

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل



كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
العنوان:

دور السياحة في دعم احتياطي النقد الأجنبي

دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس خلال الفترة 2000-2017

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص : تسويق فندقية وسياحية

إشراف الأستاذ:

﴿ بوغرة لطفي ﴾

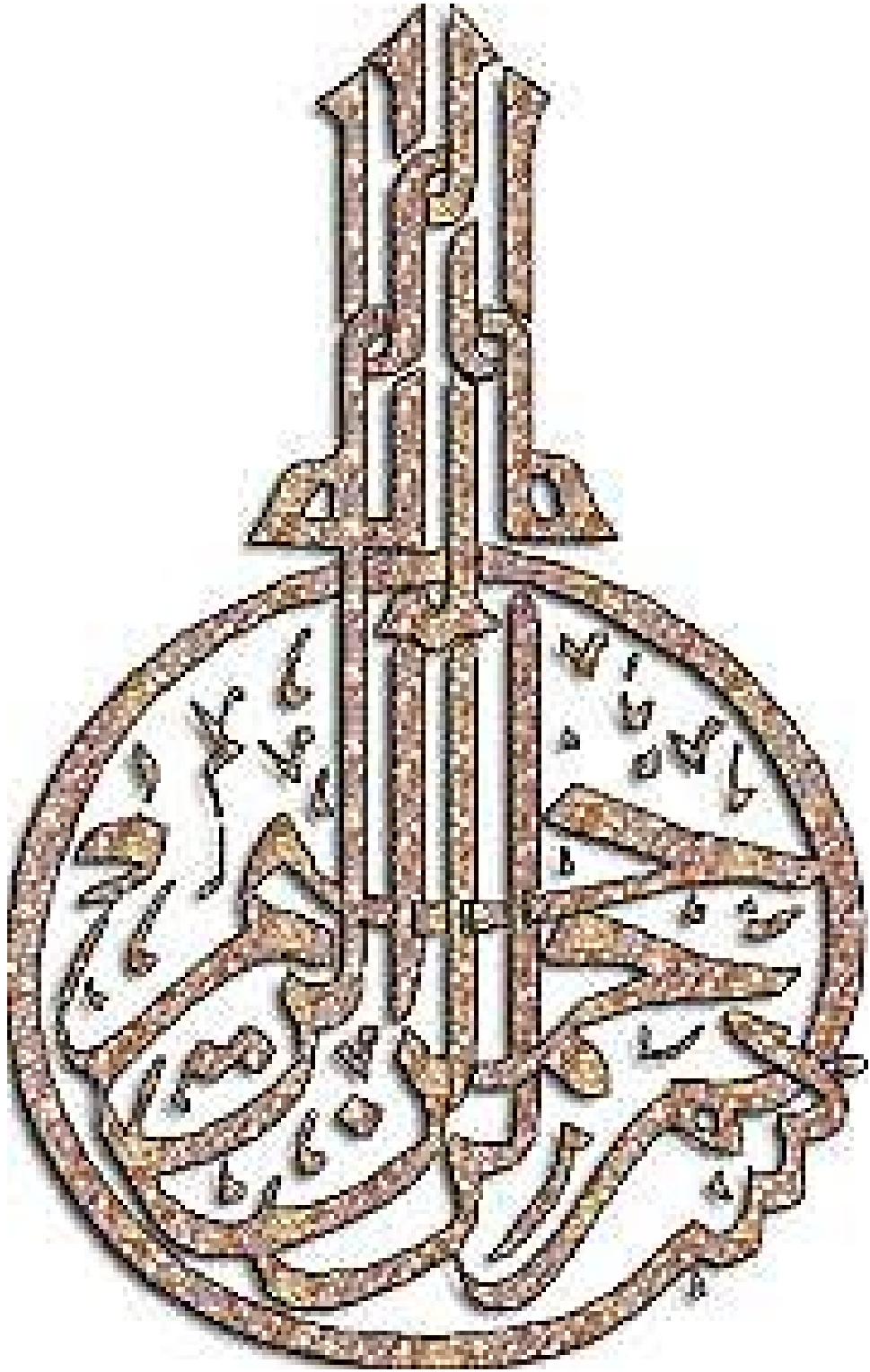
إعداد الطلبة:

♣ عمامرة محمد

♣ عميور موسى

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة جيجل	بوعموشة حميدة
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	بوغرة لطفي
مناقشا	جامعة جيجل	حسن مفتاح

السنة الجامعية : 2018-2019



فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُحْزِيٌ

الْكَافِرِينَ (سورة التوبة، الآية 02)

كلمة شكر وتقدير

الحمد لله وكفى والسلاة والسلام على النبي المصطفى سيدنا محمد
صلى الله عليه وسلم.

نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه

على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم والبصيرة.

يشرّفنا أن نتقدم بجزيل الشكر إلى أستاذنا الفاضل **"بوغرة لطفي"**

على مجهوداته القيمة التي بدلها، وتوجيهاته التي قدّمتها وعلى الثقة
التي وضعها في شخصنا،

والتي كانت حافزا لإتمام هذا العمل المتواضع.

كما نتوجه بشكرنا الخالص إلى كل أساتذة قسم العلوم التجارية

ولا ننسى أن نقدم امتناننا وتقديرنا لكل

من قدم لنا يد العون والنصح من قريب أو من بعيد،

وحفزنا على إتمام هذا العمل.

وشكرا

إهداء

اللهم علمنا ما ينفعنا وانفعنا بما علمتنا وزدنا علما نافعا ولسانا ذاكرا

وقلبا خاشعا وجسدا على البلاء صابرا

أتقدم بهذا العمل المتواضع إلى جميع أفراد عائلتنا، وكل من كان سندا لنا

في انجاز مذكرتنا.

أتقدم إلى عائلتي وزوجتي وبناتي مريم ، ميليسا

كما نهدي هذا العمل إلى أساتدتنا الكرام في قسم العلوم التجارية بالأخص

تخصص فندي وسياحي وزملائنا في طلب العلم، زملائنا في المهنة، جميع


الأصدقاء ممتنين من الله عزوجل أن يمن عليهم بالتوفيق في أعمالهم

والنجاح في حياتهم.

محمد

الصفحة	المحتوى
	شكر وتقدير
	إهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول والأشكال
	الملخص
أ- و	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري والمفاهيمي للسياحة	
08	تمهيد
09	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة
09	المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة ومفهومها
17	المطلب الثاني: أبعاد السياحة، أسسها ومكوناتها
36	المطلب الثالث: أنواع السياحة وأصنافها
39	المبحث الثاني: مقومات السياحة والعوامل المؤثرة عليها
40	المطلب الأول: مفهوم مقومات السياحة
41	المطلب الثاني: أنواع المقومات السياحية
44	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على مقومات السياحة
47	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: احتياطات النقد الأجنبي ودور السياحة في دعمها	
49	تمهيد
50	المبحث الأول: أساسيات حول احتياطات النقد الأجنبي
50	المطلب الأول: تعريف احتياطات النقد الأجنبي
52	المطلب الثاني: العملات المكونة للاحتياطي
56	المطلب الثالث: مكونات أخرى للاحتياطي
59	المطلب الرابع: استخدامات احتياطات النقد الأجنبي
61	المبحث الثاني: مساهمة السياحة في دعم الاحتياطي من النقد الأجنبي
61	المطلب الأول: الاستثمار السياحي الأجنبي كمصدر للحصول على الاحتياطي من النقد الأجنبي

64	المطلب الثاني: الانفاق اليومي للسائحين كمصدر للحصول على الاحتياطي من النقد الأجنبي.
68	المطلب الثالث: الإيرادات السياحية من السائحين كمصدر للحصول على الاحتياطي من النقد الأجنبي
	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: دراسة مقارنة لدور السياحة في دعم احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر مع تونس خلال الفترة 2000-2017	
70	تمهيد
71	المبحث الأول: نظرة عامة حول السياحة في الجزائر وتونس
71	المطلب الأول: الإمكانيات السياحية في الجزائر
78	المطلب الثاني: الإمكانيات السياحية في تونس
83	المبحث الثاني: واقع احتياطي النقد الأجنبي للجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2017).
83	المطلب الأول: واقع احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر
84	المطلب الثاني: واقع احتياطي النقد الأجنبي في تونس
86	المبحث الثالث: اسهام السياحة في احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر وتونس
86	المطلب الأول: مقارنة التدفقات السياحية البشرية والمالية للجزائر وتونس للفترة (2000-2017)
90	المطلب الثاني: مقارنة نسبة مساهمة السياحة في احتياطي النقد الأجنبي للجزائر وتونس للفترة (2000-2017)
93	المطلب الثالث: الصعوبات التي تواجه السياحة في الجزائر والحلول المقترحة لمواجهتها
95	خلاصة الفصل
96	الخاتمة
100	قائمة المراجع



قائمة الجداول

والأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
53	حصة العملات الاحتياطية في إجمالي الحيازات الرسمية من النقد الأجنبي 2008 - 2014.	01
54	وظائف العملات الأجنبية حسب مصفوفة كروجمان (KREUGMAN).	02
58	SDR بالأوزان الجديدة لسنة 2011.	03
59	نسبة مساهمة الشريحة الاحتياطية في إجمالي احتياطي الصرف الأجنبي (2011 - 2014)	04
63	حجم الاستثمارات السياحية العالمية للفترة (2007-2017).	05
64	يبين البلدان الأكثر استفادة من الإنفاق السياحي لسنة 2017.	06
66	الفاعلون العشر في السياحة الدولية للفترة (2013-2014).	07
75-74	تطور الحظيرة الفندقية الوطنية في الجزائر	08
76	تطور عدد الفنادق حسب عدد المنتج	09
78	تطور البنية التحتية للجزائر	10
81	تطور عدد الفنادق والأسرة في الفترة (200 - 2017)	11
82	تطور البنية التحتية لتونس	12
83	التغيرات في احتياطات النقد الأجنبي للجزائر خلال الفترة (2000-2017)	13
85-84	التغيرات في احتياطات النقد الأجنبي لتونس خلال الفترة (2000-2017)	14
87-86	مقارنة عدد السياح الوافدين للجزائر وتونس خلال الفترة (2000 - 2017)	15

89-88	مقارنة إيرادات السياحة للجزائر وتونس خلال الفترة (2017 - 2000)	16
91	نسبة مساهمة السياحة في احتياط النقد الأجنبي للجزائر وتونس خلال الفترة (2017 - 2000)	17

قائمة الأشكال

الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
19	خصائص الطلب السياحي	01
25	وسائل الانفاق السياحي	02
36	أهم تصنيفات السياحة	03
57	أنواع السيولة الدولية	04
85	تطور احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2017)	05
87	مقارنة تطور عدد السياح الوافدين للجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2017)	06
89	تطور الإيرادات السياحية للجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2017)	07
92	نسبة مساهمة السياحة في احتياطي النقد الأجنبي للجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2017)	08

ملخص:

تهدف هذه الدراسة لتبيان دور السياحة في دعم احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر وذلك من خلال دراسة مقارنة مع تونس. ورغم أهمية السياحة كمصدر حيوي ومتجدد للعملة الصعبة، إلا أن الجزائر لا تقوم باستغلال مواردها الطبيعية والبشرية أحسن استغلال بعكس تونس التي تملك الموارد الطبيعية وبشرية أقل بكثير من الجزائر، والتي حققت قفزة نوعية في قطاع السياحة من خلال المساهمة الكبيرة لإيراداتها السياحية في دعم الاحتياطي النقد الأجنبي بنسبة كبيرة. وعليه يجب على الحكومة الجزائرية إعطاء أهمية كبيرة للسياحة من خلال الاقتداء بالتجربة السياحية لتونس، وتوصي الدراسة بأنه يجب على الجزائر تبني سياسة واستراتيجية واضحة المعالم من شأنها تنمية القطاع السياحي وتفعيل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030.

الكلمات المفتاحية: السياحة، احتياطي النقد الأجنبي، العملة الصعبة، الجزائر، تونس.

Abstract:

This study aims to illustrate the role of tourism in supporting the foreign exchange reserve in Algeria through a comparative study with Tunisia. Despite the importance of tourism as a vital and renewable source of hard currency, Algeria is not exploiting its natural and human resources in the best possible way, unlike Tunisia, which has much less natural and human resources than Algeria, which has made a quantum leap in the tourism sector by contributing significantly to its tourism revenues in supporting the foreign exchange reserve by a large percentage. Therefore, the Algerian Government should give great importance to tourism by emulating Tunisia's tourism experience. The study recommends that Algeria should adopt a clearly defined policy and strategy that will develop the tourism sector and activate the tourism configuration guideline horizon 2030.

Keywords: tourism, foreign exchange reserves, hard currency, Algeria, Tunisia.

مقدمة

يعتبر احتياطي النقد الأجنبي كضمان أمان للدول، إذ يساعدها في مواجهة الصدمات والأخطاء غير المتوقعة ويجنبها السياسات الاقتصادية، ولذلك تسعى جميع الدول وتحرص على تكوين احتياطي النقد الأجنبي ودعمه من أجل تسوية مدفوعات الدولة، ومعالجة العجز المؤقت والطارئ في ميزانيتها، وتعرف هذه الاحتياطات على أنها تلك الأصول التي وجب الاحتفاظ بها من طرف الدولة والتي تلقى قبولا دوليا، والمتمثلة في الذهب والعملات الأجنبية، إضافة إلى حقوق السحب الخاصة والشريحة الاحتياطية لدى صندوق النقد الدولي.

وفي هذا الإطار فإن السياحة أصبحت تشكل جزءا هاما من التنمية الاقتصادية، ومصدرا للمداخيل بالعملة الصعبة التي تعتبر من أهم مكونات هذا الاحتياطي، من خلال استثمار رؤوس الأموال الأجنبية في قطاع السياحة، إضافة إلى النفقات اليومية للسائحين، وكذا الإيرادات السياحية من السائحين.

وتعتبر دول المغرب العربي من الدول التي اهتمت بتطوير وتنمية القطاع السياحي كونه مصدرا هاما للعملات الأجنبية، وهي تتشابه فيما بينها من حيث المقومات الطبيعية والحضارية، فهي لها نفس الموقع "شمال إفريقيا" وتبعد بنفس المسافة عن أكبر سوق مصدر للسياح، ولها نفس التضاريس من الجبال والهضاب والصحراء والمناخ والنبات، ولها شريط ساحلي مطلا على البحر الأبيض المتوسط فتونس تتوفر على جميع مقومات الجذب السياحي، حيث يتشابه وضعها مع وضع الجزائر من حيث توفر هذه المقومات، ولكن تختلف من حيث إيراداتها السياحية بالعملة الصعبة.

وفي هذا الصدد نود من خلال الدراسة الراهنة معرفة أسباب المساهمة الضعيفة للسياحة في الجزائر في الرفع من احتياطي النقد الأجنبي مقارنة بتونس، وحتى نحاول الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

1- ما دور السياحة في دعم احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر وتونس؟

2- الأسئلة الفرعية:

من أجل دراسة جوانب الإشكالية قمنا بطرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الآثار الاقتصادية للسياحة على الدول المستقبلية؟

- ما المقصود باحتياطي النقد الأجنبي؟ وماهي مصادر تراكمه؟

- ما هي المقومات السياحية للجزائر وتونس؟ وهل هناك تشابه في العناصر السياحية؟
- ما هي نسبة مساهمة السياحة في الرفع من احتياطي النقد الأجنبي في تونس والجزائر؟
- هل يمكن أن تكون السياحة بديلا للمحروقات في دعم احتياط النقد الأجنبي للجزائر في ظل الأزمة التي تمر بها؟

3- الفرضيات

تنطلق الدراسة الراهنة من الفرضيات التالية:

- وجود عناصر سياحية متشابهة في الجزائر وتونس يجعل الأهمية الاقتصادية للسياحة متطابقة.
- تساهم السياحة في دعم احتياط النقد الأجنبي في تونس أفضل منها في الجزائر.
- في ظل الأزمة التي تمر بها الجزائر فإن السياحة تعتبر بديلا ممتازا لتدعيم احتياطاتها من النقد الأجنبي في ظل انهيار أسعار البترول.

4- أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- الإلمام ببعض الجوانب النظرية للسياحة وأهم عائداتها السياحية من العملة الصعبة، إضافة إلى احتياطي النقد الأجنبي ومصادر الحصول عليه من السياحة.
- التعرف على حجم الإيرادات السياحية وحجم الاحتياطيات من النقد الأجنبي للدولتين محل الدراسة (الجزائر وتونس) ومدى مساهمة الإيرادات السياحية في دعم احتياطيات النقد الأجنبي للبلدين.
- التعرف على أسباب محدودية حجم الإيرادات السياحية للجزائر من خلال التجربة السياحية لتونس ومحاولة اقتراح حلول لها.

5- أهمية الدراسة

تعتبر دراسة السياحة والدور الذي تلعبه في زيادة احتياطات النقد الأجنبي من أهم القضايا التي يجب الوقوف عندها في ظل ما تعانيه الجزائر بسبب انخفاض أسعار النفط، وتآكل احتياطياتها من النقد الأجنبي، رغم أنها تعتبر من الدول التي تتمتع بمقومات سياحية متنوعة قادرة على التنافس وخلق طلب أجنبي لعناصرها، فالجزائر لا تعطي أهمية كبيرة للسياحة رغم أنها تمثل مصدرا قويا لدعم احتياطياتها من النقد الأجنبي ومثال ذلك تونس.

- كما تظهر أهمية الدراسة في تسليط الضوء على أهمية حيازة احتياطات النقد الأجنبي كصمام أمان للصدمات وعلاج الخلل في ميزان مدفوعات الدول.

- معرفة المعوقات والصعوبات التي تقف كحاجز أمام التدفقات السياحية البشرية للجزائر ومحاولة إيجاد حلول لها.

6- أسباب اختيار الموضوع

إن التطور الذي شهده قطاع السياحة في العالم وما أفرزته دول الجوار، وخاصة تونس من نجاح في هذا القطاع كان دافعا لي من أجل تناول هذا الموضوع للدراسة، كما أن العائدات المالية المعتبرة المتدفقة من هذا القطاع خاصة بالنقد الأجنبي على هذا البلد كان دافعا آخر لي في هذه الدراسة، للوقوف على أسباب عجز قطاع السياحة في الجزائر مقارنة بتونس، والبحث في كيفية إيجاد سبل النهوض بهذا القطاع، وجعله يساهم في التنمية الاقتصادية للبلاد، ويمكن حصر هذه الأسباب في جملة من النقاط وهي:

- تطور قطاع السياحة في دول الجوار خاصة تونس وركوده في الجزائر، رغم توفرها على إمكانيات سياحية معتبرة لا تقل أهمية عن ما يتوفر عليه في تونس.

- الإيرادات السياحية الهامة التي حققتها السياحة في دول الجوار ومنها تونس ومحدوديتها في الجزائر.

- محاولة إيجاد السبل الكفيلة للنهوض بالسياحة في الجزائر لتؤدي دورها في التنمية الاقتصادية.

7- منهج الدراسة

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة من خلال إثبات أو نفي صحة الفرضيات اعتمدنا في بحثنا على المنهج الوصفي التحليلي.

فقد اعتمدنا على الوصف في الجانب النظري للبحث من خلال تعريف كل من السياحة وأهميتها وخصائصها وكذا آثارها، إضافة إلى المقومات السياحية والعوامل المؤثرة عليها، ثم التطرق إلى واقعها في الجزائر وتونس، بالإضافة إلى تعريف احتياطي النقد الأجنبي واستخداماته وعملاته وواقعه في الجزائر وتونس، وكذلك مساهمة السياحة في احتياطي النقد الأجنبي من خلال حساب نسبة الإيرادات السياحية إلى الاحتياطي.

وإستخدام المنهج المقارن في تحليل هذه النسب ومقارنتها لكلا البلدين محل الدراسة خلال فترة محددة من 2000 إلى 2017، وإيجاد الفروق بينهما كإسقاط منا للدراسة النظرية في الواقع.

8- حدود الدراسة

تحددت دراستنا من جانبين زمني ومكاني.

الإطار الزمني: لقد ركزنا على الفترة (2000-2017) بسبب ما شهدته هذه الفترة من تطور في حجم الإيرادات السياحية والارتفاع المتزايد للسياح في العالم، إضافة إلى مستوى احتياطات النقد الأجنبي الذي شهد ارتفاعا منذ بداية فترة الدراسة بسبب ارتفاع أسعار البترول، بالإضافة إلى الأحداث السياسية والأمنية والصدمات الاقتصادية التي شهدها العالم خلال هذه الفترة كإزمة، 2008 والأوضاع لأمنية في الشرق الأوسط.

الإطار المكاني: أما الدراسة التطبيقية فقد خصت الجزائر وتونس كمقارنة بينهما.

9- الدراسات السابقة

نظرا لعدم اهتمام الجزائر بالسياحة ومدى مساهمتها الكبيرة في الرفع من احتياطات النقد الأجنبي واعتمادها على صادرات المحروقات بالدرجة الأولى كمصدر رئيسي لتكوين الاحتياطات النقدية، فأغلب الدراسات لا تتطرق إلى الدور الذي تلعبه السياحة في دعم الاحتياطي من النقد الأجنبي في الجزائر على وجه الخصوص، وقد اعتمدنا في بحثنا على الدراسات التالية:

الأولى وهي أطروحة دكتوراه للباحثة مليكة حفيظ شبايكي بعنوان: **السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية حالة الجزائر (2003)**، تناولت فيها الباحثة: مفاهيم السياحة وتطورها واتجاهاتها، القطاع السياحي ودوره في الاقتصاد الجزائري في ظل التحولات المحلية والعالمية، وقد توصلت الباحثة إلى أن مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الوطني لم تكن ذات أهمية حتى قبل سنوات التسعينات، وذلك بسبب تركيز السياسة الاقتصادية على قطاع المحروقات وإهمالها لقطاع السياحة.

الثانية: أطروحة دكتوراه للباحث كواش خالد بعنوان: **أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر (2003-2004)**، تطرق الباحث فيها إلى تاريخ ومفهوم السياحة والسائح، السياحة كنشاط اقتصادي أهميتها ومؤشراتها، مقومات تنظيم وأداء السياحة، وفي الفصل الأخير تناول أفاق ومستقبل السياحة في الجزائر كنشاط اقتصادي مهم.

الثالثة: أطروحة دكتوراه للباحثة صليحة عشي بعنوان: **"الأداء والآثار الاقتصادية للسياحة في الجزائر، تونس والمغرب (2010-2011)"**، وقد تطرقت الباحثة في هذا البحث إلى المقاربات المفاهيمية حول موضوع السياحة أنواعها وأسسها، كما تطرقت إلى المقومات السياحية والآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة في البلدان الثلاثة، وقد توصلت الباحثة إلى ضعف الآثار التنموية لقطاع السياحة في الجزائر مقارنة بتونس والمغرب، رغم المقومات السياحية الطبيعية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر.

الرابعة: دراسة لمحمدي الطيب أ محمد: أطروحة دكتوراه بعنوان: **إدارة احتياطي الصرف الأجنبي في الجزائر (الواقع والمتطلبات)**، وقد قام من خلال هذا البحث بعرض أهم المفاهيم المتعلقة باحتياطي الصرف الأجنبي وشرح مكونات احتياطي الصرف شرحا مفصلا، وخلص إلى أن مكونات الاحتياطي هي الذهب والعملات الأجنبية ومركز الاحتياطي لدى صندوق النقد الدولي وحقوق السحب الخاصة وصولا إلى أنها مقبولة ومتاحة من طرف السلطات النقدية لمختلف بلدان العالم، كما خلص إلى إن العملات العالمية الخمسة (الدولار، الأورو، ...) هي التي تسيطر على حجم الاحتياطات الدولية والدولار هو الأول.

10- تقسيمات الدراسة

للإجابة على التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية وتحقيق الأهداف، واختيار الفرضيات ثم تقسيم الدراسة إلى مقدمة عامة وثلاثة فصول وخاتمة.

الفصل الأول: تطرقنا في المبحث الأول إلى الإطار النظري والمفاهيمي للسياحة، أما المبحث الثاني تناولنا فيه المقومات السياحية والعوامل المؤثرة عليها.

الفصل الثاني: تناولنا في المبحث الأول أساسيات حول احتياطات النقد الأجنبي، أما في المبحث الثاني تطرقنا إلى مساهمة السياحة في دعم الاحتياطي من النقد الأجنبي.

الفصل الثالث: جاء في المبحث الأول نظرة عامة حول السياحة في الجزائر وتونس، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه واقع الاحتياطي النقدي الأجنبي للجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2017)، والمبحث الثالث جاء بعنوان إسهام السياحة في دعم احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2017).

وأخيرا الخاتمة نقوم بتقديم نتائج الدراسة في ظل الفرضيات التي وضعناها ونختم دراستنا بتقديم توصيات من شأنها أن تدعم الموضوع.

11- صعوبات الدراسة

من خلال بحثنا في هذا الموضوع واجهتنا صعوبات منها:

- نقص المصادر خاصة فيما يتعلق بالإحصائيات حول الجزائر وتضاربها إن وجدت.

- قلة التقارير والإفصاح عن الإحصائيات والمؤشرات السياحية في الجزائر سواء بالنسبة للديوان الوطني للسياحة أو الوزارة.

الفصل الأول:

الإطار النظري ولمفاهيمي للسياحة

تمهيد

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة.

المبحث الثاني: مقومات السياحة والعوامل المؤثرة عليها.

خلاصة الفصل

تمهيد

تعد السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم كون أن اقتصاديات كثير من الدول تقوم عليها من خلال المكانة التي وصلت إليها كصناعة قائمة بذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها. كما أصبحت علما متعدد الجوانب متشعب الفروع يدرس في الجامعات والمعاهد الدولية ولها مؤسساتها ومنظمات ترعاها.

فالسياحة تعد احد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية في العالم فهي قادرة على جلب مداخيل هامة من العملة الصعبة وامتصاص البطالة وترقية مناطق بأكملها. وعليه أصبحت السياحة تكتسب أهمية في المجالات المختلفة فجاء هذا الفصل لإلقاء نظرة عامة حول السياحة من خلال مبحثين هما:

❖ المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة.

❖ المبحث الثاني: مقومات السياحة والعوامل المؤثرة عليها.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

السياحة ظاهرة قديمة نشأت مع ظهور الإنسان ثم تطورت وازدهرت حسب كل مرحلة يتوصل فيها إلى ابتكار أشياء جديدة لتلبية حاجاته ورغباته المتجددة، وبذلك تنوعت مظاهرها حسب الهدف من الرحلة وأصبحت صناعة قائمة بذاتها تتألف من مجموعة مركبة من الخدمات الضرورية لراحة الضيف الزائر ولها أهميتها الاقتصادية والاجتماعية للبلد المضيف نظرا لحجم المداخل التي يحققها الإنفاق السياحي والاحتكاك الاجتماعي والثقافي الذي يحققه التواصل بين مجموع السائحين من مختلف أنحاء العالم.

ومن هذا المنطلق فقد خصصنا هذا المبحث لتحديد التطور التاريخي للسياحة ومفهومها، أبعادها وأسسها، مكوناتها وأنواعها.

المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة ومفهومها

السياحة ظاهرة اجتماعية وإنسانية تزامنت نشأتها مع ظهور الإنسان وارتبطت مظاهرها مع سعيه في الحصول على ضروريات الحياة من طعام وشراب ومأوى أو البحث عن مجتمعات بشرية أخرى لغرض التعايش أو التكاثر، ومع التقدم والتطور الحضاري والتكنولوجي للإنسانية تحولت السياحة إلى ظاهرة اجتماعية وثقافية هدفها المتعة والراحة والاستجمام، وأصبحت تساهم بالمداخل القومية لاقتصاديات العديد من دول العالم. لذلك سنحاول من خلال هذا المطلب إعطاء لمحة تاريخية عن نشأة السياحة ومفهومها.

أولاً: التطور التاريخي للسياحة.

يمكن أن نقسم المراحل التي مرت بها السياحة إلى أربعة (04) مراحل:

1- مرحلة العصور البدائية: وحينها لم يكن هناك قوانين تحكم تصرف الإنسان سوى قوى الطبيعة¹ 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 واشباع احتياجاته الشخصية ومن أبرز مظاهر السياحة في تلك الفترة استخدام الدواب والسفن الشراعية وتجسدت أهدافها في:²

- الانتقال بهدف التجارة.
- الانتقال بهدف زيارة الأماكن المقدسة.

¹ عصام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، دار الراجحة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، عمان، 2011، ص126.

² مرزوق عابد الفعيديو وآخرون، مبادئ السياحة، دار اثراء للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011، ص10.

- انتقال أبناء الملوك للتعلم في المراكز الدينية في لندن وأوروبا.
- انتقال أبناء الأغنياء للتمتع بالطبيعة والمصايف.

2- مرحلة العصور الوسطى: وتبدأ بسقوط الإمبراطورية الرومانية، عام 395م حتى القرن الخامس ميلادي¹، وشهدت العصور الوسطى تطور في النقل البحري الأوروبي تزامنا مع ظهور الدولة الإسلامية كقوة حضارية منافسة، وامتدادها إلى بيزنطة عاصمة البيزنطيين من جهة، وإلى أوروبا من جهة أخرى، جعل منها دولة ذات اتساع فكري وبروز عدد من الرحالة العرب من أمثال ابن بطوطة، وابن جبير، والمسعودي والبلازري.

ومن أهم دوافع السفر في هذه الفترة:

- دافع التجارة.

- الدافع الديني.

- الترحال والاستكشاف.

- طلب العلم.

- توطيد العلاقات ودافع الاستشفاء.

3- مرحلة عصر النهضة: تبدأ هذه المرحلة بعد انتهاء عصر الإقطاع 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:²

- المغامرة والاستكشاف.

- الثقافة وطلب المعرفة.

- المتعة والمشاهدة.

- الدافع الديني.

¹ نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص12.

² صورية مساني، الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة ما بعد البترول دراسة حالة الجزائر للفترة 1995-2014 دراسة قياسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير K قسم العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف 01، 2018-2019، ص62.

4- السياحة في العصر الحديث: ويمكن تقسيمها إلى¹:

- مرحلة الثورة الصناعية (1750-1850): هي المرحلة التي واكبت اكتشاف قوة البخار مما ترتب عليه سهولة المواصلات وتميزت تلك الفترة بزيادة عدد السائحين وتنوع الرغبات والأهداف السياحية.
- مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية: هي المرحلة التي نتجت عنها طفرة صناعة السياحة نتيجة إرهاب الشعوب في الحرب و الرغبة في الترف ونشر الإسلام وطي صفحات الماضي مع توافر وسائل النقل الحديثة الناتجة عن تحول الطائرات الحربية إلى مدنية وانخفاض تكلفة السفر.

ثانيا: مفهوم السياحة والسائح.

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

1- مفهوم السياحة في الإسلام.

إن المفهوم اللغوي للفظ السياحة نجد انه يعني التجوال وعبارة: " ساح في الأرض " يعني ذهب وسار على وجه الأرض جاء 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 مُحْزِي الكَافِرِينَ (2) ﴾² ومعنى سيروا ايها المشركين سير السائحين أمينين مدة أربعة أشهر لا يتعرض من خلالها لكم أحد، إضافة إلى ذلك فإن من فرائض الإسلام حج البيت لمن استطاع إليه سبيل، وهذا ما يدخل في إطار السياحة الدينية، وفي نفس السورة الآية (111-112) ﴿ التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمِنُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ (112) ﴾³، ومعنى السائحون هنا الصائمون لقول رسول الله صلى الله عليه وسلم " سياحة أمتي الصوم" ويقول المفسرون السائحون هم المسافرون للجهاد أو طلب العلم، في سورة التحريم ورد قوله تعالى: ﴿ عَسَىٰ رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَكُمُ أَنْ يُبَدِّلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكُمْ مِّنْكُمْ مُّسْلِمَاتٍ مُّؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأَبْكَارًا (5) ﴾⁴، ومعنى السائحات هنا الصائمات سمي الصائم سائحا لأنه يسبح من النهار بلا زاد وقال بعض المفسرين مهاجرات أو صائمات.

¹ صورية مساني، المرجع السابق، ص62.

² سورة التوبة، الآيتين 1-2.

³ سورة التوبة، الآيتين 111-112.

⁴ سورة التحريم، الآية 04.

2- 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 إجتماعية ومنه من يراها ظاهرة اقتصادية.

- **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.¹

- **تعريف جون ميشو (J.Lminchand):** 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 المقدرات الدينية والتجمعات الرياضية إلى غير ذلك.²

- **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 وتغيير المحيط الذي يعيش فيه الانسان، الوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال الطبيعة ونشوة الاستمتاع بجمالها.³

- **تعريف الاقتصادي النمساوي Herman Vonsholteron** عرفها على أنها كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب واقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة" نجد انه من خلال هذا التعريف قد ركز على النواحي الاقتصادية فضلا عن اشارته إلى السياحة الداخلية والخارجية.⁴

ومن التعاريف 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

¹ Stephene Williams, **Tourism echography**, first edition, united states, 2003, p03.

² خالد كواش، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، الطبعة الثانية، دار التنوير، الجزائر، 2007، ص25.

³ فهد مرسي الحريري، جغرافية السياحة، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، القاهرة، 1994، ص18.

⁴ حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الثانية، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص23.

أربعة وعشرون ساعة ولا تزيد عن اثني عشر شهرا بهدف السياحة الترفيهية العلاجية او التاريخية والسياحة الخارجية.¹

- مؤتمر أوتاوا بكندا 1991: عرف 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.²

انطلاقا من هذه التعاريف يمكن القول أن السياحة هي عملية انتقال الفرد السائح إلى خارج موطنه الأصلي لأغراض الترفيه والراحة أو أي غرض آخر غير العمل والإقامة يقضى خلالها ليلة على الأقل تحقيق لحاجاته ورغباته.

وعليه نستنتج أن السياحة تقتضي الانتقال إلى مكان خارج بلد الإقامة الأصلي للسائح، كما أنها تتطلب المبيت لمدة (24) ساعة على الأقل دون أن يكون الغرض من ذلك الإقامة الدائمة أو العمل بشرط أن يقوم بإنفاق جزء من الدخل خارج البلد الذي اكتسبه فيه.

3- تعريف السائح

ورد لفظ السائح في معجم المصطلحات السياحية الصادر من الهيئة العامة للسياحة والآثار على أنه "من ينتقل من مكانه المعتاد إلى مكان آخر مدة لا تتجاوز سنة لأي غرض من الأغراض غير المتصلة بمزاولة نشاط مقابل أجر في المكان المقصود"³ في حين يشير مركز المعلومات والأبحاث السياسية في دراساته إلى إن السائح هو الشخص الذي يقضي ليلة واحدة على الأقل في مسكن خاص أو جماعي خارج بيئته المعتادة ويكون غرضه الأساسي من الزيارة هو ممارسة أنشطة لا يتحمل نفقاتها المكان الذي يزوره"⁴.

وفي ظل المعنى اللغوي فقد تعددت محاولات تعريف شامل للسائح كما الحال بالنسبة للسياحة تبعا لاختلاف وجهات نظر كل مختص في المجال كما يلي:

¹ محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، ص61.

² المرجع نفسه، ص62.

³ أحسن العايب، تسويق خدمات السياحة البيئية واساليب تطويرها في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2017/2018، ص10-08.

⁴ المرجع نفسه، ص11.

- تعريف هيئة الأمم المتحدة (مؤتمر روما 1963): السائح هو الشخص الذي يسافر ويبقى بعيدا عن وطنه لأسباب مختلفة مثل الترفيه، الاستحمام،... إلخ، ولفترة لا تقل عن 24 ساعة دون قصد الإقامة الدائمة أو ممارسة أي أعمال تجارية ذات ربحية.¹

- تعريف المنظمة العالمية للسياحة: الزائرون أو الأشخاص الذين يقضون أو يمكثون ليلة واحدة على الأقل في أماكن الإقامة (المبيت) الجماعية أو الخاصة التابعة للمكان المزار يعتبرون سواح.²

- تعريف مصطفى عبد القادر (2003): السائح هو الإنسان الذي ينوي السفر لقضاء إجازته خارج سكنه الأصلي أو مكان عمله بهدف الاستمتاع بالطبيعة، أو زيارة الأماكن الأثرية والتاريخية أو للمشاركة في مؤتمر علمي أو اجتماعي أو ثقافي، أو بقصد العلاج، بشرط أن لا يكون سفره للعمل من أجل كسب المال، لان من شروط السياحة إنفاق السائح من مدخراته المالية التي جمعها من وطنه أو مركز عمله الذي يقع خارج مكان المقصد السياحي.³

انطلاقا من هذه التعاريف يمكن القول أن السائح هو ذلك الشخص الذي ينتقل إلى مكان آخر خارج مكان إقامته الأصلي، ليقضي إجازته بحثا عن الراحة والمتعة أو أي غرض آخر ماعدا الإقامة الدائمة أو العمل، على أن يكون مستعد الأنفاق من مدخراته مقابل انتفاعه بذلك المكان.

ثالثا: أهمية وخصائص السياحة.

1- أهمية السياحة

تعتبر السياحة نشاطا هاما لجلب المداخل للبلد، وتمثل إحدى الصادرات غير المنظورة ذات الانعكاسات الايجابية على ميزان المدفوعات وعلى الناتج الوطني الإجمالي، كما أن ارتباطها بتطوير وتنمية البني التحتية يجعل منها مصدرا هاما لخلق فرص العمل وتقليص مشكلة البطالة وأنها تشكل فضاء مفتوحا للتبادل الثقافي وتعزيز العلاقات الإنسانية والصدافة بين الشعوب.

أ- الأهمية الاقتصادية للسياحة

يمكن إبراز الأهمية الاقتصادية من خلال النقاط التالية:

¹ أحسن العايب، المرجع السابق، ص11.

² أيمن برنجي، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك، دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية العوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2009/2008، ص37.

³ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2003، ص37-38.

✓ خلق مناصب عمل: إن القطاع السياحي كثير التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزها بمستلزمات الإنتاج.

فالسياحة لها القدرة على خلق مناصب عمل أكثر من أغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية، فهي توظف أكثر من 4مرات بالنسبة لصناعة السيارات و10مرات قطاع البناء.¹

✓ تدفق رؤوس الأموال الأجنبية: تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي:²

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة.
- المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد.
- فروق تحويل العملة.
- الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى.

✓ تحسين ميزان المدفوعات: السياحة تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستمرة في المشروعات السياحية الإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من جمهور السائحين، وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى.³

ب- الأهمية الاجتماعية والثقافية والسياسية للسياحة: ويمكن تلخيصها فيما يلي:⁴

- الأهمية الاجتماعية

✓ السياحة مطلب اجتماعي ونفسي هام من أجل استعادة الإنسان لنشاطه وعودته للعمل بكفاءة من جديد.

✓ تساهم السياحة في الحد من ظاهرة البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين.

¹ سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2013/2014، ص25.

² أحمد ماهر عبد السلام قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، مصر، 1999، ص17.

³ أسيا محمد امام الأنصاري، ابراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص32.

⁴ سماعيني نسبية، المرجع السابق، ص27.

- الأهمية الثقافية

- ✓ تعد السياحة أداة للاتصال الفكري وتبادل الثقافة والعادات والتقاليد بين الشعوب وأداة لإيجاد مناخ مشبع بروح التفاهم والتسامح بينهم، كما تعتبر كذلك أداة للتبادل المعرفي (تداول العلوم والمعارف).
- ✓ تعمل السياحة على إنتشار ثقافات الشعوب وحضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة، كما تعمل على زيادة معرفة الشعوب ببعضها البعض، وتوطيد العلاقات وتقريب المسافات الثقافية بينهم.

- الأهمية السياسية

- ✓ تؤدي السياحة إلى تحسين العلاقات بين الدول.
- ✓ إن النتائج الإيجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي والاجتماعية تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية.

2- خصائص السياحة

تعتبر السياحة من أهم القطاعات التي تساهم في تحقيق النمو الاقتصادي، وهي تنطوي على عدد من الخصائص نذكر منها:¹

- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطها بالأنشطة الاقتصادية الأخرى (صناعية، خدمة...)
- إن مدى ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل من العوامل المؤثرة على الطلب على المنتج السياحي محليا ودوليا.
- ارتباط صناعة السياحة كنشاط إنتاجي يقدم خدمات ذات طبيعة خاصة بقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في الكثير من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء.
- السياحة كصناعة تحتوي على مجموعة من العناصر وهي:
- المقومات والموارد السياحية، التجهيزات والخدمات السياحية، خدمات المواصلات، الرعاية والترويج السياحي، الطلب السياحي فهي صناعة مركبة ومتشابكة.
- ارتباط الطلب على الموارد والخدمات السياحية لدولة ما بدوافع ذاتية لجمهور السائحين أو بمعنى آخر أن الطلب السياحي في معظم الحالات يتصف بدرجة عالية من المرونة.

¹ أيمن برنجي، المرجع السابق، ص 47.

المطلب الثاني: أبعاد السياحة، أسسها ومكوناتها

تعتمد السياحة على مجموعة من الأبعاد والأسس والمكونات تتكامل مع بعضها البعض للنهوض بالسياحة وفيما يلي تفصيل لها:

أولاً أبعاد السياحة: وتتمثل في ما يلي:

1- مناطق الجذب السياحي

عامل الجذب السياحي يمكن أن يكون المنطقة المقصودة نفسها مثل عالم ديزني Disney world، أو أن تكون منطقة ممتعة أو مغرية للزيارة لبضعة أيام، ومناطق الجذب السياحي يمكن أن تعتمد على مصادر طبيعية، حضارية، عرقية، أو مناطق ترفيهية وترفيه¹:

أ- المصادر الطبيعية: لكل منطقة مزيج فردي مميز من العناصر الطبيعية والجمال الطبيعي المناخ، التضاريس، الماء، الشمس، وهي من أهم عناصر الجذب الطبيعي، سهولة الوصول لهذه المناطق ذات المصادر الطبيعية الجذابة هي من أهم ما يؤثر على معدل الطلب السياحي للمنطقة.

ب- العناصر الحضارية والثقافية: الحضارة ونمط الحياة والتراث التاريخي للمنطقة يشمل على مناطقها التاريخية الدينية، نمط الحياة، الثقافة والعادات والتقاليد؛

ج- العناصر العرقية: الرغبة في الرجوع للوطن الأم هي ظاهرة متأصلة بين الشعوب؛

د- الترفيهية والترفيه: من الممكن كذلك جلب السياح بواسطة بعض وسائل الترفيه والترفيه المتوفرة في المنطقة مثل المنتزهات وحدائق الحيوانات. كما يمكن ان تكون لفترة زمنية كل سنة مثل الإحتفالات الثقافية والمهرجانات.

2- التسهيلات: بينما تقوم عناصر الجذب بجلب السياح للمنطقة، فإن التسهيلات تخدم حاجاتهم ورغباتهم وتجعلهم يشعرون أن المنطقة هي بمثابة بلدهم الثاني، والتسهيلات السياحية عادة تدعم زيادة النمو الشامل في المنطقة، ومن أهم التسهيلات السياحية نذكر²:

أ- الإقامة: إن وسائل الراحة التي تناسب أذواق وحاجات السوق تعتبر ضرورية لجذب السياح وإشباع رغباتهم وزيادة نسبة السياحة المتكررة، وعادة ما ينفق السائح ما يقارب 20% من ميزانيته على وسائل الراحة والتي تكون في شكل فندق، نزل أو غيرها؛

¹ خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، الأردن، 2003، ص 26.

² المرجع نفسه، ص. ص 27-28.

ب- الأظعمة والمشروبات: حوالي 30% من ميزانية السائح تصرف على الأظعمة والشراب، بينما يجذب الكثير من السياح تناول الأظعمة المألوفة لهم، لكن غالبية المناطق السياحية تحاول ترويج ما لديها من طعام وشراب للحصول على أكبر قدر ممكن من ميزانية السائح، ولزيادة ما يسمى بتأثير المضاعف السياحي **Tourisme Multiplier Effet**.

ج- الخدمات والتسهيلات المساندة: تتضمن مثل هذه الخدمات والتسهيلات، محلات التحف، المتاجر محلات الغسيل والكي، المرشدين السياحيين والتسهيلات الترفيهية. تكون هذه المنشآت في الغالب الأحيان صغيرة الحجم يعوزها رأس المال والخبرة الإدارية، لكنها تؤدي فائدة كبيرة لعدد كبير من الأشخاص، وبالتالي تعزز الهدف الأساسي المتوازن في المنطقة السياحية، كما يجب أن تكون هذه المنشآت سهلة الوصول وتقدم خدمات سياحية تتماشى مع ما يدفعه السائح.

3- النقل

تطور السياحة مرتبط بشكل مباشر مع تطور المواصلات في المنطقة ومن المهم أن تكون جميع المناطق السياحية سهلة الوصول من خلال شبكة من الطرق البرية، أو الممرات المائية ليتسنى للمسافر زيارة الأماكن السياحية المختلفة متوخين في ذلك حصول السائح على أكبر قدر ممكن من الراحة والأمان والمتعة بعيدا عن الأخطار.¹

4- الضيافة

الضيافة هو الشعور بالترحيب الذي يتلقاه السائح عندما يرتاد أو يزور المنطقة السياحية، فهي تشتمل على التفاعل والتعامل مع السياح وسكان المنطقة السياحية أو مع مستخدمي المطاعم، الفنادق وغيرها. حيث تحتاج السياحة إلى برامج سياحية ترويجية فعالة تقوم بها الجهات المعنية من كلا القطاعين العام والخاص لتوسيع مدارك قاطني المنطقة السياحية وتوعيتهم بدورهم الفعال في مجال السياحة وتزويدهم بالمعلومات الضرورية حول المنطقة السياحية.²

مما سبق يتضح لنا أن للسياحة أبعاد تحكمها وتتسم بها حيث تسهل على السياح الإقامة والتمتع بالمناظر السياحية المتواجدة في المنطقة المقصودة.

ثانيا: أسس السياحة: وتتمثل فيما يلي:

1- الطلب السياحي

إن الرغبة في السفر والسياحة أو الطلب السياحي يخضع لمؤشرات شتى تؤدي إلى وجود متغيرات متعددة في أداء الأفراد مثل الظروف السياسية والاقتصادية والبيئية إضافة إلى المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأفراد، كل هذه العوامل مجتمعة تتحكم في حركية الطلب السياحي.

¹ خالد مقابلة، المرجع السابق، ص 29.

² المرجع نفسه، ص 29.

أ- تعريف الطلب السياحي

يعرف الطلب السياحي من وجهة نظر اقتصادية بأنه: "رغبة المستهلك باقتناء السلع والخدمات ودفع الثمن في وقت ومكان معينين"¹، ويجب أن يكون مقرونا بالقدرة على الدفع لكي يكون الطلب فعليا. يعتبر الطلب السياحي أيضا على أنه المجموع الإجمالي لأفراد السياح الوافدين إلى المنطقة السياحية سواءا السياح المحليين أو الأجانب.²

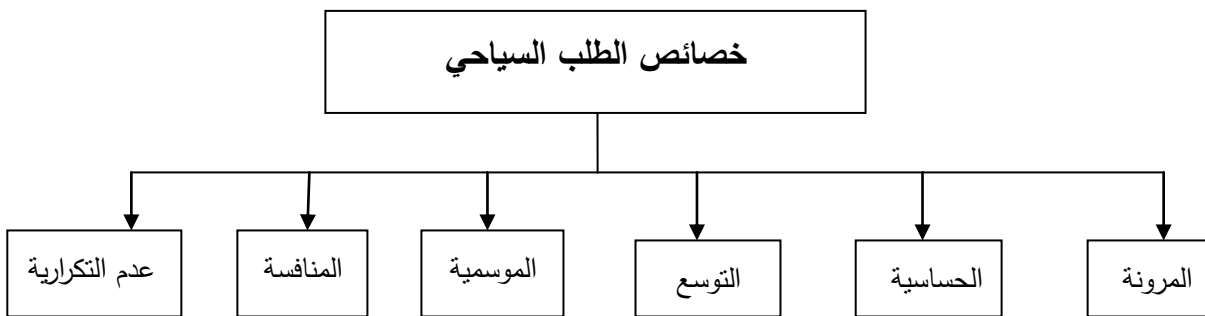
ب- واقع محتوى الطلب السياحي

يعتبر الطلب السياحي مزيج مركب من عناصر متباينة وهذه العناصر هي الرغبات والحاجات والأذواق والتوقعات وردود الفعل اتجاه منطقة معينة، ويكون الطلب السياحي على السلع والخدمات ممكنا في الحالتين التاليتين:³

- إذا كان الفرد يملك سعة أو قدرة مادية محددة لشراء البضاعة أو دفع ثمن الخدمة.
- إذا كانت البضاعة أو الخدمة موجودة فعليا في السوق، ويستطيع المستهلك (السائح) شراءها بسعر معين وبمكان وزمان معينين، ومنه نجد ردود أفعال المستهلك حول طبيعة وكمية الخدمات الممكن شراءها، وكذلك وضعيته النفسية حول الخدمة التي يرغب فيها لأن البلد المشرف (المزار) يجب أن يأخذ بعين الاعتبار العميل من حيث السن - الجنس والمستوى المعيشي لمختلف الطبقات.

ج- خصائص الطلب السياحي: يمكن تلخيصها في الشكل المبسط الآتي:

شكل رقم (01): يوضح خصائص الطلب السياحي



المصدر: أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008، ص106.

¹ متنتي طه الخوري، اسماعيل محمد علي دباغ، مبادئ السياحة والسفر، مؤسسة الوراق، عمان، 2001، ص21.

² مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات السياحة، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، 2008، ص95.

³ Ahmed Tessa, Economie Touristique et Aménagement du Territoire, o.p.e, Alger, 1999, p36.

أثبتت دراسات تحليل الطلب التي أجريت في دول مختلفة أن للطلب السياحي خصائص لازمة نذكرها فيما يلي:¹

- **المرونة:** مرونة الطلب السياحي تعني درجة استجابته للتغيرات في الظروف الاقتصادية في السوق، ولمدى التغير الطارئ على التراكيب السعرية للخدمات السياحية في الدولة المستقبلة للسائحين.

- **الحساسية:** الطلب السياحي على الحساسية اتجاه التغيرات الاجتماعية والسياسية والأمنية، فالبلدان غير المستقرة سياسياً أو أمنياً أو التي تتعرض لاضطرابات سياسية أو اجتماعية لا تستطيع جذب سياح كثيرين حتى وإن كانت أسعارها منخفضة مقارنة بالبلدان المنافسة.

- **التوسع:** يتجه الطلب السياحي الدولي إلى التوسع لعدة أسباب ولكن اتساع الطلب السياحي لا يسير على وتيرة واحدة من نسبة لأخرى نتيجة للظروف الاقتصادية والاجتماعية.

ويمكن أن ترجع أسباب التوسع في الطلب إلى العوامل الآتية:

- ✓ التقدم العلمي والتكنولوجي الذي ينعكس على تقدم وسائل النقل الجوي، البحري والبري، وقد أدى النقل الجوي بالذات إلى تقديم خدمات سياحية عالية الجودة.
- ✓ ثورة المعلومات الضخمة وتقدم وسائل الإعلام التي أدت إلى زيادة اهتمام السائحين بزيارة دول جديدة.
- ✓ التقدم الاقتصادي وزيادة الدخل في الدول الغنية المصدرة للسياحة.
- ✓ زيادة حجم أوقات الفراغ وزيادة عطلة نهاية الأسبوع.
- ✓ الظروف المناخية والبيئية للدول المتقدمة المصدرة للسياحة ومعظمها من دول الشمال حيث البرد الشديد والمطر والشتاء الطويل مما يدعو للسفر إلى دول مناطق أكثر دفئاً في الجنوب.
- ✓ أسلوب الحياة في الدول الصناعية المتقدمة حيث يعمل الشخص من الصباح إلى المساء فيخرج عادة من منزله قبل شروق الشمس ويعود مجدداً في الغروب مما يسبب لهم إرهاقاً كبيراً وروتيناً في الحياة حيث أصبح الكثيرون يتجهون إلى التغير والهروب من هذا الروتين.
- ✓ إشباع قاعدة الرحلات السياحية الشاملة المنتظمة.
- ✓ قانون الجوار.

- **الموسمية:** من المعروف أن للسياحة موسم ذروة وفيه يكثر تدفق السياح وموسم يقل فيه عدد السياح ويطلق عليه موسم الكساد وموسم وسطه، حيث أن الموسمية تؤثر على اتجاهات الطلب السياحي وحجمه

¹ رفيق بودريالة، دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية، دراسة تحليلية مقارنة بين الجزائر والأردن، أطروحة الدكتوراه مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي 2016-2017،

في فترات الذروة وفترات الركود، وتكمن أسباب الموسمية في المناخ ومواعيد العطل في الدول المصدرة للسائحين.

- **المنافسة:** في كثير من الحالات يصعب منافسة الدول التي تمتلك آثار قديمة في هذا المجال أو الدول التي تمتلك مقومات سياحية من صنع الخالق، وهذا بدوره يصعب على الدول المنافسة إنتاج مثل هذه الخدمات، ولهذا تجعل المنافسة صعبة جدا.

- **عدم التكرارية:** عادة لا يتصف الطلب السياحي بصفة التكرار أي أن تحقق درجة عالية من الإشباع والرضا لدى السياح لا يعني قيامهم بتكرار نفس الزيارة إلى نفس المنطقة، فعند توفر المال والوقت في مرحلة قادمة فإنه سوف يفضل زيارة منطقة لم يشاهدها من قبل، كما لا يعني أنه سوف يحصل على نفس الإشباع والرضا عند زيارته نفس المنطقة في مرة قادمة.

2- العرض السياحي: تستغل معظم الدول المقومات السياحية من أجل عرض منتجاتها وجذب السائحين إليها بالإضافة إلى وسائل الجذب الأخرى التي يتم توفيرها من خلال جهد الإنسان، وعند أي تخطيط لتنمية القطاع السياحي يجب القيام بعملية مسح وتحليل لهذه المقومات والموارد السياحية والتي تمثل العرض السياحي من أجل معالجتها والحد من آثارها السلبية.

أ- تعريف العرض السياحي

يعرف العرض السياحي على أنه: "رغبة المنتج بعرض السلع والخدمات للبيع في الأسواق مقابل ثمن معين وفي وقت معين" ويعرف أيضا العرض السياحي على أنه: "مقدار الخدمات السياحية التي تعرضها المشاريع السياحية للبيع مقابل ثمن معين وفي وقت معين"¹

والتعريف الأكثر استخداما في هذا المجال هو أن العرض السياحي هو كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن المقصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين والخدمات والبضائع وكل شيء يحتمل أن يغري الناس لزيارة بلد معين²

فالعرض السياحي عبارة عن تلبية حاجة المستهلك وفق عملية توزيع السلع والخدمات السياحية المتكونة من السلع الملموسة والغير ملموسة في السوق مع تحديد السعر³.

¹ أحمد فوزي ملوخية، المرجع السابق، ص157.

² منثى طه الخوري، اسماعيل محمد علي دباغ، المرجع السابق، ص158

³ Ahmed tessa , op.cit. ; p32

وبالتالي فالعرض السياحي هو مجموعة الخدمات المقترحة للسياح أثناء تنقلهم وإقامتهم وتجوّلهم والحصول على مختلف المنتجات المادية منها الإيواء والنقل والمنتجات المعنوية منها الثقافية وطبيعة المناخ والتي بإمكانها إشباع رغبات المستهلك.

ب- خصائص العرض السياحي

يتميز العرض السياحي بالخصائص الرئيسية التالية:¹

- أنه يعتبر عرض للخدمات بصفة أساسية، فالسائح يشتري عادة مجموعة خدمات تشكل ما يعرف بالمنتج السياحي، وهذه الخدمات هي: خدمات النقل، خدمات الإيواء، خدمات الإطعام والشراب، خدمات التسلية والترفيه، مجموعة خدمات و سلع أخرى.

- العرض السياحي غير قابل للتخزين، فطالما أنه عرض خدمي فلا يمكن تخزين الخدمات.

- العرض السياحي غير قابل للنقل، فعادة يكون المستهلك ثابتا والسلعة هي التي تتحرك، ويتم نقلها إلى الأسواق القريبة من إقامة المستهلكين، بل أن هناك بعض السلع التي تصل إلى منزل المستهلك نفسه ولكن الحال يختلف تماما في العرض السياحي، فالعرض السياحي هو الثابت والمستهلك (السائح) هو الذي ينتقل لكي يستطيع أن يقتني الخدمة السياحية.

- يخضع العرض السياحي للمنافسة بعد أن أصبحت المنافسة حاجة إنسانية ضرورية، وبذلك فهو يتنافس مع سائر السلع والخدمات الأخرى، بالإضافة إلى التنافس بين البلدان المختلفة على تسويقه.

3- التسويق السياحي

يشكل التسويق السياحي أحد الأنشطة الأساسية في القطاع السياحي، فضلا عن اعتباره محورا استراتيجيات لمواجهة كل أشكال المنافسة التي تواجه القطاع، ويعد النشاط التصديري الوحيد الذي من خلاله تستطيع المنظمات الفندقية والشركات المتخصصة في السياحة والسفر تسويق أعمالها إلى مختلف البلدان الأخرى.

أ- مفهوم التسويق السياحي

يعرف التسويق السياحي بأنه نشاط إداري وفني تقوم به المنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها في سبيل تحديد الأسواق المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف تنمية وزيادة الحركة السياحية القادمة منها، وتحقيق التوافق بين المنتج السياحي ودوافع السائحين.²

¹ أحمد فوزي ملوخية، المرجع السابق، ص 157-158.

² مصطفى عبد القادر، المرجع السابق، ص 195.

وقد عرف "كوبندروف" التسويق السياحي بأنه التنفيذ العملي والمنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية، سواء كانت عامة أو خاصة، أو على مستوى محلي، أو إقليمي، أو وطني أو عالمي لغرض تحقيق الإشباع الأقل لحاجات مجموعات المستهلكين المحددين، وبما يحقق عائدا ملائما¹. وعليه فإن التسويق السياحي يهدف إلى إقناع المستهلك (السائح) من خلال تكييف العرض السياحي للطلب السياحي، وهنا تكمن الفرضية الأساسية المتعلقة بإشباع حاجات السائح ورغباته وجعلها بشكل حزمة متكاملة.

ويمثل السوق السياحي كافة الأفراد والمؤسسات التي تسعى لإشباع حاجات ورغبات معينة في دول وأماكن سياحية تقدم عددا من المنتجات السياحية التي قد ترتبط بأي موقع سياحي سواء كان أثري أو ثقافي... الخ.

ومن خلال وسائل مساعدة كالنقل بأنواعه والفنادق والمطاعم وغيرها، كما يتضمن السوق السياحي مستويات السياحة المختلفة كالسياحة المحمية أو السياحية الدولية والتي يمكن استهدافها من خلال مزيج تسويقي سياحي يناسب الأذواق والقدرات الشرائية والرغبات والدوافع الموجودة لدى الأفراد والمؤسسات الراغبة في السياحة.

فالسوق السياحي هو دراسة الطلب الحاضر للتنبؤ بالمستقبل، بالإضافة إلى إعداد برامج تسويقية هدفها ترقية وتنمية المنتج السياحي مستقبلا، ويتم قياس الطلب بعدد الزوار الذين يقضون ولو ليلة واحدة في البلد المستقبلي².

من خلال هذه التعاريف نجد أن السوق السياحي له خصائصه المميزة، فهو أيضا يخضع إلى عملية العرض والطلب وخصائص كل منها، فهو مرتبط بالخدمات السياحية المقدمة وكذلك نوعية هذه الخدمة أو السلعة المقدمة للسياح.

ب- أنواع الأسواق السياحية

إن أنواع الأسواق السياحية متداخلة فيما بينها، وتوجد بينها علاقة مرتبطة، وأهم أنواع السوق السياحي هي:³

¹ نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص 250.

² Ahmed tessa, op.cit, p45

³ مبارك بلالطة، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 34-35.

- سوق سياحي داخلي: وهي تلك السوق التي تلبي فيها السياحة حاجة المستهلكين المحليين والمواطنين من السياحة ضمن حدود بلدهم الإقليمية.
- سوق سياحي خارجي: وهي تلك السوق التي من خلال عملياتها تقوم الشركات السياحية بتلبية الحاجة من السياحة لمواطنين أجانب.
- سوق سياحي ملحوظ الطلب: وهي تلك السوق التي لا يكون فيها البائعون في حالة من تقديم الخدمات لمواطنيهم ويكون الطلب أكثر من الخدمات.
- سوق سياحي ملحوظ العرض: وهي تلك السوق التي توفر فيها الدولة إمكانية تقديم الخدمات ليس فقط لمواطنيها بل للسياح الأجانب أيضا.

3- الإنفاق السياحي

إن الإنفاق السياحي يتوقف على ما ينفقه السائحون في الدولة المضيفة أو الدولة المستقبلة، ويعد إنفاق السائحون الدوليين إيرادات سياحية بالنسبة للدولة المضيفة وسيدخل في جانب المتحصلات لميزان المدفوعات أما إذا كانت الدولة مرسله لمواطنيها للسياحة إلى الخارج فإن الإنفاق السياحي يعد في هذه الحالة بمثابة مدفوعات تتحملها الدولة المعنية وتسجل في جانب المدفوعات بميزان المدفوعات.

أ- مفهوم الإنفاق السياحي

يعرف الإنفاق السياحي على أنه ذلك الإنفاق الذي يقوم به السياح على مختلف السلع والخدمات السياحية وغير السياحية خلال إقامتهم في الدول المضيفة.¹

وللسائح أوجه إنفاق عامة تشمل:²

- نفقات الإقامة: وتشمل المبيت، الإطعام، وتوابعها في الفندق مثل: الشراب، الغسيل، الهاتف... إلخ.
- نفقات النقل: سواء عن طريق مكاتب أو شركات أو بشكل مباشر على جميع وسائل وخدمات النقل الجوي والبحري والبري داخل البلاد وحتى التاكسي داخل المدن.
- نفقات المشتريات: وتشمل ما يشتريه السائح من لوازم وهدايا وملابس وتحف تذكارية وكتب وأقلام وبطاقات وصور... إلخ.

¹ نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص 63.

² صلاح الدين خربوطي، الاقتصاد السياحي، مكتبة الحازم، دمشق، 2000، ص 63.

- نفقات نثرية: وهي كثيرة منها التسلية، الصداقات، والمصاريف السرية وجميع المنح والهدايا التي يوزعها السائح.

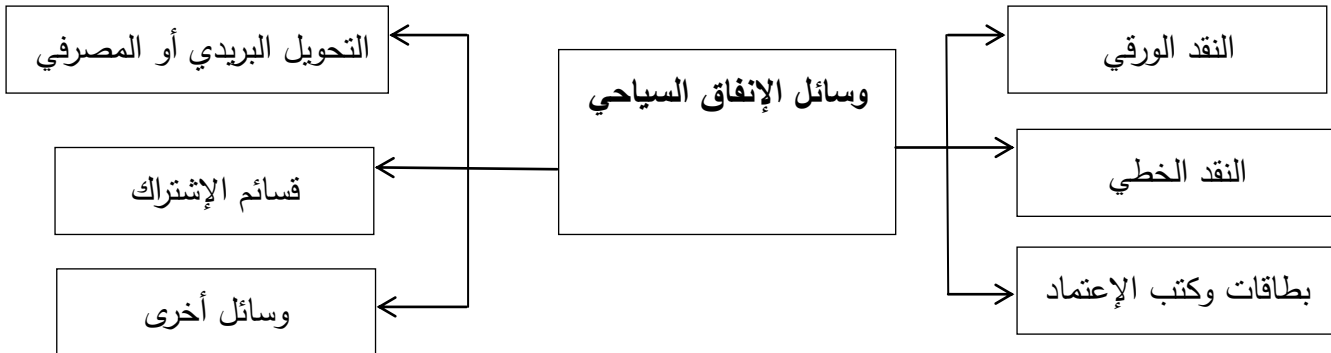
- الرسوم والضرائب: مثل تأشيرة المطار، رسم الإقامة، الضرائب والطابع...إلخ.

ويختلف الإنفاق على كل عنصر من العناصر السابقة باختلاف مستوى السائح وجنسيته، وعاداته وسلوكه الإنفاقي كما يختلف الباعث على السياحة (إتفاقيه، علاجية، ترويجية، دينية، اقتصادية، اجتماعية...إلخ) باختلاف هيكل السياحة بالبلد المضيف ومستوى الأسعار فيها.

ب- وسائل الإنفاق السياحي

إن السائح قديما يحمل معه أموالا على شكل عملات ورقية (بنكنوت) أو نقد معدني (ذهب، فضة) وكان يتعرض للسرقة أو ضياع ماله أو حتى نفاذها في مرحلة من رحلته، ولهذا تطورت أساليب التعامل والدفع المالي ودخلت العملات الخطية والتحويلات وغيرها لتؤمن الإطمئنان المالي وسهولة الدفع للسائح وللمؤسسات السياحية. ويمكن تلخيص وسائل الانفاق السياحي بالشكل المبسط الآتي:

الشكل رقم (02): وسائل الإنفاق السياحي



المصدر: مصطفى يوسف كافي، المرجع السابق، ص155.

أهم تلك الوسائل وأكثرها شيوعا هي كمايلي: ¹

- **النقد الورقي**: وهي الأوراق المطبوعة كعملات من المؤسسات المعتمدة ولكل دولة نقدا يصدر مصروفها المركزي ويضمن قابليتها للتداول.

- **النقد الخطي**: وهي وثائق قابلة للصرف بعد توقيع الدافع الذي يفتح حسابا لمصدر هذه الوثيقة مثل (الشبكات العادية) كما يشمل شيكات المسافرين.

¹ مصطفى يوسف كافي، المرجع السابق، ص155.

- بطاقات وكتب الإعتماد: وهي بطاقات تصدرها المصارف لعملائها تسمح لهم إبرازها وتوقيع الفواتير بدفع التزاماتهم حيث يحمل صاحب الاستحقاق الفواتير للمصرف الذي أصدر البطاقة ويسجلها لحسابه وهناك نماذج عديدة تستخدم في أنحاء العالم مثل أمريكيان اكسبرس أو ماستر شارج...إلخ.

- التحويل البريدي أو البرقي: ويتم بأمر السائح تحويل مبلغ من المال حسب حاجاته يحول عن طريق مصرف في بلده إلى فروع المصرف أو مصارف يتعامل معها موجودة في المدن الأخرى.

- قسائم الاشتراك: وهي بطاقات تزود بها مكاتب السفر، أو الشركات السياح المشتركين في برنامجها السياحي، أو حتى أي سائح لقاء المال يستخدمها بدلا من النقود بطاقة للإخطار بطاقة للغذاء...إلخ.

- وسائل أخرى: مثلا في مختلف البلدان يقبض المبلغ من السائح ويبلغ مكتب السفر في البلد المزار بالإتفاق على السائح، ويتم الحساب بين المكتبين وحسم ما دفعه كل مكتب عن السياح الذين أرسلهم المكتب الآخر.

4- الدخل السياحي: إن الهدف الرئيسي لتفعيل وتنشيط السياحة لكل من الدول المتقدمة والدول النامية هو زيادة الإيرادات من النقد الاجنبي الناتج عن إنفاق السائحين الأجانب على شراء السلع والخدمات السياحية في الدول المضيفة من أجل تحسين وضعية ميزان المدفوعات في هذه الدول.

أ- تعريف الدخل السياحي: هو كل ما يدخل إقتصاد وموارد البلد من السياحة ليشكل الدخل السياحي والذي يشمل مجموعة من البنود المتعددة أهمها:¹

- ✓ رسوم وتأشيرات دخول السائحين ومغادرتهم.
- ✓ نفقات نقل السائحين على الناقلات الوطنية (نقل جوي، نقل بحري)
- ✓ رسوم هبوط الطائرات ورسوم عبور السفن السياحية.
- ✓ رسوم خدمة الطائرات والسفن السياحية والموانئ الجوية والبحرية.

أي أن كل عائدات السياحة تشكل مجموعة الدخل السياحي والذي بدوره له فائدة كبيرة على التنمية الاقتصادية والهدف من قياسه هو معرفة الربحية من البلد من خلال الميزان السياحي الذي يبين الموارد والإنفاق على السياحة.

¹ نيل الروبي، المرجع السابق، ص ص 68-70.

5- الاستثمار السياحي

قبل التطرق إلى الاستثمار السياحي يمكن تعريف الاستثمار على أنه التضحية بإشباع رغبة استهلاكية حاضرة وليس مجرد تأجيلها كما هو الحال بالنسبة للادخار وذلك أملاً في الحصول على إشباع أكثر في المستقبل.¹

وتعتبر الإستثمارات السياحية من أهم الموارد السياحية لجلب رؤوس الأموال الأجنبية وتأهيل اليد العاملة الفنية، وذلك بتنوع وإدخال الخبرات في ميدان القطاع السياحي وهذا بدوره يؤدي إلى التدفقات النقدية وزيادة التوسع في المناطق السياحية.

وللاستثمار السياحي عدة عناصر يمكن تلخيصها فيما يلي:

بناء المركبات السياحية الفنادق والشقق، ملاعب وملاهي، أشغال عمومية سياحية، وسائل النقل (بحرية، جوية، برية) عناصر أخرى للرأسمال الثابت السياحي.

ثالثاً: مكونات السياحة

إن من بين أهم مكونات السياحة الفندقية والمتمثلة في الفنادق السياحية والقرى السياحية والمخيمات والمنتجعات السياحية بالإضافة إلى الخدمات السياحية ووكالات السفر والسياحة والمنظمات السياحية والتي سيتم عرضها فيما يلي:

1- البنية التحتية للفندقة السياحية

لقد أصبحت الفنادق تقوم بإشباع حاجات ضرورية في الحياة العصرية نتيجة لإزدياد حركة السياحة العالمية وسهولة الانتقال واختلاف رغبات السياح باختلاف عاداتهم وتقاليدهم لذا يجب على صناعة الفنادق أن تلبى كل إحتياجات السياح ومطالبهم ومن مختلف دول العالم.

أ- الفنادق السياحية

تسعى الصناعة الفندقية حالياً صناعة الضيافة وتشمل خدمات الإقامة والطعام والشراب والترفيه وهي اليوم من أكبر الصناعات في العالم وتلعب دوراً رئيسياً في تنمية السياحة باعتبارها هي الأخرى خدمة سياحية.

¹ محمد مطر، إدارة الاستثمار، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص07.

ويقصد بمؤسسة فندقية كل مؤسسة تمارس نشاطا فندقيا، كما يعد نشاطا فندقيا كل استعمال بمقابل للهياكل الأساسية الموجهة للإيواء وتقديم الخدمات المرتبطة به، وتتكون هذه الهياكل من مؤسسات إيواء يستأجرها الزبائن للإقامة فيها ولمدة معينة دون أن يتخذوها سكنا لهم.¹

وتتكون المؤسسات الفندقية مما يلي:²

- **الفنادق:** زهي هياكل إيواء، مهيأة للإقامة وخدمات أخرى مرتبطة بها.
- **الموتيل (نزل الطريق):** يكون خارج المنطقة السكنية.
- **القرى السياحية:** أو قرى العطل وهي عبارة عن هياكل إيواء مبنية خارج المناطق السكنية على شكل قرية وتوفر أبنية سكنية ومنشآت رياضية وثقافية.
- **الإقامة السياحية:** وهي هيكل إيواء يقع خارج المناطق السكنية وفي أماكن تتمتع بجمال طبيعي خاص، تمنح للإيواء مجهزة بالآثاث.
- **النزل الريفي:** يقع في المناطق الريفية ويشمل ستة غرف على الأقل وغالبا ما يوجد في أماكن سياحية توجد فيها مغامرات (تسلق الجبال، التزلج على الثلج)
- **المنزل العائلي:** ويشمل من 05 إلى 15 غرفة ويمكن تقديم وجبات الطعام للزبائن أو يعدونها بأنفسهم.
- **الشاليهات:** وتسمى أيضا السكن الجاهز معد للاستقبال للزبائن في المحطات البحرية أو الجبلية يؤجر حسب مدة إقامة.
- **المنزل السياحي المفروش:** أو المجهز يؤجر لمدة لا تتعدى الشهر وعدد غرفه لا تفوق 10 غرف.
- **محطة الاستراحة:** وهي التي تقام في طريق الرحلات السياحية لتمكين السياح العابرين أو المسافرين من الراحة.
- **المخيمات:** وهي إقامة بسيطة بواسطة تجهيزات خفيفة يحضرونها بأنفسهم أو تقدم لهم في عين المكان، كما يمكن أن تقدم عربات أو مقصورات للتخييم.

¹ صالح بزة، تنمية السوق السياحية بالجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2009-2010، ص38.

² المرجع نفسه، ص39.

ب- القرى السياحية

سياحة القرية تشير إلى السياحة التي يقيم بها الزائرون بجوار أو داخل القرية، وعادة ما تكون قرى تقليدية في أماكن بعيدة، حيث يتعرف السائحون على العادات والتقاليد والثقافات المحلية، وفي كثير من الأحيان يشاركون في الأنشطة التي يمارسها السكان.

ويقوم السكان المحليون بإقامة وإدارة المنشآت السياحية والخدمية بأنفسهم، وبالتالي استفادتهم من السياحة تكون بصورة مباشرة.¹

ج- المخيمات السياحية

إن المخيمات كمرافق للإقامة والمبيت وسط الطبيعة ظاهرة قديمة، ولكن مع تطور وسائل المواصلات وصلت لأقصى درجات التطور وأصبحت تقدم على نطاق شعبي واسع.

ويمكن أن تعرف كلمة مخيم على أنها التخييم والإقامة بشكل فردي أو عائلي أو جماعي في مخيم مجهز ولمدة معينة تتراوح ما بين ليلة واحدة لغاية شهر.

والشكل المميز في الإقامة في مخيم أنها تستخدم أدوات متحركة وعربات النوم المتنقلة، والتي ينقلها السياح معهم ويشكلونها في قطعة مجهزة لذلك.²

2- الخدمات السياحية

تخص الخدمات السياحية في دول العرض السياحي بقدر من الأهمية ما تخص به مقومات الجذب السياحي الأخرى الطبيعية والتاريخية، إذ أنه على الرغم مما تقوم به العوامل الطبيعية والتاريخية للجذب السياحي من دورها في استقطاب السائح إلى زيارة المناطق المختلفة إلا أن الخدمات السياحية تلعب دوراً هاماً أيضاً لإبقاء السائح في الدولة السياحية وتكرار الزيارة مرة أخرى.

أ- أنواع الخدمات السياحية

ويمكن تقسيم الخدمات السياحية إلى عدة أنواع أهمها:³

¹ محمد الصيرفي، السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر، المكتب الجامعي الحديث، الأردن، 2009، ص ص 220-221.

² مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، الأردن، 1999، ص 37.

³ علاء الدين عبدالوهاب، مدخل إلى علم السياحة، قسم الدراسات السياحية بالمعهد العالي للسياحة والفنادق بالسادس من أكتوبر، القاهرة، 2005، ص ص 77-94.

- **خدمات السياحة والسفر:** إن شركات السياحة والسفر هي المنشآت التي تقوم بالأعمال والخدمات الخاصة بالسفر ويقع على عاتقها توفير أسباب الراحة والاستمتاع للسائحين خلال انتقالهم وزيارتهم للبلد السياحي، وهي بحكم مزاولتها لهذه الأعمال تتصل بالجمهور اتصالاً وثيقاً وتعمل في نفس الوقت على نشر الدعاية للبلاد في الخارج من أجل زيادة نصيبها من الأفواج السياحية.

وتقوم شركات السياحة بالأعمال التالية:

✓ حجز الفنادق.

✓ حجز البواخر والنزهات الترفيهية.

✓ تنظيم رحلات فردية وجماعية.

✓ توفير المرشدين السياحيين.

✓ خدمات الاستقبال والتوجيه.

- **خدمات الإقامة والإعاشة:** وتعتبر أماكن الإقامة من أهم المنشآت السياحية وأولها بالاهتمام لأنها تمثل واحدة من الأعمدة الثلاثة التي يقوم عليها النشاط السياحي للانتقال-الإقامة-الترفيه. وهذه الخدمات تشمل الفنادق بأنواعها المختلفة الموتيلات-المخيمات- بيوت قرى رياضية-البنسيونات-الفيلات-فنادق المنتجعات السياحية.

ولعل أكثرها انتشاراً هي الفنادق التجارية وتصنف هذه الفنادق طبقاً لأنظمة مختلفة وأكثرها شيوعاً هو نظام النجوم الذي يبدأ بخمسة نجوم وينتهي بنجمة واحدة.

- **خدمة النقل السياحي:** يعتبر النقل السياحي أحد العناصر الأساسية للخدمات والتسهيلات السياحية في أي دولة، حيث تطورت السياحة في العالم تطوراً كبيراً نتيجة للتطور الذي طرأ على صناعة النقل في فترات سابقة وحالية للسياحة.

ولقد كان للنقل الجوي خاصة دور هام وملحوس في ظهور كثير من الدول على خريطة العالم السياحية ودخولها في مرحلة ما من مراحل المنافسة القوية بينها وبين الدول الأخرى في هذا المجال.

أما أهم الوسائل الرئيسية المستخدمة في النقل السياحي هي:

✓ **النقل الجوي:** النقل الجوي كما هو معروف وسيلة سريعة ومريحة وآمنة وموفرة للوقت إلى حد كبير والآن تستخدم في مجال النقل بين دول العالم، وهو يحتكر نسبة معتبرة من حركة النقل السياحي في العالم.

✓ **النقل البري:** يستخدم النقل البري في مختلف دول العالم في وسيلتين رئيسيتين هما السيارات والسكك الحديدية.

✓ **النقل البحري:** ويعتمد هذا النوع على البواخر والقوارب البخارية واليخوت... إلخ التي تسير عبر البحار والأنهار والمحيطات، ولقد شهد النقل المائي في هذه الفترة تطورا كبيرا خصوصا في مجال نقل الركاب بين الدول المختلفة.

- **خدمة المحلات السياحية:** تلعب المحلات السياحية دورا هاما في الجذب السياحي بجانب ما تتمتع به الدولة من مقومات سياحية عديدة، والمحلات السياحية هي فرع من المنشآت السياحية والتي يتصل نشاطها اتصالا مباشرا بالعمل السياحي وتتلخص أهمية هذا النشاط في النقاط التالية:

✓ يعتبر هذا النشاط من الأنشطة التصديرية الهامة في الدول السياحية.

✓ يمثل أحد المصادر الهامة للعملة الأجنبية.

✓ يقوم بجذب السائحين إلى المناطق التي تشتهر بهذا النشاط.

✓ يحقق نشاط السلع السياحية نموا متزايدا في الدخل السياحي.

- **خدمة الإرشاد السياحي:** يعتبر الإرشاد السياحي أحد الخدمات الهامة في النشاط السياحي، فالمرشد السياحي هو الشخص الذي يتولى عملية شرح ونقل المعلومات عن منطقة الجذب السياحي الذي يجب أن يكون على درجة عالية من الثقافة والمعلومات واللياقة ويجيد الاستقبال والشرح.

- **الأمن السياحي:** تعتبر خدمة الأمن السياحي من الخدمات الضرورية في النشاط السياحي لما لها من تأثير في بعث الطمأنينة في نفوس السائحين، وعادة ما تقوم بهذا الدور السلطات الأمنية، داخل الدولة، كما يوجد إدارة عامة في بعض الدول تحمل اسم الشرطة السياحية وتختص ببحث شكاوي السائحين وما يتعرضون له من نصب واحتيال.

ب- **خصائص الخدمات السياحية:** تتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص أهمها:¹

- **المعنوية (غير ملموسة):** بما أن الخدمات غير مادية غير ملموسة لذلك لا يمكن تذوقها أو رؤيتها من قبل المستهلك قبل أن يشتريها مما يجعل على البرامج التسويقية قيودا، لذا يجب التركيز على القوى البيعية على إعلان الفوائد الناجمة عن الخدمة وليس على الخدمة نفسها.

¹ نعيم الظاهر، سراب إلياس، المرجع السابق، ص ص 249-253.

- التلازم (عدم إمكانية الفصل): لا يمكن فصل الخدمات عن بائعها لأنه يقدم الخدمة وبيئتها أي التزام أي قناة التوزيع سوف تكون مباشرة مثل وكلاء السفر ولا يجوز بيعها في أي سوق أخرى غير مختصة بالسياحة.

- التباين (عدم التشابه): فمثلا شركة النقل الجوي لا تقدم نوعية الخدمة نفسها في كل رحلة إذ يتحدد نوع الخدمة حسب نوع الرحلة والمسافة والدرجة، ويجب أن تعطي اهتماما خاصا لمرحلة التخطيط والمتابعة لنوعية أداء عالية.

- قابلية الفناء والطلب المتذبذب: إن الخدمات السياحية تستهلك بسرعة ولا يمكن تخزينها، فالغرف الفندقية غير المشغولة تعتبر خسارة على الفندق ولا يمكن تخزينها، والمقاعد الفارغة بالطائرة تعتبر خسارة، وكذلك الطلب على الخدمات يعتبر متذبذبا بسبب الموسمية.

3- وكالات السياحة والسفر

إن وكالات السياحة والسفر هي قسم من الأقسام المهمة في القطاع السياحي ولها مميزات خاصة وأعمال متنوعة، وتطور السياحة في الوقت الراهن وفي المستقبل لا يمكن أن يتم إلا بوجود وكالات السياحة والسفر.

أ- تعريف وكالات السياحة والسفر: وكالات السياحة والسفر هي شركات تنظم وتنتج وتبيع للسكان المحليين وغير المحليين بصناعتها الجماعية الخاصة أو الرحلات السياحية الفردية، وكذلك بيع الخدمات الإضافية المرتبطة بها، أو تكون وسيطة عند بيع الرحلات السياحية من الخدمات والبضائع المنتجة من قبل شركات أخرى.¹

ب- أهمية شركات ووكالات السياحة والسفر: وتكمن أهميتها فيما يلي:²

- وكالات السياحة والسفر المعاصرة لها أهمية كبيرة ودور متميز ليس فقط من أجل تطوير السياحة الدولية والداخلية.

- لها دور وأهمية اقتصادية وغيرها وذلك في كل دولة ويمكن النظر إليها من خلال هذه المعطيات.

- من خلال الأنشطة الاقتصادية التي تقوم بها فإن وكالات السياحة والسفر تعمل على توظيف أيدي عاملة كثيرة وبالتالي تساعد على تحسين مستوى الدخل المالي للسكان.

¹ مروان السكر، المرجع السابق، ص64.

² المرجع نفسه، ص70.

- يوجد قسم من أعمال الوكالات السياحية مرتبط بشراء وبيع العملات الصعبة، وعلى هذا الأساس فإنها تؤثر على ميزان المدفوعات لكل دولة.

- كما تساعد على تحسين الدخل الوطني عن طريق دفعها للضرائب المترتبة على أرباحها التي تجلبها من العملة الصعبة.

4- المنظمات السياحية وصناعة السياحة

أصبح التواجد في المنظمات والاتحادات السياحية الدولية من أساسيات الاستراتيجيات السياحية لأي دولة تريد أن تطلع على المستجدات والتحديات في الساحة السياحية الدولية لعرض منتجاتها السياحية وعناصر الجذب الطبيعية والبشرية بها، حتى يتعاضد دورها وتزيد وارداتها من السياحة الوافدة وتواكب التطورات السياحية الدولية.

أ- المنظمات السياحية الدولية

تعتبر نشأة المنظمات السياحية بمعاهدة دولية يكون الأعضاء فيها هيئات وشركات ومؤسسات ومصالح ولا يجوز أن تشترك فيها الحكومات بصفة رسمية، وأن لا تكون على شكل شركات تجارية ذات طابع مادي وتخضع للقانون المحلي الذي تقع فيه.

- **تعريف المنظمات الدولية التي لها علاقة بالسياحة:** المنظمات السياحية الدولية هي أشكال العلاقات الدولية، فالذي ينطبق على العلاقات بين الدول صاحبة السيادة ينطبق أيضا على العلاقات بين المنظمات والهيئات السياحية التي تباشر نشاطها في دول مختلفة.¹

- **شروط إنشائها:** هناك عدة شروط لابد من توافرها في المنظمة الدولية منها:²

✓ **المشروعية:** أي أن تكون أهدافها متمشية مع أحكام القوانين الدولية المختلفة، والأعراف والقيم والتقاليد العالمية السائدة.

✓ **التنظيم:** ويتضمن عنصرين أولهما الاستمرارية والدوام والثاني هو الإدارة المستقلة للمنظمة في حدود اختصاصاتها وأهدافها التي نص عليها ميثاقها عن الدولة المؤسسة لها أو الأعضاء فيها.

✓ **الدولية:** والمقصود بها أن تكون عضوية المنظمة من الدول المختلفة أو من جهات تنتمي لهذه الدول وتمثلها كاملا.

¹ نعيم الظاهر، سراب إلياس، المرجع السابق، ص 39.

² المرجع نفسه، ص 49.

- الدور الذي تقوم به المنظمات السياحية: تقوم المنظمات السياحية بمجموعة من الأعمال أهمها:¹

- ✓ رسم السياسة العامة لصناعة السفر والسياحة.
- ✓ تنشيط الأنشطة السياحية وتمييزها.
- ✓ دراسة التسهيلات الخاصة بالنشاط السياحي.
- ✓ التعاون والتشاور بين أعضاء المنظمة فيما يتعلق بالنشاط السياحي.
- ✓ المحافظة على مصالح الأعضاء.
- ✓ تنسيق العمل والجهود المبذولة بين الأعضاء.
- ✓ تبادل المعلومات والخبرات الخاصة بنشاط المنظمات.
- ✓ المساهمة في حل المشاكل وحل النزاع بين الأعضاء.
- ✓ التعرف على التطورات الحديثة في صناعة السياحة.
- ✓ القيام بالدراسات والبحوث الخاصة بالنشاط السياحي.

ب- صناعة السياحة

لقد أصبحت السياحة إحدى أهم الصناعات الرئيسية في العالم في وقتنا الحاضر، إذ فاقت معدلات نموها في بعض الأحيان معدلات نمو الزراعة والصناعة، كما تجاوزت أهميتها جميع الصناعات التحويلية التقليدية، والخدمات من حيث المبيعات والعمالة وجلب العملة الصعبة.

- تعريف صناعة السياحة

وهي مجموعة الإجراءات والتنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير وإنتاج وتسويق البضائع والخدمات واحتياجات ورفاهية السياح.²

وبالتالي فصناعة السياحة تعتبر أهم الصناعات الرئيسية في العالم في وقتنا الحاضر، كما تجاوزت أهميتها جميع الصناعات التقليدية والخدمات من حيث المبيعات والعمالة، وجلب العملة الصعبة ما عدا تجارة المحروقات.

- خصائص صناعة السياحة

يمكن حصر أهم خصائص الصناعة السياحية فيما يلي:³

¹ نعيم الظاهر، سراب إلياس، المرجع السابق، ص 49_50.

² أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للتوزيع، الأردن، 2007، ص 27.

³ عريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 1999، ص 23.

- ✓ يرتفع النشاط السياحي في الدول التي تتوفر على كافة متطلبات صناعة السياحة، هذه المتطلبات التي ليست دقيقة وضخمة بالكم والنوع الذي تتطلبه الصناعات الأخرى.
- ✓ تعد قنوات انتقال ما يصرفه السياح من أموال.
- ✓ تتصف بحاجتها إلى أعداد كبيرة من العاملين ذات كفاءة متخصصة وأخرى ترتبط بالسياحة واستمرار أنشطتها.
- ✓ إن صناعة السياحة تحتاج البحث الدائم عن أسواق جديدة لاستهداف السياح وخدمات أكثر وأفضل لجذب السياح كما يشترط الجدية والتجديد في الخدمات وفقاً لمتطلبات العصر.
- ✓ تحتاج صناعة السياحة إلى علاقات خاصة، وسمعة طيبة بين الدول المصنعة للسياحة والدول الأخرى.

- أسباب انتشار وتوسع صناعة السياحة

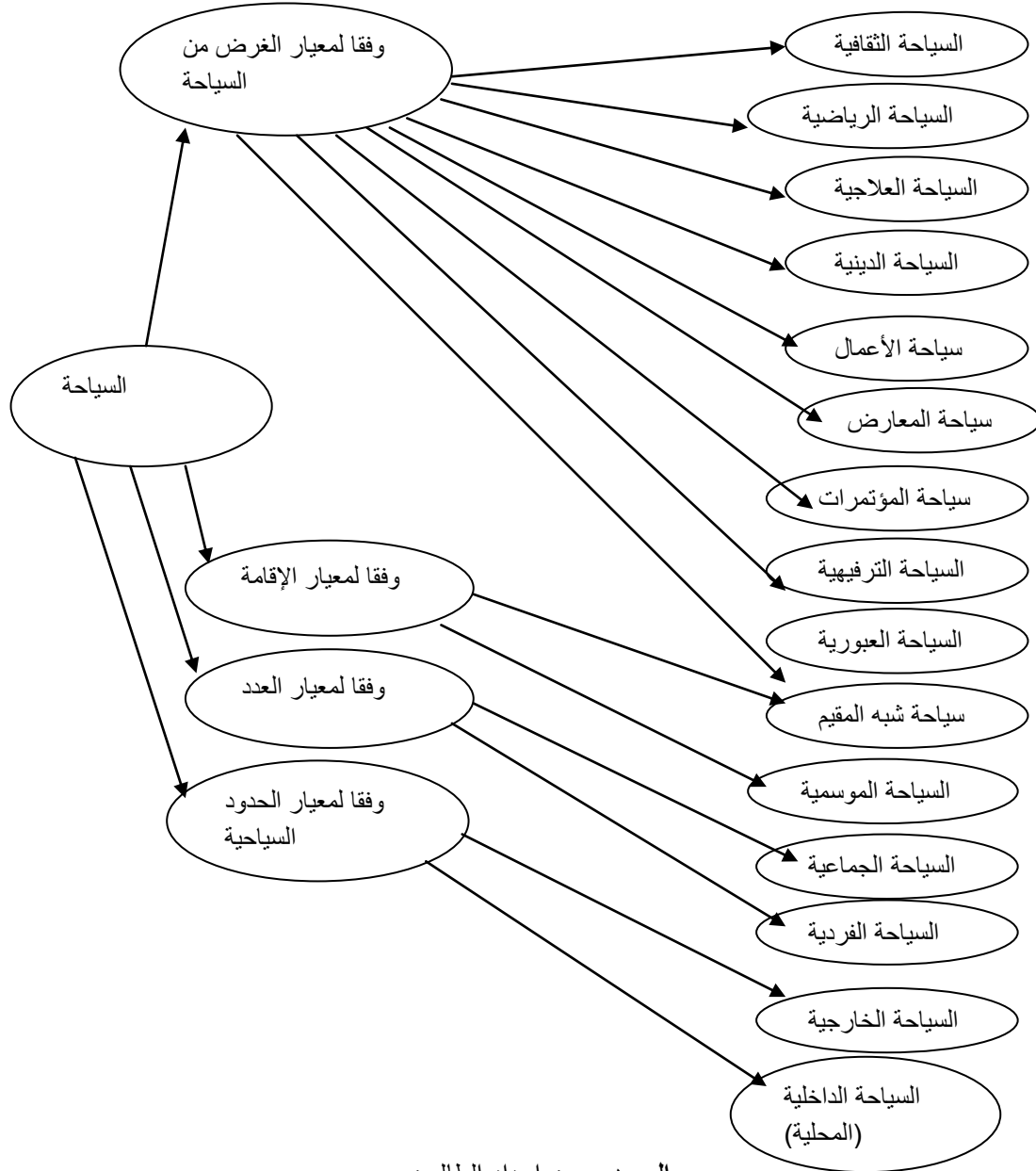
- ✓ تقليل ساعات العمل نتيجة لدخول الآلات والأجهزة الحديثة أدى إلى زيادة أوقات الفراغ وأصبح ذلك فرصة للسفر.
- ✓ الانتقال من الريف إلى المدينة أدى إلى زيادة الطلب على الخدمات في المدينة وانخراط الناس في الأعمال المكتبية الخاضعة للروتين.
- ✓ استعمال الفكر والعقل بدلاً من القوة الجسمانية، كل هذا أدى إلى ضرورة التمتع بإجازة سنوية للهروب من جو الروتين والعمل في زحم المدينة.
- ✓ انتهاء الحرب العالمية الثانية وانتشار السلام بين العالم.
- ✓ تلوث البيئة وخاصة جو المدن الصناعية أدى إلى هروب الناس فترة من الزمن إلى مناطق أخرى.
- ✓ تطور وسائل وطرق النقل وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية وتطور الطائرات الحربية التي كانت تستعمل للحرب إلى طائرات مدنية لنقل الركاب.
- ✓ زيادة وحدات الإنتاج أدى إلى حصول فائض في الإنتاج، وبدأ التجار والصناعيين في البحث عن أسواق لتصريف بضائعهم وهذا يحتاج للسفر.
- ✓ التقدم العلمي في مجالات الطب والأدوية ومعالجة الأمراض والقضاء على الأوبئة ساعد على زيادة السياحة وعدم خوف السياح من تعرضهم للإصابة بالأمراض.
- ✓ زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي والثقافة العامة، وانتشار المعلومات أدت هذه الزيادة إلى الرغبة لدى الكثير من الناس على زيارة البلدان الأخرى لغرض الإطلاع على ثقافتهم وأمور معيشتهم.
- ✓ تطور وتقدم وسائل الاتصالات الحديثة والتي ساهمت بشكل فعال في السياحة والسفر، حيث أصبح الشخص يسافر إلى أبعد دولة في العالم.¹

¹ أحمد محمود مقابلة، المرجع السابق، ص 27_28.

المطلب الثالث: أنواع السياحة وأصنافها

تعددت أنواع السياحة بتعدد المعايير والأسس المعتمدة في تصنيفها، لهذا يمكن تصنيف السياحة وفقاً للمعايير التالية:¹

شكل رقم (03) أهم تصنيفات السياحة.



المصدر: من إعداد الطالبين.

¹ سماعيني نسبية، المرجع السابق، ص ص 12-14.

أولاً: وفقاً للحدود السياسية

يعتمد هذا المعيار على حركة السياح فيما إذا كانت داخل حدود البلد السياسية أو تتعداها وبموجب ذلك نميز نوعين من السياحة:

1- السياحة الداخلية (السياحة المحلية): وتشمل حركة السياح المواطنين من حملة جنسية البلد داخل حدود البلد السياسية.

2- السياحة الخارجية (السياحة الدولية أو العالمية): وتشمل حركة السياح من الجنسيات المختلفة عبر الحدود السياسية الدولية.

ثانياً: وفقاً لمعيار العدد

ويتم تقسيم السياحة وفقاً لهذا المعيار إلى صنفين:

1- السياحة الفردية: أي قيام السائح بمفرده أو بصحبة العائلة بتنفيذ رحلة على حسابه الخاص والاتصال المباشر بالمشروعات السياحية المختلفة، وتتميز الرحلات الفردية بكبير تكلفتها مقارنة بالرحلات الجماعية، وذلك فهي تمارس من طرف السياح الذين يمتلكون إمكانيات مادية عالية.

2- السياحة الجماعية: وهي سياحة الأفواج أو المجموعات السياحية، حيث تقوم الشركات السياحية ووكالات السفر بتنظيمها وترتيبها مثل: تنظيم رحلات ويتميز هذا النوع من الرحلات بانخفاض أسعاره بالمقارنة بالسياحة الفردية.

ثالثاً: وفقاً لمعيار الغرض من السياحة

يمكن تقسيم السياحة وفقاً لهذا المعيار إلى الأقسام التالية:

1- السياحة الثقافية: تتم عبر زيارة السائح بلاد أجنبية ودراسة ومعرفة شعوبها أو خصائصها التي تميزها عن غيرها، وزيارة المعالم الأثرية والحضارية لذلك البلد، حيث تعمل هذه السياحة على زيادة معلومات السائح وإشباع حاجاته من الناحية الثقافية عبر إقامة الندوات والدورات الثقافية والمعارض الخاصة.

2- السياحة الرياضية: ويعتبر هذا النوع من أقدم السياحة حيث كانت تشتمل رحلات الصيد في الماضي، أما في الوقت الحاضر فقد أصبحت مختلف الدول تتنافس لإقامة مباريات كأس العالم أو دورة الألعاب الأولمبية وذلك من أجل الحصول على المكاسب التي تحققها المنافسات الرياضية.¹

¹ رفيق بودريالة، المرجع السابق، ص12.

- 3- **السياحة العلاجية:** إن هذا النوع من أجل العلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند المواطنين وتمارس من أجل الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع.¹
- 4- **السياحة الدينية:** وتعتبر من أقدم السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية كمكة المكرمة والمدينة المنورة في المملكة العربية السعودية، وكذلك دولة الفاتيكان في روما للمؤمنين بالعقيدة المسيحية.²
- 5- **سياحة الأعمال:** وهي الزيارات التي يقوم بها أصحاب الأعمال وممثلي الشركات الكبرى إلى دول خارجية بهدف متابعة أشغالهم³، كما تعتبر من أنواع السياحة الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين حيث ارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري والاقتصادي الذي شهده العالم.
- 6- **سياحة المعارض:** وتشمل الرحلات لحضور المعارض الدولية سواء المتعلقة بمواد البناء أو بالطائرات المدنية أو الحربية أو السيارات أو بالكتاب أو الباحثين، فالمعارض الدولية تستقطب بالإضافة إلى رجال الأعمال عددا كبيرا من السياح بهدف المشاهدة والتمتع وغالبا التسوق.⁴
- 7- **سياحة المؤتمرات:** هي استضافة المؤتمرات على اختلاف أنواعها وتنظيمها من الأنشطة السياحية المتطورة، وهي تتطلب إمكانيات سياحية كبيرة من حيث توفير أماكن الإيواء ووسائل النقل السياحي، والتسهيلات السياحية الأخرى، وتعتبر سياحة المؤتمرات ذات مغزى إعلامي كبير، وتتسابق الدول المختلفة إلى استضافة وتنظيم المؤتمرات لتحقيق من وراءها مكاسب سياسية، اقتصادية وإعلامية كبيرة.⁵
- 8- **سياحة ترفيهية:** ويعتبر هذا النوع من السياحة أكثر شيوعا في مختلف الدول، إذ أنه مرتبط بأوقات الإجازة المدفوعة الراتب مثل إجازة نهاية الأسبوع أو الإجازة الصيفية أو الأعياد الدينية.⁶
- 9- **السياحة العبورية:** ويكون هذا النوع من السياحة نتيجة الحاجة إلى العبور لوقت قصير من خلال أراضي دولة معينة للوصول إلى دولة أخرى، علما بأن السياحة العبورية تنظم من قبل كل دولة ويتراوح بين يوم وأربعة أيام.⁷

¹ رفيق بودريالة، المرجع السابق، ص12.

² سماعيني نسبية، المرجع السابق، ص15.

³ المرجع نفسه، ص16.

⁴ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

⁵ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

⁶ أحمد محمود مقابلة، المرجع السابق، ص37.

⁷ مروان السكر، المرجع السابق، ص18.

رابعاً: وفقاً لمعيار الإقامة

ويعتمد هذا المعيار على مدة الرحلة السياحية ويكن التمييز فيه بين نوعين من السياحة:¹

1- السياحة الموسمية: وسميت بالموسمية لأن الطلب السياحي يتحقق في موسم معين من السنة يسمى "موسم الذروة السياحي"، حيث تتدفق الأفواج السياحية وبأرقام كبيرة جداً على المواقع السياحية، ويمكن أن تقسم السياحة الموسمية إلى:

- السياحة الصيفية.
- السياحة الشتوية.
- سياحة المناسبات.

2- سياحة شبه المقيم: وتعني أن السياح يستقرون لفترة طويلة نسبياً في موقع سياحي واحد قد تتعدى شهراً كاملاً، هي تخص في الغالب كبار السن، وتعد السياحة العلاجية خير مثال على سياحة الإقامة.

إضافة إلى التقسيمات السابقة يمكن استخراج أنواع أخرى من السياحة استناداً لمجموعة من المعايير نذكر منها:

- تبعاً لوسيلة النقل: بحرية، برية، جوية، نهريّة.
- تبعاً لاتجاه الرحلة (مكان ممارسة السياحة): ساحلية، جبلية، ريفية...
- تبعاً للسن (العمر): سياحة الشباب، الناضجين، ما بعد التقاعد.
- حسب الجنسية: سياحة الأجانب، سياحة المواطنين الذين يعملون بالخارج، سياحة المواطنين الذين يعملون بالداخل.
- حسب ميزانية السائح: سياحة ريفية، سياحة اجتماعية.

المبحث الثاني: مقومات السياحة والعوامل المؤثرة عليها

تعتبر المقومات السياحية أساس النشاط السياحي، فبدونها لا وجود للنشاط السياحي، حيث تمثل ركائز لا بد من توافرها وهي تتمثل في المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية، أماكن الراحة الترفيهية والغابات والصحاري، بالإضافة إلى الآثار التاريخية والمعمارية والصناعات التقليدية والفنون.

سنحاول من خلال هذا المبحث الوقوف بشيء من التفصيل على هذه المقومات السياحية من حيث مفهومها، أنواعها والعوامل المؤثرة عليها.

¹ سماعيني نسبية، المرجع السابق، ص18.

المطلب الأول: مفهوم المقومات السياحية

يمثل المورد السياحي في أية دولة سياحية مختلف عناصر الجذب السياحي التي تقدمها الدولة إلى السائحين القادمين إليها من مختلف المناطق والدول.

أولاً: تعريف المقومات السياحية

تعرف المقومات السياحية بأنها "عبارة عن مجموعة من المنتجات والخدمات الضرورية لإرضاء حاجات المستهلك"¹، معنى ذلك أن كلمة مقوم أو مورد سياحي تطلق على كل الخدمات والبضائع التي قد تغري المستهلك.

في حين هناك من يعرف المقومات السياحية من الناحية الاستهلاكية على أنها "كل ما يتم استهلاكه في إطار العملية السياحية في شكل خدمات كالنقل، السكن، الترفيه، الشواطئ، الجبال، الآثار، الفنادق... الخ."²

استناداً لما ورد من تعاريف يمكن اعتبار المقومات السياحية بأنها الخدمات التي يتم استهلاكها من طرف المستهلك بغرض إشباع حاجاته ورغباته.

ثانياً: خصائص المقومات السياحية

تتميز المقومات السياحية بعدة خصائص هامة مشتقة من طبيعة النشاط السياحي وتتمثل في³:

1- استحالة نقل أو تخزين المورد السياحي: أي يستحيل نقل المنطقة السياحية إلى السائح بل السائح هو الذي ينتقل إلى المنطقة السياحية، وهي عكس المنتجات المادية، حيث أن معظم الموارد السياحية لا يمكن تخزينها.

2- عدم مرونة الموارد السياحية في المدى القصير: المقصود بهذه الخاصية أنه لا يمكن تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر ومثال ذلك: لا يمكن تحويل فندق إلى مطار وذلك لأن تجهيز الفندق وتصميمه يختلف عن تصميم وتجهيز المطار.

¹ مثنى طه الخوري، إسماعيل محمد علي دباغ، المرجع السابق، ص110.

² عبدالقادر هيدر، واقع القطاع السياحي في الجزائر وأفاق تطويرها، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005_2006، ص45.

³ سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الجامعة الأولى، الأردن، 2002، ص13.

3- تأثر المورد السياحي بالموسمية: تتأثر الموارد السياحية بالموسمية حيث يتذبذب الطلب على الخدمات السياحية، ويظهر لنا ثلاثة مواسم مختلفة تتمثل في:

أ- موسم الذروة: في هذا الموسم يكثر الطلب السياحي، حيث يزداد فيه عدد السياح، وتكون أجور الإقامة وأسعار الخدمات السياحية مرتفعة.

ب- موسم الوسط: وفي هذا الموسم يتذبذب الطلب على الخدمات السياحية، ويكون عدد السياح متوسطاً وأسعار الخدمات السياحية وأجور الإقامة منخفضة نوعاً ما.

ج- موسم الكساد: وهو الموسم الذي يقل فيه الطلب على الخدمات السياحية، وقد ينعدم فيه نهائياً، أين تلجأ معظم المؤسسات السياحية إلى تخفيض الأسعار.

د- التمرکز المؤقت: يختلف استهلاك الخدمات السياحية عن المنتجات المادية، فالمورد السياحي يخضع إلى التغيرات المناخية وأوقات الفراغ وغيرها، لذلك فإن استهلاكه يكون في أوقات محدودة.

هـ- تعدد جهات الإنتاج: وذلك باعتبار أن السياحة صناعة مركبة تضم عدة موارد تشمل العديد من الخدمات السياحية المختلفة مثل: الفنادق والنقل السياحي، والإرشاد السياحي... الخ.¹

ومنه نستنتج أن المقومات السياحية تحقق حاجات ورغبات السائح وتعتبر عامل جذب لأنها تتميز بخصائص تجعلها مغرية له.

المطلب الثاني: أنواع المقومات السياحية

تعمل المقومات السياحية على جذب السياح من مختلف أنحاء العالم، وذلك من خلال المقومات المختلفة للبلد والتي تتمثل فيما يلي²:

أولاً: المقومات الطبيعية

تعتبر المقومات الطبيعية من أهم العوامل التي تعمل على جذب السياح إلى أي إقليم سياحي، وتتمثل هذه المقومات في العناصر التي خلقها الله سبحانه وتعالى وأوجدتها في كل دولة، كما أن الترابط بين المقومات الطبيعية من موقع جغرافي ومناخ وشواطئ وغطاء نباتي تعطي الأقاليم السياحية أهمية مميزة أخرى في جذب السياح.

¹ سراب إلياس وآخرون، المرجع السابق، ص14.

² صبري عبد السمیع، التسويق السياحي والفندقي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص126.

1- **الموقع الجغرافي:** يعتبر الموقع الجغرافي المتميز من المزايا الطبيعية المهمة التي تعتمد عليها الدول المضيفة في جذب الحركة السياحية إليها من مختلف دول العالم.

2- **المناخ:** يرتبط المناخ بالموقع الجغرافي ارتباطاً طبيعياً، فالدول التي تقع في أقصى شمال أو جنوب الكرة الأرضية لا تتمتع بمزايا كبيرة مثل الدول التي تقع في الوسط لاعتدال المناخ فيها والملائمة لممارسة مختلف الأنشطة السياحية، ويتمثل المناخ في كل العوامل المتصلة من درجات الحرارة، الرطوبة، الأمطار، الثلوج، الشمس، الهواء وغيرها.

3- **المناظر الطبيعية:** لعل المناظر الطبيعية من أهم المقومات السياحية، وتتمثل في التضاريس أي طبيعة الأرض وتشمل السهول، الجبال، الوديان وأيضاً المناظر السياحية مثل: الشواطئ، مناطق البحيرات والأنهار والبحار، بالإضافة إلى المناطق الخضراء الجميلة والغابات الكثيفة والحيوانات ومساقط المياه والكهوف، والحدائق الطبيعية والمحميات والعيون والحمامات المعدنية والرمال الدافئة والعيون الكبريتية... الخ.¹

ومن بين هذه المناظر الطبيعية يمكن أن نذكر ما يلي²:

أ- **الجبال:** تمثل الجبال مناطق جذب سياحية لأكثر من سبب من ذلك أنها تتمتع بجمال المناظر في حد ذاتها وما تحتويه من نباتات وحيوانات برية، كما تتمتع بمناخ صيفي جيد وذلك بتوافر أشعة الشمس ونقاء الهواء، فضلاً عن ارتباطها بالأنشطة الرياضية مثل تسلق الجبال، السير لمسافات طويلة، والتزلج.

ب- **البحار:** تلعب السواحل دوراً هاماً في اجتذاب السياحة الداخلية والخارجية على السواء، حيث ترتبط بالسواحل مختلف الأنشطة الاجتماعية مثل: السباحة والغطس، التزلج على الماء، التنزه والصيد.

ج- **العيون المعدنية:** للعيون المعدنية دوراً هاماً في الجذب السياحي حيث أن العيون المعدنية تستخدم في العلاج من الأمراض المختلفة.

ثانياً: المقومات الصناعية

تعتبر المقومات الصناعية عامل أساسي في جذب السياح وعدم توفرها يمنع السائح من السفر والتنقل والتجوال في المناطق السياحية وأيضاً من الإقامة والراحة، وتتمثل أهم المقومات الصناعية في³:

¹ صبري عبد السميع، المرجع السابق، ص 127.

² زهير بوعكريف، التسويق السياحي، ودوره في تفعيل قطاع السياحة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2011_2012، ص 16_17.

³ المرجع نفسه، ص 18.

1- وسائل النقل: مناطق الجذب السياحي أيا كان نوعها تكون قليلة القيمة لو كانت مواقعها يصعب الوصول إليها بوسائل النقل العادية، ولذلك فإن الافتقار إلى أية طرق عمومية معبدة وصالحة لا تشجع الكثيرين من السياح على السياحة، ولقد أحدث الطيران ثورة في الأسفار والنقل وتشتمل وسائل النقل على البواخر السياحية والتجارية والسكك الحديدية والسيارات المكيفة والقطارات السريعة، كما أدى التطور في النقل الجوي إلى خلق طفرة في السياحة الدولية، والذي يعتبر أسرع وسيلة وأقلها نفقة بالنسبة للمسافات الطويلة فضلا عن النقل البحري رغم استغراقها وقتا أطول.

2- الإيواء: لا توجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون أماكن الإيواء، وأول ما يبحث عنه السائح في وقت وصوله لأي دولة أو أي مكان هو مكان مناسب للإقامة، إذ يبحث عن الإقامة قبل البحث عن الطعام والشراب والترفيه، والإيواء يمثل الفنادق، شقق سياحية، غرف ومخيمات، ويمثل أيضا بصورة مباشرة الطعام والشراب.

3- البنية التحتية: تعتمد السياحة بصورة مباشرة على البنية التحتية، وهو مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع أو منطقة سياحية، وتشمل البنية التحتية شبكات الصرف الصحي والمياه العذبة والكهرباء، ووسائل الاتصال والخدمات الصحية والطرق...إلخ إلا أن أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة بدون توفر هذه الخدمات.

4- البنية الفوقية: مصطلح يطلق على منشآت الإقامة السياحية ومشاريع الاستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية ووكالات السفر والأسفار، الشركات السياحية، مكاتب الإيجار للسيارات، مترجمين، مرشدين، سياحيين، المسارح، الملاعب، سينما...إلخ، حيث تختلف هذه الخدمات من بلد لآخر وحسب مستوى تقدم البلد.

ثالثا: المقومات الحضارية والثقافية

وتتمثل المقومات الحضارية والثقافية فيما يلي¹:

1- الآثار التاريخية: تمتلك كل دولة في العالم ثروة خاصة بها قد تكون كبيرة وممتدة إلى عمق التاريخ عبر العصور القديمة، وقد تكون قليلة بقدر ما بقي لها عبر الزمن، كما أن الآثار التاريخية عنصر مهم لربط الماضي بالحاضر واستنشاق عبق التاريخ وتجسيد حضارات الأمم والشعوب فهي كثيرة ومتنوعة في دول سياحية كثيرة.

¹ صبري عبدالسميع، المرجع السابق، ص128.

2- المعالم الحضارية الحديثة: مثلما صنع الإنسان القديم في كل مكان الآثار التاريخية القديمة التي تدل على عرافته وأصالته وحضارته القديمة، صنع أيضا ما يدل على تطوره ونهضته وتقدمه في الحاضر فأنشأ المعالم العصرية التي تعبر عن إنجازاته المتعددة على سبيل المثال: المتاحف الفنية الضخمة في معظم دول العالم، المعالم القومية المهمة الأبراج العالية الشهرة.

3- الخصائص الاجتماعية: وتتمثل في الثقافة والعادات والتقاليد عبر مختلف الأزمنة، وتلخيصها في شكل ممارسات يتم القيام بها، إما عن طريق الحياة اليومية للأشخاص، أو القيام بها في أوقات معينة ويكون التعبير عن طريق المأكل والملبس وكل ما يتعلق بالحياة اليومية لهذه الشعوب.

نستنتج مما تقدم أن المقومات السياحية تعتبر عامل جذب مهم وهي رغم تنوعها فهي متكاملة مع بعضها البعض حيث نجد المقومات الطبيعية والحضارية والثقافية إضافة إلى وسائل النقل والمواصلات، وكذلك أماكن الإيواء والإقامة، تختلف من بلد لآخر وتبقى عاملا مهما يجب الحفاظ عليه للنهوض بالسياحة وازدهار البلد وتطوره.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على المقومات السياحية

تتأثر المقومات السياحية بمجموعة من العوامل تؤثر في النشاط السياحي، حيث تختلف هذه العوامل فتكون إما عوامل داخلية أو عوامل خارجية ونوجزها فيما يلي:

أولا: العوامل الداخلية

تؤدي العوامل المؤثرة في المقومات السياحية إلى خلق نتائج قد تكون إيجابية أو سلبية وتتمثل هذه العوامل فيما يلي¹:

1- وزارة السياحة: ويتمثل دورها في عمليات التخطيط والإشراف على عمليات وأنشطة التسويق السياحي والمشاركة في الأنشطة والمؤتمرات السياحية الدولية، من خلال إبراز ما يتمتع به البلد من مكانة سياحية متكاملة من ناحية التعدد والتنوع في الأماكن السياحية، بالإضافة إلى الاهتمام بخبراء التسويق ومختلف الفاعلين الذين يملكون مهارات وقدرات تمكنهم من وضع سياسات لكل موقع سياحي.

2- أماكن الإقامة للسائح: تتوفر أماكن الإقامة للسائح، وتتعدد درجاتها ومستوياتها، ومن بينها نجد: الفنادق، القرى السياحية، بيوت الشباب... إلخ والتي يجب أن تكون أسعارها معقولة ومناسبة بالمقارنة مع مستويات الأسعار في الدول المجاورة، بالإضافة إلى نوعية الخدمات المقدمة على مستواها.

¹ سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، مصر، 2002، ص ص223-226.

3- مجموعة الخدمات المساعدة: تتضمن هذه المجموعة مزيجا من الخدمات الإضافية المتنوعة التي يحتاجها السائح، وتظهر مع رغبته في السياحة وتستمر أثناء التجربة السياحية وتنتهي مع إشباعه لهذه الرغبة، ومن أمثلة ذلك نجد خدمات شركات النقل الجوي، والبري، والبحري، بالإضافة إلى خدمات المطاعم وكذلك العمل على الإلغاء التدريجي لمختلف القيود الإدارية المرتبطة بتسهيلات الدخول والخروج إلى المنطقة المقصودة بالزيارة.

4- تسيير المواقع السياحية: حيث أن تسيير المواقع السياحية يعاني العديد من المشاكل الناتجة بالأساس عن ضعف المهارات والكوادر البشرية، وأيضا ضعف برامج التأهيل والتدريب وغياب الحافزية للعمل.

5- قرب المسافات بين المواقع السياحية: حيث أن البلد كلما كان قريبا من الدول التي تصدر السياح كلما كان ذلك عاملا في توجه السياح إلى ذلك البلد، مما يتيح لزيارة العديد من الأماكن في وقت قصير.

6- العوامل السياسية والاقتصادية: حيث أن الاستقرار السياسي من أهم العوامل المؤثرة في السياحة في مختلف البلدان، لذلك وجب عليها ضمان استقرارها قبل البدء في أي عمل وكذلك البحث عن المخططين الاستراتيجيين والتسويقيين ذوي الاختصاص في المجال السياحي، وذلك من أجل إنشاء استثمارات سياحية كافية لسد العجز في المنشآت السياحية ذات الاستيعاب الضعيف.

7- العوامل الاجتماعية والتشريعية: وتتمثل هذه العوامل في البساطة التي يتمتع بها السكان من خلال ترحيبهم بالسياح بالإضافة إلى توفر الدليل السياحي.

ثانيا: العوامل الخارجية

تتمثل العوامل الخارجية المؤثرة في المقومات السياحية فيما يلي¹:

1- المنافسة: وذلك من خلال زيادة القدرة التنافسية للشركات والوكالات السياحية والمواقع السياحية، والعمل على تنويع الخدمات السياحية.

2- تنوع المناخ نسبيا: قد يكون له ميزة وذلك يقضي بالضرورة تنويع مختلف الخدمات والمواقع السياحية.

3- الترويج الخارجي للموارد السياحية: حيث يمثل الترويج للموارد السياحية الركيزة أو الأداة الفعالة لنقل كافة الأفكار والمنافع والفوائد... إلخ فهو يهدف إلى تعريف المستهلك بالمنتج وخصائصه ووظائفه

¹ سعيد محمد المصري، المرجع السابق، ص 227.

ومزاياه وكيفية استخدامه وأماكن وجوده في السوق، بالإضافة إلى محاولة التأثير على المستهلك واقتناعه بشراء المنتج.

ونفهم من ذلك أن الترويج يقوم بالتعريف بالمواقع السياحية، وما تملكه من ثروات طبيعية أو تاريخية أو غيرها لدى السائح الذي يأتي للاستمتاع بها.

ومنه نستنتج أن العوامل المؤثرة في المقومات السياحية لها أهمية كبيرة في التأثير على الأنشطة السياحية، حيث تتمثل العوامل الداخلية في العوامل الموجودة داخل الدولة الواحدة، أما العوامل الخارجية فتتمثل في عوامل طبيعية لا يمكن التحكم فيها مثل المناخ وأخرى متعلقة بالمنافسة والترويج الخارجي والتي يصعب على الدولة التحكم فيها.

خلاصة الفصل

مما سبق نستنتج أن السياحة من بين القطاعات الرائدة في عصرنا الحالي، حيث عرفت عدة مراحل وتطورت بتطور الإنسان واختلاف احتياجاته. ومن الصعب إعطاء تعريف موحد وشامل للسياحة، فبقدر ما يوجد باحثون مختصون في هذا المجال بقدر ما توجد تعاريف وأنواع مختلفة للسياحة، حيث نجد أن السياحة لها أهمية بالغة نظرا للدور الذي تلعبه في مختلف جوانب الحياة، كما تتميز بخصائص تميزها عن باقي النشاطات الاقتصادية الأخرى، فالسياحة شأنها شأن أي صناعة تقوم على مجموعة من المقومات التي تسهم في تطورها، وبدون هذه المقومات لا يمكن لها أن تزدهر.

فالسياحة تساهم بدرجة ملموسة في جذب جزء مهم من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية الشاملة من خلال أنواع التدفقات النقدية الأجنبية المحصلة، حيث أن دخل السياحة أصبح يمثل المصدر الأول للعملات الأجنبية لحوالي 38% من دول العالم، ومن أكبر خمس مصادر لبقية الدول.

الفصل الثاني:

احتياطات النقد الأجنبي ودور السياحة في دعمها

تمهيد

المبحث الأول: أساسيات حول احتياطات النقد الأجنبي

المبحث الثاني: مساهمة السياحة في دعم الاحتياطي من النقد الأجنبي

خلاصة الفصل

تمهيد

من أجل تسوية معاملات الأعوان الاقتصادية فيما بينهم والمدفوعات الدولية من طرف الدول، ومن أجل مواجهة الظروف المستقبلية الطارئة وغير المتوقعة، كسد الخلل في ميزان المدفوعات توجب على الدول الاحتفاظ بمقدار ممن النقد الأجنبي كاحتياطات لمواجهة هذه الظروف المستقبلية.

وتخلق الاحتياطات النقدية ثقة في الدائنين للدولة وكذلك تمنح الطمأنينة للمستثمرين الأجانب والطمأنينة في المجتمع لتفادي السياسات الاقتصادية كالتقشف...إلخ وباعتبار السياحة مصدر من مصادر جلب العملة الصعبة فهي توفر جزء معتبر من النقد الأجنبي من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية عن طريق الإستثمارات السياحية وكذا الإيرادات السياحية والإنفاق السياحي اليومي للسائحين...إلخ.

وفي هذا الفصل سنقوم بتوضيح بعض المفاهيم من خلال محاولة الإلمام بالإطار النظري لاحتياطي النقد الأجنبي من خلال مبحثين:

- ❖ المبحث الأول: أساسيات حول احتياطات النقد الأجنبي.
- ❖ المبحث الثاني: مساهمة السياحة في دعم الاحتياطي من النقد الأجنبي.

المبحث الأول: أساسيات حول احتياطي النقد الأجنبي.

عند التطرق إلى احتياطي النقد الأجنبي فإنه يتعذر وضع تعريف دقيق بسبب الاختلاف حول الأصول التي تعتبر احتياطية والأصول الأخرى في النظام النقدي الدولي واحتياطي الصرف الأجنبي يأخذ تسميات مختلفة (الاحتياطات الأجنبية، الاحتياطات الخارجية، الاحتياطات الدولية).

المطلب الأول: تعريف احتياطات النقد الأجنبي.

هناك تعريفات مختلفة لاحتياطات النقد الأجنبي منها تعريف صادرة عن الهيئات النقدية الدولية، وأخرى عن باحثين اقتصاديين وفيما يلي نذكر أهمها:

أولاً: تعريفات مختلفة لاحتياطي النقد الأجنبي

- تعريف صندوق النقد الدولي من خلال الطبعة السادسة لدليل ميزان المدفوعات ووضع الاستثمار الدولي: "هي تلك الأصول الخارجية الخاصة الخاضعة لسيطرة السلطات النقدية والمتاحة لتتصرف بها في أي وقت من أجل معالجة اختلالات ميزان المدفوعات وتمويلها أو التأثير على سعر صرف العملة عن طريق التدخل في أسواق الصرف أو غير ذلك من الأغراض ذات الصلة".¹

- يمكن تعريف احتياطات النقد الأجنبي على أنها صمام أمان يحتفظ به البلد ويستعمله من أجل الوقاية من آثار الصدمات الخارجية التي يمكن أن يتعرض لها الاقتصاد الوطني من جراء علاقته مع الخارج.²

- احتياطي الصرف الأجنبي يقصد به الأصول التي يجب الاحتفاظ بها من طرف الحكومات من أجل تسوية الديون والمعاملات الدولية مع الحكومات الأخرى بسبب تقيد هذه الأخيرة بهذه الأصول. تسعى حكومات الدول إلى تكوين هذه الأصول والاحتفاظ بها لتستخدمها كاحتياطات، وللجوء إليها عند حدوث عجز طارئ أو مؤقت في ميزان المدفوعات وتجنب إجراء تغييرات أساسية مرفوضة في سياستها الاقتصادية والاجتماعية.³

¹ صندوق النقد الدولي، الاحتياطات الدولية والسيولة العملة بالأجنبية، المبادئ التوجيهية لإعداد نموذج قياس البيانات، الطبعة العربية، واشنطن، 2013، ص03.

² John williamson, *Exchange reserves as shock absorbers*, Series in economic Development, University press, oxford, 1988, p18.

³ رمزي زكريا، الاحتياطات الدولية والأزمة الاقتصادية في الدول النامية مع إشارة خاصة عن الاقتصاد المصري، الطبعة الأولى، دار المستقبل العربي، الاسكندرية، مصر، 1994، ص73.

- احتياطات النقد الأجنبي هي ما تحتفظ به البنوك المركزية من موجودات من الذهب والعملات الأجنبية وكذلك حقوق السحب والتي تمثل جزء من احتياطات النقد الأجنبي.¹

من خلال التعريفات السابقة يمكننا القول أن احتياطات النقد الأجنبي بالرغم من المفاهيم المختلفة والمتعددة لها، يمكننا أن نقترح تعريفاً شاملاً لها وهو أن احتياطي النقد الأجنبي هو تلك الأصول الأجنبية التي تعود ملكيتها إلى السلطات النقدية للدولة التي تستعملها في أي وقت لمعالجة الخلل في ميزان المدفوعات، وتكون عبارة عن موجودات من الذهب والعملات الأجنبية القابلة للتحويل، بالإضافة إلى حقوق السحب الخاصة، ولا تكون هذه الأصول أصولاً احتياطية إلا إذا كانت مملوكة من طرف السلطات النقدية وتتمتع بسيولة عالية.

ثانياً: أسباب حيازة احتياطات النقد الأجنبي

يمكن إعطاء هذه الأسباب التي تدفع بالدول لحيازة هذه الاحتياطات من خلال ما قدمه صندوق النقد الدولي سنة 2001 ملخصة حسب النقاط التالية:²

- الحفاظ على الاحتياطي لمواجهة الكوارث أو الطوارئ الوطنية.
- توليد دخل مالي للبلد.
- المحافظة على سيولة العملات الأجنبية في حالة عدم القدرة على الحصول على قروض أو التكلفة العالية من أجل امتصاص الصدمات نلجأ إلى العملات الأجنبية.
- تمويل احتياجات الحكومة من النقد الأجنبي والتزامات الديون الخارجية.
- الأصول الخارجية تعمل على دعم العملة المحلية.
- الرفع من مستوى الثقة وخلق الطمأنينة في الأسواق في حالة الأزمات والصدمات الخارجية تمكن الدولة من تلبية التزاماتها الخارجية.
- تمنح الدولة القدرة على التدخل لتدعيم العملة الوطنية فهي توفر الثقة في السياسات النقدية وإدارة سعر الصرف.

¹ Alain Beiton et autres, dictionnaires des sciences économique, Armand and colin, paris, 1991, p273.

² رمزي زكرياء، المرجع السابق، ص83.

ثالثاً: صيغ احتياطي النقد الأجنبي

احتياطي النقد الأجنبي يأتي بعدة صيغ نذكر أهمها كما يلي:¹

- 1- احتياطات الصرف الأجنبية الاسمية: وتمثل مجموع ما تملكه الدولة من حقوق السحب الخاصة، أصول العملات الأجنبية، الشريحة الاحتياطية لدى صندوق النقد الدولي وما تحوزه من الذهب.
- 2- احتياطات الصرف الأجنبية الاسمية الصافية: ويعبر عنه بعملية طرح الالتزامات قصيرة الأجل بالعملات الأجنبية من إجمالي احتياطات الصرف الأجنبية الاسمية.
- 3- احتياطات الصرف الأجنبية الحقيقية: وهذا المؤشر يلعب دور في إزالة التشوهات السعرية بإنقاص التضخم في قيمة هذه الاحتياطات من إجمالي احتياطات الصرف الأجنبية الاسمية، وهذا يعبر عن القدرة الحقيقية الدولية لهذا المخزون من الاحتياطات.
- 4- احتياطات الصرف الأجنبية الصافية الحقيقية: وهو المؤشر الذي يعبر عن الملاءة الدولية للبلد، والذي نحصل عليه بإزالة التغيرات السعرية عن احتياطات الصرف الأجنبية الصافية.

المطلب الثاني: العملات المكونة للاحتياطي

انطلاقاً من مصطلح العملات الارتكازية والعملات القابلة للتحويل، أو العملة الصعبة التي يتم من خلالها تسوية الالتزامات الدولية خلال عملية التجارة الدولية، ولتكون هذه العملات الارتكازية لابد أن تتوفر فيها شروط معينة كي تقبل.

أولاً: تعريف عملات الاحتياطي (العملة الصعبة)

1- المقصود بها هو العملات شائعة الاستخدام في تسوية المدفوعات الدولية وهي العملات القابلة للتحويل ولا تكون عليها قيود تعرقل دخولها أو خروجها من وإلى الدولة أو إلى دولة أخرى، وهي عبارة عن موجودات الدولة من عملات الدول الأخرى، والتي تشمل السندات الحكومية والودائع تحت الطلب بالعملات الأجنبية والذهب وحقوق السحب الخاصة وأوراق النقد الأجنبي.²

¹ سهيلة مواكني، محددات الطلب على احتياطي الصرف الأجنبي في الجزائر (دراسة قياسية للفترة 1990-2011)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة) تخصص تحليل اقتصادي، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2013، ص15.

² موسى سعيد مطر وآخرون، المالية الدولية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص29.

2- الشروط الواجب توفرها في العملات الاحتياطية: وتتمثل فيمايلي:¹

- أن تكون أسعار صرف العملة مستقرة مقارنة بالعملات الأخرى وأن تتمتع بقدر كبير من الثبات والاستقرار.
 - عملية الدفع في تجارة النفط وتقييم الذهب.
 - تكون محل العرض والطلب في البورصات والأسواق النقدية الدولية.
 - أن يكون البلد المصدر لهذه العملة له مكانة في التجارة الدولية.
 - تكون كوسيط للمحافظة على أسعار العملات الأخرى.
 - أن تحتوي الدولة المصدرة لها على جهاز مصرفي قوي وأمن وكفؤ.
- وعليه فأى عملة تستوفي الشروط فستلقى القبول والسعي من طرف الدول الأخرى للاحتفاظ بها واقتناءها كاحتياطات دولية، إلا أنه تبقى لدينا مشكلة المضاربة على قيمة العملة التي تؤثر عليها بالرفع أو الخفض مما يؤثر سلبا أو إيجابا على ميزان المدفوعات للبلد، نلاحظ من خلال الجدول التالي هيمنة عملتين هما الدولار واليورو على باقي العملات الأخرى.

الجدول رقم (01): حصة العملات الاحتياطية في إجمالي الحيازات الرسمية من النقد الأجنبي

الوحدة: مليار دولار

2008 - 2014.

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
العملات الأجنبية							
الدولار الأمريكي	64.1	62	61.8	62.3	69.91	60.89	60.93
اليورو	26.4	27.7	26	24.7	23.9	24.74	24.48
الين الياباني	3.1	2.9	3.7	3.6	3.9	3.5	3.98
الجنيه الأسترالي	4	4.2	3.9	3.6	3.9	3.85	3.98
الفرك السويسري	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.27	1.27
الدولار الكندي	-	-	-	-	1.42	1.83	1.9
الدولار الأسترالي	-	-	-	-	1.45	1.66	1.73
عملات أخرى	2.2	3.1	4.4	5.4	3.23	3.01	2.81

المصدر: بوكريدي عبد القادر، متطلبات كفاءة احتياطات الصرف الأجنبي بالبنوك المركزية- دراسة حالة بنك الجزائر- أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، 2016، ص29.

¹ محمد الطيب أحمد، إدارة احتياطي الصرف الأجنبي في الجزائر(الواقع والمتطلبات)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نفود ومالية، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، 2008، ص31.

3- وظائف العملات الدولية

تؤدي العملات الدولية ثلاث وظائف رئيسية و تتمثل هذه الوظائف كالتالي: مستودع للقيمة، وحدة للتحاسب، وسيط للتبادل، وهي تشترك مع العملة الوطنية في هذه الوظائف وتختلف في وظيفة رابعة هي وظيفة إتمام الدورة العالمية.

قام الاقتصادي كروجمان (KREUGMAN) بوضع مصفوفة تبين دور العملات الدولية كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (02): وظائف العملات الأجنبية حسب مصفوفة كروجمان (KREUGMAN).

الوظيفة	الاستعمال الخاص	الاستعمال الرسمي
وسيط للتبادل	تسوية المبادلات التجارية والمالية	التدخل في أسواق الصرف الأجنبي
مستودع للقيمة	التوظيفات والتمويل	تراكم الاحتياطات
وحدة للتحاسب	تثبيت السعر - الفوترة	عملة ربط (نقد مرجعي)

Source: Kreugman; "Currency caises", combrige uk, 1997, p : 128.

حسب كروجمان فإن العملات الدولية يستخدمها كل من القطاع الخاص والعام، حيث يستخدمها القطاع الخاص كوسيط للتبادل في عملية التبادل المباشر للعملات أو من أجل تسوية المعاملات التجارية وصفقات رأس المال الدولية، وتستخدمها القوى الرسمية للتدخل في أسواق الصرف وتمويل ميزان المدفوعات، كما تستخدم كمستودع للقيمة فتستعملها القوى الخاصة عند إختيار أصولها المالية، وبالمثل يمكن للقوى الرسمية حيازتها كعملة دولية من أجل تشكيل أصولها الاحتياطية الدولية.

تستخدم كذلك كوحدة حسابية في تسديد الفواتير تجارة السلع وفي تحديد قيمة الصفقات المالية للقطاع الخاص، ويستخدمها القطاع العام لتحديد تعادل سعر الصرف. مع ذلك نجد أن وظيفة العملة الدولية كوسيط للتبادل ووحدة للحساب تكون مهيمنة على وظيفتها كمخزون للقيمة.

الوظيفة الرابعة: هذه الوظيفة تختص بها العملات الدولية فقط فهي تضمن السيولة الدولية، وتلعب دور الوسيط فأغلب المؤسسات المالية تعتمد هذه العملة والاعتماد على النظام البنكي المصدر لها وهي تضمن السيولة للبنوك المركزية التي تتعامل بعمليتها.¹

¹ فاطمة الزهراء خبازي، النظام النقدي الدولي (المنافسة - أورو - دولار)، دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 17-18.

ثانيا: أهم عملات الاحتياطي

1- **الدولار الأمريكي:** يعتبر أهم عملة في العالم، ومعظم العملات الأخرى تسعيرها بمقابل الدولار، بالإضافة إلى أنه عملة الدفع في تجارة النفط وهو العملة الأكثر شيوعا في تمويل التجارة وتسوية المعاملات الخارجية، ولهذا هو أكثر عملة يحتفظ بها كاحتياط رئيسي، وهي تتصدر المرتبة الأولى من العملات الأجنبية.¹

ومن الملاحظ أن الدولار اليوم يعتبر:

- أكثر العملات استخداما في سوق النقد الأجنبي.
- تقييم أغلب السلع الدولية، الذهب وخاصة النفط يتم باستخدام الدولار.
- عملة الربط الأساسية في العالم.

2- **اليورو الأوروبي:** لقد تمكنت دول الاتحاد الأوروبي من خلق عملة لتصبح عملة مهمة في العالم، تعتبر هي من الثانية متجاوزة الجنيه الإسترليني والين الياباني والفرنك السويسري، فقد منحتها هذه العملة تقدما في التجارة الدولية والمعاملات المالية الدولية، فقد أصبحت متغير رئيسي في اللعبة الاقتصادية.² و ما نراه اليوم أن اليورو و باعتباره ثاني عملة بعد الدولار فهو ينافس.

3- **الجنيه الإسترليني:** بالرجوع إلى التاريخ فإن القوة الاقتصادية العالمية التي تمتعت بها إنجلترا خلال القرن 19 وحتى الحرب العالمية الأولى فقد احتلت أهمية الجنيه الإسترليني على الصدارة في تسوية المدفوعات الدولية، كما كان أداة هامة و متوفرة في تمويل السيولة الدولية لكن لم تبقى الصدارة له بل أصبح للدولار الأمريكي بعد هبوط الجنيه الإسترليني في الفترة (1949 - 1967) مما أثر على مكانة العملة الارتكازية كوسيلة للدفع.³

4- **الين الياباني:** الين الياباني هو ثالثا أكبر العملات تداولا في العالم فأسعار الفائدة في اليابان تجعله مطلوبا لدى المستثمرين والين يعتبر ذو سيولة عالية حيث يتم تداوله على مدار الساعة وهو حساس ويتأثر بسرعة بسوق الأوراق المالية الياباني نيكاي.⁴

¹ مروان عوض، ماهر كنج شكري، المالية الدولية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص ص191-192.

² عبد القادر بلعربي وآخرون، اليورو وانعكاساته على دول العالم الثالث، الملتقى الدولي الأول حول اليورو واقتصاديات الدول العربية، جامعة الأغواط، 18-20 أبريل، 2005، ص65.

³ مهدي محمد شهاب، الاقتصاد الدولي المعاصر، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2007، ص ص290-292.

⁴ محمد الطيب أحمد، المرجع السابق، ص49.

5- الفرنك السويسري: بالرغم من صغر حجم اقتصاد سويسرا النسبي إلا أن لعملتها تأثير قوي على الأسواق المالية وباعتباره عملة مستقرة، ويعبئه نقص السيولة مقارنة مع اليورو، إلا أنه يعبر عن قوة التمويل وجودة الاقتصاد السويسري.¹

المطلب الثالث: مكونات أخرى لاحتياطي النقد الأجنبي

للإلمام بمختلف مكونات الاحتياطي الأخرى سوف نشير أولاً إلى مفهوم السيولة الدولية.

أولاً: مفهوم السيولة الدولية

قبل التطرق إلى مكونات الاحتياطي الأخرى والمتمثلة في الذهب والمركز لدى صندوق النقد الدولي، تجدر بنا الإشارة إلى مفهوم السيولة الدولية والذي يعتبر أوسع من الاحتياطات النقدية الأجنبية في مفهومه من خلال صندوق النقد الدولي الذي يعتبر "السيولة هي مجمل الموارد المالية التي من خلالها يتم تغطية العجز في ميزان المدفوعات من طرف السلطات الرسمية لمختلف الدول، وهو يميز نوعين من السيولة الدولية وهما:"²

- **السيولة المملوكة (غير المشروطة):** وهي الأصول والاحتياطات الدولية التي تمتلكها السلطات النقدية ملكية مطلقة، وهي تتصرف فيها بحرية وهي (الذهب لدى البنوك المركزية و شريحة الذهب لدى صندوق النقد الدولي، العملات الأجنبية القوية المحتفظ بها كاحتياطات، حقوق السحب لدى صندوق النقد الدولي).

- **السيولة المقترضة (المشروطة):** وهي عناصر السيولة التي تحصل عليها الدولة عن طريق اقتراضها من الخارج لمعالجة العجز في ميزان المدفوعات.

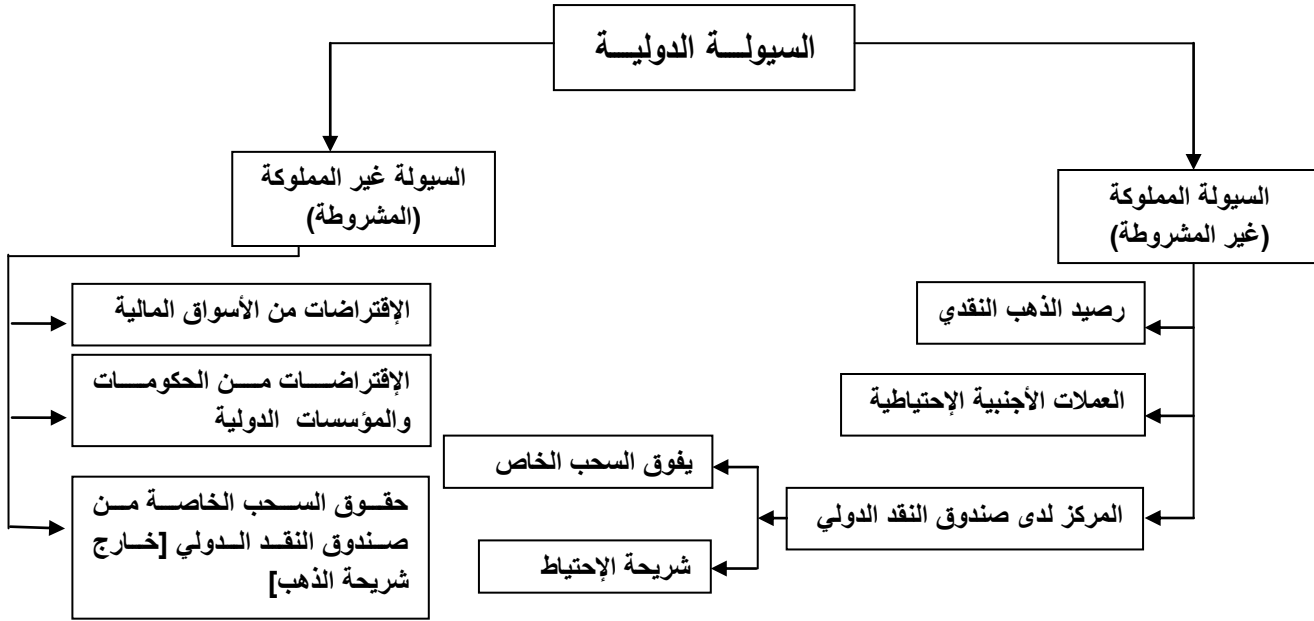
من خلال تعريف صندوق النقد الدولي للسيولة يتضح لنا معنى أن السيولة الدولية أوسع من احتياطات النقد الأجنبي فهي تتعلق بكل الالتزامات والمستحقات الخاصة بالبنك المركزي والحكومة من العملات الأجنبية تجاه المقيمين وغير المقيمين.

يمكن تلخيصها في الشكل الآتي:

¹ خليل أحمد الكايد، الإدارة المالية الدولية والعالمية، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص118.

² زايري بلقاسم، إدارة احتياطات الصرف الأجنبي وتمويل التنمية في الجزائر، بحوث اقتصادية عمومية، مركز الدراسات الوحدة العربية، لبنان، العدد 41، 2008، ص13.

الشكل رقم (04): أنواع السيولة الدولية



المصدر: سهيلة مواكبي، المرجع السابق، ص14.

ثانيا: مكونات الاحتياطي من النقد الأجنبي بعيدا عن عملات الاحتياطي

1- الذهب النقدي

أ- تعريفه: هو الذهب الذي تحوزه السلطات النقدية أو أطراف خاصة بهذه السلطات النقدية حيازة فعلية وتحتفظ به كأصول احتياطية، والمتكون من سائل الذهب أو النقود الذهبية وسائل الذهب في الحسابات المخصصة لدى غير المقيمين التي تمنح حق المطالبة بتسليم الذهب.¹

وحسب ما أصدره مجلس الذهب العالمي تحت عنوان احتياطات الذهب الرسمية العالمية في فيفري 2015 فإن الولايات م.أ تتصدر دول العالم في كمية الذهب المحتفظ بها وهي 8.133.5 طن من نسبة 74% من احتياطي النقد الأجنبي تليها ألمانيا بـ 3.384.2 طن بنسبة 68.7% من احتياطي النقد الأجنبي ثم إيطاليا بـ 2.451.8 طن بنسبة 67.7% ثم تليها فرنسا بـ 2.435.4 طن بنسبة 67.7% من احتياطي النقد الأجنبي.

ب- أسباب حيازة الذهب:

إن احتفاظ البنوك المركزية بالذهب دون غيره من السلع الأخرى يعود لأسباب تتمثل في ما يلي:²

¹ صندوق النقد الدولي، دليل ميزان المدفوعات ووضع الاستثمار الدولي، الطبعة السادسة، 2009، ص113.

² Why control bank should Gold, world gold conseil, London, 2008, p02.

- استخدام الذهب كضمانات للاقتراض باعتباره ملاذا آمنا وأصلا ممتازا وأنه مقبول دوليا.
 - امتلاك الذهب من طرف السلطات النقدية يمنح الثقة والأمان للأفراد.
 - لا يتأثر بالتضخم على عكس العملات التي تفقد قيمتها مع مرور الزمن.
- 2- المركز لدى صندوق النقد الدولي.

أ- حقوق السحب الخاصة

تعريف: يعرفها دليل الإحصاءات النقدية والمالية الصادر عن صندوق النقد الدولي سنة 1969 ويخصها لأعضائه لاستكمال الاحتياطات الرسمية الموجودة، ولا يتحمل أعضاء الصندوق الذين تخصص وحدات حقوق السحب الخاصة التزاما فعليا (غير مشروط) لسداد حقوق السحب الخاصة المخصصة لهم وتقتصر حيازة حقوق السحب الخاصة على البلدان الأعضاء في صندوق النقد الدولي وعدد محدود من المؤسسات المالية الدولية المصرح بها بالحيازة، وتمثل الحيازات في حقوق السحب الخاصة حقوق غير مشروطة للحصول على النقد الأجنبي أو أصول احتياطية أخرى من أعضاء الصندوق الآخرين.¹

تقويم وحدة السحب الخاصة: عند أول إنشاء لها تم تقويمها على أساس 0.88 غ من الذهب وهو ما يساوي 1 دولار أمريكي ويسبب تأثر الدولار بالآزمات التي شهدها في سنة 1981 أصبحت تحسب وفق سلة من العملات تتكون من 5 عملات للدول الأعضاء في الصندوق في بادئ الأمر كانت هذه العملات تتمثل في الدولار الأمريكي، الجنيه الاسترليني، الين الياباني، الفرنك الفرنسي، والمارك الألماني². وبعد سنة 2005 أصبحت تحسب حسب سلة مكونة من 4 عملات والجدول التالي يوضح هذه العملات وأخر الأوزان الجديدة لسلة العملات SDR الصادر بتاريخ: 01 جانفي 2011 عن صندوق النقد الدولي.

الجدول رقم(03): SDR بالأوزان الجديدة لسنة 2011.

الوزن %	سلة العملات
41.9	الدولار الأمريكي
37.4	اليورو
11.4	الجنيه الاسترليني
9.4	الين الياباني

المصدر: صندوق النقد الدولي، البيان الصحفي رقم 10/434 واشنطن، 15/11/2010.

- قيمة SDR تساوي 1,415320 دولار سنة 2015 بمعدل فائدة 5%.

¹ صندوق النقد الدولي، دليل الإحصاءات المالية والنقدية، واشنطن، 2001، ص 27.

² سهيلة مواكني، المرجع السابق، ص 45.

ب- شريحة الاحتياطي

- تعريفها: هي تلك الحقوق التي أقرتها اتفاقية انشاء صندوق النقد الدولي والتي من خلالها يستطيع العضو شراء وليس اقتراض عملات أجنبية من الصندوق مقابل تقديمه لعملته الوطنية، وهذا الحق في السحب يمنح حسب حصة الدولة العضو في رأس المال الصندوق والذي يتمثل في 25% وحسب عملات أجنبية قابلة للتحويل 75% عملات وطنية.¹

- دورها: من خلال الجدول التالي الذي يوضح لنا نسبة مساهمة شريحة الاحتياطي في اجمالي الصرف الأجنبي خلال سنة 2014 والثلاث سنوات السابقة لها.

الجدول رقم(04): نسبة مساهمة الشريحة الاحتياطية في اجمالي احتياطي الصرف الأجنبي (2011 - 2014)

السنة	2011	2012	2013	2014
اجمالي دول العالم	%1.25	%1.22	%1.13	%1.08
الدول الصناعية	%0.94	%0.92	%0.85	%0.8
الدول النامية	%0.31	%0.3	%0.28	%0.27

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على معطيات صندوق النقد الدولي التقرير السنوي لسنة 2014.

من الجدول السابق نلاحظ أن نسبة مساهمة الشريحة الاحتياطية في احتياطي الصرف الأجنبي هي مساهمة ضعيفة، وقد يعود السبب في ذلك إلى حصة البلد العضو التي لا يشهد زيادتها عند كل خمس (5) سنوات وبموافقة الأغلبية من الأعضاء، كما أن نسبة المساهمة بالنسبة للدول النامية تبقى ضعيفة مقابل مساهمة الشريحة للدول الصناعية.

المطلب الرابع: استخدامات احتياطات النقد الأجنبي

أولاً: استخدام احتياطات الصرف كتأمين ضد صدمات الصادرات

تعتبر الصادرات المتغير الأهم في ميزان المدفوعات فهو عرضة للتغيرات الفجائية والتقلبات الدورية التي تنعكس على ميزان المدفوعات، فيقدر تعرض الصادرات إلى تقلبات تؤدي إلى احتمالية العجز في ميزان

¹ العربي محمد ساكر، محاضرات في الاقتصاد الكلي، دار الفجر للنشر، مصر، 2006، ص135.

المدفوعات، ولهذا يجب توفير حجم كبير من احتياطي الصرف الأجنبي لمواجهة هذا العجز الناتج عن التغيرات في الصادرات.

ولهذا فإن أي دولة تعتمد في صادراتها على سلة واحدة أو إثنين فصادراتها تكون عرضة للتقلبات الدورية بشكل أكبر ونذكر على سبيل المثال الجزائر التي تعتمد على المحروقات في صادراتها.¹

ثانيا: استخدامها كتأمين ضد تقلبات حساب رأس المال

إن تحرير حساب رأس المال الذي يقصد به تخفيف القيود على رأس المال عبر الحدود يجعله أكثر عرضة للأزمات المالية بسبب تأثيره بالصدمات الخارجية، فكلما زاد تدفق رؤوس الأموال زاد تراكم الاحتياطات من الصرف الأجنبي.

إن طبيعة هذه التدفقات وكونها قصيرة الأجل ومتقلبة تؤدي إلى عدم استقرار الصرف الأجنبي وهذا ما يدفع بالدول وخاصة الدول النامية إلى العمل من أجل رفع احتياطاتها من الصرف الأجنبي لمواجهة الأزمات التي قد تصيبها جراء تحرير حساب رأس المال.²

ثالثا: تجنب عدم استقرار الواردات

باعتبار أن الاحتياطات هي مصدر الدول وخاصة النامية لتأمين وارداتها بسبب الصعوبات التي تواجه هذه الدول في الحصول على السيولة من مصادر أخرى؛ فالطلب على الواردات يرتبط بالدخل، فهي تتأثر بالتغير في الدخل ولأن الطلب على الواردات يكون من داخل الوطن، ويعبر عن علاقة الدخل بالواردات حسب العلاقة التالية: $M=f(y)$

حيث:

M : تمثل الواردات.

y : تمثل الدخل.

لو أخذنا الواردات إلى الدخل وكانت هذه النسبة مرتفعة فهذا دليل على التبعية الاقتصادية للبلد إلى العالم الخارجي ولهذا يلجأ إلى توفير حجم كبير من الاحتياطات.

¹ رمزي زكريا، المرجع السابق، ص 131.

² بلعزوز بن علي، دليلك في الاقتصاد من خلال 300 سؤالاً وجواب، دار الخلدونية، الجزائر، ص 127.

المبحث الثاني: مساهمة السياحة في دعم الاحتياطي من النقد الأجنبي

تعمل السياحة من خلال عائداتها على توفير العملات الصعبة وتساهم في تحسين مستوى المعيشة، ونوعية المجتمع المحلي، ودعم للتنمية الشاملة، وعادة ما يتم توفير العملات الصعبة من خلال مختلف النشاطات السياحية بعدة طرق وأساليب.

المطلب الأول: الاستثمار السياحي الأجنبي كمصدر للحصول على الاحتياطي من النقد الأجنبي

تعد الاستثمارات السياحية من أهم الموارد السياحية لجلب رؤوس الأموال الأجنبية التي تؤدي إلى زيادة التدفقات النقدية والتوسع في المناطق السياحية.

أولاً: تعريف الاستثمار السياحي الأجنبي.

الاستثمار السياحي الأجنبي يتمثل في مجموع ما ينفق في قطاع السياحة، وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع، ويعتبر الاستثمار السياحي الأجنبي من الأنشطة الواعدة لما يتيح من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة، كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في مجال السياحة إلى جانب قوة المنتج السياحي المعروض وحجم الطلب في السوق السياحية العالمية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بمنتجها السياحي.¹

كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة الاستثمار السياحي على أنه " تلك المنظومة المتكاملة من العلاقات والنشاطات الاستثمارية السياحية المرتبطة بتقديم الخدمات السياحية المتنوعة بدءاً من عملية الحجز والحصول على بيانات محل الزيارة والتنقل من وإلى مكان إقامة السائح، فضلاً عن الحصول على خدمات الطعام والشراب والمتعة والتسليّة والترفيه وخدمات تكميلية أخرى".²

ومن هذا يمكن القول إذا كان الاستثمار بمعناه الاقتصادي هو توظيف المدخرات المالية للحصول على عائدات أكبر مستقبلاً فالاستثمار السياحي هو الاستثمار في أحد مجالات السياحة.

¹ فقير سامية، لعروم محمد أمين، الاستثمار في السياحة الداخلية، الملتقى العلمي العاشر حول السياحة الداخلية في الجزائر، واقعها وسبل تطويرها، يومي 10 و11 جانفي 2018، جامعة البويرة، ص04.

² WTO. Tourisme Investement, Available at : www2.unwto.org.

ثانياً: أنواع الاستثمار السياحي

يمكن حصر الاستثمار السياحي فيما يلي¹:

- 2- استثمار طويل الأجل: ويختص بالمجمعات السياحية الكبيرة مثل مشروع قرية الموج السياحية في عمان، شرم الشيخ في مصر وغيرها.
- 3- استثمار قصير الأجل: ويتمثل في إنشاء وتطوير حركة المشاريع الصغيرة المطاعم ومكاتب السفر والسياحة.
- 4- الاستثمار البشري: ويهتم بتطوير برامج التدريب والتعليم السياحي.

ثالثاً: مجالات الاستثمار السياحي

تتمثل مجالات الاستثمار السياحي بما يأتي²:

- 1- مجال الإيواء السياحي: ويضم الفنادق والدور السياحية الجاهزة ودور الاستراحة والمجمعات والمدن والقرى السياحية والشقق وغيرها من أماكن الايواء المساعدة والتكميلية.
- 2- مجالات اللهو وقضاء الفراغ: ويضم الكازينوهات والمقاهي والمطاعم والمساح السياحية ومحطات الاستراحة وحمامات المياه المعدنية والعلاجية...إلخ.
- 3- مجالات النقل والمواصلات: وتشمل استثمارات حكومية لإقامة مطارات مدنية وموانئ وأرصفت نهرية ومحطات للزوارق النهرية، استثمارات مخصصة لإقامة الطرق البرية المخصصة للسياحة، استثمارات مخصصة لإقامة نقاط بريدية واتصالات خدمية ضمن المرافق السياحية.
- 4- مجالات التعليم والبحث العلمي: وتشمل الكليات والمعاهد ومراكز الدراسة السياحية والدراسات المهنية لإعداد كوادر سياحية إضافة إلى البعثات الدراسية والتعاقد مع المنظمات السياحية لغرض تدريب الكوادر واستضافة الخبراء السياحيين.
- 5- مجالات الادارة السياحية التكميلية: وتشمل إنشاء البنايات والعمارات والدوائر المخصصة للمرافق السياحية وصيانة هذه البنايات ومستلزمات العمل الإداري كافة من أجهزة ومعدات وحاسبات وشبكات اتصال ولوازم أخرى.

¹ موفق عدنان الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 125.

² عبد المطلب محمود الخوام، العلاقة بين الاستثمارات السياحية والتأثيرات البيئية، أطروحة دكتوراه، كلية الادارة والاتصال، الجامعة المستنصرية، العراق، 2001، ص 05.

6- مجال الترويج والاعلام السياحي: ويضم مراكز الاستعلامات والخدمات السياحية ومكاتب الحجز السياحي وكل النفقات المخصصة لطبع الكراسات والبوسترات السياحية عن الدول وعن معالمها السياحية وما يستلزم خدمة الاعلام السياحي.

7- مجال المسح السياحي: ويعني كل النفقات التي تخصص لأغراض عمليات المسح وما يرافقها من انفاق آخر لنجاح الإحصاء السياحي سواء كان للمشاريع السياحية أو السياح القادمين وتبيان آرائهم ودراسة مقترحاتهم.

رابعاً: احصائيات الاستثمار السياحي عالمياً. **Tourisme Investment International Statistiques.**

حسب تقرير مجلس السياحة والسفر العالمي WTTC فقد قدرت ميزانية الاستثمار السياحي عبر دول العالم لسنة 2016 بحوالي 806.5 مليار دولار، وهو ما يشكل 4.4% من حجم الاستثمار الكلي الدولي، ومن المتوقع أن يصل الاستثمار السياحي لسنة 2027 إلى 1307 مليار دولار، وهو ما يشكل 5% من اجمالي الاستثمار الدولي، ويمكن توضيح حجم الاستثمارات العالمية في قطاع السياحة من خلال الجدول رقم (05).

الجدول رقم(05): حجم الاستثمارات السياحية العالمية للفترة (2007 – 2017).

الوحدة: مليار دولار.

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
قيمة الاستثمارات	720	785	715	670	665	670	750	785	797	800	810

Source: Wttc, **Travel and Tourism, Economic, Impact 2017, World Official Report, 2017, p5**

من خلال الجدول نلاحظ أن حجم الاستثمارات السياحية العالمية لسنة 2007 يمثل 720 مليار دولار تم بدأت قيمة هذه الاستثمارات في الانخفاض بداية من سنة 2009 وصلت إلى 665 مليار دولار، هذا الانخفاض راجع إلى الأزمة العالمية لسنة 2008، ثم يعاود الارتفاع من سنة 2012 إلى غاية 2017 أين وصلت قيمة الاستثمارات حوالي 810 مليار دولار، وهذا راجع إلى تزايد الطلب السياحي على السياحة الدولية بعد انفراج الأزمة العالمية.

المطلب الثاني: الانفاق اليومي للسائحين كمصدر للحصول على الاحتياطي من النقد الأجنبي

لاشك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد حجم الانفاق العام على السلع والخدمات السياحية وبالتالي ارتفاع في معدلات الادخار مما ينشط الصناعات المرتبطة بصناعة السياحة، الأمر الذي يتولد عن ذلك اتساع نطاق هذه الصناعات أو الخدمات لأن كل استثمار جديد يعني إنفاقاً جديداً والذي ينشأ عنه دخولا جديدة¹.

وينظر إلى الإنفاق السياحي الدولي من وجهة تقدير الدولة المعنية بهذا الإنفاق فإذا كانت مستقبلة للسياح فإن هؤلاء يعد إنفاقهم بمثابة عائدات سياحية لهذه الدولة، ويدون في جانب المتحصلات بميزان المدفوعات وهنا تعد صفقات دائنة، وفي الحالة العكسية فإن الإنفاق السياحي يعد بمثابة مدفوعات تتحملها الدولة المعنية وهي صفقات مدينة تدون في جانب المدفوعات من هذا الميزان للبلد المعني².

وتتوقف أهمية وحجم الإيرادات السياحية على حجم ما ينفقه السائحون في الدول المضيفة للسياح وذلك تبعا لعدة متغيرات منها الغرض من السياحة، نوعية الإقامة، وعدد الليالي السياحية التي يقضيها السياح في مختلف المؤسسات الفندقية وغيرها. والجدول الموالي يبين البلدان الأكثر استفادة من الإنفاق السياحي لسنة 2017.

الجدول رقم (06): يبين البلدان الأكثر استفادة من الإنفاق السياحي لسنة 2017

الرتبة	الدولة	إجمالي الإنفاق السياحي داخل البلاد (مليار دولار)	نسبة النمو بالعملة المحلية (%)
1	الو.م.أ	210.7	1.9
2	اسبانيا	68.0	10.1
3	فرنسا	60.7	9.0
4	تايلاندا	57.5	13.1
5	المملكة المتحدة	51.2	12.1
6	إيطاليا	44.2	7.7
7	استراليا	41.7	9.3
8	ألمانيا	39.8	4.2
9	ماكو (الصين)	35.6	17.6
10	اليابان	34.1	14.4

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الموقع <https://www.sayidiy.ne>، تاريخ الاطلاع: 2019/05/25، 22:00 سا.

¹ مناخ وحوافز استثمار في الدول العربية، ص 04، على الموقع الإلكتروني: www.patdq.com-6.htm.

² عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر تونس والمغرب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2005/2004، ص 22.

من الجدول رقم (06) نلاحظ أن الو.م.أ جاءت في المرتبة الأولى لأكثر البلدان استفادة من الإنفاق السياحي لسنة 2017، بـ 210.7 مليار دولار بنسبة نمو تقدر بـ 1.9% عن سنة 2016، تليها اسبانيا بالرتبة الثانية بـ 68 مليار دولار، بنسبة نمو 10.1% ثم تأتي فرنسا في المرتبة الثالثة بـ 60.7 مليار دولار. كما لاحظنا من الجدول أن ماكو الصينية جاءت في المرتبة التاسعة حيث حققت سنة 2017 أكبر نسبة نمو تقدر بـ 17.6% عن سنة 2016 بقيمة 35.6 مليار دولار.

المطلب الثالث: الإيرادات السياحية من السائحين كمصدر لاحتياطي النقد الأجنبي.

تمثل الإيرادات السياحية مصدرا مهما للعملة الأجنبية لكثير من الدول المتقدمة والنامية التي أولت أهمية لقطاعها السياحي، وتعرف الإيرادات السياحية على أنها "كافة ما تحققه الدولة من إيرادات من السائحين وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي، وما يحققه الأفراد والشركات الوطنية والمؤسسات العمومية والخاصة في حقل السياحة والفنادق والطيران والملاحة نظير ما يؤديه من الخدمات السياحية المختلفة.

والملاحظ أن الإيرادات السياحية تتأثر بعدد من المتغيرات، وهي¹:

- قوة المنتج السياحي لمنطقة معينة على الاغراء وجذب السياح.
- مستوى الخدمات السياحية المختلفة المقدمة للسياح.
- أسعار السلع والخدمات السياحية.
- مدى الوعي السياحي لدى المواطنين والعاملين في حقل السياحة.
- قدرة السائح على الإنفاق.
- طبيعة الإجراءات الإدارية والجمركية والنقوية المتبعة من طرف المؤسسات والأجهزة المعنية في الدول المضيفة للسياح.
- العلاقات السياسية بين الدول المستقطبة للسياح والدول المصدرة لهم.

¹ عشي صليحة، مرجع سابق، ص ص 23-25.

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

وتشير إحصائيات منظمة السياحة العالمية إلى تزايد عائدات السياحة على المستوى العالمي من سنة إلى أخرى تبعا لتزايد حركة السياحة الدولية الوافدة إلى المناطق السياحية. والجدول الموالي يوضح الفاعلون العشر في السياحة الدولية للفترة (2013 - 2014).

الجدول رقم (07): الفاعلون العشر في السياحة الدولية للفترة (2013 - 2014)

الوحدة: مليار دولار			الوحدة: مليون		
إيرادات 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	إسبانيا	69.8	66.7	أمريكا
56.1	53.3	فرنسا	60.7	57.5	إسبانيا
	50.0	الصين	55.7	57.7	الصين
51.6	43.7	ماكو الصينية	47.7	46.4	إيطاليا
43.9	41.2	إيطاليا	37.8	35.7	تركيا
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 annuel, édition 2015.

من خلال الجدول احتلت فرنسا المركز الأول في ترتيب عشر الدول الأولى من حيث استقطاب السياح الدوليين بـ 83 مليون سائح عام 2013 والمرتبة الثالثة من حيث الإيرادات السياحية بـ 56 مليار دولار أمريكي في حين احتلت و.م.أ المرتبة الأولى من حيث الإيرادات السياحية بـ 140 مليار دولار، والمرتبة الثانية من حيث الوافدين بـ 70 مليون سائحا، تلتها إسبانيا باحتلالها المركز الثالث من حيث استقطاب السياح

الدوليين بـ: 61 مليون سائحا، كما اعتبرت سنة 2013 استثنائية بارتفاع في نسبة السياح الدوليين بـ: 19%، ليرتفع بـ: 27 مليون سائحا، وشهدت كذلك ارتفاع في نسبة الإيرادات السياحية بـ: 23% و 42 مليار دولار أمريكي، وشهدت أيضا تضييع كل من إيطاليا والمملكة المتحدة بمركز ليتراجعا إلى المركز السادس والتاسع على التوالي من حيث الإيرادات السياحية، كما وجهت الأنظار في هذه السنة إلى مقاطعتي الصين (ماكو وهونغ كونغ) حيث احتلنا المركز الخامس والعاشر على التوالي فيما يتعلق بالإيرادات السياحية.

خلاصة الفصل

إن احتياطات النقد الأجنبي تعبر عن الأصول المالية الأجنبية الخاضعة للسلطات النقدية المتاحة في أي وقت بغرض تمويل الاختلالات في ميزان المدفوعات أو أغراض أخرى، فهي تلعب دوراً هاماً في حماية اقتصاد الدول من الأزمات والصدمات، وهذه الاحتياطات تتكون من المركز لدى صندوق النقد الدولي والعملات الأجنبية كالدولار واليورو وهي التي تأخذ النصيب الأكبر من حيازة من النقد الأجنبي.

وتعتبر السياحة مصدر حيوي ومتجدد للنقد الأجنبي، فهي تساهم في الرفع من احتياطي النقد الأجنبي من خلال الاستثمارات السياحية والانفاق اليومي للسائحين وكذا الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين، حيث أن تراكم احتياطي النقد الأجنبي يعبر عن الفائض في ميزان المدفوعات للدولة والذي تستخدمه كتأمين ضد صدمات الصادرات وكذا تجنب عدم استقرار الواردات وتقلبات حساب رأس المال.

الفصل الثالث:

دراسة مقارنة لدور السياحة في دعم احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر مع تونس خلال الفترة (2017-2000)

تمهيد

المبحث الأول: نظرة عامة حول السياحة في الجزائر وتونس

المبحث الثاني: واقع احتياطي النقد الأجنبي للجزائر وتونس خلال الفترة (2017-2000)

المبحث الثالث: اسهام السياحة في احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر وتونس خلال الفترة

(2017-2000)

خلاصة الفصل

تمهيد

تتمتع الجزائر وتونس بإمكانيات ومقومات سياحية هائلة ومتنوعة تجعلهما قبلة للتدفقات السياحية والتي تعتبر مصدر للعملة الصعبة من خلال مساهمتها في تراكم النقد الأجنبي في كلا البلدين.

ولإحاطة بأهمية السياحة كمصدر لتراكم احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر أجرينا في هذا الفصل مقارنة مع تونس باعتبارها بلد يعتمد اقتصادها على السياحة بالدرجة الأولى، حيث قسمناه إلى ثلاثة مباحث:

- ❖ المبحث الأول: نظرة عامة حول السياحة في الجزائر وتونس.
- ❖ المبحث الثاني: واقع احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر وتونس.
- ❖ المبحث الثالث: إسهام السياحة في دعم احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر وتونس.

المبحث الأول: نظرة عامة حول السياحة في الجزائر وتونس

تعتبر الجزائر وتونس من الدول المغاربية التي تتوفر على إمكانيات سياحية متنوعة لها مكانتها في الساحة الإقليمية والدولية، سيما لدى الهيئات المتخصصة مثل: اليونسكو مما يؤهلها للنهوض بهذا القطاع إذا ما توفرت الجدية الكافية لتطوير الأنماط السياحية التي تمتلك مقومتها كالسياحة الصحراوية والجبلية وسياحة الشاطئ.

المطلب الأول: الإمكانيات السياحية في الجزائر

أولاً: المقومات السياحية الطبيعية والحضارية

تمثل المقومات السياحية الطبيعية والحضارية كل الإمكانيات الطبيعية والثقافية والتاريخية ذات البعد التاريخي والحضاري، وكل ما له قيمة جمالية وعلمية متميزة، مما يستلزم ضرورة تميمتها وحمايتها من الاندثار والانقراض للاستفادة منها.

1- المقومات الطبيعية: تتميز الجزائر بمقومات طبيعية هامة وبتنوع كبير في مواردها الطبيعية، فهي غنية بإمكانياتها الجغرافية، حيث تعد أكبر دولة مساحة في إفريقيا بعد السودان قبل التقسيم، كما تتوفر على شريط ساحلي يمتد على طول 1200 كلم من السواحل الرملية، أما مناخها فيتميز بأنه مناخ متوسطي معتدل شمالاً ومن أهم شواطئها هناك شواطئ وهران، الجزائر، شواطئ عنابة، جيجل، سكيكدة، القالة، بني صاف، كما تتربع على أربعة أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الامتداد، ففي الشمال نجد سهول التل الجزائري مثل: سهول متيجة، وهران، ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية منها جبال "شيلية بالأوراس" بالشرق الجزائري على ارتفاع 2328 متراً وقمة "لالة خديجة" بمنطقة القبائل، بالإضافة إلى العديد من السلاسل الجبلية، الغابات والتي تكون عناصر جذب للسياحة الجبلية والطبيعية، كما توجد الثلوج في جبال الشريعة بولاية البلدية، ومنطقة تيكجدة بولاية البويرة و"تاغيف" بولاية تيزي وزو، وهي محطات هامة لسياحة التزلج وهواياته، كما تتخلل هذه الجبال شعاباً ومنابع حموية ساخنة ترجع للعصر الروماني، وهي عنصر جذب للسياحة الحموية والاستشفائية (أكثر من 200 منبع معدني طبيعي عبر التراب الوطني) وجسور معلقة تعد من بين الأعلى في العالم.

أما في الجنوب فنجد الطبيعة المميزة للهضاب الأرضية التي تعرف "بالحمادة"، وثلاثة أحواض كبرى محاطة بالكثبان الرملية كالعرق الشرقي، والعرق الغربي وعرق الشاش، هذا إلى جانب السبخات والأحواض المختلفة التي تنمو بها النباتات والغلل، بالإضافة إلى طبيعة الهقار التي توجد به أعلى قمة في الجزائر هي قمة "طاهات" (2003 متر).

كما يتميز الجنوب الجزائري بمناخ حار في النهار ودرجة حرارة منخفضة في الليل، وتقل به كمية الأمطار، فهو على العموم مناخ جاف، أما الغطاء النباتي فتوجد واحات النخيل وبعض الأنواع الجديدة

من الأشجار المثمرة التي ظهرت مع تطور قطاع الفلاحة بالمنطقة الجنوبية، وهي تعد بذلك منتوجا سياحيا يتطلب حمايته واستغلاله بشكل جيد.¹

2- **المقومات الحضارية والتاريخية:** تمتلك الجزائر إرثا ثقافيا وحضاريا تمثل في عديد المواقع التاريخية نذكر منها:²

- **موقع التاسيلي:** والذي يعود تاريخه إلى 6000 سنة قبل الميلاد وهو من أروع المواقع العالمية، وهو يقع بالجنوب الجزائري.

- **حي القصبة:** في الجزائر العاصمة والتي تعود للعصر الروماني خلال القرن 16م، وقد تم تسجيلها ضمن التراث العالمي سنة 1992.

- **وادي ميزاب:** بولاية غرداية، والذي يعود تدهينه إلى القرن 10م، وقد تم تسجيله كذلك ضمن التراب العالمي سنة 1982م.

- **موقع تيمقاد:** يوجد بمدينة تيمقاد بباتنة يضم قطعا من الفسيفساء، وآثار قديمة منها، نقود وأسلحة قديمة، وتمائيل.

- **موقع جميلة:** بولاية سطيف وهي تعود للحضارة الرومانية.

- **قلعة بني حماد:** بمدينة بجاية، وقد سجلت كتراث عالمي سنة 1980.

- **مسجد كتشاوة:** بالجزائر العاصمة والذي يعود تاريخه للعهد العثماني.

- **المسجد الكبير:** يوجد بالجزائر العاصمة، حيث بني هذا المسجد من طرف المرابطين في نهاية القرن 11م.

أما المتاحف الموجودة بالجزائر فهي متوزعة على عديد المناطق بالجزائر نذكر أهمها:³

- **المتحف الوطني سيرتا:** بولاية قسنطينة، ويعد من أقدم المتاحف بالجزائر حيث يعود تأسيسه إلى سنة 1852م ويضم عديد الحفريات.

- **متحف باردو الوطني:** يتواجد بالجزائر العاصمة ويشمل على عديد القطع الأثرية والحفريات.

¹ الهدبة مناجلية، الإمكانات والمقومات السياحية في الجزائر، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 26، السنة التاسعة، عنابة، الجزائر، 2017، ص ص 04-05.

² ماي علي، دور التسويق في تطوير القطاع السياحي دراسة مقارنة الجزائر، تونس، المغرب، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2017-2018، ص 83.

³ الهدبة مناجلية، المرجع السابق، ص 06.

- المتحف الوطني زيانة: بولاية وهران ويضم كذلك الكثير من الحفريات وكذا أصول الشعوب.
- المتحف الوطني للفنون الجميلة: يوجد بالجزائر العاصمة، ويعرض فيه كل ألوان الفن العصري.
- المتحف الوطني للفنون الشعبية: بولاية الجزائر ويعرض فيه عديد الأنواع من الصناعات التقليدية والفنون الشعبية.

هذا إلى جانب متحف "تيمقاد" بولاية باتنة ومتحف "هييون" بولاية عنابة، وهما يحتويان على عديد من الآثار التي تعود آثاره للفترات النوميديّة والرومانية القديمة.

بالإضافة إلى توفر الجزائر على تراث ثقافي وشعبي مادي وغير مادي كالصناعات التقليدية المنتشرة في كامل التراب الوطني والتي تميز كل منطقة من مناطق الجزائر التاسعة كصناعة النحاس بولاية قسنطينة، صناعة الزربية بولاية غرداية وصناعة الفخار وصناعة الحلي، كما يوجد إرث من العادات والتقاليد المحلية والأعياد والمناسبات والمهرجانات المعروفة التي تجذب إليها السياح من داخل الوطن وخارجه كمهرجان تينقاد، عيد الزربية، عيد الفراولة... إلخ.

كما تجدر الإشارة أن التراث الفني والشعبي الذي تتميز به الجزائر من خلال الألوان الغنائية المختلفة كالأندلسي، الحوزي، المالف، القناوي وأهل الليل الذي صنّفه اليونيسكو من التراث العالمي.¹

إذ هذا الإرث والرصيد الحضاري والثقافي الذي تزخر به الجزائر هو ضعيف الاستغلال والتنميين لذا وجب على الحكومة الجزائرية بالتنسيق مع عديد الفاعلين في القطاع السياحي ووزارة الثقافة وغيرهم من القطاعات والوزارات ذات العلاقة بهذا القطاع العمل على إعادة ترميم وتنمية أنماط جديدة من المنتجات السياحية الثقافية، والتي ستمكنها من استقطاب السياح سواء على مستوى السوق السياحي الوطني، الإقليمي أو الدولي.

ثانيا: المقومات السياحية المادية

1- طاقات الإيواء السياحي

لقد عرفت طاقات الإيواء السياحي التي تتوفر عليها الجزائر تطورات معتبرة، لكن هذا المستوى يبقى بعيد مقارنة مع مستوى الطاقات التي تتوفر عليها دول الجوار، فطاقات الإيواء أو القدرة الاستيعابية للفنادق قبل أن تكون مورد من موارد الريح والحصول على العملات الأجنبية، تعتبر حد المقومات والإمكانيات التي تساعد على جذب السياح وإيواءهم وتقديم لهم العديد من الخدمات لراقتهم، وتعتبر كذلك أحد المؤشرات التي يمكن بواسطتها قياس مدى تقدم القطاع السياحي للبلد، فقد عرفت طاقات الإيواء تطورا ملحوظا، وهذا ما يثبتته الجدول الموالي:

¹ وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة والسياحة 2025، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، الكتاب الأول، الجزائر، 2008، ص40.

جدول رقم (08): يبين تطور الحظيرة الفندقية الوطنية في الجزائر

السنوات	2000		2004		2007		2010		2013		2014		2015		2016		2017	
	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة	عدد الفنادق	عدد الأسرة
فئة 5 نجوم	72	3322	42	2315	13	5455	13	4948	08	4242	08	4242	08	4242	13	6734	13	6734
فئة 4 نجوم	93	5190	62	5415	54	37243	39	3560	05	1600	06	1800	06	1800	12	2810	23	4508
فئة 3 نجوم	110	30330	67	14857	145	11225	77	13090	38	5775	39	5829	39	5829	51	7045	59	5678
فئة 2 نجوم	54	5100	22	3383	157	5843	72	8070	46	4605	46	4605	64	4605	46	4425	48	4565
فئة نجمة واحدة	11	6200	13	4590	97	2378	58	3804	149	10639	149	10634	149	10639	158	11295	159	11335
فنادق بدون نجوم	507	27100	851	51474	674	36356	893	58905	156	8406	156	8406	160	8533	160	8533	160	8533
إقامة سياحية 2 نجوم	-	-	-	-	-	-	-	-	02	384	02	384	02	384	02	384	02	384
إقامة سياحية نجمة واحدة	-	-	-	-	-	-	-	-	01	313	01	313	01	313	01	313	01	313
نزل طريق 2 نجمة	-	-	-	-	-	-	-	-	02	93	02	93	02	93	02	93	02	93
نزل طريق 1 نجمة	-	-	-	-	-	-	-	-	01	30	01	30	01	30	01	30	01	30

تحسين الخدمات السياحية والفندقية وتحقيق الجودة والنوعية اللازمين هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن عدد الأسرة عرف نموا مستمرا خلال الفترة الممتدة من 2000-2017 أين بلغت نسبة نمو الأسرة 34.45% لكن ذلك مس أغلب الفنادق غير المصنفة، الهياكل الأخرى الموجهة للفنادق، وهياكل في طريق التصنيف مما يجعل هياكل الاستقبال غير كافية من الناحية الكمية والكيفية، كما أن تقييم استراتيجية السياحة لأفاق 2015، والمتعلقة بإنجاز 75000 سرير ذو نوعية جيدة استجابة للطلب المحلي والدولي لم يتحقق حيث أن عدد الأسرة ذات النوعية الجيدة المحقق خلال سنة 2015، 29588 سرير فقط، وهي تشمل الفنادق المصنفة، الإقامة، الموتيلات، والنزل المصنفة، أما عدد الأسرة ذات النوعية الجيدة بالفنادق 5 نجوم و4 نجوم و3 نجوم والقرى العطل 3 نجوم فهي حوالي 12145 سرير فقط، وعليه فرفع طاقات الإيواء بمعيار الأسرة بقي ضعيفا جدا ويعجز قدره 62855 سريرا.

- أما تطور الفنادق حسب نوع المنتج السياحي فهو كما مبين في الجدول الموالي.

جدول رقم (09): تطور عدد الفنادق حسب نوع المنتج.

السنوات	2000	2004	2007	2010	2013	2014	2015	2017
منتج حضري	-	-	754	784	798	872	870	949
منتج ساحلي	-	-	174	252	219	209	230	239
منتج صحراوي	-	-	161	57	94	60	55	59
منتج حموي	-	-	34	45	46	26	21	23
منتج مناخي	-	-	17	14	19	18	19	19
المجموع	-	-	1140	1152	1176	1185	1195	1289

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على:

- وزارة السياحة والصناعات لتقليدية في الجزائر نقلا عن الموقع الإلكتروني. <https://www.ons.dz/-Tourisme-.html>

تاريخ الاطلاع : 2019/06/01 الساعة: 9:30.

- إحصائيات الديوان الوطني للإحصاء الجزائري نقلا عن الموقع الإلكتروني <https://www.ons.dz/-Tourisme-.html> الساعة: 10:00 سا.

الملاحظ من الجدول رقم(09) هو تركز الفنادق في المنتج الحضري بنسبة 73.62% خلال سنة 2017 و18.54% في المنتج الساحلي و4.59% في المنتج الصحراوي و1.78% في المنتج الحموي وأخيرا المنتج المناخي بنسبة 1.47%.

وعليه من خلال إحصائيات الجدولين رقم (08) و (09) نستنتج أن الجزائر تبقى تعاني من العجز في طاقات الإيواء السياحية، ولا تلبي حتى حاجة المواطنين الجزائريين الذين يتوجهون سنويا وبأعداد هائلة على البلدان المجاورة (تونس والمغرب) لاستهلاك نفس النموذج السياحي، بالإضافة إلى الانتشار العشوائي لهذه الفنادق فنجدها تتمركز في المدن الكبرى وعدم مراعاة في إنشائها وجود مقومات الجذب السياحي من عدمها.

2- البنية التحتية للجزائر

إن توفر بنية تحتية مناسبة يساهم في زيادة التدفقات السياحية وهي تتمثل فيما يلي:¹

أ- **البنية التحتية للنقل الجوي:** تسير شركة الطيران الوطنية المتمثلة في الخطوط الجوية الجزائرية والتي تهيمن على هذا السوق إلى جانب عدة شركات طيران أجنبية لديها رحلات نحو الجزائر، على غرار التونسية للطيران، الخطوط الجوية للملكية المغربية، الخطوط الجوية الفرنسية والإيطالية شركة إيغل أزور، ليفيتيزيا، والخطوط الجوية التركية، والبريطانية، وبالنظر للمساهمة المحدودة للنقل الجوي في إنعاش القطاع السياحي فقد سعت الجزائر إلى تطوير أسطولها الجوي عن طريق تجديده خلال الفترة 2013-2017 واقتناء طائرات جديدة لتدعيم ذلك، علما أن الجزائر تمتلك 35 مطارا منها 13 مطارا دوليا.

ب- **البنية التحتية للنقل البري والبحري:** فالنسبة للنقل البري، فقد عرفت الجزائر عديد المشاريع في هذا المجال عن طريق إنشاء العديد من الطرقات السريعة كالطريق شرق-غرب بطول 1216 كلم، وكذا الطريق السيار للهضاب العليا بطول 1020 كلم والطريق السريع العابر للصحراء الذي يربط الجزائر ببعض الدول الإفريقية مالي، النيجر، نيجريا، تشاد، تونس، هذا إلى جانب عديد الطرق الفرعية المبرمجة أفاق 2020 والكثير من المشاريع أفاق 2025، أما بالنسبة للنقل بالسكك الحديدية فهي مجهزة بأكثر من 200 محطة أغلبها في الشمال، أما النقل البحري فتشرف عليه الشركة الوطنية الجزائرية للملاحة والمؤسسة الوطنية للنقل البحري للمسافرين، ويتمثل الأسطول البحري في العبارات "السفينة العابرة" التي تعمل على إيصال السياح، إلا أن دورها بقي محدودا بالنسبة لقطاع السياحة كما أطلقت الجزائر عديد المشاريع الأخرى على غرار الميثرات كميتر الجزائر، وهران، بلعباس، سطيف... إلخ، وهناك كذلك برامج لإنشاء 14 مترو وآخر في 14 ولاية في البلاد، مما يساهم في تنقل السياح داخل الوجهات السياحية وتقديم خدمات جيدة لهم.

¹ ماي علي، المرجع السابق، ص ص 96-97.

ج- البنية التحتية للخدمات السياحية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تمتلك الجزائر بنية تحتية ضعيفة فيما يخص الخدمات السياحية، وكذا تكنولوجيا المعلومات والاتصال، هذا ما جعلها تسطر خطة أفاق 2030 لتطوير وترقية البنية التحتية للمرافق السياحية وهياكل الاستقبال، تسطير خطة لعصرنة القطاع وتنميته عن طريق تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والجدول الموالي يوضح المتغيرات الخاصة بمؤشرات تنافسية القطاع المتعلقة بالبنية التحتية.

جدول رقم (10): تطور البنية التحتية للجزائر

السنوات	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017
البيان	الترتيب	الترتيب	الترتيب	الترتيب	الترتيب	الترتيب	الترتيب
البنية التحتية للنقل الجوي	101	99	110	103	115	113	100
البنية التحتية للنقل البري والبحري	78	89	101	105	126	121	105
البنية التحتية للخدمات السياحية	114	96	95	122	131	138	131
البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	118	95	97	107	115	-	-
جاهزية تكنولوجيا المعلومات والاتصال	-	-	-	-	-	105	96

Source: world economic forum the travel and tourism competitiveness report, Genève switzerland, (2007, 2008, 2009, 2011, 2013, 2015, 2017).

فالملاحظة المبدئية للجدول أعلاه تشير إلى ضعف كل المؤشرات المتعلقة بالبنية التحتية بالجزائر خاصة البنية التحتية للخدمات السياحية والتي تعد جد مهمة في تقديم خدمات ذات نوعية جيدة للسياح، حيث احتلت الجزائر المرتبة 131 عالميا من أصل 136 دولة مشاركة في تقرير تنافسية القطاع السياحي لسنة 2017 مما يجعلها في ميزة تنافسية ضعيفة مقارنة مع تونس.

المطلب الثاني: الإمكانيات السياحية في تونس

أولاً: المقومات السياحية الطبيعية والحضارية: وهي تمثل كل الإمكانيات الطبيعية والحضارية الثقافية منها والتاريخية.

1- المقومات الطبيعية: لقد تعددت المقومات الطبيعية بتونس ما بين الموقع الجغرافي، التضاريس، المناخ والغطاء النباتي والحيواني فهي تشمل:¹

تقع تونس في الشمال الشرقي للقارة الإفريقية حيث تبلغ مساحتها حوالي 164162 كلم مربع، وهي أقل مساحة مقارنة بالجزائر إلا أن هذا الفضاء الصغير يمتلك تركيبة طبيعية متميزة، فبالنسبة لشمال تونس فهي تتميز بساحل شمالي يتميز بأنه صخري مرتفع كما تتخلله خلجاء كخليج تونس ورؤوس كراس الطيب، هذا إلى جانب الساحل هناك سهول داخلية ضيقة لاقترب الجبال من البحر، أما الساحل الشرقي فهو ساحل رملي منخفض قليل التعاريج فيه خلجان واسعة كخليج الحمامات وجزيرتي "جربة" و "قرقنة".

أما الجبال فيه سلسلة واحدة من الجبال الأطلس الصحراوي أعلاه سلسلة "حمير" وأهم كتلة جبلية في البلاد تسمى الظهرية توجد بها أعلى قمة هي "الشعامبي" بارتفاع قدره 1544م، كما تتمتع هذه القمم بغطاء أخضر طبيعي متنوع مما يساهم في تنشيط السياحة الجبلية وسياحة التخيم وسياحة الصيد الموسمية التي أقرتها الدولة التونسية في إطار مبدأ التنمية المستدامة.

كما تتمتع تونس بهضاب، سهول، أودية، وأنهار مائية هامة كنهر "مجرورة" ونهر "مليان" أما صحراء تونس فهي تقع بالجنوب وتتميز بتضاريس خاصة حيث توجد الشطوط والهضاب وصعوبة المناخ والمسالك، أما الثروة النباتية فهي تقتصر على وجبات النخيل، كما تمتلك ينابيع معدنية ترجع للعصور الرومانية.

2- المقومات الحضارية والتاريخية: تحظى تونس بمؤهلات تاريخية حضارية وثقافية هامة تتمثل في عديد المواقع السياحية:

- **جامع الزيتونة:** الذي يعود 79هـ، والذي بني على يد حسان بن نعمان، وقد كان إشعاع علمي كبير لطلاب العلم.

- **مدينة قرطاج:** وقد صنفت ضمن التراث العالمي سنة 1979م، ويرجع تاريخها إلى 3 آلاف سنة، وتعد وجهة سياحية هامة للكثير من السياح.

- **مدينة القيروان:** وتعد عالمي لعلوم الدين والفقه، يوجد به مسجد عقبة بن نافع الذي فتحها سنة 671هـ هذا إلى جانب مدينة المهديّة، الحمامات، المنستير وجزيرة جربة والتي تتميز بخصائص فريدة بعضها يعود للحقبة الفاطمية والبعض الآخر يعود إلى العصر الفينيقي أما المتاحف التي تتواجد عبر كامل التراب التونسي فهي:

¹ رشام كهينة وقاسمي آسيا، التجربة التونسية في مجال السياحة، واقع وأبعاد وتطلعات، الملتقى الوطني الأول للسياحة في الجزائر الواقع والآفاق، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي محند الحاج، البويرة، الجزائر، 2010، ص 03.

- **متحف باردو الوطني:** ويعتبر أكبر متحف في المغرب العربي ويضم العديد من القطع الأثرية التي تعود إلى العهد الروماني والبيزنطي، وهو يتواجد في تونس العاصمة.

- **متحف قرطاج الدولي:** يضم هذا المتحف تحف وقطع أثرية تعود للحقبة الرومانية والبيزنطية.

- **متحف العملة:** ويوجد به تاريخ تونس وصور ومعادن نفسية في (مجال صك العملات).

- **متحف الفنون والتقاليد الشعبية بتونس.**

- **متحف المحيطات وعلوم البحار:** ويحمي الكائنات البحرية والسلمكية.

- **متحف الموسيقى العربية المتوسطية:** ويضم مخطوطات وتحف عالمية، وقطع خشبية، وهو على شكل قصر عريق هذا إلى جانب عديد المتاحف المنتشرة بتونس كمتحف الفنون والتقاليد الشعبية بالكاف، ومتاحف تاريخية عسكرية، المتحف المسيحي بقرطاج، متحف الفنون الإسلامية بمنستير وغيرها.

كما تزخر تونس بالعديد من العادات والتقاليد والثقافات الشعبية، مما تشجع على بروز العديد من المهرجانات، كمهرجان قرطاج الدولي مهرجان الياسمين وغيرها، كما تنتشر الصناعات التقليدية في العديد من المناطق التونسية كصناعة الجلود، الفخار، الخزف، صناعة النسيج، الطربوش التونسي، صناعات الحلبي البربري وغيرها،

إذ هذه المقومات التاريخية والثقافية مكنة الحكومة التونسية بالتنسيق مع العديد من الوزارات كوزارة الثقافة من أجل تهمين واستغلال ذلك للتخطيط لعديد من التظاهرات الثقافية لتونس وجذب السياح إليها.

- فيما يخص التراث الفني الشعبي التونسي نجد أغاني الملايعة، المحفل، المألوف التونسي، الموشوحات السلامية، المزود التونسي.¹

ثانيا: المقومات السياحية المادية

1- طاقات الإيواء السياحي: إن وعي الحكومة التونسية بأهمية القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المرجوة جعلها تعطي له الأولوية اللازمة ضمن مخططاتها التنموية، مما انعكس ذلك إيجابيا على تطور هياكلها السياحية ومن تم مقوماتها المادية.

لقد عرفت الطاقات لإيواء نمو ملحوظ منذ بداية الستينيات حيث عملت الحكومة التونسية على توفير الهياكل السياحية اللازمة لاستقبال السياح وزيادة توافدهم، وفيما يلي تطور مؤسسات الإيواء خلال الفترة (2000-2017).

¹ صديقي نوال، برباوي كمال، تقييم التنافسية للدول المغرب العربي، مقارنة للجزائر، المغرب وتونس، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر وأفاق، المركز الجامعي البويرة، معهد العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2010، ص 02.

جدول رقم (11): تطور عدد الفنادق والأسرة للفترة (2000-2017)

السنوات البيان	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد الفنادق	736	856	861	846	847	848	862	824	820
عدد الأسرة بالآف	197,5	241,5	242,1	242	240,2	240	241,5	235	230,7

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على المعهد الوطني للإحصاء التونسي، إحصائية السياحة نقلا عن الموقع الإلكتروني: <http://www.ins.tn/fr/themes/Tourism> تاريخ الاطلاع: 02/06/2019، الساعة 10:00 سا.

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن هناك تطور في طاقات الإيواء بمؤسسات الفندقية التونسية من سنة 2000 إلى غاية سنة 2011، أين عرفت بعدها تدبب بسبب الأوضاع السياسية والأمنية التي مرت بها تونس التي أثرت على عملية التنمية السياحية في البلاد، كما يرجع ذلك أيضا إلى ظهور بعض المشاكل بالمؤسسات الفندقية كتقدمها وظهور مشاكل المديونية، مما حتم على الحكومة التونسية القيام بعملية تأهيلها وإعادة تصنيفها من أجل المحافظة على جودة الخدمات المقدمة للسياح.

2- البنية التحتية لتونس: لقد سطرت الحكومة التونسية العديد من المشاريع لتحسين بنيتها التحتية وإلى غاية اليوم فهناك مشاريع لآفاق 2020 تهدف إلى تحقيق قفزة نوعية في هذا المجال، حيث تتمثل بنيتها التحتية فيما يلي:¹

أ- البنية التحتية للنقل الجوي: لقد حرصت الحكومة التونسية على تطوير قطاع النقل الجوي لما له دور كبير في زيادة الحركة السياحية نحو تونس، فأكبر نسبة للوافدين السياحة إلى تونس تأتي عن طريق الجو، فعمدت بذلك إلى إنشاء العديد من مطارات عبر كامل التراب الوطني، حيث بلغ عددها 8 مطارات دولية تتكلف بتسييرها مؤسسات الديوان الوطني للطيران المدني والمطارات حيث تقوم بتنظيم رحلات منظمة خدمة للقطاع السياحي.

ب- البنية التحتية للنقل البري والبحري: فيما يخص البنية التحتية للنقل البري تمتلك تونس الشبكة من الطرقات البرية الموزعة عبر كامل تراب الوطن إلى أنها تعرف أحيانا بعض الاختناقات في المناطق السياحية خاصة في الموسم الاصطياف خلال قمة دروة الطلب السياحي على مختلف الخدمات كمنطقة سوسة وحمامات الياسمين، لهذا فقد عازمت الحكومة التونسية ضمن إستراتيجية 2020 لإنشاء وترميم عديد الطرق والجسور لتساهم في تنقل السياح بسهولة وأريحية.

¹ ماي علي، المرجع السابق، ص 97-99.

كما تمتلك تونس شبكة الطرق السريعة التي تربط بعض المدن، أما السكك الحديدية فتشرف عليها الشركة الوطنية التونسية للسكك الحديدية، وترمي من خلال هذه الوسيلة إلى ربط عديد المناطق بالبلاد بالمناطق السياحية وتقصيل الحركة بها، كما تسعى إلى تطوير خطوط المترو والنقل بالحافلات.

أما قطاع النقل البحري فتوجد مجموعة من الموانئ بتونس منها ما هو تجاري ومنها مخصص أساسا للقطاع السياحي، مثل الميناء الترفيهي بطبرقة بنزرت، سيدي بوسعيد، القنطاوي، المنستير، ياسمين، الحمامات وتحتوي هذه الموانئ على وحدات نزل وفنادق وخدمات سياحية ومطعمية مقدمة أساسا للزوار المحليين والأجانب.

ج- البنية التحتية للخدمات السياحية تكنولوجيا المعلومات والاتصال: تمتلك تونس بنية تحتية غنية بالخدمات السياحية لاستهاننا بها بسبب امتلاكها طاقات إيواء لمعايير عالية، وهي بعدد إعادة تأهيلها وتحسينها، أما فيما يخص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فقد وضعت الحكومة التونسية ضمن استراتيجيتها السياحية أهداف استخدام والتكنولوجيا الإعلام والاتصال والانترنت في سبيل تطوير استراتيجيتها التسويقية ووضع إدارة إلكترونية لتواصل مع زبائنها وفق إستراتيجية سياحية لأفاق 2020.

وفيما يلي جدول يلخص ترتيب مؤشرات البنية التحتية لتونس حسب تقرير تنافسية القطاع السياحي الصادر عن المنتدى العالمي "دافوس".

جدول رقم (12) تطور البنية التحتية لتونس.

السنوات	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2017
البيان	الترتيب	الترتيب	الترتيب	الترتيب	الترتيب	الترتيب	الترتيب
البنية التحتية للنقل الجوي	78	68	62	65	-	77	85
البنية التحتية للنقل البري والبحر	27	47	42	48	-	94	95
البنية التحتية للخدمات السياحية	45	48	54	51	-	61	69
البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال	69	69	77	76	-	-	-
جاهزية تكنولوجيا الاعلام والاتصال	-	-	-	-	-	76	73

Source: world economic forum the travel and tourism competitiveness report; Genève switzerland, (2007, 2008, 2009, 2011, 2013, 2015, 2017)

يشير الجدول أعلاه أن تونس تمتلك مرتبة متأخرة نوعا ما فيما يخص البنية التحتية لنقل البري والبحري بينما تحتل مراتب متوسطة لباقي الأنواع الأخرى كما هو مبين في الجدول أعلاه.

المبحث الثاني: واقع احتياطي النقد الأجنبي للجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2017).

إن احتياطي النقد الأجنبي هو كل ما تملكه الدولة من عملات أجنبية وتحتفظ بها في بنكها المركزي، ويساعد الاحتياطي الدول في الحفاظ على توازن عملاتها المحلية، كما يستخدم في المعاملات التجارية الخارجية.

المطلب الأول: واقع احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر

يعتبر قطاع المحروقات في الجزائر المصدر الرئيسي لتكوين احتياطي النقد الأجنبي، حيث يساهم بأكثر من 90% من صادرات الجزائر، والجدول التالي يوضح تطور احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر خلال الفترة (2000-2017).

الجدول رقم (13): التغيرات في احتياطات النقد الأجنبي للجزائر خلال الفترة (2000-2017):

السنة	القيمة (مليار دولار)
2000	13.556
2001	19,625
2002	25.151
2003	35.455
2004	45.692
2005	59.167
2006	81.463
2007	114.972
2008	148.099
2009	155.112
2010	170.461
2011	191.396
2012	200.587
2013	201.437
2014	186.351
2015	150.595
2016	120.788
2017	105

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على معطيات الموقع: <http://donnes.banquemonial.org>، تاريخ الاطلاع

2019/06/01 على الساعة 9:45.

من خلال الجدول (13) نلاحظ أن احتياطي النقد الأجنبي للجزائر قد عرف ارتفاعا مستمرا منذ سنة 2000. وقد كان هذا الارتفاع في تحسن ملحوظ إلى غاية سنة 2008. حيث ارتفع من 13.556 مليار دولار سنة 2000 إلى 148.099 مليار دولار سنة 2008، ثم يظهر أن ارتفاع في الاحتياطات يكون بشكل بطيء نوعا ما مقارنة مع السنوات السابقة خلال السنتين 2008 و 2009 بارتفاع يقدر 7.013 مليار دولار بين السنتين. وهذا مرتبط بالأزمة العالمية لـ 2008. ثم يعاود الارتفاع من سنة 2009 إلى غاية 2013 حيث حقق أقصى ارتفاع له بـ 201.437 مليار دولار. ليظهر انخفاض متتالي من سنة 2014 إلى سنة 2017. وبما أن الاقتصاد الجزائري هو اقتصاد يهيمن عليه قطاع المحروقات فإن ارتفاع وانخفاض الاحتياطي مرتبط أساسا بالتغيرات في أسعار النفط.

المطلب الثاني: واقع احتياطي النقد الأجنبي في تونس

إن الاقتصاد التونسي يعتمد أساسا في استقراره على القطاع السياحي. فالإيرادات السياحية تعتبر من بين المصادر الرئيسية لتراكم احتياطي النقد الأجنبي بالإضافة إلى الاستثمارات الأجنبية وتحويلات المهاجرين التونسيين وصادرات الطاقة (الفسفات). والجدول التالي يوضح تطور احتياطي النقد الأجنبي لتونس خلال الفترة (2000-2017).

الجدول رقم (14) التغيرات في احتياطات النقد الأجنبي لتونس للفترة (2000-2017).

السنة	القيمة (مليار دولار)
2000	1.739
2001	1.956
2002	2.245
2003	2.883
2004	3.951
2005	4.402
2006	6.748
2007	7.851
2008	8.706
2009	10.264
2010	8.981
2011	7.152
2012	8.141

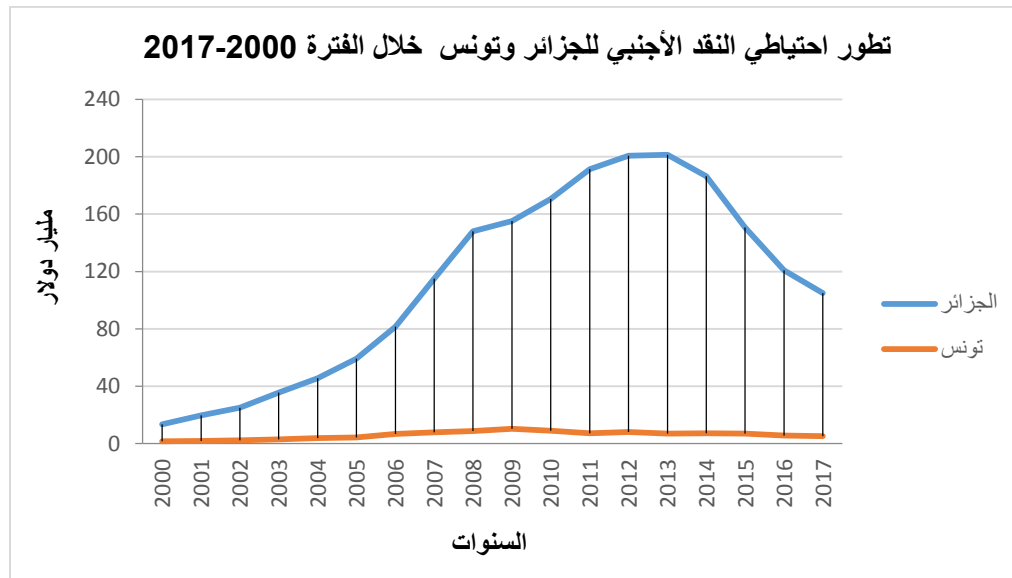
7.015	2013
7.163	2014
7.025	2015
5.651	2016
5.218	2017

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على معطيات الموقع: <http://www.ceicdata.com> ، تاريخ الاطلاع: 2019/06/03 الساعة: 10:30.

من خلال الجدول رقم(14) نلاحظ أن احتياطي النقد الأجنبي في تونس قد عرف ارتفاعا مستمرا منذ سنة 2000 إلى غاية سنة 2009 لكن بوتيرة بطيئة. حيث ارتفع من 1.739 مليار دولار إلى 10.264 مليار دولار وهو أقصى ارتفاع يحققه بمقدار 8.525 مليار دولار. هذا الارتفاع سببه ارتفاع العائدات السياحية بالعملة الصعبة. حيث بلغت أعلى مستوى لها في سنة 2008 بـ 2.751 مليار دولار. ثم بدأ الاحتياطي في الانخفاض بشكل متتالي بداية من سنة 2010 وهذا راجع إلى الآثار الاقتصادية التي خلفتها الأزمة العالمية لسنة 2008 وكذا الاضطرابات الأمنية والسياسية التي عرفت تونس سنة 2011 أو ما يعرف بثورة الياسمين والهجوم الإرهابي على السياح الأجانب بسوسة سنة 2015. وهو ما أدى إلى انخفاض عائداتها السياحية.

❖ مقارنة تطور احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر وتونس خلال الفترة (2017-2000).

الشكل رقم (05): تطور احتياطي النقد الاجنبي في الجزائر وتونس خلال الفترة (2017-2000)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدولين رقم (13) و(14)

من خلال الشكل رقم (05) نلاحظ أن احتياطي الجزائر وتونس قد عرف ارتفاع متباينا من سنة 2000 إلى سنة 2009. لكن ارتفاع الاحتياطي في الجزائر كان أسرع من تونس. حيث بلغ أقصى ارتفاع له في تونس 10.264 مليار دولار سنة 2009. بينما في الجزائر ارتفع في نفس السنة إلى 155.112 مليار دولار. أما خلال الفترة 2009-2017 فإن احتياطي الجزائر عرف ارتفاعا مستمرا حتى سنة 2013 أين بلغ أقصى ارتفاع له بـ 201.437 مليار دولار بسبب ارتفاع أسعار البترول. ثم بدأ في الانخفاض بعد سنة 2013 تدريجيا ووصل إلى 105 مليار دولار سنة 2017 بسبب انهيار قوي لأسعار البترول. بينما عرف احتياطي تونس خلال تلك الفترة انخفاض متتالي بسبب الظروف الأمنية التي عرفتها تونس أين وصل الاحتياطي إلى 5.218 مليار دولار. ويرجع الفارق الكبير في الاحتياطي بين البلدين إلى كون الجزائر دولة نفطية تعتمد في تكوين احتياطياتها من النقد الأجنبي على صادرات المحروقات بالدرجة الأولى. بينما تونس تعتمد في تكوين احتياطياتها على العائدات السياحية وصادراتها من الطاقة (الفوسفات). وكذا التحويلات المالية لمهاجريها في الخارج.

المبحث الثالث: اسهام السياحة في احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر وتونس

تساهم السياحة في زيادة احتياطي النقد الأجنبي من خلال زيادة حجم التدفقات البشرية (السياحة الوافدة) والإيرادات السياحية المالية المحققة نتيجة انفاق السياح الوافدين الى بلد المقصد السياحي بالعملة الصعبة. وفي مايلي سنقوم بإجراء مقارنة بين عدد السياح الوافدين إلى الجزائر وتونس والإيرادات السياحية المالية لهما خلال الفترة (2000-2017).

المطلب الأول: مقارنة التدفقات السياحية البشرية والمالية للجزائر وتونس (2000-2017)

أولا: مقارنة عدد السياح الوافدين للبلدين للفترة (2000-2017): ويمكن إجراء هذه المقارنة من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم (15) مقارنة عدد السياح الوافدين للجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2017)

الوحدة: مليون سائح

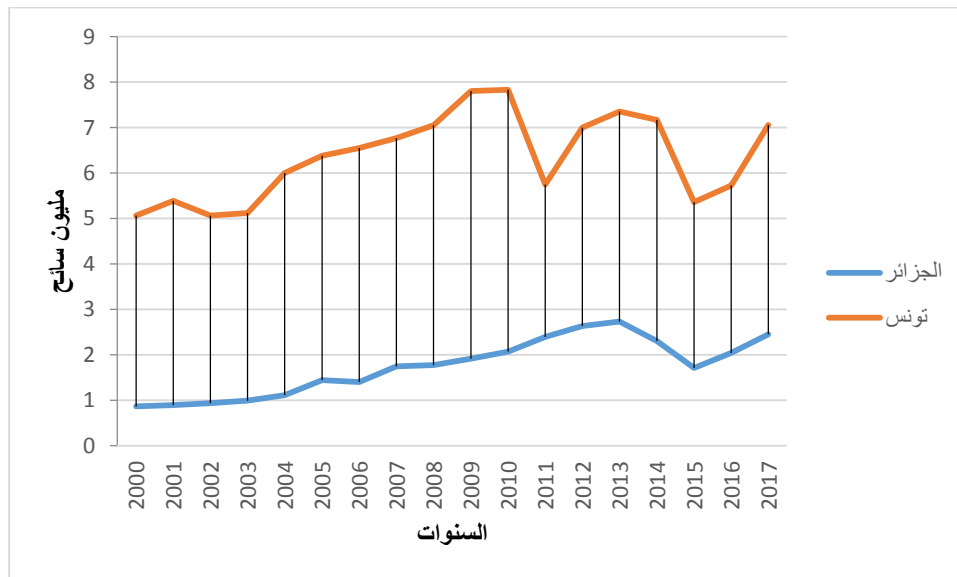
السنوات/ الدول	الجزائر	تونس
2000	0.866	5.058
2001	0.888	5.378
2002	0.932	5.064
2003	0.988	5.114
2004	1.112	5.998
2005	1.443	6.378

6.550	1.400	2006
6.762	1.740	2007
7.050	1.772	2008
7.797	1.911	2009
7.828	2.070	2010
5.746	2.394	2011
6.999	2.634	2012
7.352	2.732	2013
7.163	2.301	2014
5.359	1.709	2015
5.724	2.039	2016
7.052	2.450	2017

Source: www. Banque Moindial .org, Consulté le 10/06/2019, 11 :00 h

ويمكن تمثيل الجدول رقم (15) في الشكل التالي:

الشكل رقم (06) مقارنة تطور عدد السياح الوافدين للجزائر وتونس للفترة (2017-2000)



من خلال الجدول رقم (15) والشكل (06) نلاحظ أن عدد السياح الوافدين إلى الجزائر قد عرف تطور مستمر خلال الفترة (2000-2013). حيث بلغ سنة 2013 2 مليون و 732 ألف سائح وهو أقصى ارتفاع تعرفه الجزائر خلال فترة الدراسة (2000-2017). وهذا راجع الى تحسن الأوضاع الأمنية

والسياسية للبلاد، بعدما عرفت ركود خلال فترة التسعينات، بينما تونس هي الأخرى عرفت تطور مستمر في عدد السياح الوافدين إليها خلال الفترة (2000-2010) والتي بلغ عدد السياح إلى 7 ملايين و828 ألف سائح. إلا أنه انخفض في السنة الموالية 2011 بسبب الاضطرابات الأمنية والسياسية التي عرفتها البلاد.

أما في الفترة (2013-2017) فعدد السياح الوافدين إلى الجزائر عرف انخفاضا في السنتين (2014 و 2015) بسبب تغيير السياح لوجهاتهم السياحية الى مقاصد سياحية أخرى. ثم عرف تحسنا بعد سنة 2016 حيث بلغ 2 ملايين و450 ألف سائح في سنة 2017. وهذا راجع لاستفادة الجزائر من الأوضاع الأمنية التي وقعت في تونس سنة 2015 والهجوم الإرهابي على السياح الأجانب الذي أدى إلى مقتل العديد منهم، بينما في تونس خلال الفترة (2013-2017) عرف انخفاضا كبيرا في عدد السياح الوافدين وخاصة في سنة 2015 بسبب الأوضاع الأمنية التي سبق ذكرها. إلا أنه عرف تحسنا في سنة 2017 بأكثر من 7 ملايين سائح وافد نتيجة تحسن الأوضاع الأمنية في البلاد.

ثانيا: مقارنة الإيرادات السياحية للبلدين خلال الفترة (2000-2017): ويمكن إجراء هذه المقارنة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (16) مقارنة الإيرادات السياحية للجزائر وتونس للفترة (2000-2017)

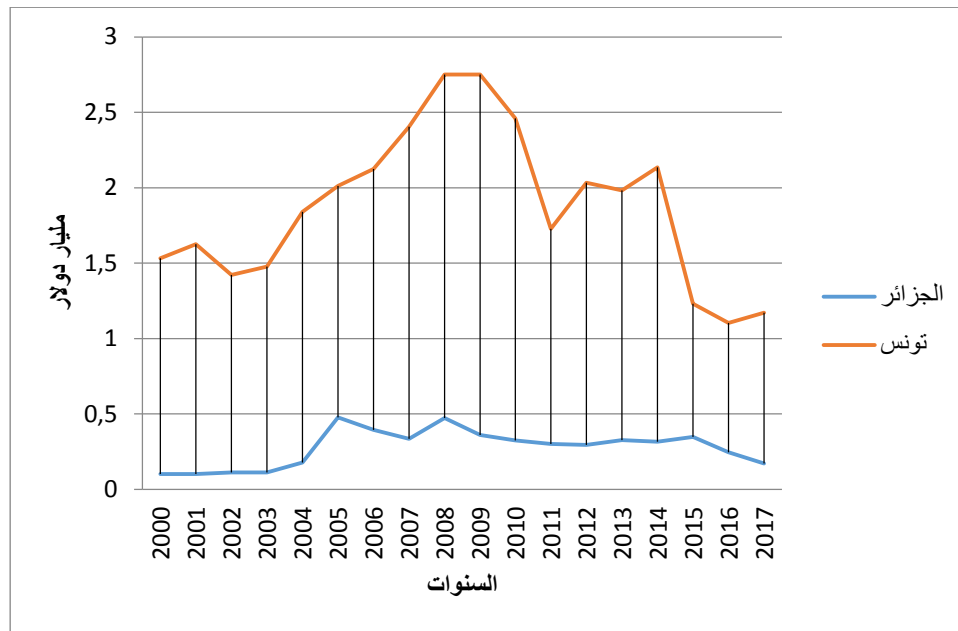
السنوات	الدولة	الجزائر(مليار دولار)	تونس (مليار دولار)
2000		0.102	1.531
2001		0.100	1.626
2002		0.111	1.421
2003		0.112	1.476
2004		0.178	1.839
2005		0.477	2.012
2006		0.393	2.124
2007		0.334	2.404
2008		0.473	2.751
2009		0.361	2.571
2010		0.324	2.460
2011		0.300	1.727

2.032	0.295	2012
1.982	0.326	2013
2.135	0.316	2014
1.230	0.347	2015
1.104	0.246	2016
1.170	0.172	2017

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على معطيات الموقع الالكتروني: <http://www.Ceicdata.com>. تاريخ الإطلاع: 2019/06/01. على الساعة 16:00.

بالاعتماد على الجدول رقم (16) يمكن تمثيل الإيرادات السياحية للبلدين (الجزائر وتونس) حسب الشكل الآتي:

الشكل رقم (07) تطور الإيرادات السياحية للبلدين (الجزائر وتونس) للفترة (2017-2000)



المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على بيانات الجدول رقم (16).

من خلال الجدول (16) والشكل (07) نلاحظ أن الإيرادات السياحية للجزائر خلال فترة الدراسة (2017-2000) ضعيفة جدا مقارنة مع الإيرادات السياحية الكبيرة لتونس، حيث بلغت الإيرادات السياحية للجزائر سنة ب 2005 0.477 مليار دولار وهي أكبر قيمة لها طيلة فترة الدراسة، بينما في تونس بلغت الإيرادات السياحية أكبر قيمة لها سنة 2008 ب 2.751 مليار دولار، فمن الشكل أعلاه نلاحظ أن الإيرادات السياحية للجزائر عرفت تطور مستمر ومتذبذب خلال الفترة (2017-2000)،

حيث ارتفعت الإيرادات السياحية للجزائر خلال الفترة (2000-2005) أين حققت أكبر قيمة لها 0.477 مليار دولار سنة 2005 وهي أكبر قيمة حققتها خلال فترة الدراسة، بينما في تونس وفي نفس الفترة زادت إيراداتها السياحية أين حققت ما قيمته 2.012 مليار دولار سنة 2005، وهذا الفارق الكبير في حجم الإيرادات السياحية ما بين البلدين راجع إلى الفارق في عدد السياح الوافدين لكل بلد. ففي الجزائر كان عدد السياح سنة 2005 مليون 443 ألف سائح. بينما في تونس بلغ عدد السياح 6 ملايين و378 ألف سائح.

أما خلال الفترة (2005-2010) فإن الإيرادات السياحية للجزائر عرفت انخفاض بطيء ومتذبذب بينما في تونس فإن الإيرادات السياحية عرفت ارتفاعا قويا خلال هذه الفترة، وذلك بسبب الارتفاع الكبير في عدد السياح الوافدين إليها. عكس الجزائر التي عرفت خلال هذه الفترة ارتفاع ضعيف للسياح الوافدين إليها.

أما في الفترة (2010-2017) عرفت الإيرادات السياحية للجزائر انخفاض بطيء رغم أن عدد السياح الوافدين إلى الجزائر في تزايد مستمر، مما يفسر أن الإيرادات السياحية لا ترتبط فقط بالعدد الاجمالي للسياح الوافدين. وإنما ترتبط بدرجة انفاقهم على مجموعة السلع والخدمات المقدمة لهم من جهة ومن جهة أخرى ترتبط بجودة السلع والخدمات. بينما في تونس خلال نفس الفترة عرفت انخفاض سريع لإيراداتها السياحية بداية من سنة 2011 وهذا بسبب الثورة الشعبية التي حدثت في تونس وما نتج عنها من اضطرابات أمنية وعدم استقرار سياسي في البلاد، كذلك لاحظنا في سنة 2015 انخفاض سريع في الإيرادات السياحية بسبب الهجوم الإرهابي الذي ضرب تونس والذي أدى إلى مقتل عدد من السياح الأجانب، وبسبب هذه الأحداث التي وقعت في تونس استفادت الجزائر من هذا الوضع وزاد تدفق السياح إليها مما نتج عنه ارتفاع محسوس في حجم إيراداتها خاصة في سنة 2015 حيث بلغت قيمتها 0.347 مليار دولار.

المطلب الثاني: مقارنة نسبة مساهمة السياحة في احتياطي النقد الأجنبي للجزائر وتونس

تعتبر السياحة مصدر من مصادر النقد الأجنبي فهي تلعب دورا هاما في تدعيم احتياطي النقد الأجنبي وسنبرز هذا الدور من خلال حساب نسبة الإيرادات السياحية إلى الاحتياطي النقد الأجنبي.

ويمكن حساب هذه النسبة باستخدام المعادلة التالية:

نسبة مساهمة السياحة إلى احتياطي النقد الأجنبي = الإيرادات السياحية / احتياطي الصرف الأجنبي × 100.

وبالاعتماد على الجداول (13) و(14) و(16) يمكن تمثيل نسبة مساهمة السياحة في احتياطي

النقد الأجنبي لكل من الجزائر وتونس خلال الفترة (2000-2017) في الجدول الموالي:

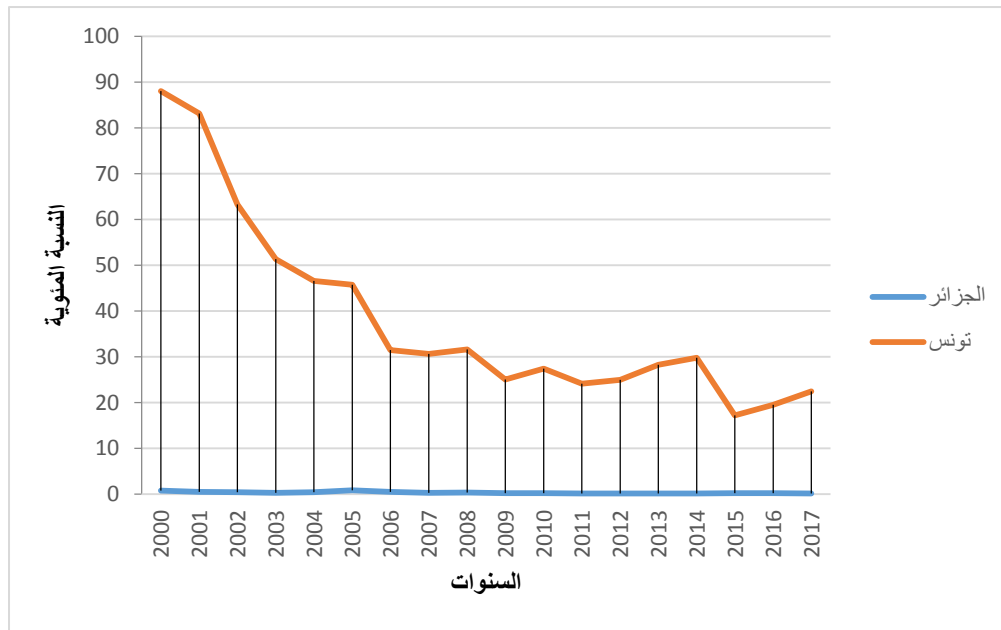
الجدول رقم (17) نسبة مساهمة السياحة في احتياطي النقد الأجنبي للجزائر وتونس خلال فترة (2017-2000)

نسبة المساهمة %		
تونس	الجزائر	الدولة السنوات
88.039	0.752	2000
83.128	0.509	2001
63.296	0.441	2002
51.196	0.315	2003
46.545	0.389	2004
45.706	0.806	2005
31.476	0.482	2006
30.620	0.290	2007
31.598	0.319	2008
25.048	0.232	2009
27.391	0.190	2010
24.147	0.156	2011
24.960	0.147	2012
28.253	0.161	2013
29.806	0.169	2014
17.171	0.230	2015
19.536	0.203	2016
22.422	0.163	2017

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على الجداول (13) و(14) و(16)

ويمكن تمثيل الجدول رقم (17) بالشكل التالي:

الشكل رقم (08): نسبة مساهمة السياحة في احتياطي النقد الأجنبي للجزائر وتونس للفترة (2017-2000)



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على الجدول رقم (17).

من خلال الجدول (17) والشكل (08) نلاحظ أن نسبة مساهمة السياحة في احتياطي النقد الأجنبي في تونس هي نسب مرتفعة بحيث تتراوح ما بين (17.171%) كأضعف نسبة لها و(88.039%) كأعلى نسبة لها، بينما في الجزائر فهي محصورة ما بين (0.147%) كأضعف نسبة لها و(0.806%) كأكبر نسبة لها وهي نسب ضعيفة جدا مقارنة مع نسب تونس على غرار سنتي (2001-2000) التي كانت فيها نسبة مساهمة السياحة في الجزائر ضعيفة وشبه معدومة نظرا لاعتماد الجزائر على عائدات البترول في دعم احتياطياتها من النقد الأجنبي بنسبة تفوق 90% حيث كانت نسبة المساهمة في الجزائر سنة 2005 تقدر بـ 0.806% وهي أعلى نسبة لمساهمة السياحة في احتياطي لكنها ضعيفة مقارنة مع حجم الإيرادات السياحية المحققة في نفس السنة والمقدرة بـ 0.477 مليار دولار وحجم الاحتياطي 59.167 مليار دولار، كما نلاحظ أن نسبة المساهمة بالنسبة للجزائر كانت في أقصى حدود لها حتى سنة 2005. ثم بدأت بالتراجع تزامنا مع ارتفاع أسعار النفط وصاحبه ارتفاع في احتياطي النقد الأجنبي ويقدر بـ 0.5% وهو ما يظهر ضعف الإيرادات السياحية كمصدر لتراكم الاحتياطي في الجزائر، وفي المقابل نرى في تونس أن نسبة المساهمة في الإيرادات السياحية في تراكم احتياطياتها من النقد الأجنبي تتغير مع تغير حجم الإيرادات السياحية.

من خلال مقارنة لنسب الإيرادات السياحية إلى احتياطي النقد الأجنبي بين البلدين نخلص إلى ما يلي:

أن الاقتصاد التونسي يستمد قوته من الإيرادات السياحية وهذا ما يظهر من خلال النسب المبيّنة في الجدول رقم (17) فسعي الدول النامية إلى الرفع من احتياطاتها يكون بهدف منح قوة وأمان لاقتصادها وباعتبار تونس غير مصدرة للنفط كالجزائر فهي تعتمد على إيراداتها من السياحة كمصدر لتراكم الاحتياطات من النقد الأجنبي بالدرجة الأولى. أما الجزائر التي تعتمد على عوائد صادرات المحروقات فقد كانت نسب مساهمة الإيرادات السياحية في هذه الاحتياطات ضعيفة جدا وشبه معدومة وهذا ما يؤكد ماقلناه سابقا بأن السياحة تعتبر مصدرا هامشيا ثانويا للعملة الصعبة.

المطلب الثالث: الصعوبات التي تواجه السياحة في الجزائر والحلول المقترحة لمواجهتها

تواجه السياحة في الجزائر عدة صعوبات تعيق تنميتها وتطورها إلا أن هناك حلولاً لها.

أولاً: الصعوبات التي تواجه السياحة في الجزائر

وتتمثل هذه الصعوبات فيمايلي¹:

- غياب الاستقرار والاستمرارية في البرامج والاجراءات بسبب تغيير المسؤولين.
- نقص الوعي السياحي على مستوى الهيئات أو على مستوى أفراد المجتمع.
- عدم مرونة القوانين والاجراءات التنظيمية فيما يخص التأشيرات وطول المدة اللازمة لدراسة المشاريع الاستثمارية والرد عليها.
- ضعف وهشاشة اداء النقل الجوي والبري وخدمات الاطعام دون المستوى.
- تغلغل ضعيف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صناعات السياحة لعدم استخدام التسويق الالكتروني والسياحة الالكترونية.
- نقص في تأهيل مهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية.
- ضعف المنتج والخدمات السياحية الجزائرية.
- هياكل الايواء ذات نوعية رديئة وبأسعار باهضة مقارنة بالدول المحاورة.
- عدم ملائمة وضع وسائل الدفع العصرية على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية.

¹ بن طالب فريد، جاري فاتح، شلال زهير، ورقة بحثية بعنوان "القطاع السياحي في الجزائر واقعه وتحدياته"، على الموقع الالكتروني: dilbrary.univ-boumerdes.dz.

- غياب الترويج السياحي في الجزائر.

- مشكل العقار السياحي.

- نقص المعاهد المتخصصة في التسويق السياحي.

ثانيا: الحلول المقترحة لمواجهة هذه الصعوبات.

من أجل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر تم اقتراح الحلول التالية:¹

- العمل على نشر الثقافة السياحية وقبول السياحة كقطاع يدخل في تنمية الاقتصاد الوطني.

- القضاء على العراقيل الادارية والعمل رفع جاذبية المناخ الاستثماري.

- تحسين وتنمية العلاقات مع الدول الرائدة في المجال السياحي.

- تطوير الاعلام السياحي عبر كامل الوسائل والدعائم.

- العمل على تحسين الخدمات السياحية ومراجعة الأسعار.

- فتح المجال للقطاع الخاص وتقديم التسهيلات اللازمة للمساهمة في هذا القطاع.

¹ بن طالب فريد، جاري فاتح، شلال زهير، المرجع السابق.

خلاصة الفصل

من خلال الدراسة التي تم إجراؤها على تونس والجزائر بخصوص مساهمة السياحة في احتياطات النقد الأجنبي للبلدين واستعمالنا لنسبة الايرادات السياحية إلى الاحتياطي كمؤشر لمعرفة تأثير هذه الايرادات على الاحتياطي والفروقات في هذه المتغيرات خلصنا إلى مايلي:

- أن الايرادات السياحية هي مصدر لا يستهان به لتراكم احتياطي النقد الأجنبي.
- حجم الايرادات السياحية خلال فترة الدراسة من (2000-2017) تأثرت بالأزمة العالمية 2008 والأوضاع السياسية والأمنية.
- إن نسبة مساهمة الايرادات السياحية في دعم احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر هي نسبة ضعيفة جدا وشبه معدومة على عكس تونس التي رأينا أن ايراداتها السياحية تساهم بنسبة كبيرة جدا تقدر بـ 88% من احتياطي النقد الأجنبي وهي نسبة مرتفعة جدا مقارنة مع الجزائر التي لا تتعدى (1%).
- وعليه يمكننا القول أن السياحة ستخلق فرقا في الاقتصاد ككل وهذا ما رأيناه في تونس. وفي ظل الأزمة التي مرت بها الجزائر وجب على الحكومة أن تهتم بهذا المصدر من أجل دعم احتياطياتها من النقد الأجنبي بدل اعتمادها الكبير على القطاع المحروقات.

خاتمة

تلعب السياحة في الوقت الحاضر دورا مهما في تنشيط اقتصاديات الدول، وخاصة في الدول النامية التي تعتمد على النفط كمصدر وحيد لإيراداتها الوطنية، حيث أصبحت صناعة قائمة بذاتها.

وبالرغم ما تتمتع به الجزائر من مقومات وإمكانات سياحية هامة، من معالم تاريخية وحضارية وأثرية فضلا عن التنوع الجغرافي، إلا أنها لم تستطع أن ترقى قطاعها السياحي، وتبقى بعيدة كل البعد عن قيمة وأهمية المؤهلات والموارد السياحية المتوفرة بالجزائر، وقد توصلنا من خلال دراستنا لموضوع دور السياحة في دعم احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر مقارنة مع تونس إلى مجموعة من النتائج.

أولا: اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: والتي مفادها أن وجود عناصر سياحية متشابهة في الجزائر وتونس يجعل الأهمية الاقتصادية للسياحة متطابقة، وقد أثبتنا عدم صحة هذه الفرضية لأن كلا البلدين لهما نفس العناصر السياحية الطبيعية والحضارية والبشرية، إلا أن وجود موارد مالية للجزائر متأتية من قطاع المحروقات وانعدامها في تونس جعل الأهمية الاقتصادية تختلف بينهم، حيث يعتبر القطاع السياحي من القطاعات الإستراتيجية في تونس، بينما في الجزائر يعتبر قطاعا هامشيا ثانويا ولم يعتمد عليه منذ الاستقلال إلى يومنا هذا في دعم احتياطي النقد الأجنبي.

الفرضية الثانية: مفادها أن السياحة تساهم في دعم احتياطي النقد الأجنبي في تونس أفضل منها في الجزائر فقد أثبتنا في الجانب التطبيقي صحة هذه الفرضية من خلال حساب نسبة الإيرادات السياحية إلى الاحتياطي، فلاحظنا نسب مرتفعة جدا مقارنة مع الجزائر، بالإضافة إلى الفارق الكبير في عدد السياح الوافدين إلى البلدين.

الفرضية الثالثة: والتي مفادها أنه في ظل الأزمة التي تمر بها الجزائر فإن السياحة تعتبر بديلا ممتازا لتدعيم احتياطياتها من النقد الأجنبي في ظل انهيار أسعار البترول، ولقد أثبتنا صحة هذه الفرضية من خلال مساهمة السياحة في تونس بشكل كبير في الرفع من احتياطياتها النقدية في ظل توفر الجزائر على مخزون سياحي طبيعي وحضاري وتاريخي يفوق تونس أضعاف المرات.

ثانيا: نتائج الدراسة

على ضوء الدراسة التي أجريناها توصلنا إلى النتائج التالية:

- الجزائر أكبر بلد في شمال إفريقيا له من المقومات الطبيعية المتنوعة وغير المحدودة، وله مقومات أثرية، إلا أن مساهمة السياحة في التنمية الاقتصادية وتحصيل العملة الصعبة ضعيفة، في حين تونس أصغر بلد له مقومات محدودة إلا أن السياحة تحتل المرتبة الثانية من حيث توفير النقد الأجنبي.
- ضعف الطاقة الاستيعابية للهياكل الفندقية وغير الفندقية (الهياكل السياحية الأخرى) في الجزائر من حيث الكم ونوع الخدمات السياحية المقدمة، مما يضعف القدرة التنافسية لها أمام المنافسة الأجنبية، وخاصة أمام دول الجوار.
- وجود طلب سياحي أكبر من العرض السياحي في الجزائر وضعف هياكل الإيواء لاستيعاب الطلب خاصة في فترة الذروة.
- حجم الإيرادات السياحية في الجزائر ضعيف مقارنة مع تونس، إضافة إلى الفارق الكبير في عدد السياح الوافدين خاصة منهم الأجانب.
- مساهمة السياحة في احتياطي النقد الأجنبي للجزائر هي نسبة ضعيفة جدا.
- تمتلك الجزائر بنية تحتية ضعيفة فيما يخص الخدمات السياحية، وكذا تكنولوجيا المعلومات والاتصال مقارنة مع تونس التي تحتل مرتبة جيدة في هذا المؤشر.
- إن القطاع السياحي في الجزائر اعترضته مشاكل وعوائق حالت دون النهوض به، حيث اختلفت هذه العوائق وتتنوعت من حيث توفير العقار السياحي وإشكالية تمويل الاستثمار السياحي، ونقص الوعي السياحي، وغياب التأطير السياحي.


ثالثا: التوصيات والاقتراحات

- من خلال النتائج التي توصلنا إليها من الدراسة النظرية والتطبيقية لدور السياحة في دعم احتياطي النقد الأجنبي في الجزائر، وفي ظل تجربة تونس نقدم الاقتراحات والتوصيات التالية:
- 1- إعادة النظر في السياسات المنتهجة في المجال السياحي، ووضع استراتيجيات قائمة على أسس علمية تهدف إلى تحقيق التميز في هذا القطاع، وذلك من أجل خلق قواعد قادرة على المنافسة سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي.
 - 2- الاستفادة من تجارب البلدان المجاورة، فتونس مثلا استطاعت جلب السياح من مختلف البلدان وحتى من البلدان السياحية كالجزائر التي تحتل المرتبة الأولى من حيث تدفقها السياحي إلى تونس بحوالي 2 ملايين سائح سنويا.

- 3- توفير الأمن السياحي شرط أساسي لتطوير القطاع السياحي باعتباره من القطاعات الحساسة.
- 4- جلب الاستثمارات الأجنبية المباشرة في السياحة بمختلف الوسائل المتبعة سواء بخصوصة التسيير أو الشراكة .
- 5- تسهيل إجراءات دخول السياح الأجانب إلى الجزائر من خلال تفعيل العلاقات الخارجية مع دول العالم المختلفة.
- 6- إتباع تكنولوجيات جديدة لتسهيل عمليات الدفع والحجز، وتحويل الأموال، فهذا يعتبر من الصعوبات التي تواجه الأجانب.
- 7- المشاركة في المعارض والندوات والملتقيات الدولية من أجل التعريف بالمنتج الجزائري، وتحسين صورة الجزائر دوليا.
- 8- العمل على نشر الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري ولدى المسؤولين.
- 9- تطبيق المعايير الدولية عند إنشاء الهياكل السياحية وتقديم الخدمات بما يتوافق مع العادات والتقاليد الجزائرية.
- 10- الاهتمام بالتسويق السياحي واستعمال تكنولوجيا الاتصال في الترويج للمنتج السياحي الجزائري.

رابعا: أفاق الدراسة

- وختاما وفي إطار الحديث عن إمكانية تحقيق تنمية سياحية في الجزائر في ظل التطورات العالمية الراهنة، تثار العديد من القضايا التي تحتاج إلى المزيد من البحث والتوسع، ولهذا نقترح مجموعة من العناوين التالية، كي تكون موضوع أبحاث علمية في المستقبل.
- مكانة السياحة في ظل المعطيات الاقتصادية العالمية الجديدة.
 - إشكالية الاستثمار السياحي في الجزائر في ظل التطورات العالمية الراهنة.
 - مدى مساهمة الاستثمار الأجنبي في تحقيق التنمية السياحية في الجزائر.
 - إستراتيجية التنمية السياحية في ظل الانضمام لمنظمة التجارة العالمية.



قائمة المصادر

والمراجع

أولاً- المراجع باللغة العربية

أ- القرآن الكريم

- سورة التحريم، الآية 04.
- سورة التوبة، الآيتين 1-2.
- سورة التوبة، الآيتين 111-112.

ب- الكتب

- 1- أسيا محمد امام الأنصاري، ابراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- 2- أحمد فوزي ملوخية، مدخل إلى علم السياحة، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008.
- 3- العربي محمد ساكر، محاضرات في الاقتصاد الكلي، دار الفجر للنشر، مصر، 2006.
- 4- أحمد ماهر عبد السلام قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، مصر، 1999.
- 5- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للتوزيع، الأردن، 2007.
- 6- بلعوز بن علي، دليلك في الاقتصاد من خلال 300 سؤالاً وجواباً، دار الخلدونية، الجزائر.
- 7- حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الطبعة الثانية، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 8- خالد كواش، السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها، الطبعة الثانية، دار التنوير، الجزائر، 2007.
- 9- خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، الأردن، 2003.
- 10- خليل أحمد الكايد، الإدارة المالية الدولية والعالمية، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 11- رمزي زكريا، الاحتياطات الدولية والأزمة الاقتصادية في الدول النامية مع إشارة خاصة عن الاقتصاد المصري، الطبعة الأولى، دار المستقبل العربي، الاسكندرية، مصر، 1994.
- 12- سراب إلياس وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الجامعة الأولى، الأردن، 2002.
- 13- سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، مصر، 2002.

- 14- صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006.
- 15- صلاح الدين خربوطلي، الاقتصاد السياحي، مكتبة الحازم، دمشق، 2000.
- 16- عصام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية، دار الرياء للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، عمان، 2011.
- 17- علاء الدين عبد الوهاب، مدخل إلى علم السياحة، قسم الدراسات السياحية بالمعهد العالي للسياحة والفنادق بالسادس من أكتوبر، القاهرة، 2005.
- 18- فاطمة الزهراء خبازي، النظام النقدي الدولي (المنافسة - أورو - دولار)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
- 19- فهد مرسي الحريري، جغرافية السياحة، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، القاهرة، 1994.
- 20- متي طه الخوري اسماعيل محمد علي دباغ، مبادئ السياحة والسفر، مؤسسة الوراق، عمان، 2001.
- 21- محمد الصيرفي، السياحة والبيئة بين التأثير والتأثر، المكتب الجامعي الحديث، الأردن، 2009.
- 22- محمد مطر، إدارة الاستثمار، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
- 23- محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر.
- 24- مرزوق عابد القعيدو وآخرون، مبادئ السياحة، دار اثناء للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2011.
- 25- مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، الأردن، 1999.
- 26- مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، الطبعة الأولى، مؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2003.
- 27- مصطفى يوسف كافي، اقتصاديات السياحة، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر، 2008.
- 28- مهدي محمد شهاب، الاقتصاد الدولي المعاصر، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2007.
- 29- موسى سعيد مطر وآخرون، المالية الدولية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003.
- 30- موفق عدنان الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

- 31- نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987.
- 32- نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.
- 33- نعيم الظاهر، سراء إلياس، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2007.
- ج- الأطروحات والرسائل الجامعية**
- 1- أحسن العايب، تسويق خدمات السياحة البيئية واساليب تطويرها في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2018/2017.
- 2- أيمن برنجي، الخدمات السياحية وأثرها على السلوك المستهلك، دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2009/2008.
- 3- بوكريدي عبد القادر، متطلبات كفاءة احتياطات الصرف الأجنبي بالبنوك المركزية- دراسة حالة بنك الجزائر- أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2016.
- 4- رفيق بودريالة، دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية، دراسة تحليلية مقارنة بين الجزائر والأردن، أطروحة الدكتوراه مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي 2016-2017.
- 5- زهير بوعكريف، التسويق السياحي، ودوره في تفعيل قطاع السياحة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، 2011_2012.
- 6- سماعيني نسبية، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014/2013.
- 7- سهيلة مواكني، محددات الطلب على احتياطي الصرف الأجنبي في الجزائر(دراسة قياسية للفترة 1990- 2011)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية(غير منشورة) تخصص تحليل إقتصادي، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2013.

- 8- صالح بزة، تنمية السوق السياحية بالجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2009-2010.
- 9- صورية مساني، الاستثمار السياحي كبديل استراتيجي لمرحلة مابعد البترول دراسة حالة الجزائر للفترة 1995-2014 دراسة قياسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف 01، 2018-2019.
- 10- عبد القادر هيدر، واقع القطاع السياحي في الجزائر وآفاق تطويرها، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005_2006.
- 11- عبد المطلب محمود الخوام، العلاقة بين الاستثمارات السياحية والتأثيرات البيئية، أطروحة دكتوراه، كلية الادارة والاتصال، الجامعة المستنصرية، العراق، 2001.
- 12- عريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 1999.
- 13- عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر تونس والمغرب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، 2004/2005.
- 14- ماي علي، دور التسويق في تطوير القطاع السياحي دراسة مقارنة الجزائر، تونس، المغرب، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2017-2018.
- 15- مبارك بلالطة، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001-2002.
- 16- محمد الطيب أحمد، إدارة احتياطي الصرف الأجنبي في الجزائر (الواقع والمتطلبات)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2008.

د - الملتقيات والمقالات

- 1- الهدبة مناجلية، الإمكانيات والمقومات السياحية في الجزائر، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 26، السنة التاسعة، عنابة، الجزائر، 2017.

- 2- رشام كهينة وقاسمي آسيا، التجربة التونسية في مجال السياحة، واقع وأبعاد وتطلعات، الملتقى الوطني الأول للسياحة في الجزائر الواقع والآفاق، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي محند الحاج، البويرة، الجزائر، 2010.
- 3- زايري بلقاسم، إدارة احتياطات الصرف الأجنبي وتمويل التنمية في الجزائر، بحوث اقتصادية عمومية، مركز الدراسات الوحدة العربية، لبنان، العدد 41، 2008.
- 4- صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006.
- 5- صديقي نوال، برباوي كمال، تقييم التنافسية للدول المغرب العربي، مقارنة للجزائر، المغرب وتونس، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر وأفاق، المركز الجامعي البويرة، معهد العلوم الاقتصادية، الجزائر، 2010.
- 6- عبد القادر بلعربي وآخرون، اليورو وانعكاساته على دول العالم الثالث، الملتقى الدولي الأول حول اليورو واقتصاديات الدول العربية، جامعة الأغواط، 18-20 أبريل، 2005.
- 7- فقير سامية، لعروم محمد أمين، الاستثمار في السياحة الداخلية، ورقة بحثية، الملتقى العلمي العاشر حول السياحة الداخلية في الجزائر، واقعها وسبل تطويرها، يومي 10 و11 جانفي 2018، جامعة البويرة.

هـ- التقارير والنشرات

- 1- صندوق النقد الدولي، دليل ميزان المدفوعات ووضع الاستثمار الدولي، الطبعة السادسة، 2009.
- 2- صندوق النقد الدولي، دليل الاحصاءات المالية والنقدية، واشنطن، 2001.
- 3- صندوق النقد الدولي، البيان الصحفي رقم 10/434 واشنطن، 2010/11/15.
- 4- صندوق النقد الدولي، الاحتياطات الدولية والسيولة العملة بالأجنبية، المبادئ التوجيهية لإعداد نموذج قياس البيانات، الطبعة العربية، واشنطن، 2013.
- 5- وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة والسياحة 2025، تشخيص وفحص السياحة الجزائرية، الكتاب الأول، الجزائر، 2008.

ثانيا- المراجع باللغة الأجنبية

A-Les ouvrages:

- 1- Ahmed Tessa, Economie Touristique et Aménagement du Territoire, o.p.e, Alger, 1999.
- 2- John Williamson, **Exchange reserves as shock absorbers**, Series in economic Development; oxford, University press, 1988
- 3- Stephene Williams, **Tourism echography**, first edition, united states, 2003.

B- Dictionnaires:

- 1- Alain Beiton et autres, dictionnaires des sciences économique, Armand and colin, paris, 1991.

C -Les rapports:

- 1- Organisation Mondiale Du Tourisme, Rapport annuel, édition 2015.
- 2- Why control bank should Gold, word gold conseil, London, 2008.
- 3- Wttc, **Travel and Tourism**, Economic, Impact 2017, World Official Report, 2017.

ثالثا - المواقع الالكترونية

- 1- www.patdq.com-6.htm.
- 2- dilbrary.univ-boumerdes.dz.
- 3- <https://www.ons.dz/-Tourisme-.html>
- 4- <http://donnees.banquemondial.org>،
- 5- <http://www.ceicdata.com>
- 6- : [www. Banque Moindial .org](http://www.Banque Moindial .org)
- 7- <https://www.sayidiy.ne>،
- 8- www.patdq.com-6.htm
- 9- WTO. Tourisme Inversement, Available a : www2. Unwto.org.