مستقرة عند الفارق الأول.

على ضوء اختبار جذر الوحدة السابق، اتضح أن كل متغير على حدى متكامل من الدرجة الأولى أي أنها غير مستقرة في المستوى ولكنها مستقرة بعد أخذ الفارق الأول.

## الفرع الثالث: اختبار التكامل المشترك

بما أن الناتج الداخلي الخام متكامل من الرتبة الأولى والاييرادات السياحية متكاملة من نفس الرتبة من الممكن تمثيل العلاقة بينهما في شكل نموذج تصحيح الخطأ ، ولدراسة هذه العلاقة نتبع الخطوات الآتية:

الخطوة الأولى: نقوم بتقدير علاقة الانحدار الخطي البسيط على النحو التالي:

$$PIB = \alpha + \beta Rt + \varepsilon_t$$

## الجدول (04-40): تقدير علاقة الانحدار الخطي

Dependent Variable: PIB  
 Method: Least Squares  
 Date: 11/05/17 Time: 05:56  
 Sample: 1995 2014  
 Included observations: 20

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	38126.92	17160.05	2.221842	0.0394
RT	323.6950	63.73902	5.078443	0.0001
R-squared	0.588953	Mean dependent var		110845.0
Adjusted R-squared	0.566117	S.D. dependent var		64206.76
S.E. of regression	42292.87	Akaike info criterion		24.23726
Sum squared resid	3.22E+10	Schwarz criterion		24.33684
Log likelihood	-240.3726	Hannan-Quinn criter.		24.25670
F-statistic	25.79059	Durbin-Watson stat		0.594102
Prob(F-statistic)	0.000078			

من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات برنامج eviews08

وبعد التقدير تحصلنا على المعادلة الآتية:

$$\text{PIB} = 38126.92 + 323.69 \cdot \text{Rt}$$

$$\text{t-statistic} = 2.22, 5.07, \text{DW} = 0.59, \text{R}^2 = 0.588$$

من خلال النموذج يتضح:

$$R^2 = 58.88\%$$

معنوية القاطع والمتغير المستقل  $\text{prob} < 5\%$  ؛

من خلال النموذج السابق، معامل التحديد تقريبا مساويا لإحصائية داربين وتسون وبالتالي توجد علاقة تكامل مشترك بين متغيرات الدراسة.

**الخطوة الثانية:** الآن نبحث في إمكانية وجود علاقة توازنية طويلة الأمد، وكما رأينا في خطوات اختبار انجل غرانجر، وبعد تقدر النموذج نستخرج سلسلة البواقي الخاصة بهذا النموذج ثم نقوم بالتأكد من مدى استقرارها وذلك باستخدام اختبار جذر الوحدة ديكي فولر الموسع.

الجدول(04-41): نتائج اختبار الجذر الوحدوي لسلسلة بواقي الانحدار الخطي (اختبار ADF)

نوع النموذج	النموذج الرابع	النموذج الخامس	النموذج السادس
القيمة المحسوبة	-1.76	-1.71	-2.04
القيمة الحرجة	-1.96	-3.02	-3.67
الاحتمال الحرج	0.07	0.41	0.54

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات 08 eviews

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه عدم استقرارية بواقي النموذج بحيث t-statistic المحسوبة أكبر من القيمة الحرجة لاختبار ADF في جميع النماذج وكذا قيمة الاحتمال الحرج أكبر من مستوى المعنوي 5 % وعليه نقبل الفرض العدم الذي ينص على وجود جذر وحدوي في سلسلة البواقي، ويعني هذا عدم وجود علاقة تكامل مشترك طويل الأجل بين الناتج الداخلي الخام والإيرادات السياحية، وبالتالي لا يمكن تمثيل هذه العلاقة في شكل نموذج تصحيح الخطأ ECM أي التغيرات الحادثة على الناتج لا تعتمد على تغيرات الإيرادات السياحية.

- اختبار تشخيص البواقي

الجدول (04-42): اختبار الارتباط الذاتي بين قيم سلسلة البواقي ( اختبار LM)

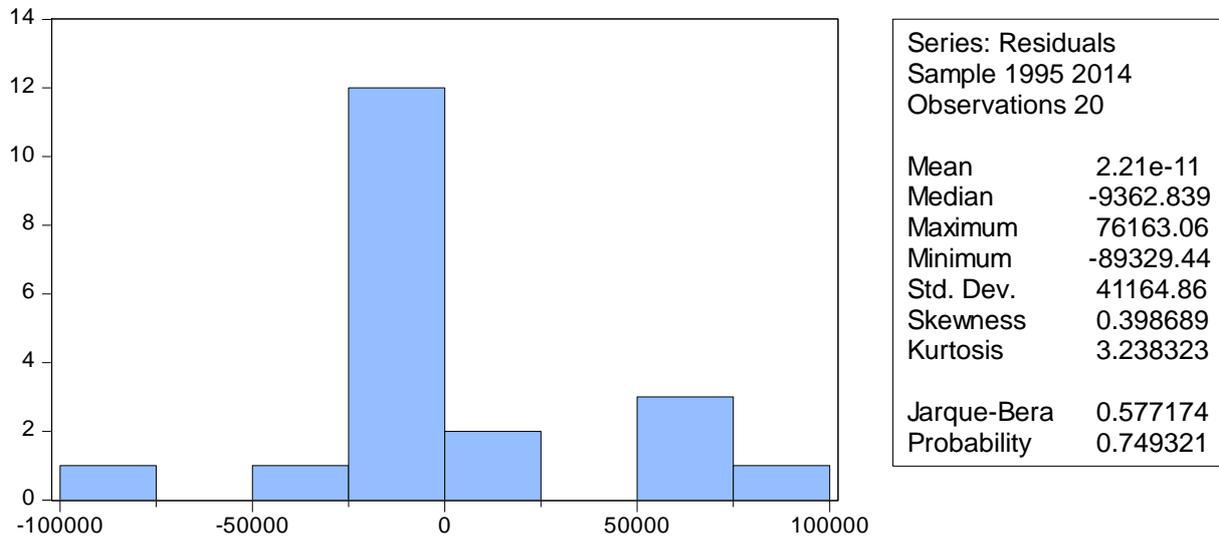
Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

F-statistic	8.574984	Prob. F(2,16)	<b>0.0029</b>
Obs*R-squared	10.34690	Prob. Chi-Square(2)	<b>0.0057</b>

المصدر: من إعداد الطالبة انطلاقاً من مخرجات 08 eviews

من خلال جدول اختبار LM من الملاحظ أن القيم الاحتمالية لاحصائية فيشر و LM أقل من مستوى المعنوية 5% ومنه نرفض الفرض العدم بمعنى قيم سلسلة البواقي تحوي على ارتباط ذاتي؛

## الجدول (04-43): اختبار التوزيع الطبيعي لقيم سلسلة البواقي



المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات برنامج eviews 08

انطلاقاً من معطيات اختبار التوزيع الطبيعي من الواضح أن القيمة الاحتمالية أكبر من 5% ومنه القيم المحسوبة أقل من القيم الجدولية بمعنى سلسلة البواقي تتبع التوزيع الطبيعي.

## الجدول (04-44): اختبار عدم ثبات ARCH

Heteroskedasticity Test: ARCH

F-statistic	3.286421	Prob. F(1,17)	<b>0.0876</b>
Obs*R-squared	3.078019	Prob. Chi-Square(1)	<b>0.0794</b>

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات eviews 08

حسب معطيات اختبار فإن من الملاحظ أن القيم الاحتمالية لإحصائية فيشر و ARCH أكبر من مستوى المعنوية 5% ومنه نقبل الفرض بعدم معنى قيم سلسلة البواقي لا تعاني من مشكلة عدم ثبات التباين. من خلال الاختبارات السابقة لتشخيص سلسلة البواقي يتضح أن قيم السلسلة تعاني من مشكلة الارتباط الذاتي وبالتالي السلسلة غير مستقرة وتحوي جذر وحدة ما يؤكد نتيجة اختبار ADF.

## الفرع الرابع: اختبار السببية وفق غرانجر

بعد الكشف عن العلاقة قصيرة المدى بين الناتج الداخلي الإجمالي والإيرادات السياحية سنقوم بتحديد اتجاه العلاقة السببية.

## أولاً: تحديد فترات الإبطاء

لابد من تحديد عدد الفجوات P المناسبة لنموذج VAR(P) حيث نختار نموذج VAR(p) الذي يحقق أكبر عدد ممكن من معايير اختيار درجات الإبطاء [15] \* لذلك بناء على الجدول نختار نموذج VAR(5).

## الجدول (04-45): تحديد عدد فترات الإبطاء

Exogenous variables: C  
Date: 11/05/17 Time: 06:14  
Sample: 1995 2014  
Included observations: 14

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-245.7976	NA*	8.11e+12	35.39965	35.49095	35.39120
1	-244.0454	2.753409	1.13e+13	35.72077	35.99466	35.69542
2	-242.5916	1.869225	1.72e+13	36.08451	36.54098	36.04226
3	-239.8088	2.782773	2.33e+13	36.25840	36.89746	36.19924
4	-235.5573	3.036780	2.99e+13	36.22247	37.04412	36.14641
5	-215.0099	8.806016	<b>5.20e+12*</b>	<b>33.85856*</b>	<b>34.86280*</b>	<b>33.76560*</b>

\* indicates lag order selected by the criterion

LR: sequential modified LR test statistic (each test at 5% level)

FPE: Final prediction error

AIC: Akaike information criterion

SC: Schwarz information criterion

HQ: Hannan-Quinn information criterion

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات برنامج EVIEWS08

\* حيث يختار برنامج EVIEWS08 عدد الفجوات الزمنية (P) المناسب لنموذج VAR(P) بشكل أوتوماتيكي بناء على القيمة التي تم اختيارها بواسطة المعيار والمقابلة لعدد الفجوات (P) Lag حيث اختير البرنامج عدد من الفجوات الزمنية من P=0 حتى P=5 نلاحظ أن عند الفجوة p=5 تحقق أكبر قدر ممكن من معايير المعلومات لذلك اعتمدنا نموذج VAR(5)

## الجدول (04-46): تقدير شعاع الانحدار الذاتي

System: UNTITLED

Estimation Method: Least Squares

Date: 11/05/17 Time: 06:19

Sample: 2001 2014

Included observations: 14

Total system (balanced) observations 28

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-1.423003	0.548707	-2.593374	0.0410
C(2)	-1.511048	0.478492	-3.157936	0.0196
C(3)	-0.105000	0.340938	-0.307974	0.7685
C(4)	-0.984794	0.440884	-2.233682	0.0669
C(5)	1.942811	0.835592	2.325071	0.0590
C(6)	<b>0.014897</b>	0.005746	2.592599	<b>0.0411</b>
C(7)	<b>0.013445</b>	0.004788	2.808190	<b>0.0308</b>
C(8)	-0.001439	0.001956	-0.735526	0.4898
C(9)	-0.010875	0.003626	-2.998858	0.0240
C(10)	-0.024749	0.008588	-2.881772	0.0280
C(11)	15.69487	54.60343	0.287434	0.7834
C(12)	-9.180425	95.74196	-0.095887	0.9267
C(13)	35.20212	83.49038	0.421631	0.6880
C(14)	<b>143.3516</b>	59.48911	2.409711	<b>0.0426</b>
C(15)	-170.1724	76.92821	-2.212094	0.0689
C(16)	269.0673	145.7995	1.845461	0.1145
C(17)	0.754373	1.002595	0.752420	0.4803
C(18)	0.389775	0.835419	0.466562	0.6573
C(19)	-0.906561	0.341356	-2.655761	0.0377
C(20)	-0.200370	0.632763	-0.316658	0.7622
C(21)	0.035635	1.498499	0.023781	0.9818
C(22)	716.1966	9527.557	0.075171	0.9425

Determinant residual covariance 7.49E+10

Equation:  $D(RT) = C(1)*D(RT(-1)) + C(2)*D(RT(-2)) + C(3)*D(RT(-3)) + C(4)*D(RT(-4)) + C(5)*D(RT(-5)) + C(6)*D(PIB(-1)) + C(7)*D(PIB(-2)) + C(8)*D(PIB(-3)) + C(9)*D(PIB(-4)) + C(10)*D(PIB(-5)) + C(11)$

Observations: 14

R-squared	0.831208	Mean dependent var	17.57143
Adjusted R-squared	0.268569	S.D. dependent var	102.0473
S.E. of regression	87.27462	Sum squared resid	22850.58
Durbin-Watson stat	2.344437		

Equation:  $D(PIB) = C(12)*D(RT(-1)) + C(13)*D(RT(-2)) + C(14)*D(RT(-3)) + C(15)*D(RT(-4)) + C(16)*D(RT(-5)) + C(17)*D(PIB(-1)) + C(18)*D(PIB(-2)) + C(19)*D(PIB(-3)) + C(20)*D(PIB(-4)) + C(21)*D(PIB(-5)) + C(22)$

Observations: 14

R-squared	0.924318	Mean dependent var	7860.000
Adjusted R-squared	0.672046	S.D. dependent var	26591.50
S.E. of regression	15228.24	Sum squared resid	6.96E+08
Durbin-Watson stat	2.347916		

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقاً من مخرجات برنامج eviews08

ويمكن صياغة معطيات الجدول من خلال المعادلتين التاليتين:

$$Drt = -1.42 * [Drt(-1)] - 1.5 * [Drt(-2)] - 0.1 * [Drt(-3)] - 0.98 * [Drt(-4)] + 1.94 * [DPIB(-5)] + 0.01 * [Dpib(-1)] + 0.01 * [Dpib(-2)] - 0.01 * [Dpib(-3)] - 0.01 * [Dpib(-4)] - 0.02 * [Dpib(-5)] + 15.69$$

من خلال معطيات الجدول والمعادلة يتضح أن هناك علاقة طردية بين الإيرادات السياحية في الفترة t والناتج المحلي في الفترة (t-1) وبالتالي فالزيادة في pib بوحدة واحدة يؤدي في المتوسط إلى ارتفاع الإيرادات السياحية بـ 0.014 مليون دولار كما ترتبط rt بـ pib في الفترة (t-2) حيث كل ما زاد pib بوحدة واحدة يؤدي إلى ارتفاع الإيرادات السياحية بـ 0.013 مليون دولار، كما توجد علاقة عكسية بين الإيرادات السياحية والناتج المحلي حيث كلما زاد pib بوحدة واحدة في الفترة (t-3) انخفضت الإيرادات السياحية بـ 0.01 مليون دولار وهذا تفسير غير اقتصادي وهي نفس العلاقة بين الإيرادات السياحية والناتج المحلي في الفترة (t-4) حيث كلما زاد pib بوحدة واحدة تنخفض الإيرادات السياحية بـ 0.02 مليون دولار وهذا تفسير غير اقتصادي.

ومن الناحية الإحصائية فإننا نلاحظ أن قيمة الاحتمال الموافقة لا حصائية t-statistic المحسوبة والخاصة بمعلمة pib المؤخرة بفترة واحدة أقل من مستوى المعنوية 5% مما يؤكد أن المتغيرة المفسرة تساهم في تفسير المتغير التابع في حين أن pib المؤخرة بفترتين مقبولة وهي أقل من مستوى المعنوية 5% وينطبق نفس التفسير بالنسبة للمعلمة pib المؤخرة بثلاث فترات وأربع فترات وخمس فترات على التوالي كونها أقل من مستوى المعنوية 5%.

أم عن معامل التحديد  $R^2 = 83\%$  فنجد أن القدرة التفسيرية عالية أي 83% من التغيرات الحاصلة للإيرادات السياحية ناتجة عن التغير في pib.

المعادلة الثانية:

$$D(\text{pib}) = -9.18 * [Drt(-1)] + 35.2 * [Drt(-2)] + 143.3 * [Drt(-3)] - 170.1 * [Drt(-4)] + 269.06 * [Drt(-5)] + 0.75 * [Dpib(-1)] + 0.38 * [Dpib(-2)] - 0.9 * [Dpib(-3)] - 0.2 * [Dpib(-4)] + 0.03 * [Dpib(-5)] + 716.19$$

من خلال معطيات الجدول والمعادلة أعلاه يتضح ما يلي:  
وجود علاقة طردية بين pib في الفترة t و rt في الفترة (t-3) فالزيادة في الإيرادات السياحية بوحدة واحدة تقابلها زيادة في المتوسط في الناتج المحلي الإجمالي ب 143.55 مليون دولار أمريكي؛  
ومن الناحية الاحصائية فإننا نلاحظ أن قيمة الاحتمال الموافقة لاحصائية t-statistic المحسوبة والخاصة بمعلمة rt والمؤخرة بثلاث فترات أقل من مستوى المعنوية 5% .  
أم عن معامل التحديد  $R^2 = 92\%$  فنجد أن القدرة التفسيرية عالية أي 92% من التغيرات الحاصلة للناتج الداخلي الاجمالي ناتجة عن التغير في الإيرادات السياحية.

#### ثانيا: اختبار السببية وفق غرانجر

يعتبر اختبار السببية وفق غرانجر من الاختبارات المتعلقة بالأجل القصير، حيث بعد الكشف عن العلاقة قصيرة المدى بين الناتج المحلي الإجمالي والإيرادات السياحية  $Rt$  سنقوم بتحديد اتجاه العلاقة السببية مع أخذ الفجوة الزمنية المثلى  $(lag : 5) = 5$  ويمكن عرض النتائج باختبار فرضى العدم الآتيين:

$H_0 =$  الناتج المحلي الخام لا يسبب  $Rt$  ( العلاقة العكسية)؛

$H_0 =$  الإيرادات السياحية  $Rt$  لا تسبب pib .

نقبل الفرض العدم في حالة قيمة الاحتمال الموافق لإحصائية فيشر أكبر من 5%.

#### جدول(47-04): اختبار السببية لگرانجر

Pairwise Granger Causality Tests  
Date: 10/30/17 Time: 17:02  
Sample: 1995 2014  
Lags: 5

Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Prob.
PIB does not Granger Cause RT	15	6.29838	<b>0.0494</b>
RT does not Granger Cause PIBR		17.5018	<b>0.0080</b>

المصدر: من إعداد الباحثة انطلاقا من برنامج **eviews**

بما أن القيمة الاحتمالية لإحصائية فيشر أقل من 5% في العلاقتين بالتالي نستنتج أنه توجد علاقة سببية متبادلة بين متغيري الدراسة ومن ثم نرفض الفرض العدم.

المطلب الثالث: مناقشة النتائج المتوصل إليها

من خلال الدراسة التطبيقية توصلنا إلى النتائج الآتية:

- بينت دراسة الانحدار الخطي البسيط على عدم وجود أثر معنوي لتطور معدلات النمو السياحي في الجزائر ومعدلات النمو الاقتصادي؛
- بينت اختبارات استقرارية السلاسل الزمنية للمتغيرات محل الدراسة أنها غير مستقرة في المستوى تستقر عند تطبيق الفروقات، فبالنسبة للنتائج المحلي الاجمالي والإيرادات السياحية تتحقق الاستقرار بعد تطبيق الفروقات من الدرجة الأولى أي:  $(1) \sim I(1) (RT, PIB)$ ؛
- يتيح التساوي في درجة الاستقرار إلى احتمال وجود علاقة تكامل مشترك في الأجل الطويل بين النتائج المحلي الاجمالي والإيرادات السياحية؛
- أوضحت النتائج الإحصائية لاختبار التكامل المشترك باستخدام طريقة (انجل- غرانجر) أنه لا توجد علاقة توازنية طويلة الأمد بين النتائج المحلي الاجمالي والإيرادات السياحية ويظهر ذلك جليا من خلال عدم استقرار سلسلة بواقي معادلة الانحدار التكامل المشترك وتحتوي على جذر وحدوي بناء على اختبار ADF؛
- يمكن تمثيل العلاقة بين متغيرات الدراسة في الأجل القصير باستخدام أشعة الانحدار الذاتي (VAR) وقد أوضحت نتائج التقدير كما يلي:
- ارتباط الإيرادات السياحية بالنتائج الداخلي الإجمالي في الفترة (t-3) بعلاقة طردية ويظهر ذلك في معنوية معامل هذه الفترة من خلال اختبار t-statistic؛
- ارتباط النتائج الداخلي الإجمالي بالإيرادات السياحية في الفترة (t-1); (t-2) ويظهر ذلك في معنوية معامل هتين الفترتين من خلال اختبار t-statistic ؛
- تشير نتائج السببية وفق غرانجر إلى:
- وجود علاقة سببية تتجه من الإيرادات السياحية نحو الناتج الداخلي الخام أي أن التغير في  $R_t$  يؤدي إلى التغير في  $PIB$  ، وهذا ما يؤكد نتيجة التحليل قصير الأجل لأشعة الانحدار الذاتي (VAR)؛
- وجود علاقة سببية في الاتجاه العكسي من الناتج الداخلي الاجمالي ( $PIB$ ) تتجه نحو  $R_t$  أي أن التغير في  $PIB$  يؤدي إلى التغير في  $R_t$ .

## خلاصة الفصل

يكتسي قطاع السياحة أهمية كبيرة فهو جزء لا يتجزأ من الاقتصاد القومي، له دوره الفعلي في تكوين الناتج وخلق فرص التشغيل وتعزيز قدرات الدولة من النقد الأجنبي، ويختلف هذا الدور بحسب حجم وأهمية القطاع السياحي في الاقتصاد، ولا يقف دور السياحة في ذلك فحسب بل يتعداه في بعث سلسلة من النشاطات في باقي القطاعات الاقتصادية والتي يتمخض عنها المزيد من الإنتاج والاستخدام؛ أما في الجزائر فرغم المؤهلات الطبيعية والإمكانات المادية التي تزخر بها البلاد والجهود الكبيرة المبذولة في الفترة الأولى من الاستقلال لإعطاء القطاع السياحي بعده الذي يستحقه إلا أن نسبة مساهمته في الاقتصاد بقيت ضئيلة وقدراته التنافسية محدودة إذ لا تزال الجزائر تحتل المراتب الأخيرة في مؤشرات التنافسية رغم البرامج المتبناة؛

في الجانب التطبيقي للدراسة تم تحليل العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي من خلال بناء نموذج اقتصادي قياسي باستخدام منهجية التكامل المشترك واختبار السببية لفرانجر خلال الفترة 1995-2014 وسمحت هذه الدراسة لتبيان إمكانية أن يقود النمو الاقتصادي السياحة وإثبات العلاقة العكسية أيضا، مما يمهد الطريق لإمكانية تبني الجزائر خيارا استراتيجيا مبني على تنمية الاستثمارات السياحية لتكون قاطرة للنمو الذي يعزز بدوره القدرات والإمكانات السياحية للبلاد؛

وخلاصة الموضوع الاقتصاد البترولي ليس قادرا محتوما على البلاد وإنما مرحلة طويلة نسبيا ولا بد لها من الانتهاء، فالنفت ثروة زائلة إن لم يكن من جانب العرض فالطلب عليه في انخفاض مستمر في ظل تمكن الدول المستوردة من استراتيجيات البديلة، لذا لامناص من التفكير الجدي في بناء اقتصاد حقيقي من الجذور وتبقى السياحة البديل الاستراتيجي الذي من الممكن استغلاله في المدى المتوسط نسبيا ومردوده عال في فترة قريبة إذ ما قورن بإنتاجية باقي القطاعات الاقتصادية.

## الخاتمة

### الخاتمة

يعد النفط والغاز الطبيعي بصورة عامة من صادرات العالم النامي، فيما يتم تكريره واستهلاكه في العالم الصناعي، بالرغم من أن اعتماد الدول المنتجة على معظم السلع قد أصبح إما محدودا أو متراجعا فاعتماد كبار مصدري النفط من الدول النامية على هذا المورد الوحيد يبقى مرتفعا على نحو استثنائي وحيث أن الغاز الطبيعي مرتبط بالنفط لكونه نتاج الظروف الجيولوجية نفسها فإن تطوره السريع سوف يكرر هذا الوضع، ففي الجزائر التي كان متعارفا فيها منذ زمن طويل أن نسبة الاحتياطيات إلى عدد السكان أشد خطورة بكثير من دول الخليج، حيث كان ينظر إلى النفط طيله الستينات والسبعينيات بوصفه الأداة التي يمكن بواسطتها بناء اليابان المغرب ومع التراجع الأخير في أسعار النفط حيث وصل سعر البرميل إلى أدنى مستوى له منذ عام 2012 وتتداخل الأسباب والعوامل المفسرة لهذا التراجع الذي لا يتواءم مع منطق وآليات السوق، والاقتصاد الجزائري ليس بمأمن عن الأزمة فرغم المخططات المختلفة والمعروفة لم يستطع الخروج عن نطاق المنتج الريعي مع جعلها رهينة له، فالزيادة في الانفاق الممول من عائدات البترول أضعف الموقف المالي والخارجي للبلاد في ظل انهيار أسعار النفط مما يدعو لدراسة البدائل الاستراتيجية لاقتصاد ما بعد البترول.

أضحت السياحة مصدرا اهتمام من الدول النامية، والتي بادرت بتخصيص موارد مالية لدعم القطاع بغية اجتذاب أكبر حصة ممكنة من السياحة الدولية، ومن ثم أصبحت السياحة نشاطا اقتصاديا رئيسيا للعديد من الدول النامية يعمل على توفير العملات الأجنبية التي تساهم أساسا في تمويل واردات الدولة من الخارج كما تعتبر إضافة إلى قيمة الصادرات في الوقت نفسه وذلك بدرجة فاقت في بعض الأحيان الموارد التقليدية للدولة المضيفة وهو ما يترتب عليه زيادة الدخل القومي كما أن انتعاش السياحة سيؤدي إلى زيادة الطلب على العمالة في مختلف القطاعات ذات العلاقات المتشابكة والمتكاملة مع القطاع السياحي وتوجيه الانفاق إلى أنشطة بعينها خادمة للنشاط السياحي، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الانفاق لذلك تعد قضية الاهتمام بتعظيم النشاط السياحي في الجزائر من القضايا الرئيسية التي يجب الاهتمام بها ودراسة جوانبها كافة وعلاقتها بالنمو الاقتصادي لما تتمتع به من مقومات سياحية سواء تاريخية أو طبيعية تؤدي إلى تنوع الطلب السياحي العالمي.

ومما تقدم يمكن استخلاص النتائج الآتية:

## الخاتمة

### - نتائج الدراسة:

- اتجاه الانفتاح الاقتصادي إلى تحويل العالم إلى منطقة اقتصادية تختفي فيها معظم الحواجز والقيود بمعنى اندماج الاقتصاديات العالمية ضمن نطاق النظام الاقتصادي الواحد؛
- تحرير التجارة الدولية من كافة الحواجز والعراقيل تحت لواء المنظمة العالمية للتجارة الساعية لتنظيم وتحرير قواعد التبادل التجاري الدولي؛
- انفتاح الأسواق وزيادة التدفقات الدولية لرؤوس الأموال والعمالة والاستثمار الأجنبي المباشر من خلال استراتيجيات وتحالفات الشركات المتعددة الجنسيات الساعية لتطوير عمليات التملك والدمج؛
- زيادة دور التكتلات الإقليمية في دعم حرية وتحرير التجارة ساعية بذلك إلى خلق التبادل داخل التكتل ودعم وتعزيز مبادلات التكتلات مع الخارجي؛
- الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاعلام والاتصال في زيادة ديناميكية الانفتاح العالمي وسريع خطوات الاقتصادي؛
- تشير الاحصائيات منظمة التجارة العالمية إلى أن قطاع السياحة هو أكبر قطاع من حيث عدد الدول التي قدمت التزامات من بين قطاعات الخدمات الدول المختلفة حيث قدمت 128 دولة من الدول الأعضاء في منظمة التجارة العالمية 86% من إجمالي الدول الأعضاء التزامها في قطاع السياحة؛
- لمختلف الآليات السابقة للعولمة آثار واضحة في السياحة العالمية وخاصة ما أفرزته من تقنية متقدمة في المعلوماتية وثورة الاتصالات والمواصلات وأثر على تيسير سبل السفر والسياحة للسياح؛
- الجانب الاقتصادي للعولمة وما شهدته من تدفق لرؤوس الأموال وزيادة حجم الاستثمار العالمية مثل بيئة خصبة للاستثمار في صناعة السياحة ما سهل بوجود مقومات السياحة بأنواعها المختلفة وقد هيا ذلك بيئة منافسة أمام زيادة السائحين على مستوى العالمي.

من خلال النتائج السابقة

**تثبت صحة الفرضية الأولى التي تقر بوجود ارتباط قوي بين العولمة والأنشطة السياحية**

- السياحة ليست من الصناعات التي ينبعث عنها الدخان وليس لها فضلات عرضية نتيجة لعمليات التصنيع، إضافة إلى أن السياحة هدفت إلى ناحيتين في علاقتها بالبيئة وهما:
- الحفاظ على البيئة وعدم الإخلال بالتوازن البيئي؛

## الخاتمة

- استثمار البيئة بالطريقة التي تؤدي إلى الحفاظ على نوع الحيوانات والأشجار والأعشاب النادرة منها بصورة خاصة؛
  - تهدف السياحة البيئية إلى التوجه نحو البيئة كمصدر اقتصادي يهتم حياة الانسان واستثمار هذا المصدر بحيث لا يؤثر فيه ولا يؤدي إلى خلل في التوازن البيئي على المدى الطويل،
  - تبني السياحة لمبادئ الاستدامة للحفاظ على الموروث البيئي واستغلاله بأحسن السبل؛
  - لكن ما سبق لا ينفي كون السياحة عامل ملوث للبيئة وقد عمد بعض الباحثين بتوجيه الاتهام إلى صناعة السياحة بأنها تلوث الشواطئ والغابات والمناطق الجميلة في العالم، وهذا سببه الأعداد الكبيرة من السياح التي تتركز حركتهم في فصل الصيف نحو الشواطئ وبالطبع ينتج عن ذلك استخدام كبير وضغط كبير على رمال الشاطئ أو على الغابات ونحوها نتيجة لما يتركه السياح من بقايا فضلات الطعام والشراب؛
- من خلال النتائج السابقة لا يمكن:

### الاقرار المطلق بصحة الفرضية الثانية كون السياحة عامل داعم للبيئة والتنمية المستدامة

- تعمل السياحة في بلدان العالم الثالث على خلق حالة من التبعية الاقتصادية للسوق الرأسمالية، وما يترتب عن ذلك من آثار سلبية ويمكن أن تنشأ التبعية الاقتصادية للسوق الرأسمالية في النشاط السياحي كما يأتي:
- أن عددا من الدول النامية والتي ترتفع فيها نسبة مساهمة السياحة في إجمالي الناتج القومي المحلي تعود مرة أخرى أو تتسرب بشكل واردات وينسبة بلغت بين 50 و70% وسبب ذلك هو عدم قدرة القطاعات الاقتصادية المكونة للناتج القومي على سدّ متطلبات النمو السياحي فيها، ففي الوقت التي طورت صناعة السياحة فيها كان ذلك بمعزل عن الربط بين القطاعات الاقتصادية الزراعية والصناعية ونحوها؛
- صناعة السياحة من الصناعات كثيفة العمل كون الآلة لم تدخل في كثير من عملياتها الإنتاجية فباستثناء إمكانية الحجز الآلي في الفنادق وبعض العمليات التي تجري في الفنادق فإن أغلبية قطاع صناعة السياحة يعتمد على اليد العاملة في تقديم الخدمات للضيوف أم بالنسبة للدول النامية فهي تعتمد على اليد الأجنبية مما تشكل منفذ أو تسرب آخر للعملة الصعبة؛
- استخدام الرأسمال الأجنبي لتنمية وتطوير لقطاع السياحة في بلدان العالم الثالث ومن أهم مشاكله هي النقص الشديد في رأس المال وضعف عملية تكوينه وفي السياحة غالبا ما تلجأ البلدان النامية التي تمتلك

## الخاتمة

مقومات سياحية طبيعية إلى الشركات الأجنبية الرأسمالية المتخصصة بتصميم وبناء المشاريع السياحية وفي الغالب الدول تمول هذه المشاريع وتكون الملكية أجنبية؛ فضلا عن ما سبق نذكر من سلبيات صناعة على الدول النامية:

- موسمية وفصلية صناعة السياحة فتزامن حركة السياح العالميين صيفا ومع الاجازات الصيفية وهذا يؤدي إلى أن الفصول الأخرى يقل فيه عدد السياح خاصة فصل الشتاء وينتج عن ذلك العمل المؤقت وعدم تشغيل الفنادق بطاقتها القصوى في فصل الشتاء والربيع والخريف؛
- اصطدام العادات والتقاليد يحدث مثل هذا في كثير من دول العالم الثالث حيث ينظر للسائح الأجنبي وكأنه يحدث خلا متعمدا في العادات والتقاليد المجتمعات المنغلقة، والحقيقة هذا ناتج عن قلة الوعي والإدراك من قبل السائح الأجنبي نفسه والذي قد يزور بلدا ما لأول مرة وليس له معرفة مسبقة بعاداته وتقاليد هذا من جهة ومن جهة أخرى هو تقصير في أداء العاملين والمرشدين في قطاع السياحة .
- من خلال النتائج السابقة تم:

رفض الفرضية الثالثة التي تقر بكون السياحة الدولية هي مصدر لنمو الدول النامية

أما فيما تعلق بالاقتصاد الجزائري:

- تسعى الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية إلى وضع سياسة الدولة على أساس اشراك جميع المؤسسات في تطوير المنتجات السياحية والأنشطة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر وعلاوة على ذلك فإن هذه الاستراتيجيات تعمل على وضع إطار مستدام لتوجيه وتنسيق تنمية السياحة في السنوات القادمة وخلافا للقطاعات الاقتصادية الأخرى؛ السياحة لا تزال هيكلية قطاع أفقي حيث تطوره يرتبط بالبيئة العامة (النقل، الثقافة، الحرف اليدوية، الاتصالات، الزراعة، النظافة والصحة)، وهذا يبرز نقاط ضعف القطاع:

- نقص المعرفة الفنية في صناعة السياحة؛
- ضعف الأنشطة التطويرية للبرامج السياحية؛
- ضعف الوعي العام الشعبي (المجتمع المحلي) في أهمية الإنخراط في السياحة كعنصر هام من الاقتصاد الوطني؛
- عدم كفاية البنية التحتية الأساسية للسياحة والاستثمارات فيها في بعض المناطق التي تحوي جوانب سياحية.
- تحديات الأمن والسلامة السياحية؛

## الخاتمة

- العجز من حيث الجودة والكمية فيما يتعلق بالإيواء السياحي؛
- بيئة غير جاذبة للسياح.
- ضعف في خبرة الموظفين ونقص في التخصص الوظيفي؛
- مشاركة ضعيفة من الجمعيات في إطار تطوير القطاع السياحي.
- كما أثبتت الدراسة التطبيقية للنموذج الأول المفسر للعلاقة بين معدلات النمو الاقتصادي ومعدلات الاستثمار السياحي من خلال علاقة الانحدار الخطي البسيط:
- أن معدلات الاستثمار السياحي في الجزائر لا تفسر التغيرات الحاصلة في معدلات النمو الاقتصادي نتيجة انخفاض نسبة تدفقات الاستثمار السياحي في الجزائر؛

وهذا ما ينفي صحة الفرضية الرابعة المقررة بوجود علاقة ايجابية بين الاستثمار السياحي والنمو الاقتصادي في الجزائر

- كما أثبتت الدراسة التطبيقية للنموذج الثاني المفسر للعلاقة التكامل المشترك واختبار السببية بين معدلات النمو الاقتصادي الممثل في الناتج المحلي الاجمالي والسياحة الممثلة في إيرادات السياحة للفترة 1995-2014 ما يلي:

- أوضحت النتائج الإحصائية لاختبار التكامل المشترك باستخدام طريقة ( انجل- غرانجر) أنه لا توجد علاقة توازنية طويلة الأمد بين الناتج المحلي الاجمالي والإيرادات السياحية ويظهر ذلك جليا من خلال عدم استقرار سلسلة بواقي معادلة الانحدار التكامل المشترك وتحتوي على جذر وحدوي بناء على اختبار

ADF؛

وبالتالي نرفض الفرضية الخامسة التي تقر بوجود علاقة طويلة المدى الناتج المحلي والإيرادات السياحية

- تشير نتائج السببية وفق غرانجر إلى:
- وجود علاقة سببية تتجه من الإيرادات السياحية نحو الناتج الداخلي الخام أي أن التغير في  $Rt$  يؤدي إلى التغير في  $pib$  ، وهذا ما يؤكد نتيجة التحليل قصير الأجل لأشعة الانحدار الذاتي (VAR)؛
- وجود علاقة سببية في الاتجاه العكسي من الناتج الداخلي الاجمالي ( $pib$ ) تتجه نحو  $Rt$  أي أن التغير في  $pib$  يؤدي إلى التغير في  $Rt$ ؛
- رغم أن النموذج أقر بوجود علاقة تبادلية بين النمو الاقتصادي والسياحة إلا الواقع بين ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري ومساهمته في التنمية والنمو.

## الخاتمة

وبالتالي نقبل الفرضية السادسة التي تقر بوجود علاقة قصيرة مدى تبادلية بين الناتج المحلي الإجمالي والإيرادات السياحية

### توصيات الدراسة:

على ضوء ما سبق يمكن صياغة التوصيات الآتية:

- بناء استراتيجية تنمية سياحية تعتمد على إشراك جميع المؤسسات في تطوير المنتجات السياحية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر و علاوة على ذلك فإن هذه الاستراتيجية لابد أن تعمل على وضع إطار مستدام لتوجيه وتنسيق تنمية السياحة في السنوات القادمة؛
  - تطوير باقي القطاعات ذات العلاقة بالبيئة العامة للسياحة ( النقل، الثقافة، الحرف اليدوية، الاتصالات، الزراعة، النظافة والصحة)؛
  - تنمية الموارد البشرية للإدارة السليمة والتخطيط الناجح؛
  - الاستغلال الأمثل للموارد السياحية؛
  - تعظيم العوائد والمنافع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية للسياحة؛
  - زيادة الوعي المجتمعي بأهمية السياحة وقيمتها الاقتصادية؛
  - تطوير مستوى جودة الخدمات السياحية الوطنية؛
  - الارتقاء بأساليب ووسائل الترويج والتسويق السياحي؛
  - رفع مستوى مؤسسات التنسيق والتكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى؛
  - اعتماد التخطيط الاستراتيجي للتنمية السياحية جزءا من استراتيجية التنمية المستدامة.
- آفاق ومقترحات الدراسة
- التسويق السياحي كآلية لتعزيز الاستثمار السياحي في الجزائر؛
  - دراسة التشابك بين قطاع السياحة وباقي القطاعات الاقتصادية لتعزيز النمو الاقتصادي في الجزائر؛
  - الاستثمار السياحي كإستراتيجية لإدارة العوائد النفطية للحفاظ على حقوق الأجيال القادمة من الموارد الحالية.

## قائمة المراجع

### - المراجع باللغة العربية

أولاً: القرآن الكريم

- سورة التوبة، سورة مدنية

- سورة التحريم، سورة مدنية

ثانياً: الكتب

- 1- إبراهيم اسماعيل الحديد، إدارة التسويق السياحي، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2005؛
- 2- أحمد منذور، أحمد رمضان، اقتصاديات الموارد الطبيعية والبشرية، الدار الجامعية للطباعة، بيروت، 1990؛
- 3- أحمد مصطفى خاطر، التنمية الاجتماعية المفاهيم الأساسية نماذج ممارسة، الأزريطة، الاسكندرية، مصر، 2002؛
- 4- الطيب داودي، الاستراتيجية الذاتية لتمويل التنمية الاقتصادية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007؛
- 5- اللجنة العالمية للتنمية والبيئة، مستقبلنا المشترك، ترجمة محمد كامل عارف، مراجعة علي حسين حجاج، سلسلة كتب عالم المعرفة، المجلس الوطني الثقافي والفنون والأداب، الكويت، 1989؛
- 6- أسامة المجذوب، العولمة والاقليمية، الدار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، 2001؛
- 7- باتر محمد وردم، العالم ليس للبيع، الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2003؛
- 8- دياب محمد، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار منهل اللبناني، للنشر والتوزيع، بيروت، 2010؛
- 9- دينيس.س. كينيث. ما بعد النفط منظور إليه من ذروة النفط هربرت، ترجمة الدموجي صباح الصديق، دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2009؛
- 10- جليلة حسن حسنين، الطلب السياحي الدولي والتنمية السياحية في مصر، مطبعة سامي، الاسكندرية، 1994؛
- 11- هيفاء عبد الرحمان ياسين التكريتي، آليات العولمة الاقتصادية وأثارها المستقبلية في الاقتصاد العربي، دار حامد للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010؛
- 12- زيد منير عبوي، الاقتصاد السياحي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008؛
- 13- حافظ برجاس، محمد المجذوب، الصراع الدولي على النفط، دار نيسان للنشر والإعلام، بيروت، 2000؛
- 14- حميد الطائي، التسويق السياحي، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2004

## قائمة المراجع

- 15- حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، طر، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006
- 16- طاهر حيدر جردان، أساسيات الاستثمار، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 2009؛
- 17- طارق عبد الفتاح الشريعي، تنمية المبيعات السياحية في ظل الأزمة الاقتصادية العالمية، مؤسسة حورس الدولية، الاسكندرية، 2009؛
- 18- يسري دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضوء الدول المتقدمة والنامية، البيطاش للنشر والتوزيع، مصر، القاهرة، 2002
- 19- يحيى اليحاوي، العولمة أية عولمة، الدار البيضاء، افريقيا الشرق للنشر والتوزيع، بيروت، 1999؛
- 20- كامل محمود، السياحة الحديثة علما وتطبيقا، مطبعة الهيئة المصرية العامة للكتب، القاهرة، 1975؛
- 21- كامل علاوي، كاظم الفتلاوي، القياس الاقتصادي النظرية والتحليل، دار الصفا للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014؛
- 22- كاترين قبو، التسويق، ترجمة وردية راشد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، لبنان، 2008؛
- 23- لمياء السيد حنفي، أعمال شركات السياحة ووكالة السفر، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر؛ الاسكندرية، 2010
- 24- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار الأزهر، الأردن، عمان، 2008
- 25- محي الدين محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، دون سنة نشر؛
- 26- محمد البنا، اقتصاديات السياحة والفندقة، الدار الجامعية، الاسكندرية، مصر، 2009؛
- 27- محمد البنا، اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ، جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية، 1998؛
- 28- محمد الهادي لعروق، أطلس العالم الجزائر، عين مليلة، دار الهدى؛
- 29- محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، مصر، القاهرة، 2007
- 30- محمد أحمد الدوري، مبادئ اقتصاديات النفط، مطبعة الارشاد، بغداد، 1988؛
- 31- محمد أحمد العمري، الأمن السياحي، المفهوم والتطبيق، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2014؛
- 32- محمد عبد البديع، اقتصاد حماية البيئة، دار الأمين للنشر والتوزيع، مصر، 2008؛
- 33- محمد صالح الشيخ، الآثار الاقتصادية والمالية ووسائل الحماية منها، مكتبة الاشعاع الفنية، الاسكندرية، 2002؛
- 34- محمد حافظ حجازي، إدارة التسويق السياحي والفندقي، دار الوفاء، مصر، 2007؛

## قائمة المراجع

- 35- محمد عبيدات، **التسويق السياحي**، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2006؛
- 36- محمد فتحي الخوالي، **اقتصاديات النفط**، دار حافظ للنشر والتوزيع، السعودية، 1992؛
- 37- محمد مرسي الحريري، **جغرافية السياحة**، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، القاهرة، 1999
- 38- محمد يوسف حسن الجواد، **الطاقة والصناعات النفطية أساسها واقتصادياتها**، مطابع الوزان، الكويت العربية، بيروت، 2009
- 39- محمود الشيخ، **التسويق الدولي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2007؛
- 40- محمود كامل، **السياحة الحديثة**، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1975؛
- 41- محسن عبد الله الراجحي وآخرون، **الميزة التنافسية للنشاط السياحي**، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016؛
- 42- مصطفى أحمد حامد رضوان، **العولمة إشكالية معاصرة**، الدار الجامعية، الاسكندرية، القاهرة، 2011؛
- 43- ميشال تودار، **التنمية الاقتصادية**، ترجمة محمود حسن مدني ومحمود حامد، دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2009؛
- 44- مرزوق عابد القعيد وآخرون، **مبادئ السياحة**، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011
- 41- مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، **اقتصاديات السياحة والسفر**، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013؛ موردخاي كريانين، **الاقتصاد الدولي**، تعريب ابراهيم منصور علي مسعود عطية، المملكة العربية السعودية، 2007؛
- 45- ناجي التوني، **دور وآفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية**، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2001؛
- 46- نديم شمسين، **مبادئ السياحة**، الجهوية الجغرافية السياحية، دمشق، 2001؛
- 47- نبيل الروبي، **نظرية السياحة**، مؤسسة الثقافة الجامعية، كلية السياحة والفنادق، جامعة الاسكندرية، 1986؛
- 48- نبيل علي، **نادية حجازي، الفجوة الرقمية، رؤية عربية لمجتمع المعرفة، عالم المعرفة**، الكويت، 2005؛
- 49- نجم عبود، **إدارة الابتكار**، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003؛
- 50- نيجر وودز، **الاقتصاد السياسي للعولمة**، ترجمة أحمد محمود، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة، 2003؛

## قائمة المراجع

- 51- نسرين رفاق اللحام، التخطيط السياحي للمناطق التراثية باستخدام تقييم الآثار البيئية، دار النيل للنشر والتوزيع والطباعة، القاهرة، 2007؛
- 52- سفر وسياحة، التسويق السياحي، المؤسسة العامة للتعليم الفني والتدريب المهني، المملكة العربية السعودية، 2009 ردينة عثمان، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن، 2014؛ عادل المهدي، عولمة النظام الاقتصادي العالمي ومنظمة التجارة العالمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004؛
- 53- عبد المطلب عبد الحميد، العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2005؛
- 54- عبد المنعم الشيراوي، واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين، دار الكنوز الأردنية، بيروت، 2002؛
- 55- عبد الرزاق بني هاني، الاقتصاد القياسي نظرية الانحدار البسيط والمتعدد، سلسلة عبد الرزاق في الاقتصاد والعلوم الاجتماعية، دار وائل للنشر والتوزيع، 2014؛
- 56- عدلي علي أبو طلحون، إدارة وتنمية الموارد البشرية والطبيعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2003؛
- 57- علاء حسين الرابي وآخرون، التسويق والمبيعات السياحية والفندقة، دار جرير للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2011؛
- 58- علي عبد الفتاح أبو شرار، الاقتصاد الدولي، نظريات وسياسات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007؛
- 59- عثمان أبو حرب، الاقتصاد الدولي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2007؛
- 60- عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنت، التنمية المستدامة، فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، دار صفاء للنشر، عمان، 2008؛
- 61- عثمان محمد غنيم، بينيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي، الأردن؛ عمان، 2003؛
- 62- عصام حسن الصعيدي وآخرون، نظم المعلومات السياحية، دار الراية للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، عمان، 2011؛
- 63- عصمان نعمان، العرب والنفط والعالم، دعوة للتفكير والتعبير، دار مصباح الفكر، بيروت، 1982؛
- 64- علي فلاح الزغبي، التسويق السياحي والفندقي، مدخل صناعة السياحة والضيافة، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2013؛
- 65- فليح حسن خلق، العولمة الاقتصادية، عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع، اربد، الأردن؛ 2010؛

## قائمة المراجع

- 66- فؤاد أبو ستيت، **التكتلات الاقتصادية في عصر العولمة**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2004؛
- 67- فؤاد رشيد سمارة، **تسويق الخدمات السياحية**، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2001؛
- 68- نعيم الظاهر، **سراب الياس، مبادئ السياحة**، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007؛
- 69- صبري عبد السميع، **الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي وتجارب بعض الدول العربية**، المنظمة الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، القاهرة، 2006؛
- 70- صفاء أبو غزالة، **ترويج الخدمات السياحية**، دار زاهر للنشر والتوزيع، الأردن، 2007؛
- 71- رعد مجيد العانين، **الاستثمار والتسويق السياحي**، دار الكنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008؛
- 72- رضا عبد السلام، **محددات الاستثمار الأجنبي المباشر في عصر العولمة**، المكتبة المصرية، مصر، 2007؛
- 73- تولي شيلي، **النفط والفكر والكوكب**، ترجمة دنيا عبد الإله الملاح، مكتبة العبيكان، الرياض، 2009؛
- 74- خالد الكواش، **السياحة مفهوما، أركانها، أنواعها**، ط2، دار التنوير، الجزائر، 2007؛
- 75- خالد بن منصور العقيل، **رحلة في عالم البترول**، قضايا بترولية، دون سنة ودار للنشر
- 76- خليل ابراهيم أحمد المشهداني، **التخطيط السياحي**، الجامعة المستنصرية ، بغداد، 1989
- 77- ضياء مجيد الموسوي، **ثورة أسعار النفط**، ديوان المطبوعات الجامعية، العراق، 2004؛
- 78- غادة صالح، **اقتصاديات الفنادق**، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، القاهرة، 2007؛
- ثالثا: المراسيم التشريعية**
- 79- المرسوم التشريعي رقم 93/12 المؤرخ في 15 يوليو 1993، المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية العدد 64 الصادرة في 24 ربيع الثاني 1414؛
- 80- الأمر رقم 01/03 المؤرخ في 20/08/2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 47 الصادرة في 20/08/2001؛
- 81- الأمر رقم 06/08 المؤرخ في 15/07/2006 المعدل والمتمم للأمر 01/03 المتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 47 الصادرة في 19/07/2006؛ المتعلق بترقية
- 82- القانون رقم 16/09 المؤرخ في 03/08/2016 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 46 الصادرة في 03/08/2016؛
- رابعا: التقارير**

## قائمة المراجع

- 83- السياحة الدولية في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الاسلامي، الأفاق والتحديات، تقرير منظمة التعاون الاسلامي، مركز الأبحاث الاحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الاسلامية، 2013؛
- 84- التعاون العربي في مجال السياحة، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، صندوق النقد العربي، جامعة الدول العربية، 2007؛
- 85- التعايش مع انخفاض أسعار النفط في سباق مع تراجع أسعار الطلب، مستجدات أفاق الاقتصاد العالمي، تقرير صندوق النقد الدولي، هيئة الأمم المتحدة، 2015 ؛
- 86- وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الثلاثي، الجزائر، 69/67؛
- 87- وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الأول، الجزائر، 73/70؛
- 88- وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الثاني، الجزائر، 79/74؛
- 89- وزارة السياحة والصناعة التقليدية، تقرير حول المخطط الخماسي الأول، الجزائر، 1986؛
- 90- وزارة تهيئة الاقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الخامس، المشاريع ذات الأولوية السياحية، الجزائر، جانفي 2008؛
- 91- رولا فؤاد نصر الدين، آلية التنمية النظيفة في بروتوكول كيوتو، تقرير منظمة الأقطار العربية المصدرة للبترول، الكويت، 2007؛
- 92- تقرير الاستثمار العالمي، الأنتكاد، جنيف ونيويورك، 2004؛
- 93- تقرير المنظمة العالمية للسياحة، هيئة الأمم المتحدة، 2014 ؛
- 94- تقرير المنظمة العالمية للسياحة، هيئة الأمم المتحدة، 2015؛
- 95- تقرير الوكالة الوطنية للاستثمار، [www.andi.dz](http://www.andi.dz)
- 96- منظمة الأقطار العربية المصدرة للنفط، تقرير الأمين العام السنوي لمنظمة الأوابك، الكويت، العدد 33، 2006؛
- 97- منظمة الأقطار العربية المصدرة للنفط، تقرير الأمين العام السنوي لمنظمة الأوابك، الكويت، العدد 34، 2007؛
- خامسا: المجالات والملتقيات
- 98- أحسن العايب، عبور رزقين، أهمية السياحة ضمن استراتيجيات السياحة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات الانسانية، العدد 14 جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2017؛

## قائمة المراجع

- 99- أسعد حماد موسى أبو رومان، ممدوح عبد الله أبو رومان، الوعي السياحي ودوره في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر، الأردن، دراسة تحليلية ميدانية، مجلة تنمية الرافدين، المجلد 35، العدد 11، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق، 2013؛
- 100- بن حمودة محبوب وبن قانة اسماعيل، أزمة العقار في الجزائر ودوره في تنمية الاستثمار الأجنبي، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد الخامس؛
- 101- بلعابد نجات، صديقي خضرة، تحليل واقع الخدمات السياحية في الجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الاقتصادية، جامعة تلمسان، العدد 24، السادسي الأول، 2015؛
- 102- دونالدو روماتو، الاقتصاد البيئي والتنمية المستدامة، ورقة عمل تدريبية، مركز السياسات الزراعية، دمشق، 2003؛
- 103- زيان بروجة علي، راتول محمد، تقييم وتحليل التنافسية لدول شمال افريقيا وفق مؤشرات المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة (2007-2015)، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد 14، 2016؛
- 104- حسن الساعوري، اقتصاديات حوض النيل، مجلة دراسات وبحوث النيل، العدد 04، شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2002؛
- 105- كمال رزيق، مسدور فارس، التجارة الإلكترونية وضرورة اعتمادها في الجزائر في الألفية الثالثة، جامعة سعد دحلب، البليدة؛
- 106- كربالي بغداد، حمداني محمد، استراتيجيات وسياسات التنمية المستدامة في ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية بالجزائر، مجلة العلوم الانسانية، العدد 45، جامعة وهران، 2010؛
- 107- منور أوسرير، نذير عليان، حوافز الاستثمار الخاص المباشر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد الثاني، 2005، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف؛
- 108- ناجي بن حسين، تحليل وتقييم مناخ الاستثمار في الجزائر، مجلة العلوم الانسانية، جامعة منتوري، قسنطينة، العدد 31، جوان 2009؛
- 109- ناجي حسين، التنمية المستدامة في الجزائر حتمية الانتقال من الاقتصاد الريعي إلى تنوع الاقتصاد، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 05،
- 110- سالم بن سعيد القحطاني، الاستثمار في السياحة البيئية بالمملكة العربية السعودية، الندوة الدولية للسياحة في المملكة العربية السعودية، الرياض، 2002؛

## قائمة المراجع

- 111- سيفرين روجومامو، العولمة ومستقبل أفريقيا، نحو تحقيق التنمية المستدامة، برنامج الدراسات المصرية الافريقية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2002؛
- 112- سليمان مهنا، التخطيط من أجل التنمية المستدامة، مجلة دمشق لعلوم الهندسة، المجلد 25، العدد الأول، 2009؛
- 113- عبد الناصر عبد الرحمان الزهراني، كباشي حسين قسيمة، الاستثمار السياحي في محافظة العلا، الهيئة العامة للسياحة والآثار، المملكة العربية السعودية، 2008؛
- 114- عبد الستار عبد الجبار موسى، التطور التاريخي لأسعار النفط (1862-2010)، مجلة الكويت للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، بغداد، العدد 18، 2015؛
- 115- عبد القادر دربال، مختار دقيش، العلة الهولندية نظرية وفحص تجريبي في الجزائر للفترة 1981-2011، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، العدد 11، 2011؛
- 116- عدنان الجنابي، الدولة الريعية والديكتاتورية، مركز الأبحاث والدراسات ، بغداد، 2013؛
- 117- عياش قويدر، ابراهيمي عبد الله، آثار انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة بين التفاؤل والتشاؤم، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2005؛
- 118- عماد الدين محمد الزريبي، العوامل التي أثرت على تقلبات أسعار النفط العالمية، مجلة جامعة الأزهر سلسلة العلوم الإنسانية، العدد 01، المجلد 15، غزة، 2013؛
- 119- عماد مكي، مجلة النفط والتعاون العربي، الأمانة العالمية لمنظمة الأقطار العربية المصدرة للبتترول (الأوبك)، العدد 150، المجلد 40، الكويت، 2014؛
- 120- عمار العماري وآخرون، واقع الاقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 05، 2007؛
- 121- فاروق القاسم، النرويج كسب نعمة النفط وتجنب نقمته، شبكة الاقتصاديين العراقيين، مقتطف من ورشة عمل مخصصة للجنة النفط والطاقة في مجلس النواب العراقي منظمة الأوبك ومعهد العراق للطاقة، فينا، 12-15، أكتوبر، 2011؛
- 122- فوزي القريشي، التطور التاريخي لأسعار النفط حتى عام 1973، مجلة النفط والتنمية، العدد الثالث، الكويت، 1978؛
- 123- صفاء يونس الصفاوي وآخرون، تحليل العلاقة بين الأسعار العالمية للنفط ، اليورو، الذهب باستخدام متجه الانحدار الذاتي VAR(p)، المجلة العراقية للعلوم الاحصائية، العدد 14، بغداد 2008؛

## قائمة المراجع

- 124- شفيق عريش وآخرون، اختبارات السببية والتكامل المشترك في تحليل السلاسل الزمنية، مجلة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 33، العدد 05؛
- 125- خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد الأول، جامعة الشلف، الجزائر، 2000؛
- 126- غرفة الشرقية، الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية ( الفرص والتحديات)، مركز الدراسات والبحوث، المملكة العربية السعودية، 2011؛
- الملتقيات:**
- 126- إبراهيم عليوات، السياحة في الدول العربية، واقع وتحديات، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي، السياحة رهان التنمية، دراسة حالة بعض تجارب الدول،
- 127 - الطيب داودي، عبد المجيد مسكين، الاستثمار السياحي في المناطق السياحية دراسة حالة ولاية جيجل، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة المنعقد بالمركز الجامعي بتيبازة يومي 26-27 نوفمبر 2014؛
- 128 - بوسعدي الهام، بواللج منير، اشكالية تمويل الاستثمار السياحي في الجزائر، دراسة تحليلية خلال الفترة (2000-2011)، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الثاني " الاستثمار السياحي بالجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة" المركز الجامعي، تيبازة، الجزائر، يومي 26/27 نوفمبر 2014؛
- 129- بن شيخ بوبكر الصديق، المنتج السياحي في الجزائر بين جاذبية السياحة وضعف الخدمات المكملة، مداخلة ضمن المؤتمر الدولي حول السياحة ودورها في التنمية المستدامة، دراسة تجارب بعض الدول، جامعة البليدة 24/25/04/2012؛
- 130- حميد الطائي، المفهوم المجتمعي للتسويق في صناعة السياحة، مداخلة ضمن ملتقى التسويق في الوطن العربي، الشارقة، 15-16، أكتوبر 2002؛
- 131- طالب دليلة، وهراني عبد الحكيم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر، الواقع والآفاق، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي، البويرة، 11-12 ماي 2010؛
- 132- يوفاس الشريف، بن خديجة منصف، ترقية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات مداخلة ضمن الملتقى الوطني الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة الشريف مساعدي، جامعة سوق هراس، 22-23 أبريل 2014؛

## قائمة المراجع

- 133- لحسن دردوري وآخرون، دور السياحة البيئية في السياحة المستدامة، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، 10/9 مارس 2010، جامعة محمد خيضر بسكرة؛
- 134 - ليلي عبد الرحيم، خديجة لدرع، دور الحاضنات التكنولوجية في دعم الابداع وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛ مداخلة ضمن الملتقى الدولي " إدارة المعرفة والفعالية الاقتصادية " جامعة الحاج لخضر، باتنة" يومي: 25، 26/11/2008؛
- 135 - مبارك بوعشة، التنمية المستدامة مقارنة اقتصادية في اشكالية المفاهيم والأبعاد، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي، التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، المنعقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، 8/7 أبريل 2008، منشورات مخبر الشراكة والاستثمار في المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورو مغاربي، دار الهدى للنشر والطباعة، عين مليلة، 2008؛
- 136- ساري نصر الدين، عبيدات ياسين، السياق التاريخي لتطور التنمية والنمو إلى الاستدامة، يوم دراسي حول واقع التنمية المحلية والتنمية المستدامة بالجزائر مع الاشارة لولاية خنشلة، 2011؛
- 137- سحر قدور الرفاعي، التنمية المستدامة مع تركيز خاص على الإدارة البيئية إشارة خاصة للعراق، في المنظر الاقتصادي للتنمية المستدامة، أوراق المؤتمر العربي الخامس للإدارة البيئية، الجمهورية التونسية، سبتمبر 2006؛
- 138- عبد الرسول عبد الرزاق الموسوي، التذبذبات في أسعار النفط الخام العالمية وأثرها على الميزانية العراقية، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي السابع، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزرقاء، 10-11 نوفمبر 2009، الأردن، مركز الأبحاث والدراسات العراقية، بغداد، 2013 ؛
- 139- عبد القادر شلال، الواقع السياحي في الجزائر وآفاق النهوض به في مطلع 2025، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر، واقع وآفاق، جامعة البويرة، 11-12 ماي 2010
- 140- عيسى مرزاققة ومحمد الشريف شخشاخ، التنمية المستدامة في الجزائر، دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر، مداخلة ضمن الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، 09-10 مارس، 2010؛
- 141- عمار العماري، اشكالية التنمية المستدامة وأبعادها، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي، التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، المنعقد بكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،



## قائمة المراجع

148 - كلثوم كباني، التنافسية واشكالية الاندماج في الاقتصاد العالمي دراسة حالة الجزائر، المغرب، تونس، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008؛

149 - عبد الوهاب رميدي، التكتلات الاقتصادية الإقليمية في عصر العولمة وتفعيل التكامل في الدول النامية، دراسة تجارب مختلفة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تخطيط، جامعة الجزائر، 2007؛

150- عبد الحكيم عبد الله النسور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية، الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الاقتصاد والتخطيط، العلوم الاقتصادية، جامعة تشرين، دمشق، 2009؛

151- شرفاوي عائشة، السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني والمتغيرات الاقتصادية الدولية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر3، السنة الدراسية 2014-2015؛

### سابعا: المواقع الإلكترونية

152- الاتحاد الدولي للنقل الجوي، متوفر على الموقع الإلكتروني

<http://www.iata.org> :

153- الاتحاد العربي للنقل الجوي، جامعة الدول العربية، بيروت، متوفر على الموقع الإلكتروني:

[www.aaco.org/](http://www.aaco.org/)

154- الديوان الوطني للسياحة الجزائري، الهقار والتاسيلي الجزائر، منشورات الديوان الوطني للسياحة الجزائرية:

[http://ont.dz/wp-content/uploads/2015/005/hoggar\\_tassilli.pdf](http://ont.dz/wp-content/uploads/2015/005/hoggar_tassilli.pdf)

155- المجلس العالمي للسفر والسياحة متوفر على الموقع الإلكتروني:

<http://www.wttc.org/>

156- المنظمة العربية للطيران المدني، جامعة الدول العربية، مقرها المملكة المغربية، الرباط، متوفر على الموقع الإلكتروني

[www.acac.org/](http://www.acac.org/) :

157- الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة الجزائرية:

[www.mta.gov.dz](http://www.mta.gov.dz)

158- السياحة في الجزائر، متوفر على الموقع الإلكتروني

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

159- بن عزوز شكري، ساطور رشيد، السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر، الأدلة من التكامل المشترك وتحليل السببية، 2011، متوفر على الموقع الإلكتروني:

<https://mpira.ub.uni-muenchen.de/78731/>

160- يوسف محمد ورداني، كيفية تنظيم السياحة الإلكترونية ومردودها على صناعة السياحة متوفر على الرابط الإلكتروني

## قائمة المراجع

<https://historicalcities.wordpress.com/2009/03/18>

161- منظمة الشرق الأوسط والبحر المتوسط للسياحة والسفر، تونس، متوفر على الموقع الإلكتروني:

[www.mamtta.org/](http://www.mamtta.org/)

162- عبد الله بن جمعان الغامدي، التنمية المستدامة بين الحق في الاستغلال الموارد الطبيعية والمسؤولية عن حماية البيئة متوفر على الموقع الإلكتروني:

[www.abhatoo.net.ma](http://www.abhatoo.net.ma)

163- خفض سعر النفط غاية سياسية عائمة، ورقة تحليلية لمسار السياسة والعلاقات الدولية، مركز عمران للدراسات الاستراتيجية. متوفر على الموقع الإلكتروني:

<https://www.omrandirasat.org>

164- فهد بن جمعة، نظرية ذروة النفط من جانب الطلب، قناة العربية، متوفر على الموقع الإلكتروني:

<http://www.alarabiya.net/ar/aswaq>

165- رشا على الدين أحمد، السياحة الإلكترونية حلم دبي القادم نظرة قانونية متوفر على الرابط الإلكتروني:

<https://www.omano.net/porum/shawthreed.php?t=117336>

166- تقرير المجلس الوزاري العربي للسياحة، جامعة الدول العربية، القاهرة، متوفر على الموقع الإلكتروني

[www.asportal.org](http://www.asportal.org)

قائمة المراجع باللغة الأجنبية

A-Livre

167-Cathrine Aubertin et Franck Dominique Vivien, **Le Développement durable enjeux politiques économiques et sociaux**, La Documentation Française, IRD Edition, Paris,2005

168- Jean- Pierre Lazato- Giotar ,**Gèographie du tourisme,de l'èspace consommè à l'espace maitrisè**, Pearson èdition,France, 2003

169- Joel Raboteur, **Introduction à l'economie du tourisme** ,l' Harmattane ,2000

170- Jost Krippendorf, **Marketing et Tourisme**, Berne, Herbert Lang, 1971,

171- J.R Brent Ritchie and G.I Crouch; **The Competitive destination, a sustainable tourism Perspective**; CABI publishing; LONDON - UK; 2003

172 - Karen Delchet et autres,**Guide pratique du développement durable un savoir- faire à l'usage de tous**, Afnor,France,2005

173-Michel Balfer ;**Marketing des services touristiques et hoteliers**, Paris, ellipses,2007,

174-Robert Lanquar et Robert Hollier, **Le marketing touristique, que sais-je ?**, puf , Paris,1966

175- Seymour, Ian, **OPEC instrument of change**, Macmillan, London,1980

176-Stephen. F. Witt et Luiz Moutinho ,**Tourisme marketing and management Handbook** ,Prentice Hall, London,1995,

177-Stepfen Williams, **Tourism ecography**, first edition, United state,2003,

178- Yvette veuret, **Le développement durable: approches plurielles**, développement durable et géographie, Hatier, Paris, 2005

### **B-Rapports**

179- Berlin déclaration biological diversity and sustainable tourism, consulte le : <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/berlin.html>

180-Bilan du développement du secteur touristique, Rapport du ministère du tourisme, Algérie ,1977

180- Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and tourism sector, Raport, OIT, Genève,2001, Consulté le site : [www.oit.org/global/publications/ilo-bookstore/.../index.htm](http://www.oit.org/global/publications/ilo-bookstore/.../index.htm)

181- Dupeyras,A & N.MacCallum, Indicators for Measuring competitiveness in tourism; Aguidance Document ;OECD TOURISM papers;2013

182-Le tourisme en Afrique, Facteur de croissance et d'amélioration des moyens du subsistance,Rapport du Banque Mondial, 2011.

Consulté le site : [www.worldbank.org/africa](http://www.worldbank.org/africa)

183- Office national des statistiques (Algérie) et Ministère du tourisme & de l'Artisanat, -Rapport du Bank mondial consulté le site:

<https://data.albankaldawli.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD>

184- The Travel & Tourism competitiveness, reports annulus, (2007-2017), World Economic Forum, london. Consulté le site: [www.weforum.org/ttcr](http://www.weforum.org/ttcr)

185-Tourism In The Least Developed Contries, OMT, Madrid,2001.  
Consulté le site:

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284404513>

### **C- REVUE**

186- Barsky, Rebert B, Lutz kilian, Do We Really Know that oil Caused Great Stagflaion?, national bureau of economic research 1050,Massachusetts,Avenue, Cambridge, MA02318,Jyly, ,2001,

187 -Barksy and Kilian, Oil and the Macroeconomic since the 1970s, bureau of economic research 1050,Massachusetts, Avenue , Cambridge, MA02318, 2004

188- Christian Baumeister, Lutz Kilian, 40 years of oil price Flucctuation: why the price of oil May Still surprise us, 13 sepetembre 2015, consulté le site:

[www-personal.umich.edu/~lkilian/bk8\\_110215r1.pdf](http://www-personal.umich.edu/~lkilian/bk8_110215r1.pdf)

## قائمة المراجع

-----■-----  
189-Kilian and Murphy, The Role of Inventories and Speculative Trading in the Global Market for Crude Oil, Journal of Applied Econometrics, vol,29 issue(3), 2014,

190- Hamilton James D, What is an oil shock? Journal of Econometrics, vol,113 issue(2),2003

191-Jackman Mahalia, Revisiting The Tourism-LED Growth Hypothesis For Barbados, Aggregated Market Approach, Regional and sector Economic Studies, Vol 12-2, Bank of Barbados, 2012, consulté le site :

[www.usc.es/economet/journals2/eers/eers1223.pdf](http://www.usc.es/economet/journals2/eers/eers1223.pdf)

192-Jacques Nowak, Le Tourisme Un Danger Pour les Pays En Développement ?, Le Revue de proparco, N°7, Paris, 2010,

193-Tom Manning, Asian financial crisis to slow growth in global oil demand, Oil & Gas journal, Digital Weekly Edition, 1998.

Consulté le site: [www.ogj.com/.../asian-financial-crisis-to-slow-growth-in-global-oil](http://www.ogj.com/.../asian-financial-crisis-to-slow-growth-in-global-oil)

194- Riadh Ben Jelili and Adel –Azim, Tourism competitiveness and specialization south Mediterranean countries , (Ariel Data Approach), Journal of Development and Economic policy, vol 13N°01, Arab Planning Institute, Kuwait, January 2011.

### **D- Site web**

195- Why does oil prices rise and fall?, consult:

[www.pttpc.com/en/Media-Center/Energy.../petro\\_01\\_en.pdf](http://www.pttpc.com/en/Media-Center/Energy.../petro_01_en.pdf)

196-Berlin déclaration biological diversity and sustainable tourism  
<http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/berlin.html>

## قائمة الملاحق

### الملحق الأول: جداول إختبار استقرار سلسلة البواقي ET ( اعتمادا على إختبار ديكي فولر الموسع ) النموذج الأول: في حالة وجود قاطع

Null Hypothesis: ET has a unit root  
Exogenous: Constant  
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-1.710493	0.4104
Test critical values:		
1% level	-3.831511	
5% level	-3.029970	
10% level	-2.655194	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations  
and may not be accurate for a sample size of 19

المصدر: مخرجات برنامج eviews08

### النموذج الثاني: في حالة وجود قاطع واتجاه

Null Hypothesis: ET has a unit root  
Exogenous: Constant, Linear Trend  
Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-2.044437	0.5416
Test critical values:		
1% level	-4.532598	
5% level	-3.673616	
10% level	-3.277364	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations  
and may not be accurate for a sample size of 19

## قائمة الملاحق

المصدر: مخرجات برنامج eviews08  
النموذج الثالث: في حالة غياب قاطع واتجاه

Null Hypothesis: ET has a unit root

Exogenous: None

Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=4)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-1.761856	0.0744
Test critical values:		
1% level	-2.692358	
5% level	-1.960171	
10% level	-1.607051	

\*MacKinnon (1996) one-sided p-values.

Warning: Probabilities and critical values calculated for 20 observations  
and may not be accurate for a sample size of 19

## فهرس المحتويات

### فهرس المحتويات

الصفحة	الفهرس
	شكر وعران
	الإهداء
XII	ملخص الدراسة
أ- ذ	مقدمة
58-11	<b>الفصل الأول: تقلبات أسعار النفط وانعكاساته على الدول المصدرة</b>
11	تمهيد
12	<b>المبحث الأول: تقلبات أسعار النفط</b>
12	المطلب الأول: تطور أسعار النفط
25	المطلب الثاني: الأزمات النفطية الرئيسية
35	<b>المبحث الثاني: التبعية للاقتصاد الريعي</b>
36	المطلب الأول: الاقتصاد النفطي ونقمة الموارد
31	المطلب الثاني: الطلب على النفط وذروة هربرت
42	<b>المبحث الثالث: العوامل المؤثرة على تقلبات أسعار النفط واثارها</b>
43	المطلب الأول: العوامل المؤثرة على تقلبات أسعار النفط
48	المطلب الثاني: آثار تقلبات أسعار النفط على الدول المنتجة
58	خلاصة الفصل
137-60	<b>الفصل الثاني: مدخل للسياحة</b>
60	تمهيد
61	<b>المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة</b>
61	المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة ومفهومها
68	المطلب الثاني: أنواع السياحة واصنافها
73	المطلب الثالث: مقومات واثار السياحة
76	<b>المبحث الثاني: السياحة الدولية</b>

## فهرس المحتويات

76	المطلب الأول: مفهوم السياحة الدولية وتطورها
83	المطلب الثاني: تطور السياحة الدولية حسب الأقاليم
100	المبحث الثالث: التسويق السياحي
100	المطلب الأول: مفاهيم عامة متعلقة بالتسويق السياحي
106	المطلب الثاني: السوق السياحي
125	المطلب الثالث: المستهلك السياحي
137	خلاصة الفصل
219-139	الفصل الثالث: التنمية السياحية والتغيرات العالمية
139	تمهيد
150	المبحث الأول: السياحة المستدامة منظور تنموي
150	المطلب الأول: التنمية المستدامة
153	المطلب الثاني: السياحة المستدامة
155	المطلب الثالث: السياحة المستدامة والبيئة
165	المبحث الثاني: عولمة السياحة
165	المطلب الأول: ماهية العولمة
174	المطلب الثاني: تحرير الخدمات السياحية
178	المطلب الثالث: المنظمات السياحية الإقليمية والدولية وتحرير الخدمات السياحية
193	المبحث الثالث: الاستثمار السياحي والتنمية
193	المطلب الأول: صناعة السياحة
203	المطلب الثاني: التخطيط والتنمية
209	المطلب الثالث: الاستثمار السياحي والدول النامية
219	خلاصة الفصل
315-220	الفصل الرابع: الاقتصاد السياحي الجزائري
221	تمهيد
222	المبحث الأول: تطور السياحة في الجزائر وأهم مؤشراتها
222	المطلب الأول: تاريخ ظاهرة السياحة في الجزائر
230	المطلب الثاني: الاستثمار السياحي في الجزائر

## فهرس المحتويات

241	المطلب الثالث: مؤشرات السياحة في الجزائر
257	المبحث الثاني: الاداء الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر
257	المطلب الاول: الاثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر
268	المطلب الثاني: الاثار الاجتماعية والبيئية للسياحة على الاقتصاد الجزائري
278	المطلب الثالث: مفهوم تنافسية السياحة ومؤشراتها
285	المبحث الثالث: اختبار العلاقة بين السياحة والنمو الاقتصادي في الجزائر من خلال نموذج الانحدار الخطي البسيط ونموذج التكامل المشترك واختبار السببية
286	المطلب الاول: الجانب النظري للدراسة
292	المطلب الثاني: الجانب العملي للدراسة
314	المطلب الثالث: مناقشة النتائج المتوصل إليها
315	خلاصة الفصل
322-317	الخاتمة
324	قائمة المراجع
	فهرس المحتويات
	فهرس الأشكال والجداول
	قائمة الملاحق

## فهرس الأشكال والجداول

### فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل	الفصل
27	تحليل ثنائي المدى للزيت في سوق النفط في الشرق الأوسط في الفترة 1974-1972	(01-01)	الأول
39	أثر العلة الهولندية على الاقتصاد الكلي	(01-02)	
41	منحنى هربرت وتوقعه ذروة النفط عند وتيرة إنتاج 200 ألف برميل سنويا	(01-03)	
44	تطور الطلب على النفط 1995-2012	(01-04)	
50	العلاقة بين أسعار النفط وسلوكيات المجتمعات النفطية	(01-05)	
56	مؤشرات المالية العامة كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي للجزائر	(01-06)	
57	رصيد ميزان المدفوعات للجزائر (مليار دولار)	(01-07)	
66	مفهوم السائح	(02-01)	الثاني
78	نسبة إيرادات السياحة من الصادرات العالمية (1995-2014)	(02-02)	
79	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (2005-2015)	(02-03)	
80	المساهمة الإجمالية للسياحة في التشغيل في العالم	(02-04)	
81	نسب تطور الاستثمار السياحي نسبة مئوية (2005-2015)	(02-05)	
82	تطور الإيرادات السياحية الدولية لعشر الدول الرائدة للفترة (2013-2014)	(02-06)	
85	تطور عدد السياح في أوروبا للفترة 1995-2014 مليون سائح	(02-07)	
86	تطور إيرادات السياحة في إقليم آسيا والمحيط الهادي مليار دولار	(02-08)	
90	حصة إقليم أمريكا من السياحة الدولية 2014	(02-09)	
90	تطور إيرادات السياحة الأمريكية للفترة (1995-2014) مليار دولار	(02-10)	
94	تطور الإيرادات السياحية في منطقة الشرق الأوسط للفترة (1995-2014) مليار دولار	(02-11)	

فهرس الأشكال والجداول

94	متوسط حصة دول الربيع العربي من الناتج المحلي الإجمالي والتشغيل (2010-2000)	(02-12)	
95	متوسط عدد السياح (الملايين) ومتوسط الانفاق السياحي (مليار دولار أمريكي) للفترة 2010-2000	(02-13)	
96	عدد السياح الدوليين في مصر (2011-2000)	(02-14)	
96	إجمالي مشاركة السياحة في التشغيل للدول الربيع العربي للفترة (2015-2000)	(02-15)	
99	تطور الايرادات السياحية في افريقيا للفترة (2014-1995) مليار دولار	(02-16)	
133	مداخل التسويق السياحي	(02-17)	
135	مفهوم التسويق المجتمعي في صناعة السياحة	(02-18)	
144	التطور التاريخي لمفهوم التنمية المستدامة	(03-01)	الثالث
152	الاعمدة الثلاثة للتنمية المستدامة	(03-02)	
160	الاجراءات الدولية المطلوبة لمواجهة مشاكل البيئة	(03-03)	
160	الاجراءات المحلية المطلوبة لمواجهة مشاكل البيئة	(03-04)	
188	انتقال منحى التكاليف المتوسطة في الأجل الطويل	(03-05)	
244	المقومات الطبيعية والجغرافية للمواقع في الجزائر	(04-01)	الرابع
246	توزيع الفنادق حسب الدرجة (2014-1995)	(04-02)	
248	توزيع عدد الأسرة حسب الدرجة للفترة (2014-1995)	(04-03)	
250	توزيع الطاقة الفندقية حسب نوعية المنتج السياحي للفترة (2014-1995)	(04-04)	
252	نسبة تغطية الليالي السياحية للفترة (2014-1995)	(04-05)	
259	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بالصورة المباشرة والغير مباشرة للفترة (2014-1995)	(04-06)	

## فهرس الأشكال والجداول

262	نسبة الانفاق السياحي للفترة ( 1995-2014 )	(04- 07)	
264	الايرادات السياحية في الجزائر ( 1995-2014 )	(04-08)	
267	تطور رأس مال الاستثمار السياحي خلال الفترة 1995-2014	(04-09)	
273	نسبة مساهمة السياحة في التشغيل 1995-2014	(04-10)	
281	تركيبات مؤشر تنافسية قطاع السياحة والسفر	(04-11)	
<b>فهرس أشكال الجزء التطبيقي</b>			
294	التمثيل البياني لعلاقة الانحدار الخطي	(04-12)	
297	علاقة الاتجاه العام للنتائج المحلي الإجمالي بالطريقة الأسية	(04-13)	
298	علاقة الاتجاه العام للايرادات السياحية بالطريقة الأسية	(04-14)	

فهرس الأشكال والجدول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول	الفصل
14	تطور أسعار الزيت الخام خلال الفترة 1960-1944 (دولار للبرميل)	(01-01)	الأول
20	تطور الأسعار الاسمية والحقيقية للنفط الخام خلال الفترة 1980-2000 (دولار للبرميل)	(01-02)	
23	تطور أسعار النفط الخام خلال سنة 2001-2010 (دولار للبرميل)	(01-03)	
24	تطور أسعار النفط الخام الاسمية والحقيقية خلال الفترة 2011-2014 (دولار للبرميل)	(01-04)	
52	تطور صادرات المحروقات الجزائرية من إجمالي الصادرات خلال الفترة (1995-2014) نسبة مئوية	(01-05)	
53	تطور نسبة الجباية البترولية من إجمالي الإيرادات العامة في الجزائر للفترة (1995-2014) مليون دينار جزائري	(01-06)	
55	تطور حصة القطاع البترولي ضمن الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر للفترة (1995-2014) نسبة مئوية	(01-07)	
76	تطور عدد السياح الدوليين في الفترة 1950-2014 ) مليون سائح	(02-01)	الثاني
77	تطور عائدات السياحة الدولية 1980-2014 ( مليون أورو)	(02-02)	
78	الفاعلون العشر في السياحة الدولية للفترة 2013-2014	(02-03)	
84	تطور عدد السياح عبر الأقاليم (1995-2014) مليون سائح	(02-04)	
88	تطور عدد السياح الدوليين لإقليم اسيا والمحيط الهادي (1995-2014) مليون سائح	(02-05)	
89	تطور السياحة الدولية في أمريكا (1995-2014)	(02-06)	
92	تطور السياحة الدولية في إقليم الشرق الاوسط (1995- 2014) مليون سائح	(02-07)	

فهرس الأشكال والجداول

93	السياحة الدولية في دول الشرق الأوسط	(02-08)	
99	تطور السياحة الدولية في افريقيا (1950-2014)	(02-09)	
187	مقارنة بين اقتصاد المعرفة واقتصاد عصر الصناعة	(03-01)	الثالث
198	بنود الميزان السياحي	(03-02)	
224	توزيع الاستثمارات على القطاعات الاقتصادية خلال المخطط الثلاثي 1967-1969	(04-01)	الرابع
225	حصيلة برنامج المخطط الثلاثي بين سنتي 1967-1969	(04-02)	
226	توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال الرباعي الأول	(04-03)	
228	توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات التنموية خلال المخطط الرباعي الثاني	(04-04)	
229	المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول	(04-05)	
230	طاقة الاستقبال نهاية 1989	(04-06)	
238	توزيع الأقطاب السياحية ضمن المخطط التوجيهي للتنمية	(04-07)	
240	الطاقة الفندقية حسب الإطار القانوني 2012-2013	(04-08)	
245	عدد الفنادق وتصنيفها حسب الدرجة للفترة ( 1995- 2014)	(04-09)	
247	تطور عدد الأسرة حسب الدرجة خلال الفترة (1995- 2014)	(04-10)	
249	توزيع طاقة الإيواء في المؤسسات حسب نوعية المنتج السياحي خلال الفترة ( 1995-2014)	(04-11)	
251	تطور الطاقة الفندقية معبر عنها بأعداد الأسرة خلال الفترة 1995-2014	(04-12)	
253	عدد السياح الوافدين للجزائر (1995-2014) مليون سائح	(04-13)	
261	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة ) (1995-2014) نسبة مئوية	(04-14)	

فهرس الأشكال والجداول

263	نسبة الانفاق السياحي في الجزائر	(04-15)
265	تطور الايرادات السياحية الجزائرية 1995-2015	(04-16)
266	دور السياحة في ميزان المدفوعات للفترة (1990-2014) مليون دولار أمريكي	(04-17)
270	قيمة رأس مال الاستثمار السياحي في الجزائر (1990-2014) مليون دولار أمريكي	(04-18)
272	نصيب الفرد من الايرادات السياحية الجزائرية للفترة (1997-2014) دولار أمريكي	(04-19)
282	مساهمة السياحة في التشغيل في الجزائر للفترة (1990-2014)	(04-20)
283	المؤشر الكلي للتنافسية السياحية لدول شمال افريقيا خلال الفترة (2007-2017)	(04-21)
289	تطور تنافسية السياحة من خلال المؤشرات الفرعية في الجزائر خلال الفترة 2007-2015	(04-22)
313-294	فهرس جداول الجزء التطبيقي	
294	تقدير نموذج الانحدار الخطي البسيط	(04-23)
296	جدول تطور الناتج المحلي الإجمالي للجزائر (1995-2014)	(04-24)
300-299	اختبار استقرار سلسلة PIB	
301-299	اختبار ديكي فولر	
299	اختبار معنوية الاتجاه العام للنموذج الثالث	(04-25)
300	اختبار معنوية الاتجاه العام للنموذج الثاني	(04-26)
300	اختبار معنوية الاتجاه العام للنموذج الأول	(04-27)
302-301	اختبار ديكي فولر الموسع	
301	اختبار معنوية النموذج دون قاطع ودون اتجاه) النموذج	(04-28)

فهرس الأشكال والجداول

	الرابع	
302	اختبار معنوية النموذج بوجود قاطع ( النموذج الخامس)	(04-29)
302	اختبار معنوية النموذج بوجود القاطع والاتجاه (النموذج السادس)	(04-30)
303-303	اختبار استقرار سلسلة $Rt$	(04-33;31)
303-303	اختبار ديكي فولر الموسع	
303	اختبار معنوية النموذج دون قاطع ودون اتجاه ( النموذج الرابع)	(04-31)
303	اختبار معنوية النموذج بوجود قاطع (النموذج الخامس)	(04-32)
303	اختبار معنوية النموذج بوجود قاطع واتجاه (النموذج السادس)	(04-33)
305-303	اختبار استقرار السلسلتين بعد أخذ الفارق الأول	(04-39,34)
305-304	اختبار استقرار السلسلة $DPIB$	(04-36;34)
303	اختبار ديكي فولر الموسع	
304	اختبار معنوية النموذج دون قاطع ودون اتجاه ( النموذج الرابع)	(04-34)
304	اختبار معنوية النموذج بوجود قاطع (النموذج الخامس)	(04-35)
305	اختبار معنوية النموذج بوجود قاطع واتجاه (النموذج السادس)	(04-36)
306-305	اختبار استقرار السلسلة $DRT$	(04-39,37)
306-305	اختبار ديكي فولر الموسع	
305	اختبار معنوية النموذج دون قاطع ودون اتجاه ( النموذج الرابع)	(04-37)
306	اختبار معنوية النموذج بوجود قاطع (النموذج الخامس)	(04-38)

فهرس الأشكال والجداول

306	اختبار معنوية النموذج بوجود قاطع واتجاه (النموذج السادس)	(04-39)
313-307	اختبار التكامل المشترك	(04، 47، 40)
307	تقدير علاقة الانحدار الخطي	(04-40)
308	نتائج اختبار الجذر الوجودي لسلسلة بواقي الانحدار الطي	(04-41)
309-308	اختبار تشخيص البواقي	(04-44، 42)
308	اختبار الارتباط الذاتي بين قيم سلسلة البواقي ( اختبار LM)	(04-42)
309	اختبار التوزيع الطبيعي لقيم سلسلة البواقي	(04-43)
309	اختبار عدم ثبات التباين ARCH	(04-44)
310	تحديد فترات الإبطاء	(04-45)
311	تقدير شعاع الانحدار الذاتي	(04-46)
313	اختبار السببية لغرانجر	(04-47)

