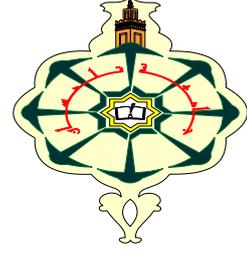


الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية والتسيير
أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية
التسيير الدولي للمؤسسات
تخصص: تسويق دولي



الموضوع:

مدى مساهمة الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية بالجزائر في الفترة ما بين
(1983_2016)
دراسة تحليلية وقياسية

تحت إشراف :

د/ عدالة العجال

إعداد الطالبة :

دواح عائشة

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	بن حبيب عبد الرزاق
مشرفا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر (أ)	عدالة العجال
ممتحنا	جامعة تلمسان	أستاذ التعليم العالي	جناس مصطفى
ممتحنا	جامعة تلمسان	أستاذ محاضر (أ)	مناد علي
ممتحنا	جامعة مستغانم	أستاذ محاضر (أ)	بوظراف جيلالي
ممتحنا	جامعة سيدي بلعباس	أستاذ محاضر (أ)	سحنون سمير

السنة الجامعية: 2017_2018

تشكرات

أحمد الله سبحانه وتعالى وأشكره على نعمه التي لا تعد وتحصى ...

أشكر مشرفي الدكتور "عدالة العجال" الذي كثيرا ما صبر وحرص علي لإتمام هذه الأطروحة، وأشكره على نصائحه وتوجيهاته الموضوعية، و الدكتور بوشرف جيلالي الذي قدم لي يد المساعدة دون نسيان فضله على الوقوف معي في تصحيح هذا العمل، وكذا الدكتورة "بوقرورة مريم" التي بذلت كل ما بوسعها لمساعدتي حفظها الله ورعاها.

كما أوجه شكري إلى أعضاء لجنة المناقشة الذين قبلوا أمانة محتوى هذه

الأطروحة، وكلفوا وقتهم وأنفسهم لقراءتها ونقدها .

إهداء

إلى روح والدي نور حياتي الغالي "بأ العربي" رحمه الله و أسكنه فسيح جناته
إلى أمي أمي أمي التي حملتني كرها ، ووضعتني كرها ، و كانت مورد عطف
و عطاء وحنان أطل الله في عمرها و بارك لها فيه .
إلى زوجي الكريم الذي وقف إلى جانبي و شد من أزرني .
إلى أولادي و قرّة عيوني أولادي : عبد الرزاق، و التوأم تقوى و يوسف .
إلى كل أفراد عائلتي الذين كانوا لي دعما و سندا في السراء و الضراء.
و إلى كل من تسعّه ذاكرتي، ولم تسعه أطروحتي أهدي ثمرة عملي.

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
الفصل الأول		
1	توزيع الدخل المتاح للقطاع العائلي في مجموعة من الدول وفقا لمؤشرات التنمية في العالم سنة 2000.	
2	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي العالمي خلال الفترة (2010-2015).	
الفصل الثاني		
1	قدوم السياح الدوليين حسب بلدهم الأصلي بالنسب المئوية لسنة 2015	
2	التداخل بين السلع والخدمات	
3	الفروقات بين سمات الخدمة السياحية والمنتج	
4	الفرق بين التسويق السياحي والتسويق السلعي	
الفصل الثالث		
1	توزيع طاقات الإيواء حسب الملكية القانونية في الفترة ما بين (1999_2008)	
2	إيرادات السياحة ونسب مساهمتها في الدخل المحلي الإجمالي في الجزائر للفترة ما بين (2005_2014)	
3	التدفقات النقدية والميزان السياحي خلال الفترة (1999_2008)	
4	عدد المشاريع الاستثمارية في الجزائر حسب القطاع سنة 2015	
5	وضعية إنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية لسنتي (2013_2014)	
6	تطور الادخار والاستثمار كنسبة (%) من الناتج الداخلي الخام	
7	الاتجاه العام للتجارة الخارجية للجزائر	
الفصل الرابع		
1	مؤشرات السياحة في الجزائر في الفترة ما بين (1983_2016)	
2	تطور عدد السياح في الجزائر في الفترة ما بين (1983_2016)	

3	توزيع عدد الأسرة في الفنادق حسب الفئات في الفترة ما بين (1999_2011)
4	مساهمة الناتج الداخلي الخام السياحي بالنسبة للناتج الداخلي الخام الإجمالي في الفترة ما بين (1983_2016)
5	نتائج تقدير النموذج الخطي للناتج الداخلي الخام السياحي في الفترة ما بين (1983_2016)
6	نتائج تقدير النموذج الخطي بعد إزالة المتغيرة (عدد الأيدي العاملة السياحية)
7	نتائج الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة بعد إزالة (عدد الأيدي العاملة السياحية)
8	نتائج تقدير النموذج الخطي بعد إزالة المتغيرة (عدد الليالي السياحية)
9	نتائج الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة بعد إزالة المتغيرة (عدد الليالي السياحية)
10	نتائج تقدير النموذج الأسي للناتج الداخلي الخام السياحي في الفترة ما بين (1983_2016)
11	نتائج اختبار ستودنت للنموذج الأسي المقدر
12	نتائج تقدير النموذج الأسي بعد إزالة المتغيرة (الاستثمارات السياحية) بإبطاء سنة
13	نتائج تقدير النموذج الأسي بعد إزالة المتغيرة (الاستثمارات السياحية)
14	نتائج تقدير النموذج الأسي بعد إزالة المتغيرة (الاستثمارات السياحية) بإبطاء سنتين
15	نتائج الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة
16	نتائج تقدير نموذج الانحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي و الإيرادات السياحية
17	نتائج تقدير نموذج انحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي وعدد السياح
18	نتائج تقدير نموذج انحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي و عدد الليالي السياحية
19	نتائج تقدير نموذج انحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي و عدد الأيدي العاملة السياحية
20	نتائج تقدير نموذج انحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي وعدد الاستثمارات السياحية
21	اختبار عدم التجانس لـ "بروش باقان قود فراي"

قائمة الأشكال

الفصل الأول	
	1 نموذج AK (Rebello)
	2 مثلث الأسس القومي للتنمية
الفصل الثاني	
	1 عناصر صناعة السياحة
	2 أهم دوافع السياحة
	3 تصنيف السياحة
	4 تصنيف السياح وفقا للمنظمة العالمية للسياحة
	5 الفرق بين السائح والمنتزه
	6 تصنيف السياح والمنتزهين
	7 التصنيف المتكامل للسياح
	8 سلوك المستهلك كنظام
	9 تقسيم ماسلو للحاجات والدوافع
	10 علاقة تتابع السلع المادية - الخدمات واستمرارها
	11 خصائص التسويق السلعي
	12 خصائص التسويق السياحي
	13 نسبة قدوم السياح الفرنسيين حسب نوع الفنادق وفقا لعدد النجوم لسنة 2008
	14 البيئة الجزئية لسوق الفنادق
	15 دور الوسطاء في القطاع السياحي
	16 البيئة التسويقية السياحية الكلية
	17 وظائف نظم المعلومات التسويقية
الفصل الثالث	

	ماهية الاستثمار	1
	أبعاد الاستثمار	2
	الاستثمار والمضاربة والمقامرة وعلاقتهم بقرار الاستثمار	3
	علاقة معدل الفائدة بالإنفاق الاستثماري	4
الفصل الرابع		
	منحنى تطور عدد السياح في الجزائر في الفترة ما بين (1983_2016)	1
	منحنى تطور الاستثمارات السياحية بالجزائر في الفترة ما بين 2016_1983	2
	منحنى تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر في الفترة ما بين (1983_2016)	3
	منحنى تطور عدد الأيدي العاملة السياحية في الجزائر في الفترة ما بين (2016_1983)	4
	منحنى تطور عدد الليالي السياحية في الجزائر في الفترة ما بين (2016_1983)	5
	تطور حجم الناتج الداخلي الخام السياحي في الجزائر في الفترة ما بين (2016_1983)	6
	مقارنة منحنى القيم الفعلية والقيم المقدرة للناتج الداخلي الخام السياحي في الجزائر للفترة ما بين (2016_1983).	7
	منحنى اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي	8

قائمة الملاحق

	مناطق التوسع السياحي في الجزائر	1
	جدول اختبار ستودنت	2
	جدول اختبار دارين واتسون	3

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

تعتبر السياحة اليوم إحدى أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية في العالم، والتي تلعب دورًا بارزًا في تنمية وتطوير الدول، ازدادت أهميتها كصناعة وحرفة من خلال وسائل الإعلام خصوصًا بعد أن تم استحداث وزارة للسياحة في معظم دول العالم، وافتتاح جامعات وكليات، معاهد تقنية والفندقة، وكذلك الانتشار الواسع للكاتب والدراسات والبحوث التي تتعلق بالسياحة وشؤونها .

تمثل رافدا أساسيا في التنمية الاقتصادية، وكمصدر هام للدخل الوطني، فقد استطاعت كل من إيطاليا، اسبانيا، اليونان، المكسيك، النمسا، فرنسا، إنجلترا، تركيا وغيرهم من الدول الحصول على مداخيل سنوية كبيرة.

فالدخل السياحي له شأن كبير في اقتصاديات الدول، فهو يعزز ميزان المدفوعات والمساهمة في توفير فرص العمل مما يدعم مستواهم.

أصبحت السياحة ترتبط بالتنمية الاقتصادية ارتباطا وثيقا بعد أن كانت علما مجردا يدرس في الجامعات والمعاهد، فالاهتمام بها يعتبر باعثا ومطلبا اقتصاديا مهماً لتحفيز الاستثمار في الأماكن السياحية الطبيعية البيئية والثقافية، وتعد التوعية بأهمية تنميتها وإدارتها من أحد أهداف المنظمة العالمية للسياحة .

فعللّ الاستثمار السياحي يُعطي لها وجهة جديدة بإسهامه في التنمية الاجتماعية من جهة والاقتصادية من جهة أخرى، فتسعى العديد من الدول لتطوير هذا المجال لما له من عائد.

فقد تبنت الجزائر إستراتيجية تنمية السياحة سنة 2015 وتحسين الصورة السياحية لها بالخارج، وجذب الاستثمارات من أجل تسويق المنتج السياحي. إذ ذكرت " ذهبية حماني" ممثلة الديوان الوطني للسياحة المنظم للصالون الدولي للسياحة والأسفار للجزيرة نت : أن وزارة السياحة بادرت بإصلاح منظومتها لتأهيل المتخصصين والعاملين في المجال بمشاركة هيئات دولية على رأسها المنظمة العالمية للسياحة .

وبمناسبة الدورة التاسعة للصالون الدولي تحت شعار "الثقافة السياحية في خدمة التنمية المستدامة" أن المناطق الأكثر جذب سياحي هي الصحراء خاصة في أعين السياح الأجانب، غير أن المشكلة تكمن في المرافق السياحية مما دفع وزارة السياحة إلى تطوير هذه الهياكل من فنادق وشقق فندقية في صلب أولوياتها . فقد فتحت الجزائر ورشات عمل كبيرة في مجالات الاستثمار السياحي والارتقاء بالخدمات، وعصرنة المنظومة التكوينية، وتطوير البرامج الاتصالية والترويجية إلى جانب تطوير الصناعة التقليدية

كقطاع داعم للسياحة، إذ أكد وزير السياحة والصناعات التقليدية أن الحكومة تشجع الاستثمار من أجل خلق المنافسة التي تؤدي إلى استقرار الأسعار لإعطاء السائح والمواطن حرية الاختيار وشدّد في لقاءه مع المستثمرين على أهمية إضفاء الهوية الجزائرية على المشاريع وذلك بإدخال تصميمات هندسية محلية، وملائمة المشاريع السياحية المستقبلية وفق الخصوصيات التقنية للأوعية العقارية، وكذا إدماج فُرى سياحية سكنية خفيفة داخل مخططات التهيئة السياحية لمناطق التوسع السياحي، والتفكير في اليد العاملة التي تسيّر هاته المؤسسات الفندقية من أجل ضمان نوعية الخدمات وفق المعايير الدولية .

تحديد الموضوع : بعد تحول اهتمام الجزائر من القطاع الصناعي إلى القطاع الإستراتيجي الهام ألا وهو القطاع السياحي، وتزامنا مع التعافي التدريجي للاقتصاد الوطني من اختلالاته الهيكلية، وكذا تبني السلطة السياسية في الجزائر لبرامج تنمية محلية متمثلة في برامج الإنعاش الاقتصادي وإصدار قانون الاستثمار لسنة 2001 والذي فتح المجال للمستثمرين المحليين والأجانب تبني خيار الخوصصة في القطاع السياحي، وتخصيص ميزانية معتبرة للنهوض بالخدمات الفندقية السياحية، لوحظ أن الاستثمار السياحي يعطي نفسا جديدة للقطاع ويساعده في تنمية الاقتصاد ورواجه ومن هنا تم تحديد الموضوع للمعالجة على المنوال التالي: مدى مساهمة الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية بالجزائر، دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة 1983-2016.

الإشكالية: انطلاقا من هذا الطرح تبرز إشكالية البحث الممكن صياغتها في السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى فعالية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية بالجزائر ؟

و يتفرع عن هذا السؤال الأسئلة التالية:

__ ما أهمية الاستثمار السياحي؟

__ ما هي العوامل التي ساهمت في رفع مستوى السياحة ؟

__ ما هي متطلبات الاستثمار السياحي ؟

__ كيف يمكن تحفيز الاستثمار في القطاع السياحي ؟

الدراسات السابقة: من أهم الأبحاث التي تناولت موضوع دراستنا نذكر:

1. خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر 2003_2004، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، إذ تطرأ إلى نشأة السياحة وتطورها، وأبرز أهم مؤشرات السياحة، وأهميتها الاقتصادية خاصة في الجزائر، وآفاق هذه الصناعة في ظل التغيرات

العالمية بالاستناد إلى بعض التجارب السياحية للعديد من الدول العربية وتوصل إلى مختلف النتائج المتمثلة في تمييز هذا القطاع بالرغم من وجود مختلف المقومات السياحية التي تزخر بها البلاد، وتوفر الإمكانيات والموارد المتاحة .

2. عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر _ الإمكانيات والمعوقات (2000_2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر3 (2012 _2013) من نتائجها : مساهمة السياحة بنسبة كبيرة في التنمية الاقتصادية من حيث زيادة حجم الدخل بالعملة الأجنبية، وتحسين ميزان المدفوعات، وتخفيف حجم البطالة، بالإضافة إلى المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي للكثير من الدول، وإبراز أن القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيفا، ولم يحقق أهدافه المبرمجة رغم توفر المقومات بشتى أنواعها التي تمكنه من أن يكون قطبا سياحيا جذابا وقادرا على المنافسة العالمية، وأن الجزائر تعرضت إلى عدة أزمات حالت دون النهوض والتطوير للقطاع .

3. صليحة عشي، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه- جامعة الحاج لخضر، باتنة، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، 2010، 2011. من نتائجها: ضعف القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري راجع إلى إهمال مختلف برامج التنمية الاقتصادية، واعتباره قطاعا غير مهم مقارنة بباقي القطاعات الاقتصادية، وعدم الاستقرار السياسي والأمني الذي عرفته البلاد في سنوات العشرية السوداء، مما أدى إلى تدني حجم الاستثمارات السياحية وضآلة حصتها من استقطاب السياح، و انخفاض حجم الإيرادات السياحية، إضافة إلى غياب التسويق السياحي في الجزائر، وعدم القدرة على المنافسة في السوق السياحية العالمية، وعدم استغلال المقومات السياحية المختلفة، وضعف القطاع السياحي في حل مشكل البطالة.

فرضيات البحث:

للإجابة المؤقتة على إشكالية الدراسة نطرح الفرضيات التالية:

- قدوم السياح إلى الجزائر يؤدي إلى الزيادة في الإيرادات؛
- ضعف القطاع يعود إلى طبيعة السياسة المتبعة في المخططات التنموية؛
- تطوير القطاع يتطلب يد عاملة مؤهلة؛

المنهج المتبع وأدوات الدراسة المستخدمة:

من أجل الإجابة على الإشكالية محل الدراسة تم اختيار المنهج الوصفي فيما يخص المفاهيم النظرية التي قُدمت كمدخل للموضوع، والمنهج التحليلي الذي استخدمناه في الدراسة القياسية وذلك من خلال استعمال برنامج **Eviews 10**، واستعمال مختلف الأدوات الإحصائية كالنسب المئوية فيما يتعلق بباقي أجزاء البحث، إضافة إلى الزيارات الميدانية للهيئات الرسمية كالديوان الوطني للإحصائيات.

أهمية الدراسة:

تفيد السياحة المجتمع في تأكيد حق الإنسان في الاستمتاع بوقت الفراغ من خلال حريته في السفر مقابل حقه في العمل لارتباط ذلك إيجاباً بعملية الإنتاج والتنمية، كما تعتبر أهم القطاعات الاقتصادية التي تؤثر بشكل مباشر على اقتصاديات الدول خاصة التي تملك مقومات جذب سياحي، فالإيرادات السياحية تمثل جانبا أساسيا من الدخل الوطني لهذه الدول، وموردا رئيسيا للعملة الصعبة التي يمّول بها ميزان المدفوعات ويغذيه من خلال الاستثمار .

فقد أصبح الاهتمام بها كأداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي الوطني والاعتزاز بالوطن، إذ تؤثر على المجتمع من خلال الرواج الاقتصادي، وتقود السكان بالتمسك بالسلوكيات والقيم الحضارية. فالاستثمار في هذا القطاع يعتبر من أحد مؤشرات التنمية الاقتصادية الذي يزيد فعاليتها وتطور، فهو:

- عنصر من عناصر التنمية ؛
- نشاط فعال ومفيد للدول المضيئة ومجتمعاتها؛
- استخدام الميراث الثقافي للإنسانية والمساهمة في تطويره .

أسباب اختيار الموضوع

تقلص دور السياحة في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي، فلا شك أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي ناقص نوعا ما، حيث النظام الإحصائي في بعض الدول خصوصا العربية يتصف بعدم الشمول، ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السياح على حسب الجنسية، وعدد السياح والليالي السياحية موزع على الشهور، فالجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للباحثين مثل :

- توزيع السياح على حسب طريقة الوصول إلى البلد المضيف (براً، أو بحراً أو جواً) ؛
- الغرض من القدوم؛

- أماكن إقامة السياح (المدن، المصايف، الفنادق، القرى السياحية، بيوت الشباب، الشقق... إلخ)؛
- تصنيف السياح حسب السن والجنس وبلد القدوم ؛
- تصنيف السياح في الرحلات السريعة أو الترانزيت على حسب الجنسية والمدة ؛
- استطلاع رأي السياح في الأماكن السياحية ؛
- انخفاض الوعي بأهمية وقيمة التراث الحضاري كما هو موجود في بعض دول العالم الثالث؛
- عدم توفر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمار السياحي؛
- سوء توجيه الاستثمارات في القطاع السياحي: ففي العديد من الدول السياحية يلاحظ أن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية تركز في استثماراتها على مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنوادي ومحلات الترفيه الليلية؛
- عدم فعالية التسويق السياحي : يقوم التسويق السياحي بدوره في بيع المنتج السياحي من خلال الدعاية والإعلان الذي يعتمد على الرضا والمتعة التي يرغبها السائح، فالتسويق السياحي الناجح هو الذي يثير رغبة السائح ويولد القناعة لديه، فالعديد من الدول تعاني من مشكلة التقصير في تسويق مواردها ومقوماتها داخليا وخارجيا ؛
- التضخم الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب؛
- قلة العرض السياحي بحجم الطلب(انخفاض مستوى الخدمات السياحية خاصة خدمات الاتصالات).

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- محاولة إنارة الطريق للباحثين والمتخصصين لإثارة موضوع الاستثمار السياحي من حيث تزايد معدلات السياح في الجزائر، وعن توفير اليد العاملة ؛
- معرفة الثغرات التي لا زالت شاغرة فيما يتعلق بالسياحة ومحاولة الكشف عن هذا الموضوع أكثر الذي لم يحظ بعض الاهتمام؛
- البحث عن الأسباب التي أدت إلى عدم ظهور القطاع السياحي كقطاع تنموي اقتصادي؛
- الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي وتنمية مكونات المنتج السياحي في إطاره الحضاري.

الخطة المعتمدة:

لدراسة هذا البحث قمنا بتقسيمه إلى قسمين أساسيين: القسم النظري والقسم التطبيقي، حيث ينقسم القسم النظري إلى ثلاث فصول:

– في الفصل الأول الذي جاء تحت عنوان النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية أسس ونظريات، كان مدخل نظري لهذه الدراسة، حيث تم عرض فيه التنمية الاقتصادية والنمو الاقتصادي بمختلف النظريات وتسلط الضوء على السياحة وعلاقتها بالتنمية الاقتصادية باختصار وذلك لمعالجتها لاحقاً

– أما الفصل الثاني المتعلق باقتصاديات السياحة فقد تم تقديم مختلف المفاهيم النظرية للسياحة؛

– وعرجنا في الفصل الثالث على الاستثمار السياحي وأهميته الاقتصادية.

ويغطي الفصل الرابع من الدراسة القسم التطبيقي، والذي تضمن دراسة تحليلية قياسية حول أثر الاستثمار السياحي على التنمية الاقتصادية بالجزائر خلال الفترة 1983-2016، وذلك باستعمال برنامج **Eviews10** اعتماداً على معطيات الديوان الوطني للإحصائيات.

الفصل الأول

النمو والتنمية الاقتصادية أسس

ونظريات

تمهيد:

التنمية والنمو الاقتصادي من المفاهيم الشائعة في علم الاقتصاد فهي الهدف الأساسي لأغلب النظريات الاقتصادية، فنظرا لأهمية التنمية الاقتصادية البالغة والسعي إلى تحقيقها في واقع المجتمعات خاصة المتخلفة منها، فإن مفهومها أصبح عنوانا للكثير من خطط الأعمال والسياسات، كما أصبح هذا المصطلح مفعما بالكثير من المعاني وإن اقتصر على الجانب الاقتصادي. فقد يرتبط إلى حد بعيد على زيادة الإنتاج الذي يؤدي إلى زيادة الاستهلاك لدرجة أصبحت معها الدول تقاس بمستوى دخل الفرد، ومدى استهلاكه للمواد الغذائية والسكنية بعيدا عن تنمية مساهمته الإنسانية، وتحقيق الأهداف التي خلق من أجلها.

تعتبر التنمية بمفهومها الشاسع والمعاصر عملية تخص كل مستويات ومجالات الحياة، فهي فكرة جاءت بين الحريين العالميتين، واتسعت في وقتنا الراهن، فتجسيد هذه العملية يتوقف على عوامل عديدة تتفاوت أهميتها من بلد إلى آخر ومن حين لآخر.

جاءت الحاجة إليها بعد ما أدى النمو الاقتصادي إلى الزيادة في التلوث البيئي، والقضاء على الثروات الطبيعية، والازدحام في المدن . فهي تلك التغيرات الهيكلية في الاقتصاد بمختلف أبعادها الاقتصادية والسياسية، الاجتماعية والتنظيمية من أجل تحسين مستوى المعيشة للأفراد. فلم يعد كافيا تحقيق الزيادة في مستوى الدخل الفردي، ومعدل النمو الاقتصادي، بل صار من الضروري تحسين نوعية الحياة في المجال الصحي، والخدمي والتعليمي، وتحسين البيئة.

فمن خلال هذا يتغير الوضع الاقتصادي من حالة التخلف الاقتصادي بشق أبعاده إلى حالة التقدم الاقتصادي، فقد تعمل التنمية الاقتصادية على تغيير الهيكل الاقتصادي والاجتماعي والثقافي.

المبحث الأول: النمو الاقتصادي وأساسياته

من الأهداف الأساسية التي تسعى الدول إلى تحقيقها النمو الاقتصادي، وذلك لكونه الخلاصة المادية للجهود الاقتصادية وغير الاقتصادية، إذ يعتبر من الشروط الأساسية لتحسين المستوى المعيشي للمجتمعات، ومؤشر من مؤشرات الرخاء، يرتبط بمجموعة من العوامل التي تعد بمثابة المناخ الملائم لتطوره كعامل توفر المؤسسات ذات الكفاءة، الحكم الراشد، البحث العلمي، المشاركة المجتمعية، التعليم، الصحة... إلخ، حيث أصبحت عملية تحقيق مستواه مرتبطة ارتباطاً وطيداً بتوفر هذا المناخ.

1_ ماهية النمو الاقتصادي:

التنمية والنمو الاقتصادي من المفاهيم الشائعة في علم الاقتصاد فهي الهدف الأساسي لأغلب النظريات الاقتصادية، لذا يجب التمييز بينهما .

1_1 مفهوم النمو الاقتصادي:

يمثل النمو الاقتصادي الزيادة في متوسط الدخل الفردي الحقيقي مع مرور الزمن، الذي يُعبّر عن الدخل الكلي مقسوماً على عدد السكان، فالزيادة في الدخل الكلي لا يعني الزيادة في النمو الاقتصادي، حيث أن علاقة التناسب بين الدخل الكلي والسكان يجب أخذها بعين الاعتبار وذلك لتأثير نمو السكان على النمو الاقتصادي لأي دولة، فلا يطلق عليه بحكم الزيادة إلا إذا تحقق فيه شرط الاستمرار .

فمفهوم النمو الاقتصادي قد يركز على التغيير في الكم الذي يحصل عليه الفرد من السلع والخدمات دون الاهتمام بهيكل توزيع الدخل الحقيقي بين الأفراد، أو بنوعية السلع والخدمات المقدمة، كما عرفه "بونيه" أنه: " ليس سوى عملية توسع اقتصادي تلقائي تتم في ظل تنظيمات اجتماعية ثابتة ومحددة، وتقاس بحجم التغيرات الكمية الحادثة في حين أن التنمية الاقتصادية تفترض تطوراً فعالاً وواعياً للدولة أي إجراء تغييرات في التنظيمات الاجتماعية عكس ما نجده في التنمية الاقتصادية التي تركز على حدوث تغيير هيكلي في توزيع الدخل والإنتاج وتهتم بنوعية السلع والخدمات المقدمة لأفراد المجتمع.

1_2 أهمية النمو الاقتصادي:

النمو الاقتصادي يعتبر المحرك الذي يعمل على زيادة المستوى المعيشي، ويوفر الزيادة في السلع والخدمات وفرص العمل الإضافية، وعادة ما يرتبط النمو الاقتصادي بالأهداف الاقتصادية حيث الزيادة في إجمالي الناتج عن الزيادة في حجم السكان يعني الزيادة في مستوى المعيشة ودخل الفرد والزيادة في الناتج الحقيقي تساهم في حل

المشاكل الاقتصادية والاجتماعية، والاقتصاد المتنامي هو الذي يقدر على تلبية ومواجهة الاحتياجات الحالية والمرتبقة على المستويين المحلي والأجنبي.

قد يؤدي النمو الاقتصادي إلى الزيادة في الدخل الحقيقية وبالتالي تقديم أفضل الخدمات والقضاء على الفقر وتلوث البيئة دون تناقص في مستوى الاستهلاك والاستثمار والإنتاج.¹

1_3 قياس النمو الاقتصادي:

يشترط تحقيق النمو الاقتصادي الزيادة في الناتج الحقيقي وفي الدخل الفردي، وبالتالي قياسه يتعلق بنمو الناتج أو الدخل الفردي.²

1_3_1 الناتج الوطني:

يعبر بصفته عن قيمة السلع والخدمات المنتجة خلال فترة زمنية معينة، يمكن أخذه مقياساً للتعبير عن مستوى واتجاه التطور الذي تشهده الوحدات الاقتصادية داخل الوطن، فقياسه من سنة إلى أخرى يمكن من التعرف على تغيرات مستوى الإنتاج. ومن هنا يمكن تعريف ثلاث معدلات للنمو التي تسمح بقياس التذبذبات والمتمثلة فيما يلي :

أ_ معدل النمو السنوي:

يمثل التغير الذي يحدث في مستوى الدخل منسوباً إلى قيمة الدخل من سنة إلى أخرى، يستخدم هذا المعدل في الفترات القصيرة.

ب_ معدل النمو الكلي:

يمكن تعريف معدل النمو الكلي للدخل الوطني خلال فترة معينة حيث يمكن أن تؤخذ فترة أكثر من سنة واحدة لدراسة التغير الفعلي للدخل الوطني.

ج_ معدل النمو السنوي المتوسط:

يعني دراسة تغير مستوى الدخل خلال فترة معينة أخذاً بعين الاعتبار التذبذبات السنوية، إذ يتم حسابه كالتالي:

$$a = (X_t / X_0)^{-t}$$

1 _ محمد ناجي حسن خليفة، النمو الاقتصادي النظرية والمفهوم. دار القاهرة، مصر، بدون تاريخ، ص10.

2_ أشواق بن قدور، تطور النظام المالي والنمو الاقتصادي. دار الرابطة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013، ص61، 63.

حيث:

x_0 : كمية سنة الأساس؛

x_t : كمية سنة المقارنة؛

t : طول الفترة؛

a : معدل النمو السنوي المتوسط.

الشيء الذي ينقص في هذه المعدلات أنها لا تأخذ بعين الاعتبار أثر التضخم، إضافة إلى اختلاف العملة بين البلدان مما لا يمكن من مقارنة معدلات النمو بها، لذا عادة ما تستخدم عملة دولية واحدة لتقييم الناتج الوطني لمختلف البلدان.

1_3_2 الدخل الفردي:

تكمن أهمية قياس نمو الدخل الفردي في معرفة العلاقة بين نمو الإنتاج وتطور السكان، إذ يعتبر هذا المقياس كمقياس عيني للنمو، بمعنى أنه يقيس النمو المحقق على مستوى كل فرد من حيث زيادة ما ينفقه. كما يمكن قياس النمو من خلال قياس القدرة الشرائية لدولار واحد في بلد ما، ومقارنته بالقدرة الشرائية لنفس المقدار أي دولار واحد ببقية الدول، ومن ثم ترتيب الدول الأكثر نمواً وفق أكبر قدرة شرائية.

1_4_4 أنواع النمو الاقتصادي:

يمكن تصنيف النمو الاقتصادي على الشكل التالي:

1_4_1 النمو الاقتصادي الموسع:

يتمثل في كون نمو الدخل يعادل نمو السكان.

1_4_2 النمو الاقتصادي المكثف:

في هذا النوع يفوق نمو الدخل نمو السكان وبالتالي فإن الدخل الفردي يزداد.

عند التحول من النمو الموسع إلى النمو المكثف يتم البلوغ بنقطة الانقلاب وذلك ما يعرف بالتحسن في الظروف المعيشية.

2_ نظريات النمو الاقتصادي:

لنمو الاقتصادي عدة نظريات يتركز عليها منها ما يلي:

1_2 نظرية النمو قبل "سولو":

تعتبر النظريات التي جاءت قبل نموذج "سولو" منبع الأفكار التي اعتمد عليها في بناء نموذج للنمو، تمحورت أفكاره التي اعتبرها ضرورية لما يتبعها من نماذج والمتمثلة في:

1_1_2 النظرية الكلاسيكية للنمو الاقتصادي:

تتضمن هذه النظرية آراء كل من "آدم سميث و دافيد ريكاردو" المتعلقة بالنمو، إضافة إلى عدة آراء التجارئين حول مصدر الثروة من التجارة الخارجية، ثم آراء "ستيوارت ميل" حول الأسواق و"روبرت مالتوس" حول السكان.

لقد اهتم "الكلاسيك" بنمو الفائض الاقتصادي، إذ قاموا بالربط بين عمل الجهاز الاقتصادي في أي فترة زمنية وعملية النمو الاقتصادي على المدى البعيد، ومن خلال ذلك تم حصر عناصر النظرية الكلاسيكية في النمو فيما يلي:¹

أ_ المفهوم حسب "سميث":

لا يعتبر "آدم سميث" الزراعة كقطاع وحيد منتج كما تبناه الطبيعيون، غير أنه يعترف أنها قطاع أساسي في عملية النمو الاقتصادي، إذ هذه العملية تتمثل في تلبية حاجات المدن للمواد الغذائية التي يوفرها قطاع الزراعة. فيقول آدم سميث أن تحقيق الزيادة في الثروة (النمو) سوف يأتي عن طريق إتباع مبدأ تقسيم العمل والتخصص الذي يؤدي إلى زيادة إنتاجية العمال، والتخصص الذي يؤدي إلى الزيادة في المهارة العمالية والقدرة على الابتكار. حيث أن تقسيم العمل لا يكون فعالا إذا قام الأفراد بالادخار، فالزيادة في الادخار ضرورية، إذ ترفع من مستوى رأس المال وبالتالي زيادة القدرة الإنتاجية في المجتمع مما يؤدي إلى الزيادة في الإنتاج والمبادلات وزيادة الدخل للفرد.

بالإضافة إلى وجود عامل آخر يؤثر في النمو والمتمثل في تراكم رأس المال ومصدره ادخار الطبقة الرأسمالية، مع توفر بيئة ملائمة والمتمثلة في تحرير التجارة الداخلية والخارجية واهتمام الدولة بجانب التعليم والأشغال العامة، وتطبيق الضرائب من أجل تحقيق إيرادات للدولة، إذ بتوفر هذه البيئة تستمر عملية النمو.

1_ أشواق بن قدور، مرجع سابق، ص64، 70.

ب_ المفهوم حسب "دافيد ريكاردو":

يقدم "دافيد ريكاردو" الأسباب التي تؤدي إلى حالة الركود أي النمو الصفري، إذ يقوم بتوضيح ظهور وانتشار الركود، استناداً إلى أفكار "آدم سميث" فهو يعتبر حالة الركود غير ناتجة عن القطاع الصناعي بل عن القطاع الزراعي، أين تكون المردودية متناقصة، فحسب "ريكاردو" فنوعية الأراضي غير متساوية، وبمقابل الزيادة المرتفعة للمواد الغذائية الناتجة عن تزايد النمو الاقتصادي ينتج ارتفاع الربح في الأراضي ذات الجودة المرتفعة، مما يترتب عنه استغلال الأراضي الرديئة النوعية، وهذا ما يؤدي إلى انخفاض النصيب النسبي للرأسماليين والعمال، والذي ينتج عنه تناقص في معدلات الأرباح وكذلك تناقص مستويات الأجور حتى تصل إلى حد طبيعي. كما يعطي "دافيد ريكاردو" أهمية للعوامل غير الاقتصادية في عملية النمو الاقتصادية، بما في ذلك من العوامل الثقافية، الأجهزة التنظيمية في المجتمع والاستقرار السياسي، بالإضافة إلى التركيز على حرية التجارة كعامل مؤل للنمو الاقتصادي من حيث تصريف الفائض الصناعي والتخفيض من أسعار المواد الغذائية مما يسمح لها بالمساعدة على نجاح التخصص وتقسيم العمل.

ومن الانتقادات الموجهة لهذه النظرية ما يلي:¹

- تجاهل الطبقة الوسطى، إذ تفترض النظرية وجود تقسيم طبقي بين الرأسماليين والعمال؛
- إهمال القطاع العام؛
- إعطاء أهمية أقل للتكنولوجيا؛
- القوانين غير الحقيقية، إذ تقوم النظرة التشاركية للاقتصاديين "الكلاسيك" مثل "ريكاردو" و"مالتوس" على أن النتيجة الحتمية لتطور رأس المال هي الكساد؛
- خطأ النظرة للأجور والأرباح، في الواقع لم تصل الأجور إلى حد الكفاف.

2_1_2 نظرية "شومبيتر":

تنطلق هذه النظرية من فرض وجود اقتصاد تميزه المنافسة في حالة توازن راكد، إذ يتم إنتاج نفس المنتجات في كل سنة وبنفس الطريقة، والتي تتضمن ما يلي:

أ_ دور الابتكارات التكنولوجية: يلعب الابتكار دوراً هاماً في تحليل "شومبيتر" للنمو الاقتصادي، كالتقدم الفني أو اكتشاف موارد جديدة، حيث ميّز خمسة أصناف من الابتكارات :

1_ أشواق بن قدور، مرجع سابق، ص 71، 72.

- إنتاج سلعة جديدة؛
- إدخال وسيلة جديدة في الإنتاج؛
- التوسع عن طريق إدراج أسواق جديدة؛
- الحصول على مواد أولية جديدة؛
- إقامة تنظيم جديد في الصناعة .

ومن انتقادات هذه النظرية زوال النظام الرأسمالي، وهذا نظرا إلى زوال مهمة المنظمين، إذ بفضل هذا الأخير يتم الوقوف أمام العقبات التي تواجه النمو الاقتصادي عن طريق الدافع الذي يقدمه الابتكار.

3_1_2 نموذج "هارود و دومار":

أعطى هذا النموذج أهمية بالغة للاستثمار ودوره في تفعيل حركة النمو، فحسب "هارود و دومار" فإن مشكل الرأسمالية يرجع إلى أزمة البطالة، إذ حاولا تبرير توازن ديناميكي على المدى البعيد، وعند مستوى التشغيل الكامل.

يمثل هذا النموذج نموذجا مرجعيا بالنسبة للنظرية الحديثة للنمو، والذي يسمى بالنموذج الكنزي للنمو، حيث يبين كيفية زيادة معدل النمو، فالحصول على هذه الزيادة يتم إما عن طريق تخفيض معامل (رأس المال/ الدخل)، وإما بزيادة الاستثمار (نسبة الادخار إلى الدخل)، وبالتالي يأخذ هذا النموذج بعين الاعتبار كل من العرض والطلب، كما يهمل كل من الجانب النقدي والمالي.¹

وقد وضع كل من "هارود و دومار" نموذجهما في إطار عدة فرضيات كالتالي :

- أ_ الاقتصاد مغلق، ولا توجد تجارة خارجية، مع غياب التدخل الحكومي؛
- ب_ افتراض تحقيق الكفاءة الإنتاجية الكاملة للإنفاق الاستثماري مع تحقيق العمالة الكاملة عند مستوى توازن الدخل؛
- ت_ ثبات الميل الحدي للادخار ومساواته مع الميل المتوسط للادخار؛
- ث_ ثبات المستوى العام للأسعار، وسعر الفائدة المصرفية، ومعامل رأس المال، ونسبة رأس المال والعمل في المدخلات الإنتاجية؛
- ج_ لا يوجد إهلاك السلع الرأسمالية ووجود نمط واحد لإنتاج السلعة؛

1_ أشواق بن قذور، مرجع سابق، ص75.

حـ حسابات الادخار والاستثمار تعتمد على الدخل المحقق لنفس العام.

وفيما يلي يتم التطرق لعرض محتوى النموذجين:

ـ "نموذج هارود":

اهتم "هارود" بكيفية تحقيق النمو المتوازن في مجتمع حركي إذ يعتقد أن الاقتصاد الرأسمالي المتقدم لا يحقق نموا مستقرا إلا بالصدفة، وإن حدث فمن المستحيل المحافظة على استقراره لمدة أطول.

لقد وضع "هارود" عدة فرضيات عامة منها:

- الادخار الصافي يمثل نسبة ثانية من الدخل، وأن الادخار الفعلي يعادل الاستثمار الفعلي عند وضع التوازن، وعلى ذلك إذا زاد الادخار الفعلي يزيد الاستثمار الفعلي؛
- نسبة الدخل المستثمر تتأثر بمعدل الزيادة في الدخل، أو السرعة التي ينمو بها الناتج؛
- تكون المدخرات دالة للدخل، ويكون الطلب على المدخرات دالة لمعدل الزيادة في الدخل، وأن الطلب يساوي العرض.

ـ تحليل "هارود":

يقوم "هارود" بتصوير معدل النمو خلال ثلاث نقاط:

أولا : معدل النمو الفعلي.

يتمثل هذا المعدل في كل من الناتج أو الدخل الوطني، والذي يتحدد عن طريق كل من نسبة الادخار ومعامل متوسط رأس المال، أي نسبة (رأس المال / الناتج) بافتراض ما يلي:

ـ الادخار الإجمالي **S** كدالة للدخل الوطني: الادخار (**s**) يكون نسبة **s** من الدخل القومي (**Y**) و بالتالي تكون المعادلة البسيطة الآتية :

$$S=sY$$

ـ الاستثمار (**I**) يعرف بأنه التغيير في رصيد رأس المال **k**، و يمكن تقديمه بأنه التغيير في رصيد رأس المال ΔK

على النحو التالي:

$$I = \Delta K$$

لأن الرصيد الكلي لرأس المال k له علاقة مباشرة بالدخل القومي الإجمالي أو الناتج Y وفقا لمعامل رأس المال/الناتج فإن K تكون:

$$K / Y = \Delta K / \Delta Y = k$$

المعامل المتوسط لرأس المال k ثابت.

وباعتبار المساواة التالية $I = \Delta K$ و $I = S$ يتم الحصول على :

$$I = \Delta K = (k * \Delta Y) = ys = S$$

وانطلاقا من العلاقة :

$$k * \Delta Y = ys$$

يصبح لدينا :

$$g = \Delta Y / Y = s / k$$

ومنه فإن معدل النمو الاقتصادي (g) الفعلي يساوي نسبة كل من الادخار المتوسط على معامل رأس المال.¹

__ تحليل "دومار" :

يعتبر "دومار" أن مشكل الرأسمالية يتمثل في أزمة البطالة، وكما يعتبر كينز أنه في الفترة القصيرة التشغيل الكامل يتحقق لما يكون الاستثمار كاف لجعل الدخل عند مستوى التشغيل الكامل. زيادة الدخل تؤدي إلى زيادة الادخار الإجمالي عن مستوى الاستثمار الأولي، ولكن هذا الشرط للتوازن على المدى القصير لا يضمن توازن للنمو لأن للاستثمارات أثرين:

__ أثر الدخل يعطي أهمية للمضاعف:

$$\Delta I = 1 / s$$

هذا يعني أن الدخل دالة عكسية للمعدل الحدي للادخار " s " ودالة مباشرة لتغير الاستثمارات.

__ أثر السعة (δ): حيث (δ) تمثل الإنتاجية الحدية لرأس المال الجديد ولتكن:

$$\delta = \Delta y / \Delta k$$

وبالتالي فإن حاصل ضرب (δ) في الاستثمار المحقق (I) هو ($I \delta$) يقيس زيادة سعة الإنتاج أو أثر السلعة.

شرط التوازن في السوق هو لما يغطي الدخل الجديد الناتج عن زيادة استثمار المواد الإضافية المنتجة نتيجة زيادة السعة، وهذا يعني تساوي أثر السلعة مع أثر الدخل.

1 _ ميشيل تودارو، التنمية الاقتصادية. دار المريخ للنشر، المملكة العربية السعودية، 2006، ص126.

$$\Delta I / s = I \delta \rightarrow \frac{\Delta I}{I} = s\delta$$

يرى كل من "هارود ودومار" أن هناك سببين لعدم استقرار النمو هما:

- عدم تعادل معدل النمو الفعلي والطبيعي، يعني أن الاقتصاد يكون إما في حالة بطالة أو في حالة عدم الاستخدام الكامل لرأس المال، ومن أجل تساوي معدل النمو الفعلي والطبيعي يجب تعديل الميل الحدي للادخار أو معامل رأس المال؛

- عدم استقرار معدل التوازن الذي يصرح به "هارود" أنه حتى لو تساوى معدل النمو الفعلي مع معدل الطبيعي (أي نمو متوازن) فإن التنمية الاقتصادية تبقى دائما غير مستقرة . والنمو المتوازن يعني أن المؤسسات تستثمر حسب ظروف السوق أي أن الاستثمارات تكون متناسبة مع قوة العمل في الاقتصاد.

ويرى كل منهما أن يحدث لا توازن بين معدل النمو الفعلي والنمو الطبيعي، بحيث يرتفع معدل النمو الفعلي للاقتصاد إلا أنه يبقى أقل من معدل النمو الطبيعي، ويؤدي ذلك إلى حدوث نمو على المدى البعيد مع نسبة معينة من حجم البطالة.

2_2 النظرية النيوكلاسيكية للنمو:

يمثل نموذج "هارود ودومار" المصدر المباشر الذي اعتمدت عليه النظرية النيوكلاسيكية، وذلك من خلال المساهمة التي قام بها "سولو" والتي تتمثل في نموذج ذا سلعة واحدة، الذي يخدم الاستهلاك والإنتاج في الوقت نفسه.

1_2_2 نموذج "سولو":

لقد كانت نظرية "هارود ودومار" متشائمة بسبب اعتقادها أن الاقتصاد يميل للتقلب بين كل من حالي البطالة والتوظيف الزائد عن الحد، حيث أرجع "سولو" السبب إلى الجمود المفترض في معامل رأس المال وإلى استخدام عناصر الإنتاج بنسب ثابتة، الأمر الذي يؤدي استخدامها بغير كفاءة، ولهذا اقترح إمكانية الإحلال بينها، وافترض أن عرض العمل ينمو بمعدل ثابت (n)، وأن تراكم رأس المال هو نسبة ثابتة من الدخل (K =) δY ، واستبدل المعامل الثابت لرأس المال في دالة الإنتاج بدالة متجانسة خطيا (Y = F(K,L)).

يقوم هذا النموذج على مجموعة من الافتراضات:

- الاقتصاد مغلق وتسوده المنافسة في جميع أسواقه، وينتج منتجا مركبا واحدا؛

- دالة الإنتاج هي دالة "Cobb-Douglas" ذات غلة الحجم الثابتة، إذ يمكن الإحلال بين عنصري الإنتاج K و L ؛¹

$$Y = F(K, L) = K^\alpha L^{1-\alpha} \dots\dots\dots (1)$$

- الاستهلاك يأخذ شكل دالة "Keynes"؛

$$C = cY \Rightarrow S = (1 - c)Y = sY \dots\dots\dots (2)$$

- نسبة مساهمة السكان في التشغيل ثابتة، حيث إذا كان معدل نمو السكان هو (n) فإن عرض العمل ينمو كذلك بـ (n) وذلك لأن:

$$\frac{d \log L}{dt} = \frac{\frac{dL}{L}}{\frac{dt}{L}} = \frac{L}{dt} = n \dots\dots\dots (3)$$

- فرضية قانون تناقص الغلة وتناقص المعدل الحدي للإحلال، ووجود مرونة في الأسعار والأجور، وأن عوائد العمل ورأس المال تقدر على أساس الإنتاجية الحدية لهما؛

- التكنولوجيا متغير خارجي المنشأ؛

- يتكون نموذج "سولو" من نموذجين مختلفين وهما:

- تمثلت فرضياته فيما يلي :

- الإنتاج دالة لعنصري العمل ورأس المال : $(L, k) f = y$

- الإنتاجية الحدية $df > 0$ موجبة .

- تناقص الغلة أي أن المشتقة الثانية أقل من الصفر $d^2f < 0$

- العمل ينمو بنسبة ثابتة (n)

- يفترض "سولو" أن الاستثمار الصافي يساوي الادخار، حيث إذا رمزنا بـ s لنسبة الادخار، فالزيادة في

رأس المال تكتب بـ: $kd_t/d_t = y s_t$ ، وأن عدد السكان ينمو بمعدل خارجي قيمته n .²

1_ كبداني سيد أحمد، "أثر النمو الاقتصادي على عدالة توزيع الدخل في الجزائر مقارنة بالدول العربية: دراسة تحليلية وقياسية"،

أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان 2012_2013، ص 43، 45.

2_ أشواق بن قدور، مرجع سابق، ص 86.

عرض النموذج:

— دالة الإنتاج : تتمثل المتغيرات الداخلية في النموذج في كل من الإنتاج (Y)، رأس المال (k)، العمل (L) ومردودية العمل (A) إذ تدخل هذه العوامل في دالة الإنتاج والتي تعطي العلاقة التالية :

$$Y = F(k_t, L_t, A_t)$$

حيث t : يمثل الزمن .

من خصائص هذه الدالة الزمن لا يدخل مباشرة في الدالة، ويتغير الإنتاج في الزمن وفقا لتغير عوامل الإنتاج المحصل عليها بواسطة كميات معطاة من رأس المال والعمل، والتي تتزايد في الزمن بفضل التقدم التقني الذي يتم بزيادة حجم المعرفة، أما الجداء $A*L$ يعبر عن العمل الفعلي ويطلق على A بالتقدم التقني الذي يرفع من العمل الفعلي بأنه حيادي، حيث يجب أن تكون النسبة (k / L) ثابتة، وتكون هذه النتيجة مؤكدة في المدى البعيد، ومن خصائص دالة الإنتاج أن الإنتاجية الحدية لعنصري العمل ورأس المال تؤولان إلى الصفر إذا ما آل عنصر المال ورأس المال على التوالي إلى ما لا نهاية، وتؤولان إلى ما لا نهاية إذا ما آل عنصر العمل ورأس المال على التوالي إلى الصفر أي :

$$\lim_{k \rightarrow \infty} f(k) = \lim_{L \rightarrow \infty} f(L) = 0$$

$$\lim_{k \rightarrow 0} f(k) = \lim_{L \rightarrow 0} f(L) = 0$$

يفترض نموذج "سولو" أن الاستثمار الصافي يساوي الادخار، حيث إذا رمز لنسبة الادخار بـ s ، فإن الزيادة في رأس المال تكتب بـ :

$$dK(t)/dt = s Y(t)$$

وإذا افترض أن عدد السكان ينمو بمعدل خارجي قيمته n ، إضافة إلى أن سوق العمل هو في التوازن في المدى البعيد. وعليه فإن المتغيرة L تمثل كل من العرض والطلب ويمكن كتابتها على الشكل التالي :

$$dL(t)/dt = L n(t)$$

وإذا تم القيام بالتعبير عن الزيادة في $A(t)$ بزيادة أسية $e^{\lambda t}$ فإن الزيادة في رأس المال للفرد تكتب :

$$dK(t)/dt = fs[k(n) + (\lambda + n)k(t)] \dots \dots (1)$$

ومنه فنمط النمو النظامي يعرف بالقيمة k^* حيث:

$$(k^* fs) = k^* (h + \lambda)$$

فتكون الحالة النظامية عند ما تنمو عدة متغيرات بمعدل ثابت أي :

$$dK(t)/dt = 0$$

أ_ القاعدة الذهبية لتراكم رأس المال:

على ضوء الفرضيات السابقة فإن النموذج القاعدي لرأس المال حسب "Solow" يتكون مما يلي:¹

الإنتاج الفردي من الشكل:

$$y = \frac{Y}{L} = \varphi(k) = k^\alpha \quad \dots\dots\dots(4)$$

حيث: $k = \frac{K}{L}$

تراكم رأس المال عبر الزمن من الشكل:

$$\dot{K} = \frac{dK}{dt} = I - \delta K \quad \dots\dots\dots(5)$$

إن كل تغير نسبي في رأس المال هو الفرق بين الاستثمار واهتلاكه (بنسب ثابتة (δ)))، وحيث أن الاقتصاد المغلق

يفرض تساوي الادخار مع الاستثمار (التوازن في سوق السلع والخدمات) فإن:

$$I = S = sY \Rightarrow \dot{K} = sY - \delta K \quad \dots\dots\dots(6)$$

$$k = \frac{K}{L} \Rightarrow \log k = \log K - \log L$$

$$\Rightarrow \frac{d \log k}{dt} = \frac{\dot{k}}{k} = \frac{\dot{K}}{K} - \frac{\dot{L}}{L} = \frac{sY - \delta K}{K} - \frac{\dot{L}}{L} \quad \dots\dots\dots(7)$$

معدل نمو عنصر العمل عبر الزمن بافتراض التوازن في سوق العمل هو:

$$\frac{\dot{L}}{L} = n \Rightarrow \frac{d \log L}{dt} = n \Rightarrow \log L = \int n dt = nt + C_0$$

$$\Rightarrow L_t = e^{nt+C_0} \quad ; \quad L_0 = e^{C_0}$$

$$\Rightarrow L_t = L_0 e^{nt}$$

ومنه تصبح العلاقة (7) كما يلي:

$$\frac{\dot{k}}{k} = \frac{sY}{K} - \delta - n = \frac{sY}{K} - \delta - n$$

$$\Rightarrow \dot{k} = s\phi(k) - (\delta + n)k \quad \dots\dots\dots(8)$$

1 _ كبداني سيد أحمد، مرجع سابق، ص44، 50.

تمثل هذه العلاقة المعادلة الديناميكية الأساسية لنمو معدل رأس المال الفردي، وهي تعبر عن الطريقة التي يتحدد بها تراكم رأس المال انطلاقاً من الإنتاج والاستثمار والادخار العلاقة (4)، وهما العلاقتان الأساسيتان في هذا النموذج.

استناداً إلى فرضية إمكانية الإحلال بين العمل ورأس المال فإن:

$$\dot{k} = sk^\alpha - (\delta + n)k ; (\delta + n) > 0$$

توضح هذه العلاقة أن معدل تغير مخزون رأس المال لكل وحدة فعلية من العمل هو عبارة عن الفرق بين حدين هما:¹

- الحد الأول (sk^α): يمثل الاستثمار الجاري لكل وحدة فعلية من العمل.
- الحد الثاني $((\delta + n)k)$: يمثل الاستثمار الواجب، أي قيمة الاستثمار الواجب استثمارها من أجل الحفاظ على K حتى لا ينخفض، أو إبقائه ثابتاً وذلك لأن مخزون رأس المال يهتك بالمقدار (δ)، إذ يجب استثمار نفس المقدار حتى لا ينخفض رأس المال من جهة، ومن جهة أخرى فإن العمل يزداد بمقدار (n)، لذلك يتوجب أن ينمو مخزون رأس المال بنفس المقدار حتى لا ينخفض (K).

أولاً- أثر الصدمات على نمو رأس المال:

كثيراً ما يتساءل الباحثون في مجال النمو عن الأثر المحتمل على تطور رأس المال الفردي إذا حدثت صدمة ناتجة عن تغير أحد عوامل البيئة الاقتصادية التالية:

أ_ الزيادة في معدل الاستثمار: حيث أن قيام المستهلكين بزيادة معدل الادخار انطلاقاً من حالة التوازن ($0 < \delta' \rightarrow \delta$) يؤدي إلى زيادة معدل الاستثمار في الاقتصاد، مما يرفع معدلات الزيادة في الإنتاج والدخل، وبالتالي زيادة معدل النمو الاقتصادي؛

ب_ زيادة النمو الديمغرافي: حيث الزيادة فيها تعني بالدرجة الأولى زيادة عرض العمل (L) مما يفرض ضغوطاً على تراكم رأس المال، الأمر الذي يجعل النسبة (k) تتناقص، مما يعني حدوث صدمة سلبية على نمو الناتج والدخل.

1_ X. Ragot "La théorie de la croissance économique du long terme", ENSAE France, 2006, pp 16-18.

ثانيا- دراسة التوازن:

يتحدد التوازن في نموذج "Solow" القاعدي بالشرط التالي:

$$\dot{k} = sk^\alpha - (\delta + n)k = 0$$

$$\Rightarrow k^* = \left(\frac{s}{\delta + n} \right)^{\frac{1}{1-\alpha}}$$

حيث أن الإنتاج الفردي هو:

$$y^* = \phi k^* = k^{\alpha} \Rightarrow y^* = \left(\frac{s}{\delta + n} \right)^{\frac{\alpha}{1-\alpha}}$$

إذن فحسب "Solow" فإن من الأسباب التي جعلت بعض الدول غنية وأخرى فقيرة هو أن الدول التي

لديها معدلات ادخار (استثمار) أكثر ارتفاعاً فهي التي تتمتع بقابلية أن تصبح غنية، وأما الدول التي لديها معدلات نمو سكانية مرتفعة فهي مرشحة أن تكون بلدانا فقيرة.

ثالثا- النمو الاقتصادي في النموذج القاعدي البسيط:

إن نموذج النمو البسيط يعتبر أن المتغيرات الفردية ثابتة أثناء التوازن، بينما المتغيرات المطلقة (Y,S,C,K,L)

فهي تنمو بنفس معدل نمو السكان $(\frac{\dot{Y}}{Y} = \frac{\dot{K}}{K} = \frac{\dot{L}}{L} = n)$ ، مما ينتج عن ذلك في المدى البعيد حدوث اختلاف الناتج المحلي الفردي بين الدول، و تبقى نسبة رأس المال إلى الناتج $(\frac{K}{L})$ ثابتة لأن (k) و (y) ثابتان، مما يجعل الإنتاجية الحدية لرأس المال تكون ثابتة كذلك.

و منه، تستطيع اقتصاديات الدول أن تنمو في المدى القصير وليس في المدى البعيد، حيث كلما اقترب الاقتصاد من الحالة التوازنية، كلما تباطأ نموه وهذا بسبب أن (α) أقل من الواحد في المعادلة الأساسية في النموذج (العلاقة 4)، إذ أنه عندما يتزايد (k) فإن معدل نموه يتناقص، وبما أن معدل نمو الإنتاج الفردي (y) يتناسب طرذاً معه فإنه يتناقص هو الآخر.¹

2_2_2 نموذج "Solow" مع الرقي التقني:

وفقاً للنموذج القاعدي لـ "Solow" فإنه في المدى الطويل عندما يصل الاقتصاد إلى حالة استقرار، فإن متوسط دخل الفرد لا ينمو، ولجعله كذلك أُضيف التقدم التقني في الشكل العام لدالة الإنتاج، فهناك ثلاث تأثيرات مختلفة له على الناتج المحلي الإجمالي وهي:

- حسب "Harrod" يكون التقدم حيادياً إذا كان يدعم إنتاجية العمل $(Y = f(K, AL))$.

1_ كبداني سيد أحمد، مرجع سابق، ص48.

- حسب "Solow" يكون التقدم التقني حياديا إذا كان يدعم رأس المال $(Y = f(AK, L))$.
- وأما "Hicks" فاعتبر أنه يمكن لدالة الإنتاج أن تتأثر بالتقدم التقني $(Y = Af(K, L))$.

وبالنظر لهذه الاحتمالات الثلاث فإن تأثيرات التقدم التقني تكون مختلفة، غير أنها ستؤدي في الأخير إلى زيادة الناتج الإجمالي، وكون النظريات الاقتصادية بدءا من نظرية "Keynes" جاءت لتبحث في السبل التي يصل فيها الاقتصاد إلى حالة التشغيل المثالي، فإنه عادة ما يؤخذ التقدم التقني الذي يدعم إنتاجية العمل لدراسة النمو في المدى الطويل. وعليه دالة الإنتاج تكون على الشكل التالي:

$$Y = f(K, AL) = k^\alpha (AL)^{1-\alpha}$$

حيث أن (A) : يعبر عن التقدم التقني وهو خارجي المنشأ ويزداد بمعدل ثابت $(\frac{\dot{A}}{A} = g)$ ، وعليه، فإذا كان:

- تراكم رأس المال لا يتغير بشكل أساسي وكان من الشكل:
- $\dot{K} = sY - \delta K \Rightarrow \frac{\dot{K}}{K} = s \frac{Y}{K} - \delta$

- وكانت دالة الإنتاج الفردية من الشكل:

$$y = \frac{Y}{L} = \frac{k^\alpha (AL)^{1-\alpha}}{L} = \frac{k^\alpha}{L^\alpha} \frac{(AL)^{1-\alpha}}{L^{1-\alpha}} = k^\alpha A^{1-\alpha}$$

- وبوضع $(\tilde{k} = \frac{k}{A})$ و $(\tilde{y} = \frac{y}{A})$ هما دالتا رأس المال الفردي والإنتاج الفردي بالنسبة للتقدم التقني على التوالي، فإن دالة الإنتاج الفردية تصبح من الشكل:

$$\tilde{y} = \frac{y}{A} = \frac{k^\alpha A^{1-\alpha}}{A} = k^\alpha A^{-\alpha} = \frac{k^\alpha}{A^\alpha}$$

$$\tilde{y} = \tilde{k}^\alpha \dots\dots\dots(9)$$

انطلاقا من العلاقة الأخيرة (9) فإن الحالة التوازنية في المدى الطويل تعرف بمتغير جديد وهو نسبة الناتج الفردي للتقدم التقني، ومنه:

$$\frac{\dot{\tilde{k}}}{\tilde{k}} = \frac{\dot{K}}{K} = \frac{\dot{L}}{L} = \frac{\dot{A}}{A}$$

$$\frac{\dot{\tilde{k}}}{\tilde{k}} = s \frac{Y}{K} - (\delta + n + g) \dots\dots\dots(10)$$

وبالعلم أن:

$$\frac{Y}{K} = \left(\frac{Y}{L}\right) \left(\frac{L}{K}\right) = y \frac{1}{\tilde{K}} = y \left(\frac{1}{\tilde{k}}\right) = \frac{y}{\tilde{k}}$$

و:

$$\frac{y}{k} = \left(\frac{y}{A}\right) \left(\frac{A}{k}\right) = \tilde{y} \left(\frac{1}{k/A}\right) = \frac{\tilde{y}}{\tilde{k}} \dots\dots\dots(11)$$

ومنه فإن:

$$Y \div K = y \div k = \frac{\tilde{y}}{\tilde{k}}$$

وبتعويض $\left(\frac{\tilde{y}}{\tilde{k}}\right)$ في مكان $\left(\frac{Y}{K}\right)$ في المعادلة (10) نحصل على:

$$\frac{\dot{\tilde{k}}}{\tilde{k}} = s \frac{\tilde{y}}{\tilde{k}} - (\delta + n + g) \Rightarrow \frac{\dot{\tilde{k}}}{\tilde{k}} = s \tilde{k}^{\alpha-1} - (\delta + n + g)$$

ففي الحالة المستقرة عندما يكون $\left(\frac{\dot{\tilde{k}}}{\tilde{k}} = 0\right)$ ، فإن العلاقة الأخيرة تصبح:

$$\frac{\dot{\tilde{k}}}{\tilde{k}} = 0 \Rightarrow s \tilde{k}^{\alpha-1} - (\delta + n + g) = 0$$

ومنه يمكن إيجاد دالة رأس المال الفردي للتقدم التقني (\tilde{K}^*) في المدى الطويل، وهي تأخذ نفس شكل العلاقة

(8) إذا كان معدل نمو التقدم التقني $(g = 0)$ ، حيث:

$$\Rightarrow \tilde{k}^* = \left(\frac{s}{\delta + n + g}\right)^{\frac{1}{1-\alpha}}$$

أما دالة الإنتاج الفردي بالنسبة للتقدم التقني فهي:

$$\tilde{y}^* = \left(\frac{s}{\delta + n + g}\right)^{\frac{\alpha}{1-\alpha}}$$

تبين هذه المعادلة نتيجة واضحة بخصوص غنى وفقير الدول، حيث البلدان المتقدمة تتمتع بمعدل استثمار

مرتفع لرأس المال، أو معدل نمو سكاني ضعيف، أو رقي تقني قوي، أو كل هذه الأسباب مجتمعة مع بعض، وهو

عكس ما تعانيه البلدان النامية، حيث يرجع سبب تخلفها إلى انخفاض معدل الاستثمار أو الزيادة المفرطة في معدل

النمو السكاني، أو الانخفاض الكبير في مستوى التقدم التقني، أو كل هذه الأسباب مجتمعة.

وبالرغم من الانتشار الواسع لنظرية "Solow" وتحليلاتها التي استمرت إلى غاية بداية الثمانينات من القرن

الماضي، إلا أنها لم تستطع تفسير أسباب تناقص معدل النمو في المدى البعيد لاعتمادها على فرضية تناقص

الإنتاجية الحدية الفردية، مما جعل بعض الاقتصاديين يشككون في صحتها، ومعظمهم الذين ينتسبون لمدرسة نماذج

النمو الداخلي.

3_2_2 نموذج "رامسي" :

بعد عرض وتفسير القاعدة الذهبية على أنها وضعية توازنية على المدى الطويل والشبه مستقرة، يكون عندها الاستهلاك الفردي أعظم، ومن ثم أصبح من الضروري تبيان مسار الاستهلاك الذي يجب أن يسلكه الاقتصاد لبلوغ تلك الوضعية، وجاء هذا النموذج ليعطي أفضل مسار من خلال أفضلية الوكلاء، ومن أجل تفادي المشاكل المتعلقة بجمع الأفضليات، ثم تقليص الوكلاء إلى فرد وحيد هو العامل الإداري (المخطط) تمثل أفضلية هذا الوكيل بدالة المنفعة غير المنتهية زمنياً.

عرض النموذج :

بافتراض عدة مؤسسات متشابهة، لها نفس دالة الإنتاج من الشكل:

$y = f(A, KL)$ ، والتي لها نفس خصوصيات دالة إنتاج سولو، وإن تنتج سلعة واحدة، بالإضافة إلى أنه يوجد عدة عائلات متشابهة فيما بينها، أي حجم كل عائلة ينمو بنفس المعدل وليكن h ، ودالة منفعتها غير منتهية زمنياً والمتمثلة في :

$$\int_0^T e^{-pt} u(C_t) dt$$

كلما كان معدل الأفضلية للحاضر مرتفعاً، كلما فضلت العائلات الاستهلاك الحاضر على المستقبلي، ومنه فإن في الزمن $t+1$ يتم التقسيم بين الاستهلاك $C+1$ والاستثمار $K t+ 1$ عن طريق الإنتاج والذي هو دالة للاستثمار في الفترة t ، آخذاً بعين الاعتبار اهتلاك رأس المال بمعدل δ والاستثمار الضروري من أجل تخصيص رأس المال للسكان الإضافيين k^*h حيث يمكن كتابة معادلة التغير الزمني للاستثمار كما يلي :

$$Dk/ dt = k = f(k) - (\delta + h)k_e$$

ومنه فإن النمو الأمثلي يتم عند تعظيم دالة المنفعة التالية :

$$\text{Max} \int_0^T e^{-pt} u(C_t) dt$$

S/c

$$K = f(k) - (\delta + h)k_c$$

4_2_2 نموذج "فون نيومن" :

يعتبر أول من قام بدراسة مشكل النمو في إطار نموذج خطي ذات معاملات تقنية ثابتة، حيث كل فائض يستثمر في كل فترة، ويتمثل هذا النموذج في كون أن المخطط يبحث على أحسن تخصيص للموارد في إطار نمو أمثلي أي أكبر مقدار للنمو، حيث في هذا النمو تفسر مسارات الأسعار عن طريق البرنامج الثنائي للكميات

المنتجة، المستهلكة أو المستثمرة مرة ثانية، وهي مستنتجة من هذه الأخيرة ولكنها لا تعتبر كمصدر. ومن خصوصيات النموذج ما يلي:

- n سلعة بحيث يمكن أن تكون مدخلات أو مخرجات؛
- m التقنية الموجودة من أجل الحصول على أعلى نمو، حيث أن التقنيات ممثلة بمصفوفتين عموديتين ذات n عنصر وهي على التوالي غير معدومة، وأن الإمكانات التقنية bj ومصفوفة المخرجات هي aj للاقتصاد ممثلة بالزوج (A, B) ؛
- حدة استعمال التقنية j ممثلة عن طريق العنصر xj من الشعاع X ذي m عنصر.
- ومنه يعتبر الاقتصاد منتج إذا كان $AX \leq BX$ أي كل ما هو منتج BX هو على الأقل يساوي ما هو مستهلك AX ، وحتى يكون نمو يجب على الاقتصاد أن ينتج فائضا ل n سلعة .

نتائج النموذج:

استطاع "فون نيومان" أن يقوم بربط النظام السابق ببرنامج ثنائي المتمثل في إيجاد نظام للأسعار P ، ومعدل للربح أو الفائدة n أصغري حيث الربح المرافق للإنتاج لكل سلعة هو سالب أو معدوم، هذا ما يشترط أن كل حل للبرنامج الثنائي (n^*, P^*) ، حيث معدل النمو الأعظمي يرافق معدل الربح الأصغري n^* ، وتعتبر هذه النتيجة معادلة للنتيجة التي تحصل عليها نموذج "سولو".

لقد أدى التحليل الضعيف للنظرية النيوكلاسيكية حول اختلاف معدلات النمو الاقتصادي المحققة في العالم بالرغم من استخدام نفس التكنولوجيا إلى عدم تعميمها، إذ تصلح لبعض الدول ولا تصلح للأخرى، خصوصا وأنها لم تحدد بدقة محددات التقدم التكنولوجي باعتباره متغير خارجي هذا ما أدى إلى رفض هذه النظرية من طرف عدة باحثين اقتصاديين ودفعهم بإصدار نموذج جديد والذي يطلق عليه بنموذج النمو الداخلي .

3_2 النظريات الحديثة للنمو:

تسمى بنظرية النمو الداخلي وقد ظهرت في منتصف الثمانينيات، إذ تبحث عن تفسير النمو عن طريق التراكم، دون اعتبار العوامل الخارجية، ويعود هذا إلى سبب ظهور هذه النظرية إلى النمو المستمر الذي معظم الدول ذات عدد سكاني ثابت بالتقريب، بالإضافة إلى الاختلاف الكبير في معدلات النمو ما بين الدول.

2_3_1 نموذج النمو الداخلي لقطاع واحد AK:

من خصائص هذا النموذج عدم تناقض مردودية رأس المال **K**. ويعود غياب تناقض هذا إلى الرأس المال البشري، ويعطى تحت الصيغة التالية :

$$AK=Y$$

A: تمثل موجب لمستوى التكنولوجيا .

ويعبر عن الإنتاج الفردي بـ $Y=Ak$ ، والإنتاجية المتوسطة والحدية لرأس المال ثابتة ومساوية لـ A،

وبتعويض: $f(k)/k=A$

2_3_1_1 نماذج نظرية النمو الداخلي :

بالاعتماد على النظرية التقليدية فإنه ليس للاقتصاديات أية خصائص ذاتية يحدث بسببها النمو ويستمر لفترة طويلة، وبالتالي ففي غياب الصدمات الخارجية أو التغيرات التكنولوجية فإن كل الاقتصاديات سوف تتجه نحو النمو الصفري، وهذا الأمر جعل النظرية النيوكلاسيكية تفشل في إعطاء تفسير مقبول حول تفاوت النمو الاقتصادي الذي حدث عبر التاريخ للكثير من دول العالم، التي تباين أداؤها الاقتصادي بالرغم من استخدامها لتكنولوجيا متشابهة .

كما أن أي زيادة في الناتج الداخلي الصافي (GNP)، ومن ثم أي ارتفاع يحدث في متوسطات نصيب الفرد منه في فترات معينة يعتبر غير كاف طالما أنه كان مؤقتاً ونتيجة التغيرات التكنولوجية، وبالتالي ما هو إلا توازن قصير الأجل، يجب البحث في المصادر التي تُحوّله إلى توازن طويل الأجل، مما أدى إلى ظهور نظرية جديدة في أواخر الثمانينات وبداية التسعينات التي أرجعت مصادره إلى العوامل الداخلية.

تؤسس نظرية النمو الداخلي للعلاقة الإيجابية بين التجارة الدولية والنمو الاقتصادي طويل الأجل والتنمية، فهي تبحث في تقليص العوائق التجارية، وتسرع معدلات النمو الاقتصادي والتنمية في الأجل الطويل، من خلال استيعاب الدول النامية للتكنولوجيا المتطورة في الدول المتقدمة بمعدل أسرع، وزيادة المنافع المتدفقة من الأبحاث والتطوير، وتحقيق اقتصاديات الحجم في الإنتاج، وتقليل تشوهات الأسعار بالشكل الذي يقود إلى كفاءة أكبر لاستخدام الموارد المحلية في القطاعات الاقتصادية، وتحقيق تخصص وكفاءة أكبر في إنتاج المدخلات الوسيطة وتقديم منتجات وخدمات جديدة.¹

1_ خالد محمد السواعي، التجارة والتنمية. دار المناهج، عمان، ط1، 2006، ص45.

قد استخلص أهمية التكنولوجيا كمصدر أساسي للنمو، و بالرغم من أن النموذج النيوكلاسيكي المتمثل في نموذج "solow1956"، غير أنه لم يوضح كيفية تحقيق التقدم التكنولوجي وتطوره، واعتبره متغيراً خارجياً ينمو بشكل تلقائي وبمعدل ثابت (g)، الأمر الذي أدى إلى ظهور فكرة "التقارب" بين الاقتصاديات العالمية، حيث تكون البلدان المتقدمة بالقرب من نقطة التوازن مما يجعل معدلات نموها ضئيلة، في حين تكون البلدان النامية بعيدة عن نقطة التوازن، مما يجعل معدلات نموها كبيرة قد تسمح لها بالحقاق بالبلدان المتقدمة في المدى البعيد. ولهذا تظهر أهمية التكنولوجيا في اقتصاديات المعرفة (النمو الداخلي) من خلال الكيفية التي تحول بها الموارد إلى إنتاج وتصبح نتاج مجموعة من المتغيرات الإبداعية والاختراعات التي تحسن الظروف الاقتصادية بشكل عام، والتي تستخدم الأفكار والمعارف (وهي غير قابلة للمنافسة) لتوليد مردودات متزايدة تستلزم حالة المنافسة غير التامة. بناءً على ذلك ومع منتصف الثمانينات من القرن الماضي، ظهر تيار فكري مستقل عن تلك الافتراضات. فمثلاً ركز "P.Romer" على أهمية البحث والتطوير، بينما ركز "Lucas" على رأس المال البشري في بناء نموذج، في حين ركز "Barro" على البنى التحتية والنفقات الحكومية، وركز آخرون على الانفتاح الاقتصادي ودوره في النمو الاقتصادي.

أ_ نموذج "Rebelo":

إن الحفاظ على المعدلات المرتفعة للنمو في المدى البعيد هو الذي أرق الاقتصاديين النيوكلاسيك وذلك بسبب تناقص الإنتاجية الحدية وخاصة لرأس المال، ولهذا افترض Rebelo,1991 في نموذجه إلغاء فرضية تناقص الإنتاجية الحدية، أي ($\alpha=1$)، والتي تأخذ الشكل الخطي البسيط التالي:¹

$$Y = AK \quad \dots\dots\dots(1.1)$$

حيث A : ثابت وموجب يعكس المستوى التكنولوجي، بينما تمثل K رصيد رأس المال الموسع (المادي والبشري). إن دالة الإنتاج في نموذج AK تجعل من الإنتاجية الحدية لرأس المال ثابتة ومساوية للمستوى التكنولوجي المستخدم (A)، ففي غياب فرضية تناقص العوائد الحدية لرأس المال سيكون الاستثمار في رأس المال الموسع آلية لجلب الوفورات الخارجية والتحسينات الإنتاجية بزيادة المكاسب التي تعوض تناقص العوائد الحدية لرأس المال، وهذا

1 Gregory .N. Mankiw "Macro économie", 3^{ème} édition, De boeck, Paris, France 2003, p 264.

ما يسمح بنمو الناتج في المدى الطويل دون توقف. أما تراكم مخزون رأس المال فيكتب على شكل نموذج "Solow" كما يلي:

$$\dot{K} = sY - \delta K \dots\dots\dots(2.1)$$

$$(\dot{L} = nL = 0)$$

وحيث عدد السكان ثابت أي :

من (1.1) و(2.1) يمكن استخراج معادلة النمو التالية:

$$\frac{\dot{Y}}{Y} = sA - \delta \dots\dots\dots(3.1)$$

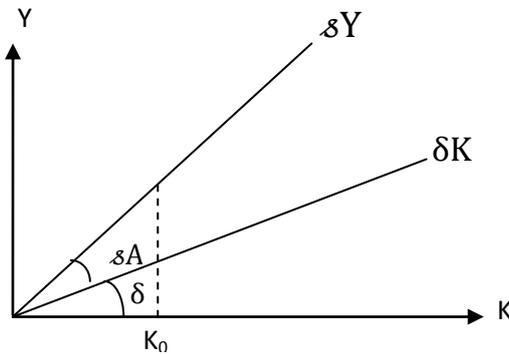
أو

$$\frac{\dot{K}}{K} = sA - \delta \dots\dots\dots(4.1)$$

$$\frac{\dot{K}}{K} = s \frac{Y}{K} - \delta \dots\dots\dots(5.1)$$

حيث أن Y هي حجم الإنتاج، بينما s هي معدل الادخار، لذا فإن تراكم مخزون رأس المال ينمو باستمرار مع الزمن، وهذا ما يفسر استمرارية النمو الاقتصادي في نموذج "AK" وذلك كما يلي:

الشكل (1) : نموذج AK (Rebello)



المصدر : كبداني سيد أحمد، مرجع سابق، ص54.

يمثل الخط δK الاستثمار اللازم لتعويض رأس المال المهلك، وأما sY فهو يعبر عن الدالة الخطية للاستثمار الجاري بدلالة رصيد رأس المال، حيث أن الاقتصاد الذي يبدأ من النقطة (K_0) وانطلاقاً من نموذج "Solow" ذات غلة الحجم المتناقصة فإن أي زيادة في رأس المال سوف تؤدي إلى زيادة متناقصة مع مرور الزمن حتى تصل إلى مستوى (δ) . أما نموذج "AK" ذات غلة الحجم الثابتة، فإن كل زيادة في رأس المال ستؤدي إلى زيادة مضاعفة عبر الزمن، وتكون الإنتاجية الحدية لكل وحدة رأس مال جديدة مساوية لتلك التي قبلها والتي بعدها وهي دائماً مساوية لـ (A) .

انطلاقاً من العلاقتين (3.1) و (4.1) فإن معدل نمو رأس المال يساوي معدل نمو الإنتاج، بينما معدل نمو الاقتصاد (gY) هو دالة متزايدة في معدل الاستثمار (الادخار)، وبالتالي فإن أي سياسة حكومية ترمي إلى زيادة معدل الاستثمار سيكون لها أثر مباشر على معدل النمو الاقتصادي، لأن:

$$\frac{\dot{Y}}{Y} = sA - \delta = gY$$

ب_ نموذج "Lucas":

يعتمد هذا النموذج على رأس المال البشري كمصدر مهم لعملية النمو الاقتصادي، حيث أن تراكمه يأخذ الشكل التالي:

$$\dot{h} = \beta(1 - \mu)h \dots\dots\dots(1.2)$$

حيث أن μ هي الزمن المسخر للعمل، وأما $(1 - \mu)$ فهو الزمن المسخر للحصول على المعارف، وأما β فهي مقدار الفعالية، ومنه:

$$\frac{\dot{h}}{h} = \beta(1 - \mu) \dots\dots\dots(2.2)$$

أما دالة الإنتاج فتأخذ شكل دالة "Cobb-Douglas" وهي: $(Y = K^\beta(hL)^{1-\beta})$

وبما أن نظرية النمو الداخلي جاءت لتفسر اختلاف معدلات النمو العالمية وأسباب غنى وفقر بعض البلدان، فإن هذا النموذج يشبه نموذج "Solow"، إذ تلعب h دور الرقي التقني فيه، مما يجعله قابلاً للنمو كلما كان هناك وقت كبير وكافي للتكوين من طرف الأفراد $(1 - \mu)$ ، الأمر الذي يساعد على زيادة رأسمالهم البشري، وبالتالي زيادة النمو الاقتصادي.

لذا فإن أحد الأسباب التي تجعل معدلات النمو في البلدان النامية ضعيفة هو عدم اهتمام حكوماتها بالتعليم والتكوين والتدريب مما أثر على معدلات نمو مؤسساتها، لأن السياسة التي تستطيع أن ترفع من وقت التكوين بشكل مستمر ودائم (تفضيل تراكم رأس المال البشري) سيكون لها أثر مباشر على معدل نمو اقتصادها الوطني.

ت_ نموذج "Romer,1990":

حسب "Romer" فإن الأفكار تختلف عن الأملاك الاقتصادية التقليدية، فهي غير قابلة للتنافس لأنه يمكن استخدامها عدة مرات من طرف عدد من الأعوان الاقتصادية دون أن يؤدي ذلك إلى تدهورها، حيث تنتقل بتكلفة مباشرة شبه معدومة، لا يستطيع مالكيها مراقبتها استخدامها إلا جزئياً، ولهذا تكون التكلفة الأولية للإنتاج

مرتفعة جدا، غير أن الوحدات المالية تنخفض تكلفتها وذلك لنسخ الأولى، مما يجعل اقتصاد الأفكار يرتبط بالمرودات السلمية المتزايدة وفي حالة المنافسة غير التامة، وهو يعتمد على مجموعة من الفرضيات

أولا- فرضيات النموذج:

يفترض النموذج ما يلي:¹

- الرقي التقني داخلي المنشأ وينتج عن إنتاج المعارف من طرف باحثين دفعهم الربح؛
- الرقي التقني المرتبط بنشاطات البحث والتطوير (R&D) هو أساس تفسير لماذا وكيف أن البلدان الأكثر تقدما تعرف نموا مضاعفا مساندا؛
- دالة الإنتاج التي يتكون منها النموذج هي مجموعة من المعادلات التي تشرح الطريقة التي تتطور بها عوامل الإنتاج في الزمن، وهي من شكل $(Y = K^\alpha (AL_Y)^{1-\alpha})$ ، حيث $(0 < \alpha < 1)$.
فإذا تم اعتبار (A) وهو رصيد الأفكار عاملا للإنتاج، فإن دالة الإنتاج تصبح ذات غلة حجم متزايدة، وحيث يتراكم (K) وهو رصيد رأس المال مثلما هو في نموذج "Solow" بتحويل الاستهلاك الحالي إلى فترة أخرى (الادخار) بمعدل ثابت (s) ويهتلك بمعدل خارجي المنشأ (δ):

$$\dot{K} = sY - \delta K \dots\dots\dots(1.3)$$

إن العمل العائد إلى اليد العاملة بنسبة خارجية المنشأ ثابتة $(\frac{\dot{L}}{L} = n)$ وحيث أن (A) في هذا النموذج داخلي المنشأ، وهويتراكم عبر الزمن (A_t) ، مما يخلق الأفكار الجديدة (\dot{A}) في أي لحظة والتي تساوي عدد الأشخاص الباحثين عليها (L_A) مضروبا في المعدل الذي يجدون به تلك الأفكار (γ) ، وعليه:

$$\begin{aligned} \dot{A} &= \gamma L_A \\ L &= L_A + L_Y \end{aligned}$$

حيث (L_Y) هي الإنتاج المباشر، بينما (L_A) هي إنتاج الأفكار أوالتكوين؛

فإذا تم فرض $(\gamma = bA^\rho)$ حيث (b) و (ρ) هي ثوابت، فإنه إذا كانت:

- $\rho > 0$ فإن إنتاجية البحث ترتفع مع رصيد المعارف والأفكار المكتشفة؛
- $\rho < 0$ فإن الأفكار الجديدة تصبح أكثر فأكثر صعبة الاكتشاف؛

1 PELIER Karline, "Propriété intellectuelle et croissance économique en France 1791-1945, une analyse économétrique du modèle de Romer", université Montpellier 1, dans: <http://www.lameta.univ-montp1.fr/download/DT/WP2003-23.pdf>, date de consultation : 15/01/2012.

وإذا تم فرض أن عدد الاكتشافات يرتفع مع عدد الباحثين فإن:

$$L_A = L_A^\lambda \quad ; \quad 0 < \lambda < 1$$

فإذا كانت ($\lambda = 1$) وهي معامل الاهتلاك المعرفي فإن التغير المعرفي يأخذ الشكل التالي:

$$\dot{A} = bA^\rho L_A^\lambda \dots\dots\dots(2.3)$$

يلاحظ أنه وبأخذ كل باحث على حدى فإن (γ) يعتبر ثابتا (مردودات ثابتة)، أما على المستوى الكلي فإن (γ) يتغير متأثرا بنشاط المجموعة (ظهور الآثار الجانبية)، مما يعني معاملة (A^ρ) بطريقة خارجية المنشأ من طرف الأفراد، بالرغم من أنه داخلي المنشأ بالنسبة للمجموعة.

ثانيا- معدل النمو المتوازن:

يعطى معدل النمو المتوازن بالشرط التالي:

$$g_y = g_K = g_A \dots\dots\dots(3.3)$$

إن الإنتاج الفردي ورأس المال الفردي ومخزون المعارف يتزايد بنفس المعدل على طول سلسلة النمو المتوازن، بمعنى أن غياب الرقي التقني سيؤدي إلى عدم وجود النمو الاقتصادي، حيث وانطلاقا من العلاقة (1.3) فإنه يصبح لدينا:

$$\frac{\dot{A}}{A} = b \frac{L_A^\lambda}{A^{1-\rho}}$$

وعلى طول خط النمو المتوازن يكون ($\frac{\dot{A}}{A} = g_A$) وهو ثابت، وحيث أنه بعد الاشتقاق اللوغاريتمي ينتج ما يلي:

$$0 = \lambda \frac{\dot{L}_A}{L_A} - (1 - \rho) \left(\frac{\dot{A}}{A} \right)$$

وبمعلومية أن معدل نمو السكان يساوي معدل نمو عدد الباحثين ($\frac{\dot{L}_A}{L_A} = n$) فإنه يمكن كتابة:

$$g_A = \frac{\lambda n}{1 - \rho}$$

توضح هذه العلاقة الأخيرة أنه في المدى البعيد يحدد (g^*) بعوامل دالة إنتاج المعارف، ومعدل نمو عدد الباحثين الذي يرتبط بمعدل نمو السكان العاملين، وحيث أنه عندما تكون ($\lambda = 1$) و ($\rho = 0$) فإن: $(\dot{A} = b\dot{L}_A)$.

فإذا كانت (b) ثابتة فإن (bL_A) يكون ثابتا هو الآخر، وعندما يؤول (t) إلى ما لانهاية فإن (\dot{A}) يؤول إلى الصفر، مما يعني عدم حدوث النمو إلا إذا ارتفع عدد الأفكار الجديدة مع الوقت، وهو ما يستلزم أن يكون (n) كبيرا

بالكفاية، وهي الفرضية التي يصعب اختبارها لدى الدول المتقدمة نظرا لأن (n) متناقصة أو ثابتة. وللخروج من هذا العائق فإن النموذج افترض أن $(\rho = \lambda = 1)$ ومنه، يصبح:

$$\dot{A} = bL_A A \Rightarrow \frac{\dot{A}}{A} = bL_A \dots\dots\dots(4.3)$$

تبين هذه العلاقة أن إنتاجية الباحثين تتزايد مع الوقت حتى لو بقي عددهم ثابتا، غير أن التجارب العالمية بينت خلاف ذلك مقارنة بما تستوجبه هذه النظرية التي تعتمد على ارتفاع (L_A) حتى يرتفع معدل نمو الاقتصاد (g). فمثلا لم ينمو الاقتصاد الأمريكي خلال القرن العشرين سوى بمعدل 1.8% في السنة بالرغم من كون $(\rho > 0)$ في النموذج، وهو ما يقود إلى الإبقاء عليها أقل من الصفر حتى تتحقق شروط النمو وفق هذا النموذج.

ثالثا- العلاقات التبادلية المترابطة في حلقة النمو:

يتكون نموذج "Romer" للنمو داخلي المنشأ من ثلاث قطاعات أساسية وهي؛ قطاع إنتاج السلع النهائية، والسلع الوسيطة، وقطاع البحث والتطوير، وحيث ينتج هذا الأخير المعارف التي تستعمل في الإنتاج الجديد للسلع، بينما تباع حقوق الملكية الفكرية لقطاع السلع الوسيطة الذي ينتج بهذه الأفكار الجديدة سلعا يبيعه إلى مؤسسات القطاع النهائي، مما ينتج في الأخير الرقي التقني وذلك كما يلي:

(أ) قطاع الإنتاج النهائي: يعرض سلعا متجانسة (Y) وتنافسية، حيث يتم الحصول على الإنتاج (Y) بواسطة العمل (L) وكذلك بعدد (α) من السلع الوسيطة (X_j) ، حيث كل منها تمثل نوعا من رأس المال، وحيث تستخدم المؤسسات برنامج تعظيم الربح بشكل تنافسي؛

$$Y = L_Y^{1-\alpha} \sum_{j=1}^A X_j^\alpha$$

(ب) قطاع البحث والتطوير: يحتوي على المخترعين الذين يبحثون عن تعظيم ربحهم انطلاقا من نشاطهم البحثي في صورة سعر الشهادة أو براءة الاختراع التي يبيعونها لقطاع السلع الوسيطة؛

(ت) قطاع السلع الوسيطة: وهو احتكاري يقوم بشراء شهادة الاختراع من قطاع البحث والتطوير، حيث كل مؤسسة تنتج سلعة وسيطة، وحيث يأخذ برنامج تعظيم الربح لهذا القطاع الشكل:

$$(\max \pi_j = P_j(X_j) - rX_j)$$

يواجه صناع القرار في المؤسسات الاختيار بين نوعين من الاستثمارات التي يُنتظر منها تحقيق الربح، فأما الأولى فهي التوجه إلى السوق المالي واستثمار رأس المال بسعر فائدة معين، وأما الثاني فهو شراء الاختراع بسعر بيع الباحثين من أجل التفرد بالإنتاج في ظروف احتكارية، مع مراعاة أن يتساوى الربح أثناء التوازن، بمعنى الفوائد المتحصل عليها عند التوجه للسوق المالي أو لدى البنوك (rP_A) تساوي إلى مجموع الربح الذي يحصل عليه الباحثون (π) والربح أو الخسارة (\dot{P}) في رأس المال بعد إعادة بيع الشهادة المستعملة خلال الفترة .

$$. (rP_A = \pi + \dot{P} \Rightarrow r = \frac{\pi}{P_A} + \frac{\dot{P}}{P_A})$$

في حالة التوازن وعندما يكون (r) ثابت فإن ($\frac{\pi}{P_A}$) يجب أن يكون ثابتا، أي يتزايد (π) و (P_A) بنفس المعدل (n). وبما أن النظرية الاقتصادية تستلزم أن يتساوى السعر مع التكلفة الحدية (C_m)، فإن الشروط التي وضعها "Romer" لعمل السوق تصبح غير فعالة وذلك لأن:

- تحفيز السوق للباحث غير كاف، حيث لا توجد آلية تكافئ الباحثين على مساهماتهم في تحسين إنتاجية باحثي المستقبل.
- وجود الآثار السلبية مثل تصرفات التقليد من طرف المنافسين الذين لا يستطيعون تحمل تكاليف البحث، مما يستوجب حماية حقوق الملكية، وهو ما تعجز عنه الكثير من حكومات البلدان النامية، بالرغم من الحرص الشديد الذي توليه منظمة التجارة العالمية.
- الفوائد الشخصية التي ينتظرها الباحث أو المؤسسة بمراكز البحث أقل من الفوائد الاجتماعية، حيث بعض الأفكار المفيدة اجتماعيا لا تزال فوائدها الشخصية والخاصة غير كافية لدفع مخترعيها الخواص إلى استغلالها وإدماجها في العملية الإنتاجية.

2-1-1- نموذج "K.J.Arrow":

ينطلق "Arrow" في تحليله للنمو الاقتصادي من نموذج "Solow"، مع اعتبار التقدم التقني داخلي المنشأ، حيث بإمكانه النمو مع زيادة التراكم الرأسمالي للحد من تناقص إنتاجيتها، وهو كذلك يمثل مستوى إنتاجية العمل، حيث تلعب الممارسة والتمرن والتي تكتسب مع الوقت دورا في تحديد إنتاجية العمل وعليه:

$$A = G(K) = ZK^\rho \dots\dots\dots(1.4)$$

حيث ($0 < \rho < 1$) معامل التمرن، بينما (Z) معامل مستقل ينمو بمعدل (γ)، وعليه يكون معدل نمو التقدم التقني (A) كما يلي:

$$g_A = \frac{\dot{A}}{A} = \rho \left(\frac{\dot{K}}{K} \right) + \frac{\dot{Z}}{Z} = \rho \frac{\dot{K}}{K} + \gamma \dots\dots\dots(2.4)$$

باستعمال نفس فرضيات "Solow" وكذا دالة الإنتاج "Cobb-Douglas" فإن تراكم مخزون رأس المال والطبقة العمالية يكون كما يلي على التوالي:

$$\dot{K} = sY - \delta K$$

$$\dot{L} = nL \Rightarrow g_L = \frac{\dot{L}}{L} = n \dots\dots\dots(3.4)$$

أما معدل نمو تراكم مخزون رأس المال فهو:

$$g_K = s \frac{k^\alpha}{k} - \delta$$

انطلاقاً من العلاقات (1.4) و(2.4) و(3.4) يمكن كتابة:

$$g_A + g_L = \rho g_K + \gamma + n$$

وعليه يكون تراكم مخزون رأس المال لكل وحدة فعلية هو:

$$\dot{K} = s(1 - \rho)k^\alpha - [(\gamma + n) + \delta(1 - \rho)]k \dots\dots\dots(4.4)$$

انطلاقاً من العلاقة (4.4) يمكن إيجاد كمية رأس المال لكل وحدة فعلية من العمل (AL) عند التوازن، حيث وأنه إذا كانت ($\dot{K} = 0$) فإن:

$$\hat{k} = \left(\frac{s(1 - \rho)}{n + \gamma + \delta(1 - \rho)} \right)^{\frac{1}{1-\alpha}}$$

وعند التوازن وعند ثبات قيمة (K) عند (\hat{k}) فإن معدل نمو مخزون رأس المال والناتج هي:

$$g_K = g_Y = \frac{\gamma + n}{1 - \rho}$$

واستناداً إلى التحليل أعلاه، فإن هذا النموذج يعطي مجموعة من الملاحظات والنتائج أهمها:

- إذا كانت ($0 < (1 - \rho) < 1$) فإن النمو يكون محمياً داخلياً وغير مرتبط بمعدل الادخار (s).
- تؤدي زيادة معدل التمرن (ρ) إلى زيادة كمية العمل الفعلية، مما يؤدي إلى انخفاض مستوى مخزون تراكم رأس المال لكل وحدة عمل فعلية عند التوازن (\hat{k}) وذلك لأن ($\frac{\partial \hat{k}}{\partial \rho} < 0$).
- يؤثر معامل التمرن (ρ) إيجاباً على معدل نمو الناتج والناتج الفردي، مما يجعل هذا النموذج قادراً على شرح أسباب الاختلافات في الإنتاجية بين البلدان، حيث زيادة التمرن بأحد أشكالها المتنوعة (الخبرة، النفقات التعليمية... إلخ) تزيد من الناتج لكل عامل.
- زيادة معدل النمو السكاني تزيد من نمو الناتج، مما يؤدي إلى نمو حصة العامل منه.

إن هذه النتائج والملاحظات تظهر أهمية بعض العوامل الداخلية التي تؤثر على النمو في المدى الطويل، غير أن تطبيق النموذج يحتاج إلى الكثير من التوضيح خصوصاً ما تعلق بمعامل التمرن، إذ كل مجتمع يرى بعض المتغيرات الملائمة له، فالبعض يعتبرها نفقات التعليم، والبعض الآخر يراها الخبرة المتواصلة، وبعضهم يراها التكوين المتواصل...إلخ.

المبحث الثاني: التنمية الاقتصادية ونظرياتها

تعددت المفاهيم حول التنمية الاقتصادية فهي العملية التي يتم بمقتضاها الانتقال من حالة التخلف إلى حالة التقدم، وهذا الانتقال يتطلب تغييرا جذريا في الهيكل الاقتصادي، فهي العملية التي يتم من خلالها دخول الاقتصاد القومي مرحلة الانطلاق نحو النمو الذاتي، وتحقيق الزيادة في دخل الفرد على مدار الزمن وإحداث العديد من التغيرات كالتغير في هيكل الإنتاج ونوعية السلع والخدمات المنتجة .

1_ ماهية التنمية الاقتصادية:

للتنمية الاقتصادية عدة تعاريف ومفاهيم تدرج في ما يلي :

1_1 مفهوم التنمية الاقتصادية:

للتنمية الاقتصادية مفهومين مفهوم لغوي و اصطلاحى ، سيدرج كل منهما على حدى:

1_1_1 التعريف اللغوي:

تعني التنمية الاقتصادية لغة: الإنماء والزيادة والكثرة، بمعنى الزيادة في الشيء، فيقال نما نموا أي زاد أكثر.¹

1_1_2 التعريف الاصطلاحي:

إذا كان النمو يمثل التحسن الكمي لجمل الاقتصاد بما في ذلك الموارد والنمو الديمغرافي وإنتاجية العمل، وهذا النمو يقتضي سلسلة من التغيرات في الهيكل الاقتصادي حتى نضمن استمراره، فالتنمية الاقتصادية تعرف بأنها "سلسلة من التغيرات والتأقلمات التي بدونها يتوقف النمو"، كما تعرف أيضًا بأنها: "مجموع التغيرات الاقتصادية والاجتماعية المرافقة للنمو".

ويمكن تعريف التنمية بأنها: "مجموع السياسات التي يتخذها مجتمع معين، وتؤدي إلى زيادة معدلات النمو الاقتصادي استنادًا إلى قواه الذاتية، لضمان تواصل هذا النمو وأثرانه لتلبية حاجيات أفراد المجتمع، وتحقيق أكبر قدر ممكن من العدالة الاجتماعية".²

فالتنمية بالمفهوم الواسع هي رفع مستدام للمجتمع ككل، وللنظام الاجتماعي نحو حياة إنسانية أفضل، كما عرفت أيضًا بأنها: "تقدم المجتمع عن طريق استنباط أساليب جديدة أفضل، ورفع مستويات الإنتاج من خلال إنماء المهارات والطاقات البشرية، وخلق تنظيمات أفضل".

1_www .vb.elmstba.com /t208136.html ,date de consultation :12-02-2017

2 www.startimes.com .,date de consultation 13-03-2016 مقدم مصطفي، بحث حول النمو الاقتصادي_2

ويوضح مفهوم التنمية التغيرات التي تحدث في المجتمع بأبعاده الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية، الفكرية والتنظيمية، من أجل توفير الحياة الكريمة لجميع أفراد المجتمع.¹

فباعتبارها عملية حضارية إذ تتضمن القدرة الذاتية على التحكم والتطور والابتعاد عن المحاكاة والتقليد وخصوصا التحرر من التبعية الخارجية.²

1_2_1 عوامل التنمية الاقتصادية:

هناك عدة عوامل تخص عملية التنمية الاقتصادية والمتمثلة في ما يلي:

1_2_1 1 تغيرات في الهيكل والبنيان الاقتصادي :

في الماضي كان قطاع الإنتاج يعتمد على الطبيعة أساسا يتأثر بالعملية الإنتاجية وتوليد الدخل في كل الدول خاصة في المجال الزراعي ولا تهتم بالمجال الصناعي. فقد ربط الاقتصاديون حاليا بين حالة التخلف وبين التخصص في الإنتاج الأولي، لذلك قامت التنمية بتصحيح الوضع لتحقيق أهدافها، أي تصحيح الاختلالات الهيكلية أو القضاء عليها، وأعطت دفعة قوية مبتدئة بالصناعات التي توفر فيها مستلزمات الإنتاج من عمل ومنتجات أولية وزراعية ومعدينية لتلبية حاجات السوق.

فالتنمية الاقتصادية تهدف إلى توسيع نطاق الطاقة الإنتاجية زراعيا وصناعيا، وبذلك يزيد الناتج المحلي ويتنوع الإنتاج وتزيد فرص العمل، وتتخلص الدولة من التبعية للخارج.

1_2_2 2 تحقيق عدالة أكبر في توزيع الدخل :

تقوم التنمية الاقتصادية بإعادة توزيع الدخل لصالح الطبقات الفقيرة، وهذا ما لا يتحقق في ظل النمو الاقتصادي، فبالرغم من أن العديد من الدول تنجح في تحقيق معدلات عالية للنمو وما يترتب على ذلك من زيادة كبيرة في إجمالي الناتج المحلي، إلا أن معظم تلك الزيادة تستفيد منها الطبقة الغنية في الوقت الذي لا تحصل فيه العائلات الفقيرة إلا على زيادات متواضعة وتوضح الإحصائيات التالية توزيع الدخل المتاح للقطاع العائلي في مجموعة من الدول النامية والمتقدمة:³

1 WWW .ALUKAH. ,date de consultation :13-03-2016 جلال خشيب، النمو الاقتصادي_1

2-:dspace .univ-tlemcen .dz/bitstream/112/3550/1/kebdani-sid-ahmed.doc.pdf. ,date de consultation :06-03-2016

3 _ محمد عبد العزيز عجمية، التنمية الاقتصادية : دراسات نظرية وتطبيقية، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص 78، 79.

الجدول رقم (1) : توزيع الدخل المتاح للقطاع العائلي في مجموعة من الدول وفقا لمؤشرات التنمية في العالم سنة 2000.

أغنى بـ 20%	المجموعة الرابعة	المجموعة الثالثة	المجموعة الثانية	أفقر بـ 20%	البيان الدولة
55.0	18.7	12.0	8.7	5.5	بوركينافاسو
63.8	18.3	10.0	5.5	2.5	البرازيل
54.8	20.1	12.8	8.2	4.2	زامبيا
56.2	19.3	11.9	8.0	4.6	مالي
51.2	21.3	14.1	9.1	4.4	بيرو
39.3	22.9	17.4	12.9	7.5	كوريا الجنوبية
40.3	22.9	17.3	12.7	6.9	سويسرا
43.0	22.7	16.3	11.5	6.6	المملكة المتحدة
40.2	22.6	17.0	12.6	7.5	إسبانيا
46.4	22.4	15.6	10.5	5.2	الو.م.أ

المصدر: محمد عبد العزيز عجمية، التنمية الاقتصادية : دراسات نظرية وتطبيقية، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص80.

يتبين من خلال هذا الجدول سوء توزيع الدخل بين شرائح السكان المختلفة في كل من الدول النامية والدول المتقدمة، إلا أن الوضع في الدول النامية سيئ أكثر، فمعظم الدول المتقدمة تنعم بوجود طبقة عريضة من السكان دخولها معتدلة.

1_2_3 الاهتمام بنوعية السلع والخدمات المنتجة :

تتطلب التنمية الاقتصادية بنوعية السلع والخدمات المنتجة وتعطي أولويات أكبر للأساسيات وعلى الأخص التي تحتاج إليها الطبقات الفقيرة كالسلع الضرورية فضلا عن الخدمات الأساسية كالتعليم، الصحة وغيرها. كل هذا يتطلب تدخل السلطات الحكومية المركزية والمحلية، فإذا كانت السوق الحرة هي التي يتحدد فيها الإنتاج

والاستهلاك بفعل قوى العرض والطلب لحصلت سلع الأغنياء على النصيب الأكبر وقلّ الإقبال على إنتاج السلع والخدمات التي يحتاج إليها الفقراء.¹

1_3_ أهداف التنمية الاقتصادية:

تساهم التنمية الاقتصادية في تقليل حجم الفجوة المتواجدة بين الدول المتخلفة والدول النامية فهي ضرورية للدول النامية، كل دولة تسعى إلى رفع مستوى معيشة سكانها، إذ تختلف الأهداف من دولة إلى أخرى، هذا راجع إلى الظروف الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية وحتى السياسية، ولكن توجد أهداف أساسية يمكن حصرها في ما يلي :

1_3_1 زيادة الدخل الحقيقي:

تعتبر زيادة الدخل القومي الحقيقي من أهم الأهداف، فمعظم الدول النامية تعاني من الفقر وانخفاض مستوى معيشة سكانها ولا يمكن التخلص من هذا الفقر إلا بزيادة الدخل الحقيقي الذي يتغلب على جميع المشاكل، إلا أن هناك عدة عوامل تؤثر كمعدل زيادة السكان والإمكانيات المادية والتكنولوجية ولكنها مرتبطة بإمكانيات الدولة المادية والفنية، فكلما كان هناك توافر في رؤوس الأموال والكفاءات البشرية كلما أمكن من تحقيق نسبة أعلى في الدخل القومي .

1_3_2 رفع مستوى المعيشة :

تسعى الدول النامية إلى تحقيق مستوى أفضل لمعيشة الفرد، وذلك بتوفير الضروريات كالمأكل، الملابس والمسكن، ففي معظم دول العالم الثالث فئة معينة من السكان مسيطرة سيطرة كاملة على الموارد المالية مما يدل على أن الدخل غير موزع توزيعاً عادلاً بين فئات السكان، علماً أنه يوجد ارتباطاً وثيقاً بين حجم السكان والدخل، فكلما زاد عدد السكان زاد بالضرورة الدخل.²

1_4_ مستلزمات التنمية الاقتصادية:

تتطلب التنمية الاقتصادية عدة مستلزمات ضرورية لإنهاء مهامها، والمتمثلة في عوامل الإنتاج وهي رأس المال، الموارد البشرية والتكنولوجية، والموارد الطبيعية وعدة عوامل أخرى كالنظم السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية والأمناء الثقافية كالعادات والتقاليد والمفاهيم ونظم التعليم وستدرج فيما يلي :

1 _ محمد عبد العزيز عجمية، التنمية الاقتصادية : دراسات نظرية وتطبيقية، مرجع سابق، ص81.

2 _ وليد الجيوسي، أسس التنمية الاقتصادية، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص8،9.

1_4_1 تراكم رأس المال :

يتم تحقيق التراكم في رأس المال حسب ما أكد عليه العديد من الاقتصاديين من خلال عملية الاستثمار التي تشترط توفر حجم مناسب من المدخرات الحقيقية التي من خلالها يتم توفير الموارد لأغراض الاستثمار بدلا من توجيهها إلى مجالات أخرى كالاستهلاك مثل المصانع والآلات التي لا تعطي منافع مباشرة لكنها تقوم بإنتاج السلع الاستهلاكية والخدمات واستثمارات أخرى كتوفير البنى التحتية مثل خدمات النقل والاتصالات وتوليد الطاقة، إضافة إلى الإنفاق على البحوث والتطوير الذي يساهم في تحسين إنتاجية العمل، وكذا الاستثمار في الصحة والتعليم، الذي يوفر منافع مباشرة باعتبار أن رأس المال ثروة تهدف إلى زيادة الثروة .

إذ يشار إلى تراكم رأس المال على أنه الوسيلة الأساسية للتقدم في المعرفة والإنتاجية، فالدول النامية تؤكد على الحاجة إلى زيادة مستوى الاستثمار بالنسبة للإنتاج، وتعتبر تراكم رأس المال شرطا ضروريا للتقدم .

1_4_2 الموارد البشرية:

تعني الموارد البشرية القدرات والمواهب وكذا المهارات والمعرفة لدى الأفراد التي تعتبر كمستلزمات للعملية الإنتاجية، فقد تلعب الموارد البشرية دورا بارزا في عملية التنمية، فالإنسان هو غاية التنمية ووسيلتها، حيث أن الهدف النهائي للتنمية هو رفع مستوى معيشة الفرد والتكيف مع متطلبات المجتمع،¹ والفرد في حد ذاته يرسم وينفذ عملية التنمية، لهذا تقوم عملية تخطيط التنمية بتخطيط الموارد البشرية بهدف تحقيق وضمان استمرار التوازن بين عرض العمل والطلب عليه . فقد تنفرع هذه الموارد إلى مجموعتين هما :

أ _ مجموعة عرض العمل والتي تتضمن عدد العاملين ويطلق عليها بالعمل المادي.

ب _ مجموعة تعمل على تنظيم وتشغيل العمل كالمدرء والمنظمون التي تسمى بالقدرات الإدارية .

1_4_3 الموارد الطبيعية:

تعرف الموارد الطبيعية بعبارة الأرض الطبيعية، وهو كل ما يوجد في البيئة الطبيعية وما يمكن أن ينتفع به، فقد توفر هذه الموارد قاعدة للتنمية الصناعية بطريقتين:

أ _ تمكن البلد من توسيع النشاط الصناعي بإنتاج مواد خام كاستخراج المعادن وتصديرها، والتي توفر للبلد العملات الأجنبية لاستيراد السلع الضرورية للتنمية ؛

ب _ تمكن البلد أيضا بإنتاج مواد خام وإعادة تصنيفها وتمويلها إلى سلع نهائية .

1 _ مدحت القريشي، التنمية الاقتصادية (نظريات وسياسات وموضوعات)، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2007، ص132.

يمكن القول بأن الموارد الطبيعية مهمة للتنمية خصوصا في مرحلتها الأولية، إذا تم استغلالها بشكل مناسب، فكلما ازدادت الموارد الطبيعية في البلد وتم استغلالها بشكل جيد كلما كان ذلك حافزا للنمو والتطور، إلا أنها لا تعتبر قيدا على التنمية مثل ما هو موجود في اليابان وما حققته اقتصاديا .

1_4_4 التكنولوجيا:

قد تعني التكنولوجيا معرفة كيفية القيام بالإنتاج، وتمثل المعرفة التي تستند على التجارب وعلى النظرية العلمية التي تزيد من قدرة المجتمع على تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية، والتوصل إلى أساليب جديدة أفضل للمجتمع. تلعب دورا حاسما في نمو الإنتاج فقد تتضمن السلع الرأسمالية كالألات والمعدات، والبشرية كالمهارات في العمل والإدارة وعامة ما تشمل التكنولوجيا عدة عناصر منها:

- المعرفة التكنولوجية المتمثلة في الأشياء المادية ؛
- المهارات؛
- براءات الاختراع والعلامات التجارية؛
- المعرفة غير المسجلة.¹

2_ الأسس الثلاث للتنمية الاقتصادية:

يقتضي الحكم على متانة أي اقتصاد، وبالتالي السياسات التنموية المعتمدة في إطاره، ومراجعة الأسس التي يقوم عليها . فمن خلال الخطأ النظر إلى هذه الأسس من الزاوية الاقتصادية، وذلك بأن الاقتصاد ليس نظاما معزولا عن النظام السياسي والأمني أو النظام الاجتماعي والثقافي، فهشاشة البنية السياسية، الأمنية أو البنية الاجتماعية، الثقافية واختلالهما لا تسمح ببناء أسس اقتصادية سليمة، وإنما تؤدي إلى هدم هذه الأسس مع مرور الزمن حتى وإن كانت متينة .

فإلى جانب المتغيرات والعوامل الدولية هناك ثلاث أسس داخلية أو قومية لا يمكن بناء أي اقتصاد متين أو تحقيق أي سياسة تنموية بفاعلية إلا إذا كانت هذه الأسس سليمة، والمتمثلة فيما يلي:²

1_ جابر أحمد بسبوني، محمد محمود مهدي، التنمية الاقتصادية (مفاهيم _ نظريات _ تطبيقات)، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، مصر، 2012، ص56، 55.

2_ أشرف عبد القادر وآخرون، النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الدول العربية، سياسات التنمية وفرص العمل دراسات قطرية .المركز العربي للأبحاث ودراسات السياسات، ط1، قطر، 2013، ص415.

1_2 الأساس السياسي والتشريعي:

يشرف ويتم تنفيذها في محيط سياسي وتشريعي بمختلف تأثيراته، فالمناخ السياسي والأمني يتحكمان في مصيرها. ففي جانبه الإداري والتنظيمي، أو جانبه الاقتصادي والمالي دورا هاما في ضبط العلاقات والمعاملات ما بين مختلف المتعاملين. والواقع يبين أن الدول الأكثر فقرا وتخلفا هي الدول الأقل ديمقراطية وتنظيما واستقرارا، فلا يمكن تحقيق تنمية قوية ودائمة في غياب الديمقراطية والأمن، وغياب إطار تشريعي واضح ومستقر، فلا بد من إدراج الجانب التنظيمي والإداري للمشاريع التنموية، فأى إدارة للتنمية تُهيمن عليها الأساليب البيروقراطية لا يمكن أن تبلغ النجاح.

2_2 الأساس الاجتماعي والثقافي:

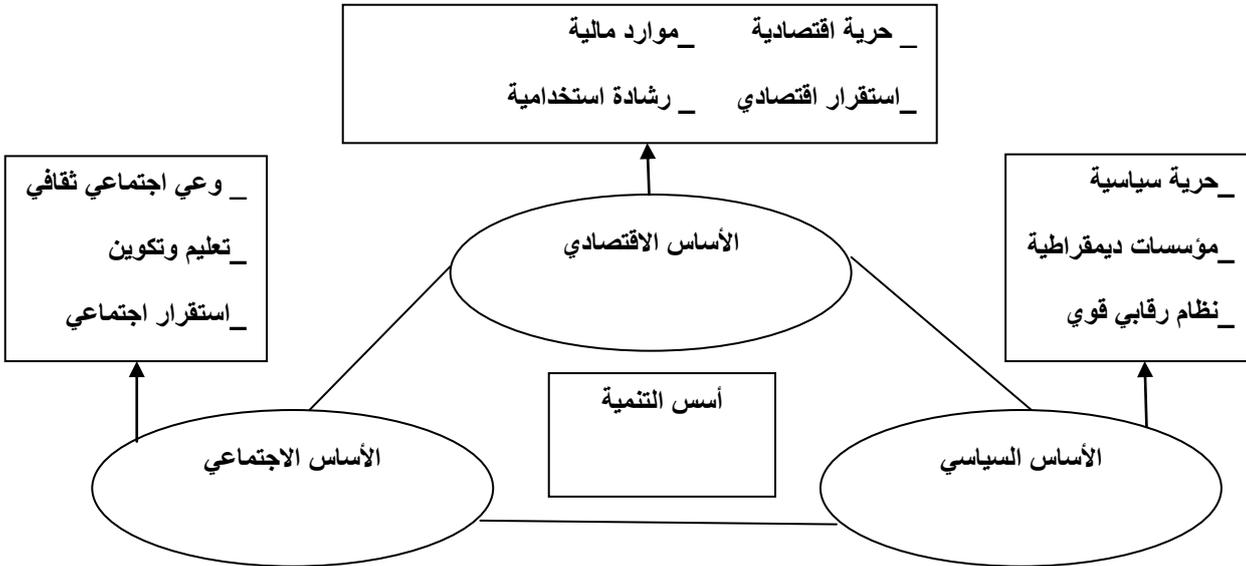
يشمل هذا الأساس كل من القيم والعادات، مستوى التعليم والتكوين، مستوى التنمية البشرية، مستوى العدالة الاجتماعية، مدى مراعاة السياسات المنتجة للحاجات الأساسية على وجه الأولوية، مشاركة أفراد المجتمع في اختيار السياسات، والمسؤولية الاجتماعية للمؤسسات، فكل هذا يسمح بالحديث عن اقتصاد اجتماعي .

2_3 الأساس الاقتصادي والمالي:

يتضمن هذا الأساس وجود مناخ اقتصادي ملائم، العقلانية في تخصيص النفقات العامة وفي تنفيذ البرامج التنموية، تدبير الموارد اللازمة بأقل تكلفة لتنفيذ السياسات، إضافة إلى المراقبة الصارمة على تنفيذ البرامج.¹ والشكل الموالي يوضح هذه الأسس :

1_ أشرف عبد القادر وآخرون، مرجع سابق، ص، 416، 417 .

الشكل رقم (2) : مثلث الأسس القومي للتنمية



المصدر: أشرف عبد القادر وآخرون، النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الدول العربية، سياسات التنمية وفرص العمل دراسات قطرية المركز العربي للأبحاث ودراسات السياسات، ط1، قطر، 2013، ص416.

3_ نظريات التنمية الاقتصادية وسياساتها:

للتنمية الاقتصادية أبعاد عديدة تتمثل في تنظيم وتوجيه الاقتصاد المحلي والنظام الاجتماعي، إضافة إلى هدفها المتمثل في زيادة الدخل والنواتج، كما تشمل التغيرات في الهياكل المؤسسية الاجتماعية والإدارية وكذا تحسين اتجاهات الأفراد من عادات وتقاليده¹.

لقد تم النظر في مجال التنمية في الفترة ما بين 1950_1960 حين كانت تعتبر سلسلة من مراحل النمو الاقتصادي المتتابعة التي يتوجب على الدول المرور بها . وكذلك كانت النظرية الاقتصادية في التنمية ترى أن الأصل هو الكمية والمزيج من الادخار، الاستثمار والمساعدات الأجنبية التي تمثل ضرورة لدول العالم الثالث حتى يتمكنوا من السير نحو الطريق الطويل للنمو الاقتصادي الذي اتبعته الدول المتقدمة، إذ أصبحت التنمية مرادفا للنمو الاقتصادي الكلي السريع وفقا للأحداث التاريخية .

ففي سنة 1970 تطور مدخل المراحل الخطية عن طريق مدرستين متنافستين وهما المدرسة التي ركزت على نماذج التغيير الهيكلي مستخدمة النظرية الاقتصادية الحديثة والتحليل الإحصائي للوصول إلى وصف العملية

1_ ميشيل تودارو، مرجع سابق، ص 122.

الداخلية للتغيير الهيكلية التي تمثل نموذج التنمية الذي يتوجب على الدولة إتباعه لتنجح في إحداث عملية النمو الاقتصادي السريع والمستدام، أما الثانية فهي مدرسة الثورة على التبعية الدولية التي كانت تمثل المزيد من إذ رأت أن التخلف يكون في شكل ضعف القوى المحلية والدولية والمؤسسية والهياكل الاقتصادية الذي كانت نتيجته تكاثر الثنائية الاقتصادية والاجتماعية داخل وخارج الدولة .

أما في الثمانينيات من القرن الماضي ظهرت الثورة المضادة للنيوكلاسيك في الفكر الاقتصادي والمسماة بالليبرالية الجديدة التي أكدت على فائدة حرية الأسواق، الاقتصاد المفتوح، والقضاء على المشاريع العامة غير الفعالة والمبذرة، وبالتالي بعد الفشل في التطوير وفقاً لهذه النظرية ليس سببه وجود القوى الداخلية والخارجية المستغلة بل نتيجة تدخل الحكومة المفرط في تنظيمها للاقتصاد.

وفي النهاية في أواخر الثمانينيات وبداية التسعينيات بدأ القليل من الاقتصاديين النيوكلاسيك والمؤسسات الاقتصادية تطوير النظرية الجديدة في النمو، التي حاولت توسعة نظرية النمو التقليدية كطريق يساعد على شرح التساؤل حول نماء بعض الدول بسرعة وتباطؤ باقي الدول.¹

ولابد من العروج على عدد من نظريات التنمية الاقتصادية لكي نعرف خلفية ما تم التفكير به على مر الزمن من أفكار ونظريات توظف عمل الباحث لموضوع التنمية الاقتصادية، وقد تم اختيار عدد منها وكما يأتي:

3_1_1 نظريات النمو (قبل الحرب العالمية الثانية) :

3_1_1_1 نظرية "آدم سميت":

وهو من طليعة المفكرين الاقتصاديين الكلاسيكيين وكان كتابه (ثروة الأمم 1776) معنياً بمشكلة التنمية الاقتصادية وإن هو لم يقدم النظرية بشكلها المتكامل إلا أن اللاحقين قد شكلوا النظرية الموروثة عنه والتي تحمل سمات مهمة منها:

أ_ القانون الطبيعي: اعتقد "آدم سميت" بإمكانية تطبيق القانون الطبيعي في الأمور الاقتصادية ومن ثم فإنه يُعد كل فرد مسؤولاً عن سلوكه أي إنه أفضل من يرمى مصالحه وأن هناك يداً خفية تقود كل فرد وترشد آلية السوق وإن كل فرد سيبحث عن تعظيم ثروته وكان "آدم سميت" ضد تدخل الحكومات في الصناعة والتجارة؛

ب_ تقسيم العمل : وهو نقطة البداية في نظرية النمو الاقتصادي حيث تؤدي إلى أعظم النتائج في القوى المنتجة للعمل؛

1_ ميشيل تودارو، مرجع سابق، ص 123.

ت_ تراكم رأس المال : يُعد ضرورياً للتنمية الاقتصادية ويجب أن يسبق تقسيم العمل فالمشكلة هي مقدرة الأفراد على الادخار أكثر ومن ثم الاستثمار أكثر في الاقتصاد الوطني؛

ث_ تنفيذ الاستثمارات : يرجع إلى توقع الرأسماليين تحقيق الأرباح وأن التوقعات المستقبلية فيما يتعلق بالأرباح تعتمد على مناخ الاستثمار أكثر في الاقتصاد الوطني؛

ج_ عناصر النمو : تتمثل في كل من المنتجين المزارعين ورجال الأعمال ويساعد على ذلك أن حرية التجارة والعمل والمنافسة تقود هؤلاء إلى توسيع أعمالهم وهو مما يؤدي إلى زيادة التنمية؛

ح_ نمو الاقتصاد : يفترض "آدم سميت" أن الاقتصاد ينمو مثل الشجرة، فعملية التنمية تتقدم بشكل ثابت ومستمر فعلى الرغم من أن كل مجموعة من الأفراد تعمل معاً في مجال إنتاجي معين إلا أنهم يشكلون معاً الشجرة ككل.¹

3_1_2 نظرية جون ستيوارت ميل:

ينظر ستيوارت ميل إلى التنمية الاقتصادية كوظيفة للأرض والعمل ورأس المال، حيث يمثل العمل والأرض عنصرين رئيسيين للإنتاج في حين يعد رأس المال تراكمات سابقة لنتائج عمل سابق، ويتوقف معدل التراكم الرأسمالي على مدى توظيف قوة العمل بشكل منتج فالأرباح التي تكتسب من خلال توظيف العمالة غير المنتجة مجرد تحويل للدخل، ومن سماتها هي:²

أ_ التحكم في السكان يعد أمراً ضرورياً للتنمية الاقتصادية؛

ب_ إن الأرباح تعتمد على تكلفة عنصر العمل ومن ثم فإن الأرباح تمثل النسبة ما بين الأرباح والأجور فكلما ارتفعت الأرباح قلت الأجور؛

ت_ إن الميل غير المحدود في الاقتصاد يتمثل في أن معدل الأرباح يتراجع نتيجة لقانون تناقص قلة الحجم في الزراعة وزيادة عدد السكان على وفق معدل "مالتوس" وفي حالة غياب التحسن التكنولوجي في الزراعة وزيادة معدل نمو السكان بشكل يفوق التراكم الرأسمالي، حيث يصبح معدل الربح عند حده الأدنى وتحدث حالة من الركود؛

ث_ ميل من أنصار سياسة الحرية الاقتصادية لذلك فقد حدد دور الدولة في النشاط الاقتصادي عند حده الأدنى وفي حالات الضرورة فقط مثل إعادة توزيع ملكية وسائل الإنتاج.

1- www.kau.edu.sa/Files/0002132/Subjects/EDP1.doc , date de consultation :06-03-2016

2- http://bohothe.blogspot.com/2008/11/blog-post_28.html,date de consultation :14-03-2016

3_1_3 النظرية الكلاسيكية:

العناصر التي تميز بها هذه النظرية تتمثل فيما يلي:

أ- سياسة الحرية الاقتصادية حيث يؤمن الاقتصاديون الكلاسيكيون بضرورة الحرية الفردية وأهمية أن تكون الأسواق حرة من سيادة المنافسة الكاملة والبعد عن أي تدخل حكومي؛

ب- التكوين الرأسمالي هو مفتاح التقدم الاقتصادي؛

ت- تحقيق قدر كافي من المدخرات؛

ث- ميل الأرباح للتراجع نظراً لتزايد حدة المنافسة ويفسر سميت ذلك بزيادة الأجور التي تحدث بسبب حدة المنافسة بين الرأسماليين؛

ج- يعتقد أن حالة الاستقرار هي حتمية كنهاية لعملية التراكم الرأسمالي لأن تراجع الأرباح قد يصل إلى الصفر ويتوقف تراكم رأس المال، ويصل مستوى الأجور حتى الكفاف ويفسر سميت ذلك بندرة الموارد الطبيعية التي تقود الاقتصاد إلى حالة السكون¹.

أ_ نظرية "شومبيتر":

تأثر "شومبيتر" بالمدرسة النيوكلاسيكية في اعتباره أن النظام الرأسمالي هو الإطار العام للنمو الاقتصادي، وتأثر أيضاً بأفكار "مالثس" فيما يخص تناقضات النظام الرأسمالي، فهو يمقت الشيوعية ومع ذلك لا يدعو لإلغاء الرأسمالية ولا ينحاز إليها، بل تنبأ بانحيار النظام الرأسمالي ليحل محله النظام الاشتراكي وليس الشيوعي. وقد ظهرت أفكار "شومبيتر" في كتابه نظرية التنمية الاقتصادية عام 1911، وطورها في كتابه عن الدورات عام 1939.

تفترض هذه النظرية اقتصاداً تسوده المنافسة الكاملة وفي حالة توازن، وفي هذه الحالة لا توجد أرباح، ولا أسعار فائدة ولا مدخرات ولا استثمارات، كما لا توجد بطالة اختيارية.

ويصف "شومبيتر" هذه الحالة بـ: التدفق النقدي، وما يميز هذه النظرية هو الابتكارات التي هي على حسب رأيه تحسين إنتاج أو منتج أو طريقة جديدة للإنتاج، وإقامة منظمة جديدة لأي صناعة، أما دور المبتكر للمنظم ليس لشخصية الرأسمالي، فالمنظم ليس شخصاً ذا قدرات إدارية عالية، ولكنه قادر على تقديم شيء جديد، فهولا يوفر أرصدة نقدية ولكنه يحوّل مجال استخدامها.

أما الأرباح، فإنه في ظل التوازن التنافسي تكون أسعار المنتجات مساوية تماما لتكاليف الإنتاج ومن ثم لا توجد أرباح.

ب _ النظرية الكينزية :

يعتبر "جون مينار كينز" مؤسس المدرسة الكينزية، انطلق "كينز" في بناء نظريته في ظروف تختلف لتلك الظروف التي بنيت فيها النظريات السابقة، وأهم حدث هو أزمة الكساد الكبير (الأزمة الاقتصادية العالمية) التي أصابت العالم سنة 1929، والتي من مظاهرها:

_حدوث كساد في السلع والخدمات التي كان فيها العرض أكثر من الطلب؛

_ توقف العملية الإنتاجية، وبالتالي توقف النمو الاقتصادي؛

_ارتفاع مستويات البطالة؛

_ انخفاض مستويات الأسعار.

ب_1 فرضيات "كينز":

من الفرضيات التي اقترحها "كينز" ما يلي :

- يمكن أن يتوازن الاقتصاد عند حالة عدم التشغيل الكامل، ويستمر ذلك لفترة طويلة؛

- لا يمكن للاقتصاد أن يتوازن تلقائيا، وإن حدث فسيكون ذلك على المدى البعيد، وتكلفة اجتماعية باهظة؛

- وجوب تدخل الدولة لإعادة التوازن الاقتصادي أوللحفاظ عليه؛¹

- الطلب هو الذي يجد العرض المناسب له وليس العكس.

وقد اهتمت نظرية "كينز" باقتصاديات التنمية في الدول المتقدمة أكثر مما هي موجهة للدول النامية،

حيث يرى "كينز" أن الدخل الكلي يعد دالة في مستوى التشغيل في أي دولة، فكلما زاد حجم التشغيل زاد حجم

الدخل الكلي، والأدوات الكينزية هي:

1_ أو شن سمية، "نظريات التنمية الاقتصادية". مطبوعة مقدمة لطلبة السنة الثانية- المجموعة الثانية في مقياس: التنمية المستدامة، كلية

العلوم السياسية، جامعة قسنطينة3، الجزائر، 2014، ص4، 5.

* الطلب الفعال: البطالة تحدث بسبب نقص الطلب الفعلي وللتخلص منها يرى "كينز" حدوث زيادة في الإنفاق سواء على الاستهلاك أو الاستثمار.

* الكفاية الحدية لرأس المال: تمثل أحد المحددات الرئيسية لمعدل الاستثمار، وتوجد علاقة عكسية بين الاستثمار والكفاية الحدية لرأس المال.

* سعر الفائدة هو العنصر الثاني المحدد للاستثمار، ويتحدد دوره بتفضيل السيولة وعرض النقد.

* المضاعف الكنزي يقوم على فرضيات: وجود بطالة لا إرادية، اقتصاد صناعي، وجود فائض في الطاقة الإنتاجية للسلع الاستهلاكية، درجة مرونة عرض مناسبة وتوفير سلع رأس المال اللازمة لزيادة الإنتاج.

3_2_2_ نظريات التنمية الاقتصادية بعد الحرب العالمية الثانية :

3_2_1_1 نظرية مراحل النمو (روست و W.W. Rostow):

قسم "روستو" عملية التنمية إلى عدة مراحل تبتدئ بالمجتمع التقليدي الذي يحده إطار محدود من الإنتاج ويرتكز على علم وتكنولوجية بدائية، ثم مرحلة ما قبل الانطلاق وهي مرحلة النمو المستمر وإحداث ثورة تكنولوجية في الزراعة لمواجهة الزيادة السكانية وتوسيع نطاق الواردات وتطوير بعض القطاعات الرائدة، ثم الإطار الثقافي بمعنى وجود قوة دفع سياسية واجتماعية ومؤسسية قادرة على استغلال قوى التوسع في القطاعات الحديثة، ثم مرحلة الاتجاه نحو النضج والتي يستطيع فيها المجتمع أن يطبق نطاق واسع من التكنولوجيا الحديثة، ثم مرحلة أخيرة وهي مرحلة الاستهلاك الكبير باتجاه تركيز السكان في المدن وضواحيها وانتشار المركبات واستخدام السلع المعمرة على نطاق واسع.

إن ما طرحه "روستو" هو أقرب للسرد التاريخي من كونه نظرية تنموية لكنها بالتأكيد مفيدة لمن يريد أن يتطلع إلى مراحل بناء التنمية تاريخياً.

ويمكن عرض مراحل النمو لـ "روستو" كما يلي:

أ_ مراحل النمو لـ "روستو":

إن ما جاء به المؤرخ الاقتصادي الأمريكي " والت وايتمان روستو" كان له تأثير كبير وصريح لمراحل النمو في التنمية خاصة بعد الحرب الباردة التي امتدت من العام 1950 وحتى العام 1960 وقد بين "روستو" أن الانتقال من التخلف إلى التنمية يمكن أن يوصف في شكل سلسلة من المراحل أو الخطوات التي يجب أن تمر من خلالها كل الدول، فقد جاء بكتابه مراحل النمو الاقتصادي بأنه يمكن التعرف على كل المجتمعات بأبعادها الاقتصادية والتي استمدت فكرتها الأصلية من العلوم البيولوجية القائلة بأن كل كائن حي لا بد وأن يمر بمراحل للنمو بدءاً من كونه بذرة وانتهاء إلى مرحلة الشيخوخة ثم الموت، فقسمها إلى خمسة مراحل وهي:¹

المرحلة الأولى: مرحلة المجتمع التقليدي.

وهي المرحلة التي كانت فيها المجتمعات لا تعرف القوانين والفنون الإنتاجية الجديدة، وبالتالي لم تتمكن من تحقيق زيادات في حجم إنتاجها إلا عن طريق الصدفة، لأنها لم تقدر على استخدام واستغلال ما أتيح من إمكانيات وموارد . وهي مرحلة المجتمعات التي تتسم بالجمود في علاقاتها الاجتماعية، وتعيش على الزراعة البدائية وتنقسم مجتمعاتها إلى طبقتين (ملاك الأراضي، ورفيقتها) ويتحكم فيها اقتصاد القرية.

المرحلة الثانية: مرحلة الاستعداد للانطلاق.

وفيها يتطور المجتمع نفسه (بالاعتماد على موارده أو موارد غيره) بتهيئة الظروف الاقتصادية والاجتماعية المناسبة لتقبل أساليب العلم الحديثة، يرفع معدلات الاستثمار الفردية، بتوجيه النشاط الزراعي لإنتاج المزيد من الغذاء وتحقيق المزيد من الفائض لتوجيهه إلى بقية القطاعات الأخرى وإلى الضرائب، وتكوين رأس مال اجتماعي ثابت (جسور وطرق ومشروعات ري ونقل ومواصلات ...إلخ)، وبتوسيع قاعدة التعليم، وباكتشاف وتشجيع طبقة المنظمين (ذوي الميل المرتفع للدخار القادرين على تحمل المخاطرة وإدارة المشروعات، وبضرورة قيام الدولة بدورها غير المباشر في النشاط الاقتصادي.

ونظراً لكثرة متطلبات هذه المرحلة وتنوعها ولما ستحتويه من صراع طبيعي بين القديم والجديد، فقد قدرها "روستو" أن تستمر 100 سنة.

1 _ <http://zianeprof.blogspot.com/2012/12/1.html> date de consultation : 14-03-2016.

المرحلة الثالثة: مرحلة الانطلاق.

وهي التي يراها "روستو" المرحلة الفاصلة، حيث فيها يتوقع حدوث دفعة قوية (ثورة سياسية أو تكنولوجية أو إدارية أو علمية،... إلخ) تؤدي إلى التخلص الكامل من كل عوامل الجمود والفشل، وإرساء قواعد لنظم (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية) جديدة تحفز النشاط الاقتصادي بكل متغيراته (من ادخار، واستثمار، دخل قومي، أسواق داخلية وخارجية،... إلخ) وبكل قطاعاته (خاصة الصناعي منها)، وإلى رفع نسبة الاستثمار إلى الدخل الوطني (بنسبة تتراوح ما بين 5% و10% على الأقل، كما حددها "روستو")، وإلى رفع نسبة الزيادة في الدخل بما يفوق معدل الزيادة السكانية فيتحقق بذلك معدل بأسلوب اقتصادي، وإلى تحديد القطاع والقطاعات التي يمتد خير توسيعها إلى بقية القطاعات الأخرى، وحدد روستو لهذه المرحلة عشرون عاما.

المرحلة الرابعة: التوجه نحو النضوج.

وفيها يكون المجتمع قد نجح في تنفيذ كلي للمرحلة الثالثة بكل شروطها وبالتالي يكون قد تمكن من استخدام معظم موارده بأساليب إنتاج متطورة، وبالتالي يمكنه أن يبدأ في التوجه نحو النضوج بإظهار قطاعات قائمة جديدة تعوض الاهتلاك الذي حدث في القطاعات السابقة والتي أصبحت غير قادرة على الاستمرار في العطاء بنفس القدر الذي كانت عليه. وفيها أيضا يبدأ حجم الاستيراد في الانكماش، ويبدأ حجم الصادرات (خاصة الصناعة) في الزيادة، مما يتحقق معه بعض الفائض الأجنبي الذي يمكن المجتمع من استيراد بعض السلع الكمالية (الرفاهية) كما يحدث فيها تغيير في أساليب وأنماط إدارة مؤسسات الإنتاج، وتطوير مستويات الأجور والمهارات الفنية، وانتقال إدارة النشاط الاقتصادي إلى أيدي الشباب الجديدة. وقد حدد "روستو" مدة هذه المرحلة بحوالي 60 سنة.

المرحلة الخامسة: مرحلة الاستهلاك الشعبي العالي.

ينتقل فيها المجتمع من إنتاج السلع الاستهلاكية العادية إلى الاستهلاكية المعمرة (مثل العمارات والسيارات والغسالات الكهربائية والآلات الإلكترونية... إلخ)، وكذلك إلى إنتاج حجم ونوعيات كثيرة من الخدمات (طبية، وتعليمية وثقافية، وترفيهية... إلخ) . وبذلك يتحقق مجتمع الرفاهة، والذي فيه تتحقق قوة سياسية واقتصادية وربما أيضا عسكرية دفاعية أو هجومية كبيرة وواسعة للدولة.

ويتحقق أيضا أقصى استخدام اقتصادي لمواردها وعوامل إنتاجها، ويتحقق فيه للمواطنين مستوى معيشي جيد. ويختلف المدى الزمني لهذه المرحلة باختلاف ظروف كل مجتمع، وعموما فإن هذا المدى قد يستغرق ما بين

30 إلى 100 سنة، وفقا لمعدلات الزيادة السكانية وحجم الإنتاج الاستهلاكي من السلع والخدمات الراقية والمعقدة.

2_2_3 نظرية "لبنشتين":

يؤكد "لبنشتين" أن الدول النامية تعاني من حلقة مفرغة للفقر بحيث تجعلها تعيش عند مستوى دخل منخفض، أما عناصر النمو عنده فهي تعتمد على فكرة الحد الأدنى من الجهد الحساس على وجود عدة عناصر مساعدة على تفوق عوامل رفع الدخل عن العوامل المعوقة، وأما الحوافز فإنها على نوعين، صفرية وهي التي لا ترفع من الدخل القومي وينصب أثرها على الجانب التوزيعي، وحوافز إيجابية وهي التي تؤدي إلى زيادة الدخل القومي والأخيرة هي التي تقود إلى التنمية.

3_2_3 نظرية نيلسون:

يمكن وضع الاقتصاديات المتخلفة، على وفق هذه النظرية، كحالة من التوازن الساكن عند مستوى الدخل عند حد الكفاف في مستوى متوازن للدخل الفردي يكوّن معدل الادخار وبالتالي معدل الاستثمار الصافي عند مستوى منخفض، ويؤكد نيلسون أن هناك أربعة شروط تفضي إلى هذا الفخ هي:

أ_ انخفاض العلاقة بين الزيادة في الاستثمار والزيادة في الدخل؛

ب_ ندرة الأراضي للقابلة للزراعة؛

ت_ عدم كفاية طرق الإنتاج؛

ث_ الارتباط القوي بين مستوى الدخل الفردي ومعدل نمو السكان.

4_2_3 نظرية الدفعة القوية:

تتمثل نظرية الدفعة القوية بوجود دفعة قوية أو برنامج كبير من الاستثمار بغرض التغلب على عقبات التنمية ووضع الاقتصاد على مسار النمو الذاتي، وصاحب فكرة النظرية (**Rosen Rodan** _ روزنشتين رودان) يفرق بين ثلاثة أنواع من عدم قابلية التجزئة الأولى عدم قابلية دالة الإنتاج على التجزئة، والثاني دالة الطلب وأخيراً عرض الادخار، ويرى "رودان" أن نظريته تبحث في الواقع عن المسار باتجاه التوازن أكثر من الشروط اللازمة عند نقطة التوازن.

يؤكد "رودان" أن التنمية الاقتصادية تعيقها بعض القيود كضيق حجم السوق، إذ يعتقد أن التقدم في عملية التنمية لن يحدث توسعا في السوق ولا تكسر الحلقة المفرغة للفقر ما لم يتوفر الجهد الإنمائي إلى حد أدنى

ليستطيع الاقتصاد الانطلاق من مرحلة النمو الذاتي أي حد أدنى من الاستثمار والتي يسميها بالدفعة القوية، والمقدرة بـ (13,2 %) من الدخل القومي خلال السنوات الخمس الأولى من التنمية ثم ترتفع تدريجياً¹. تعتمد هذه النظرية على ضرورة التصنيع في اقتصاد البلدان النامية والتمكين من تقليص البطالة باعتبار الزراعة ريفية وغير متطورة وذلك بتوجيه استثمارات ضخمة في بناء مرافق رأس المال الاجتماعي من طرق ومواصلات ووسائل نقل وقوى محرّكة، وتدريب اليد العاملة، ومن جهة أخرى يعتقد "رودان" أن الاستثمارات الضخمة يجب أن توجه إلى مجموعة من الصناعات التي تكون مشاريعها متكاملة لتحقيق التشابك الأفقي والعمودي، مما يؤدي إلى التخفيض في تكاليف الإنتاج كالصناعات الاستهلاكية الخفيفة التي تدعم بعضها البعض وتخلق مكاسب اقتصادية مع الأخذ بعين الاعتبار الاستثمار في البنى التحتية التي تعتبر أساس جذب الاستثمارات الأجنبية المباشرة ووصول السلع الإنتاجية المستوردة إلى كافة أنحاء البلد.

3_2_5 نظرية النمو المتوازن:

يتطلب التوازن بين مختلف صناعات سلع الاستهلاك، وبين صناعات السلع الرأسمالية والاستهلاكية، كذلك تتضمن التوازن بين الصناعة والزراعة، وقدمت هذه النظرية أسلوباً جديداً للتنمية طبقتها روسيا وساعدتها على الإسراع بمعدل النمو في فترة قصيرة ومن روادها "روزنشتين" و"رانجر" و"أرثر لويس".

3_2_6 نظرية النمو غير المتوازن:

تأخذ هذه النظرية اتجاهاً مغايراً لفكرة النمو المتوازن، حيث إن الاستثمارات هنا تخصص لقطاعات معينة بدلاً من توزيعها بالتزامن على جميع قطاعات الاقتصاد الوطني. ومن روادها (هيرشمان) الذي يعتقد أن إقامة مشروعات جديدة يعتمد على ما حققته مشاريع أخرى من وفورات خارجية إلا أنها تخلق بدورها وفورات خارجية جديدة يمكن أن تستفيد منها وتقوم عليها مشروعات أخرى تالية.

إن عرض أغلب النظريات لا يعني بالضرورة أنها تفيد اقتصاديات الدول النامية ومنها البلدان العربية، ولكن ذلك يتطلب عرض الأفكار التي عاجلت التنمية الاقتصادية وبإمكان المختصين اختيار ما هو أنسب للتطبيق من خلال الواقع الاقتصادي والاجتماعي.

1_ مدحت القريشي، التنمية الاقتصادية، نظريات وسياسات وموضوعات. مرجع سابق، ص 88.

7_2_3 نظرية النمو لـ "هارود و دومار" :

يعد هذا النموذج من أسهل النماذج شيوعاً، تطور في الأربعينيات ليرتبط بإسمي الاقتصاديين البريطاني "روي هارولد" والأمريكي "إيفري دومار"، يركز النموذج على الاستثمار كضرورة حتمية في الاقتصاد، وعلى أهمية الادخار في زيادة الاستثمار كمتطلبات لرأس المال والنمو، إذ يفترض وجود علاقة تربط بين الحجم الكلي لرصيد رأس المال K بإجمالي الناتج القومي Y ، حيث يقوم هذا النموذج على الفروض التالية :

* الادخار (S) يكون نسبة s من الدخل القومي (Y) وبالتالي تكون المعادلة على الشكل التالي:

$$(1) \dots\dots\dots S = Y s$$

* الاستثمار (I) يعرف بأنه التغير في رصيد رأس المال K ، وهو التغير في رصيد رأس المال ΔK على النحو التالي :

$$(2) \dots\dots\dots I = \Delta K$$

لأن الرصيد الكلي لرأس المال K له علاقة مباشرة بالدخل القومي الإجمالي أو الناتج Y وفقاً لمعامل رأس المال/ الناتج فإن k تكون :

$$\Delta K \div \Delta Y = k \quad \text{أو} \quad K \div Y = k$$

$$(3) \dots\dots \Delta K = K * \Delta Y$$

في الأخير الادخار الإجمالي S يجب أن يساوي الاستثمار القومي I أي :

$$(4) \dots\dots\dots I = S$$

ولكن من خلال المعادلة (1) يمكن معرفة أن ($S = Y s$) ومن المعادلة (2) والمعادلة (3) نستنتج :

$$I = \Delta K = K \times \Delta Y$$

وبالتالي يمكن كتابة :

$$(5) \dots\dots S = s Y = K \times \Delta Y = \Delta K = I$$

أو:

$$(6) \dots\dots\dots s Y = K \times \Delta Y$$

وبقسمة جانبي المعادلة على Y ثم على k يمكن الحصول على:

$$(7) \dots\dots\dots \Delta Y \div Y = S \div Y$$

يلاحظ من الجانب الأيسر من المعادلة (7) $\Delta Y \div Y$ تشير إلى معدل التغيير في الناتج القومي الإجمالي، حيث تفسر هذه المعادلة بأن معدل النمو ($\Delta Y \div Y$) يكون محددًا بالارتباط بين معدل الادخار القومي S ، معامل رأس المال / الناتج، k .

هنا يمكن القول أنه في غياب الحكومة يكون لمعدل نمو الدخل القومي علاقة مباشرة أو موجبة مع معدل الادخار أي كلما ارتفعت قدرة الاقتصاد على الادخار والاستثمار كنسبة من الناتج القومي الإجمالي ارتفع وبالتالي الزيادة في معدل النمو. وله علاقة سلبية مع معامل رأس المال / الناتج (فالارتفاع في k يؤدي إلى الانخفاض في معدل النمو للناتج القومي الإجمالي).

من خلال المعادلة (7) يمكن الاستنتاج أنه لحدوث النمو ينبغي ادخار واستثمار نسبة معينة من الناتج القومي الإجمالي.¹

انطلاقاً من المعادلة السابقة نستخلص ما يلي:

- سبب تأخر وتخلف الدول المتخلفة يرجع إما لضعف معدلات الادخار والاستثمار القومي، أو لارتفاع معامل رأس المال وذلك بسبب ضعف التكنولوجيا، أو بسبب الارتفاع في معدل نمو السكان، وكل هذه الظروف تتواجد في الدول المتخلفة. عكس ما هو موجود في الدول المتقدمة التي تتوفر فيها كل الظروف كارتفاع الدخل وتوفير البيئة الاستثمارية المناسبة، والزيادة في معدلات الادخار والاستثمار، إضافة إلى انخفاض معامل رأس المال نتيجة التقدم التكنولوجي، وانخفاض معدل نمو السكان نتيجة سياسة تنظيم النسل. لهذا يتوجب على الدول المتخلفة تعبئة الفجوة الادخارية من خلال التمويل الأجنبي، أي القروض الأجنبية أو الاستثمارات الأجنبية. لكن زيادة المديونية أثرت عليها، وبالتالي هذا النموذج لا يصلح للتطبيق لهذه الدول.

3_3 نماذج التغيير الهيكلي:

ظهرت هذه النظرية في الخمسينيات، تعتبر من أشهر نظريات التنمية إذ ركزت على الآلية التي تحول بها الاقتصاديات المتخلفة هيكلها الاقتصادية الحالية والمتمثلة في التركيز على الزراعة التقليدية والقطاعات الأولية التي تعيش على المزيد من التحضر والتنوع الصناعي والاقتصاد الخدمي من خلال التوسع في القطاع الصناعي والخدمي. إذ تخصص الموارد للنظرية النيوكلاسيكية والاقتصاد القياسي الحديث لتفسر حدوث العملية التحولية .

1_ ميشيل تودارو، مرجع سابق، ص 126، 128.

هناك مثالين شهيرين لنماذج التغيير الهيكلي هما:¹

3_3_1 نظرية التنمية لآرثر لويس :

ففي ظل هذا النموذج الذي ركز على قطاعي الزراعة التقليدي الذي يتميز بالإنتاجية الحدية الصفرية لعنصر العمل، هذا ما سمح للويس بتصنيف ذلك كفاءض للعمالة أي إمكانية سحب هذا الفائض من القطاع الزراعي دون خسائر في الناتج مع تحقيق إنتاجية عالية . والقطاع الصناعي الحضري الحديث الذي تتحول العمالة فيه من القطاع التقليدي تدريجياً .

أما عن السرعة التي يتم بها هذا التحول فإنها تتحدد بمعدل النمو في الاستثمار الصناعي وتراكم رأس المال في القطاع الصناعي، فالاستثمار يسمح بزيادة أرباح القطاع اعتماداً على إعادة المستثمرين استثمار أرباحهم يُحدث التوسع في هذا القطاع إضافة إلى زيادة تحول وهجرة العمالة من القطاع التقليدي إلى القطاع الحديث.

3_3_2 نظرية "هوليس تشينري":

يعتبر هذا النموذج من أفضل نماذج التغيير الهيكلي المعروفة، درس نماذج التنمية في عدد من دول العالم الثالث، كانت دراسته التجريبية تقود إلى التعرف على العديد من الصفات لعملية التنمية، والتي تشمل على الانتقال من الإنتاج الزراعي إلى الإنتاج الصناعي، والتراكم الثابت لرأس المال المادي والبشري، التغيير في طلب المستهلك من التركيز على السلع الغذائية والسلع الأساسية الضرورية إلى الرغبة في تنوع السلع الصناعية والخدمية، ونمو التحضر الصناعي عن طريق الهجرة السكان من المزارع والمدن الصغيرة، والانخفاض في حجم الأسرة والنمو السكاني مع زيادة الاهتمام بالتنوع أكثر من الكم لأرباب الأسر.²

3_4_3 نظرية ثورة التبعية الدولية:

حظيت هذه النظرية التأييد الكبير من طرف مفكري العالم الثالث، وذلك نتيجة لتزايد التفتح حول كل من نماذج مراحل النمو والتغيير الهيكلي. ترى دول العالم الثالث أنها محاصرة بالعراقيل المؤسسية والسياسية والاقتصادية

1_ ميشيل تودارو، مرجع سابق، ص 126، 128.

2_ <http://qu.edu.iq/ade/wp-content/uploads/2016/02/%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D9%8A%D8%A9.pdf.P45>.- date de consultation 13-03-2017 .

محليا أو دوليا بالإضافة إلى الوقوع في التبعية والسيطرة من قبل الدول المتقدمة، إذ يوجد في هذا المدخل ثلاث تيارات فكرية تتمثل في ما يلي :

3_4_1 نموذج التبعية الاستعمارية الجديدة :

يعتبر هذا النموذج امتدادا للفكر الماركسي، والذي يرجع وجود العالم المتخلف واستمرار تخلفه إلى التطور غير العادل في النظام الدولي، إذ أصبح هذا الأخير يخدم مصالح الدول الرأسمالية القوية فقط، والتي تشكل مركز هذا النظام، ولا يخدم الدول الفقيرة التي تشكل محيط النظام. وهذا ما يجعل قرارات السلطة دائما لدى الدول الغنية مما يبقى التبعية لهم.

هذه التبعية من شأنها أن تعرقل أية محاولة للتنمية والتقدم، بل تجعلها عملية صعبة الحصول عليها. فمن مصلحة الدول المتقدمة بقاء الدول الفقيرة في التخلف. لهذا شكلت نظاما دوليا يخدم مصالحها فقط. إضافة إلى ذلك وجود بعض الأطراف المحلية التي تتوافق مصالحها مع مصالح الدول الغنية من أجل الاستفادة أكثر، وفي الغالب يكون هؤلاء الأفراد لهم نفوذ سياسي داخل بلدانهم المتمثلون في الحكام العسكريين، التجار، الموظفين المسؤولين في الحكومة وغيرهم، وبالتالي فإن هذه الفئة تمارس أنشطة من شأنها عرقلة التنمية من خلال: احتكار السوق، إهمال وعرقلة النشاط الإنتاجي، تشجيع الواردات وتدني الصادرات وعليه، فإن التنمية تتحقق بإحداث تغييرات جذرية للنظام الاقتصادي العالمي لما يضمن من قيام علاقات اقتصادية عادلة بين دول العالم.

3_4_2 نموذج المثل الكاذب:

يعتبر نموذجا أقل تطرف في نموذج التبعية الدولية من خلال ما يعطي لدول العالم الثالث من نصائح غير مناسبة ومغلوبة، نتيجة التحيز العرقي للخبراء من الدول المتقدمة الذين يشتغلون في الوكالات والمنظمات الدولية، حيث يعرضون هياكل اقتصادية رائجة، ونماذج اقتصاد قياسي معقدة في التنمية التي تقود في الغالب إلى سياسات غير مناسبة وغير سليمة .

3_4_3 فرضية التنمية الثنائية:

أظهرت نظريات التغيير الهيكلي صراحة نظريات التبعية الدولية فكرة ثنائية المجتمعات في كل من الدول المتقدمة والمتخلفة، وفي الدول النامية تظهر هذه الثنائية بوضوح من جراء تمركز الثروة في أيادي قلة داخل مساحة كبيرة من الفقر. وللتحديد أكثر فإن مفهوم الثنائية يشمل أربع عناصر هامة هي:

أ_ توفر مجموعة من الظروف المتباعدة في نفس المكان والزمان، كأن يتعايش معا في ظروف الإنتاج الحديثة والتقليدية في قطاع الريف والمدن، أو التعايش للقلة أو الفئة الغنية ذات المستوى الثقافي والتعليمي المرتفع مع الكثرة الفقيرة وزيادة نسبة الأمية من سكان مجتمع معين، أو تعايش الدول الصناعية الغنية مع المجتمعات الفقيرة في مجال العلاقات الاقتصادية الدولية؛

ب_ اتساع هذا التعايش واستمراره ليس مرحليا، ويرجع هذا لأسباب ليست ظاهرة، لكنها أسباب هيكلية يصعب القضاء عليها؛

ت- لا تبدي الفوارق بين شقي ظاهرة الثنائية الاقتصادية أي ميل نحو التقارب، بل العكس، حيث تميل نحو الزيادة والاتساع، إذ يوضح هذا الفجوة التي تفصل بين إنتاجية العامل في كل من الدول المتقدمة والدول المتخلفة لا تضيق، بل تزيد في الرواج من سنة إلى أخرى ؛

ث_ من خواصها كذلك أن الأحوال الاقتصادية في القطاع المتخلف لا تتأثر كثيرا بالرواج أو الانتعاش في القطاع المتقدم بل على العكس، إذ قد يدفع القطاع المتأخر إلى الأسفل وتعميقه في التخلف.

3_5 نظرية الثورة النيوكلاسيكية المعاكسة :

لقد ظهرت هذه النظرية في عقد الثمانينيات من القرن العشرين في كل من الولايات المتحدة الأمريكية، كندا، بريطانيا، وألمانيا الغربية سابقا، مما أدى إلى ظهور الثورة النيوكلاسيكية المعاكسة في النظريات والسياسات الاقتصادية . وقد استندت هذه النظرية في الدول المتقدمة على سياسات الاقتصاد الكلي وذلك بالتركيز على العرض، إضافة إلى تحويل شركات القطاع العام إلى شركات خاصة.

أما بالنسبة للدول النامية فقد أخذ ذلك شكل تحرير السوق، والقضاء على القطاع العام، وانهاج أسلوب التخطيط على مستوى الدولة وسيطرة أنصار المذهب النيوكلاسيكي على البنك الدولي، وصندوق النقد الدولي .

إن النظرية تقول بأن حالة التخلف الاقتصادي تنتج عن سوء تخصيص الموارد بسبب السياسات السعرية الخاطئة والتدخل المفرط في النشاط الاقتصادي من جانب حكومات دول العالم الثالث، ويقول رواد مدرسة الثورة النيوكلاسيكية مثل: **Bella Balassa** و **Harry Johnson** و **Peter Bawer** أن التدخل الحكومي في النشاط الاقتصادي هو الذي يؤدي إلى إبطاء عملية النمو الاقتصادي.

ويرى الليبراليون الجدد أن السماح بانتعاش الأسواق الحرة خصخصة المشاريع التي تملكها الدولة، وتشجيع حرية التجارة والتصدير والترحيب بالمستثمرين الأجانب من الدول المتقدمة، وتقليل التدخل الحكومي والإختلالات

السعرية سواء في أسواق عوامل الإنتاج، أو السلع، أو أسواق المال من شأنه أن يؤدي إلى زيادة الكفاءة الاقتصادية وتحفيز النمو الاقتصادي.

هنا يظهر وجه الاختلاف حول أسباب التخلف للدول النامية مع ما يدعيه أنصار نظرية التبعية، حيث يعتقد مفكرو النظرية النيوكلاسيكية أن سبب تخلف دول العالم الثالث ليس نتيجة التصرفات التي تقوم بها دول العالم المتقدم، والوكالات الدولية التي تسيطر عليها، بل بسبب التدخل المفرط من جانب الدولة وانتشار الفساد وعدم الكفاءة وغياب الحوافز الاقتصادية.¹

3_6 النظريات المعاصرة للتنمية الاقتصادية:

لم تكن هي نظريات بحد ذاتها بمعزل عن التراث العلمي الاقتصادي لما ورد من النظريات السالفة الذكر، إلا أنها تمثل أوجهاً جديدة للفكر الاقتصادي بما يتلاءم مع التغييرات الاقتصادية الكبيرة التي أصابت العالم بعد الحرب العالمية الثانية، حيث أن النظريات التنموية كانت تنظر إلى عملية التنمية على أنها مجموعة مراحل من النمو الاقتصادي المتتابع وكان ذلك خلال الفترة الممتدة ما بين الخمسينات وحتى أواخر الستينات، مما احتيج معه إلى وجود أفكار توضح مدى العلاقة بين العمليتين التنمويتين.

فقد كانت النظرية الاقتصادية في التنمية ترى أن الأصل هو الكمية والمزيج من الادخار والاستثمار والمساعدات الأجنبية التي تمثل ضرورة حتى تستطيع دول العالم الثالث أن تسير نحو الطريق الطويل للنمو الاقتصادي الذي اتبعته الدول المتقدمة. وبناءً عليه وعلى وفق الأحداث التاريخية فإن التنمية أصبحت مرادفاً للنمو الاقتصادي الكلي السريع.²

1_ ميشيل تودارو، مرجع سابق، ص 146، 147.

المبحث الثالث: السياحة والتنمية الاقتصادية

تعد السياحة من أكبر القطاعات الصناعية في العالم،¹ إذ جاء في إعلان فيلاموار بغرب البرتغال يناير 1997 مؤتمر صرّح بأن السياحة ليست سياحة فحسب بل سياسة واقتصاد وإدارة، أي قاطرة تقود النشاط الاقتصادي في السنوات المقبلة، إذ تلعب دورا هاما في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال تحقيق عدة فوائد كالاستثمارات الموجهة للقطاع السياحي، هذا ما زاد الاهتمام بها من قبل المنظمات العالمية الاقتصادية بها والبنك الدولي ومنظمة اليونسكو.²

1_ الأهمية الاقتصادية للسياحة:

تمثل السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية بالغة في عالم اليوم، وتقوم عليها اقتصاديات العديد من الدول، إذ تعمل على:

1_1 خلق فرص عمل:

إن النشاط السياحي قطاع كثيف التشابك، يرتبط بالعديد من القطاعات الأخرى، هذا يعني على إمكانية خلق فرص عمل، إذ توظف أكثر من (04) مرات بالنسبة لصناعة السيارات و(10) مرات أكثر من قطاع البناء. مثل فندق به (50) غرفة، (100) سرير يوظف على الأقل (05) عمال دائمين و(10) عمال موسميّين، و(10) عمال مؤقتين، ففي فرنسا يتم توظيف (800.000) منصب عمل مباشر عدا النقل على مختلف الأنشطة السياحية.

2_1 تدفق رؤوس الأموال:

تساهم السياحة في توفير جزء من العملة الصعبة لتنفيذ خطط التنمية الشاملة، ومن أنواع التدفقات ما يلي:

1_2_1 مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بالسياحة.

2_2_1 المدفوعات التي تتحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد.

3_2_1 الفروق الناتجة عن تحويل العملة.

4_2_1 الإنفاق اليومي للسياح مقابل الخدمات السياحية، إضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية وخدمات القطاعات الاقتصادية الأخرى.

1_ ع.أبو عياش، ع. الطائي، التخطيط السياحي _ مدخل استراتيجي. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2003، ص386، 399.

2_ نعيم الظاهر، سراب الياس، مبادئ السياحة والفندقة 1. دار الميسرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2001، ص81، 80.

1_3 تحسين ميزان المدفوعات:

السياحة صناعة تصديرية تساهم في تحسين ميزان المدفوعات الخاصة بالدولة، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشاريع السياحية، والإيرادات التي تقوم الدولة من تحصيلها من السياح، إضافة إلى خلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين السياحة والقطاعات الأخرى.¹

1_4 نقل التقنيات:

تعمل السياحة على نقل التقنية في صورة معارف أو آلات ومعدات، وتساهم في تطوير العمل في الأنشطة السياحية وتحسينها، وإيجاد نوع جديد من طرق تقديم الخدمات والسلع السياحية وبيعها.²

1_5 زيادة الدخل القومي:

يعرف الدخل القومي بالمجموع الإجمالي للسلع والخدمات النهائية المنتجة خلال فترة سنة والمقياس المستخدم لتقدير حجمه هو النقود، فقد تساهم أربع عوامل إنتاجية في عملية الإنتاج المتمثلة في رأس المال، الأرض والعمل، والتنظيم، والعامل الأكثر أهمية هو رأس المال.

كما يعد الدخل القومي من أكثر المقاييس شيوعاً واستخداماً لقياس الأداء الاقتصادي سواء محلياً أو عالمياً، أي يعكس مستوى النمو الاقتصادي. وتشير إحصائيات المجلس العالمي للسفر والسياحة إلى أن متوسط مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي العالمي بلغت 9,7% خلال الفترة (2000-2015)، ومن المتوقع أن ترتفع هذه النسبة إلى 10,8% بحلول سنة 2026، وهذا ما يبرزه الجدول الموالي:

1_ فراح رشيد، بودة يوسف، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي . مجلة أبحاث

اقتصادية وإدارية، العدد الثاني عشر، الجزائر، ديسمبر 2012، ص101.

2_ محمد محبوب الحداد، المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، الملتقى الدولي الرابع، جامعة المصنعة، كلية الاقتصاد، ليبيا، بدون تاريخ، ص5.

الجدول رقم(2): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي خلال الفترة (2010-2015).

السنوات	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
المساهمة المباشرة في الناتج المحلي (%)	10,8	10,1	9,2	9,4	9,3	9,5	9,8	9,8

المصدر : محمد محبوب الحداد، المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية، الملتقى الدولي الرابع، جامعة المصنعة، كلية الاقتصاد، ليبيا، بدون تاريخ.

يكون الدخل القومي متداولاً باستمرار بين أفراد المجتمع، وأصحاب المشاريع الاقتصادية، فكل ما يدفع في المشاريع السياحية في شراء عوامل الإنتاج سواء كان في مجال الاستهلاك أو الاستثمار يعتبر دخلاً مكتسباً للأفراد العاملين في القطاع السياحي، فحتى تكون الحسابات الاقتصادية دقيقة يتوجب عرض عدة مؤشرات منها:¹

1_5_1 الضرائب غير المباشرة على الإنتاج السياحي :

من بين الضرائب غير المباشرة الضرائب على الأرباح والمبيعات، فهذا النوع يوضع في خزانة الدولة، ولا يذهب للأفراد العاملين في القطاع السياحي، لذا يتوجب نزعه من الدخل السياحي.

1_5_2 المنح والإعانات الحكومية المدفوعة للمشاريع السياحية :

تقدم الدولة دعماً مادياً لبعض المشاريع السياحية بغض النظر عن ملكيتها، فتلك الإعانات تدفع كدخول للأفراد العاملين في القطاع السياحي، فقد تضاف إلى الدخل السياحي.

1_5_3 الدخل السياحي:

يمثل القيمة المضافة المتحققة في القطاع السياحي من خلال تقديم خدمات سياحية للسياح المحليين والأجانب خلال فترة سنة .

¹ مثنى الحورى، اسماعيل علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2001، ص105،

1_5_3_1 كيفية حساب أثر السياحة في الدخل القومي :

يمكن احتساب أهمية السياحة في الدخل القومي من خلال إجراء مقارنة نسبية بين الدخل السياحي والدخل القومي، باعتبار الأول جزء من الثاني كما توضحه المعادلة التالية:

$$\text{دور السياحة في الدخل القومي} = \frac{\text{الدخل السياحي}}{\text{الدخل القومي}} * 100$$

1_6_1 _ تطور البنى التحتية :

عملية تطوير السياحة بشكل سليم تتطلب إمكانيات البنى التحتية ودراسة التكاليف المترتبة على تحسينها أو توسيع طاقاتها الاستيعابية، فالتعديلات التي تطرأ على البنى التحتية تعود بالإيجاب على المجتمع بكامله .
فإقامة المشاريع السياحية والحرص على توفير المنتج السياحي اللائق بالسياح الأجانب، يتطلب تكاليف إضافية تخصص لتنمية المرافق الأساسية التي لا بد منها لتشغيل المنشآت السياحية.¹
تم عرض مختصر في هذا المبحث حول علاقة السياحة بالاقتصاد لأننا سوف نتطرق إليها في الفصل الثالث الذي سندرس فيه الاستثمار السياحي ومساهمته في التنمية الاقتصادية .

1 _ ح، ع الطائي، أصول صناعة السياحة. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2001، ص 114.

خلاصة:

من خلال النظريات السالفة الذكر تبين أن الزيادة حجم التشغيل تؤدي إلى الزيادة في الدخل الكلي حسب ما جاء به "كينز"، وأن سعر الفائدة هو المحدد للاستثمار والذي يتحدد دوره في تفضيل السيولة، إضافة إلى الزيادة في الإنفاق على مستوى الاستهلاك والاستثمار اللذان يؤديان إلى التخلص من البطالة التي تعتبر عائقاً للتنمية الاقتصادية، فمن معيقاتها نقص حجم الأسواق في الدول النامية.

فلكي يستطيع الاقتصاد النهوض والانطلاق نحو التنمية لا بد من الاستثمار وبناء مرافق رأس المال الاجتماعي، كالطرق ووسائل النقل بالإضافة إلى تدريب وتأهيل اليد العاملة لخلق مكاسب اقتصادية، وجلب الاستثمارات الأجنبية وتشجيعها. فالاستثمار هو أساس الاقتصاد، فكلما ارتفعت قدرة الاقتصاد على الاستثمار والادخار كنسبة من الناتج القومي الإجمالي كانت الزيادة في النمو.

الفصل الثاني

اقتصاديات السياحة

تمهيد:

عرفت اقتصاديات السياحة العديد من الدول المتقدمة والنامية منها قفزة انتقالية نتيجة التحولات الاقتصادية الدولية الجديدة، هذه التغيرات أدت إلى الاهتمام بها أكثر لتعويض النقص في القطاعات الأخرى كالزراعة والصناعة الاستخراجية كقطاع مساهم في زيادة مستوى النمو الاقتصادي.

يعتبر قطاع السياحة من الموارد المهمة لما تجلبه من عملات أجنبية، هذا ما جعل الكثير من الدول يهتم به خاصة الدول النامية التي أصبحت تعول على هذا القطاع للخروج من التبعية للمحروقات، وتتوقع أن تصبح من أعظم الصناعات في العالم. فالسياحة حاليا صناعة تجارية واقتصادية متفاوتة الأهمية من بلد لآخر، هذا حسب توفر الموارد السياحية، والإمكانيات المادية، البشرية، المالية والتكنولوجية المسخرة لتأهيلها في المستقبل .

أصبحت تساهم في الاقتصاد وذلك بفتح باب التشغيل والتكوين أي امتصاص البطالة، وذلك من خلال تشجيع الاستثمار السياحي الخاص والعام، المحلي والأجنبي، مما يؤدي إلى الزيادة في تنوع حجم المنتجات السياحية كالوكالات السياحية، الفنادق، المطاعم، وسائل النقل، وغيرها .

المبحث الأول: ماهية السياحة.

أصبحت السياحة نشاطا متعدد الجوانب ومتنوع التأثيرات في الدول المستقبلية للسياح كالتأثيرات الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية، الإنسانية، الثقافية وغيرها.¹ وكعامل لتنمية العلاقات الدولية، ومصدرا من مصادر الدخل القومي الذي تعتمد عليه الدول السياحية اعتمادا أساسيا لحل مشاكلها الاقتصادية.²

1- السياحة وتطورها:

نشأت السياحة وتطورت عبر العصور، و اختلفت مفاهيمها في كل زمن، فقد نوضح ذلك فيما يلي:

1-1 نشأة السياحة:

كانت السياحة امتيازًا يتمتع به الأغنياء بشكل خاص، فقد نشأت في اليونان منتجعات الراحة في المدن المجاورة لشواطئ البحر، لتمكّن من جذب أكبر عدد ممكن من السياح ذوي الدخل المرتفع. أما في إيطاليا تم إنشاء طرق لتسهيل التجارة وإعطاء الإمكانية لأباطرة الرومان للسفر برًا، والانتقال بسهولة أكثر. فالأغنياء كانوا يسرون بالعربات على الطرق ضحبة دليل سياحي الذي كان يُنظم النقل، خدمات الطعام والإقامة، وكان يتوجب عليه حماية الزبائن من قطاع الطرق.

ففي الرومان السياح كان هدفهم البحث عن الفن والأماكن المميزة الجذابة كالمساحات الكبيرة والمدرجات، وفي عام 164 قبل الميلاد وصف المؤرخ "فيلبون" عجائب العالم السبع المتمثلة في الأهرامات، منارة الإسكندرية، الجنائن المعلقة لمدينة بابل، تمثال زيوس في اليونان، معبد آرتيمس (آلهة الصيد والمراعي والغابات)، مقبرة موسوليس في تركيا حيث لم يبق اليوم سوى الأهرامات بمصر والجنائن ببابل التي تثير معظم السياح للزيارة.³

1-2 العصور التاريخية لتطور السياحة:

عُرفت ظاهرة السفر منذ القدم بصفقتها ظاهرة طبيعية تختم على الإنسان الانتقال من مكان إلى آخر لعدة أسباب، وكانت في القديم بسيطة وبدائية في مظاهرها وأسبابها، أهدافها ووسائلها، ثم تطورت شيئًا

1_ أحمد حسين عطير، حسن الرفاعي، محمود الديماسي، سراب إلياس، إدارة المنشآت السياحية، سلسلة السياحة والفندقة 5. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2002، ص13.

2_ زايد مراد، "السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني (حالة الجزائر) الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة". أيام (09_10 مارس 2010) جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2010.

3- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة. دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2007، ص54، 55.

فشيئاً إلى أن سميت بالسياحة، اهتم بها عدة خبراء، تابعوا تاريخها وبحثوا تطورها في المراحل التاريخية المختلفة لمعرفة أسبابها وفوائدها اتجاه المجتمع، وهذه المراحل تدرج فيما يلي:¹

أولاً: مرحلة ما قبل الميلاد.

أ- السنة (8000) سنة قبل الميلاد:

أدت التنمية الزراعية في الشرق الأوسط إلى نشوء المجتمعات وبدأ الشعور بالمكان، فالمسافرون عليهم العودة إلى أماكن تواجدهم الدائم.

ب- الفترة ما بين (3000-2175) قبل الميلاد:

كان عصر الدولة الفرعونية في مصر، إذ أصبحت المعابد والأهرامات من المعالم السياحية الجاذبة للأجيال التي جاءت بعد هذه المرحلة التاريخية.

ت- السنة (1200) قبل الميلاد:

امتازت هذه المرحلة ببداية استخدام الفينيقيين القوارب الشراعية بشكل كبير لغرض النقل.

ث- السنة (776) قبل الميلاد:

شهدت هذه الفترة بدء الأولمبياد الذي يعتبر مؤشراً لبداية السياحة الرياضية.²

ج- الفترة ما بين (500-400) قبل الميلاد:

كان فيها ازدهار ونمو الحضارات اليونانية، حيث رافقته تطورات في الرياضيات والعلوم والفلسفة، وبلغت فنون العمارة ذروتها.

ح- السنة (200) قبل الميلاد:

حققت فيها الإمبراطورية الرومانية نمواً، وبدأت الحضارة الصينية تركز على الفنون، كبناء سور الصين العظيم للحماية من الاعتداء والغزو الخارجي.

ثانياً: مرحلة ما بعد الميلاد.

انقسمت هذه المرحلة إلى عدة فترات التي مرت بها السياحة، منها ما يلي:

1 - www.moe.edu.kw/pages/ECurriculum/stage/Elective/student/osra-2/01.pdf.p13.

2- ح.ع - الطائي، أصول صناعة السياحة. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص57، 56.

أ- السنة (300) ميلادي:

تمثلت في قيام الدولة البيزنطية عند اعتراف الإمبراطور قسطنطين بالسيحية كدين رسمي للدولة، وانتقال العاصمة إلى القسطنطينية، وفي هذه المرحلة كثر بناء الكنائس في أوروبا و، هذا ما أدى إلى زيادة عدد المسافرين لزيارتها للتعبد؛

ب- الفترة ما بين (600-1100) ميلادي:

شهدت قيام الدولة العربية الإسلامية وتوسعاتها، وقيام حركة عمرانية، مما جعل العديد من الناس ينتقلون لزيارة المقومات السياحية، إضافة إلى ظهور النزاع الديني لاعتناق الدين الإسلامي الحنيف الذي شجّع المسلمين على زيارة الأماكن الدينية المقدسة في مكة المكرمة والمدينة المنورة، والقدس الشريف، هنا ظهرت العلاقة بين التجارة والسياحة؛

ت- الفترة ما بين (1096-1270) ميلادي:

نشوب الحروب الصليبية في هذه المرحلة، أدى إلى ظهور طرق مواصلات جديدة أكثرها برية؛

ث- الفترة ما بين (1100-1300) ميلادي:

اتسمت هذه المرحلة بعدم وجود قيود أو قوانين منظمة للانتقال، كما لم يكن هناك وسائل نقل متطورة،¹ والكنيسة الكاثوليكية الرومانية سيطرت على القضايا الفنية والروحانية في معظم أنحاء أوروبا، حيث صارت الكنيسة تدعم النظام المستند على الشكلية والانتفاع بمشاركة الملوك والأمراء، وأصبحت تمتلك ثروات هائلة، كما عرفت هذه الفترة مصادقة الملك "جون" على "الماغنا كارتا" التي تعتبر وثيقة تتضمن حق السفر، و برز فيها "ماركوبولو" كرحالة، كتب العديد عن رحلاته وجولاته في آسيا، حيث أصبح السفر عبر البحار صفة مميزة، مما أدى إلى توسع التجارة الدولية؛

ج- الفترة ما بين (1347-1351) ميلادي:

شهدت انتشار مرض الطاعون القادم من الشرق إلى أوروبا، وبدأ تأسيس مستوطنات للبيض في إفريقيا، وتم إنشاء العديد من القلاع على سواحل البحار؛

1- ماهر عبد الخالق السيبي، مبادئ السياحة. مطابع الولاة الحديثة، القاهرة، 2002، ص 17.

ح- سنة (1500) ميلادي:

فترة النهوض إلى الجانب الفني، حيث بقيت الكنيسة الكاثوليكية الرومانية راعية للفنون والإضافات الفنية الرائعة، إذ تعتبر هذه الفترة مرحلة انتعاش للفنون الجميلة؛¹

د- السنة (1600) ميلادي:

المستوطنون البيض يستعمرون شمال إفريقيا، الأسبان يفتتحون "ماياناس" ويمرون عبر أمريكا اللاتينية؛

ذ- الفترة ما بين (1700-1825) ميلادي:

بدء الثورة الصناعية والآلة البخارية التي غيرت الإبحار الشراعي، وبدأت مرحلة السكك الحديدية، وظهر الحانات، الفنادق، المطاعم في عواصم أوروبا مما ساعد على تطور السياحة؛

ر- السنة (1841-1903) ميلادي:

أسّس "توماس كوك" أول وكالة سفر في العالم، وشرع في تنظيم الرحلات الجماعية، وبدأ إنتاج السيارات على نطاق واسع، وتشكلت الطبقة الوسطى في الولايات المتحدة الأمريكية حيث قام الإخوة "رايت" بتحقيق نجاحات في مجال الطيران، حيث قاموا بصنع طائرة "كيتي هاوك" في شمال كارولينا؛

ز- الفترة ما بين (1914-1919) ميلادي:

فترة الحرب العالمية الأولى التي أدت إلى حدوث تطورات تكنولوجية هائلة، بداية العصر الاجتماعي الدولي، ثم تأسيس عصبة الأمم المتحدة، إذ كانت تنظم رحلات الطيران المنتظمة بالعمل بشكل جدي بين لندن وباريس؛

س- الفترة ما بين (1930-1939) ميلادي:

بدء الكساد العظيم الذي أثر سلباً على حركة السفر، وبدأت الهجرة تنتشر وتتوسع خاصة في أمريكا.

ش- الفترة ما بين (1939-1945) ميلادي:

نشوب الحرب العالمية الثانية التي شهدت تغيرات واسعة في المجال التكنولوجي، وبدء الحرب الباردة، ثم ترسيم الحدود، وأصبحت صناعة السياحة تحتل مكانة مرموقة مستفيدة من حملات الإعمار ما بعد الحرب العالمية الثانية، إذ بدأت الولايات المتحدة الأمريكية تتوسع في بناء الطرق السريعة، وتنشيط البنية التحتية في كامل أمريكا وأوروبا؛

1- ح.ع - الطائي، أصول صناعة السياحة. مرجع سابق، ص 57، 59.

ص - السنة (1957) ميلادي:

بدأ عصر الفضاء في تحقيق النجاحات الباهرة، حيث تم إطلاق المركبة الفضائية Sputnik؛

ض - الفترة ما بين (1961-1970) ميلادي:

"يوري غاغارين" أول إنسان يهبط على سطح القمر، اعتبر هذا العصر عصر التكنولوجيا الفضائية الراقية، وانتهاء فترة الركود العلمي، وبدء ثورة المعلوماتية، واستخدمت الطائرات الكبيرة jet وبدأت مرحلة السياحة الواسعة النطاق، وأصبحت أكبر من الصناعات في العالم؛¹

ط - مرحلة الثمانينات:

بدأت صناعة السياحة تؤثر على المرافق الاقتصادية في العالم، وتوسّعت بتقديم خدمات خاصة وعمامة، كما بدأت مرحلة السياحة الترفيهية الواضحة المعالم؛

ظ - مرحلة التسعينات إلى هذا اليوم:

تبدأ هذه المرحلة مع بداية القرن العشرين الذي تطورت خلاله السياحة بصورة لم تشهدها من قبل وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية، حيث استقرت الأوضاع السياسية وازدهرت الأوضاع الاقتصادية، وزاد الاهتمام بالجوانب النفسية للبشر في العديد من أقاليم العالم، كما شهدت هذه المرحلة ظهور العديد من المنظمات الدولية، كالمنظمة العالمية للسياحة التابعة لهيئة الأمم المتحدة، واعتُبر القرن العشرين بمثابة العصر الذهبي للسياحة .

شهدت المرحلة المعاصرة ظواهر سياحية انفردت بها من أهمها:

- ظهور الحالات السياحية الجماعية الأرخص ثمنا، ما يطلق عليها بالسياحة الاجتماعية؛ انتشار فكرة المنتجعات والقرى السياحية في العديد من الدول.²
- نتج عن هذه العوامل تضاعف حجم الحركة السياحية وحجم التدفقات النقدية الناتجة عن السياحة، فبعد أن كان عدد السياح في العالم لا يتجاوز 51 مليون سائح سنة 1955 فقد تخطى في سنة 2012 عتبة المليار شخص مسجلا ارتفاعا بنسبة 4% في حوالي سنة، وذلك بالرغم من غياب الاستقرار الاقتصادي في أنحاء العالم ومن المتوقع أن يستمر في الارتفاع في عام 2013 بنسبة قليلة، وفقا لدراسات المنظمة العالمية للسياحة حسب ما جاء في موقع فرانس 24 .

¹ - ح.ع - الطائي، أصول صناعة السياحة. مرجع سابق، ص، 59، 62.

² - كواش خالد مبارك، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية (حالة الجزائر). أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004، ص 6، 7.

وعلى المدى الطويل توقعت المنظمة العالمية للسياحة ازدياد عدد السياح بمعدل 3,8% في الفترة ما بين 2010 و 2020، إذ أنها المرة الأولى التي يفوق فيها عدد السياح المليار سائح في العالم ليبلغ 1035 شخصا، ويرتفع بما يوازي 39 مليون شخص بالمقارنة مع سنة 2011. وهذا رغم ما شهدته سنة 2012 من اضطرابات اقتصادية متواصلة في أنحاء العالم، لا سيما في أوروبا التي اضطرت فيها العديد من الدول إلى مساعدات.¹

لكن كل هذا لا يمنع من السياحة والتحوّل فحسب ما صرحت به شبكة "سي إن إن" قالت أن "لاس فيجاس" الأمريكية سجلت أعلى نسبة إقبال في العالم بواقع 40 مليون سائح، ثم لندن التي استقبلت 18,69 مليون زائر والعاصمة التايلاندية بانكوك بـ 16,42 مليون سائح، ثم باريس بـ 15,57، فسنغفورة بـ 12,47 مليون سائح ثم تليها دبي بـ 11,95 مليون زائر ونيويورك بـ 11,81 مليون سائح وفي اسطنبول بـ 11 مليون سائح حسب الإحصائيات الصادرة من المواقع الإلكترونية الأمريكية "تريب أديزر" المتخصصة في مجال السياحة حول العالم في 2014.²

1-3 مفهوم السياحة:

للسياحة مفهومين أساسيين اللغوي والاصطلاحي يدرجان فيما يلي:

1-3-1 لغويا:

كلمة TOUR تعني يدور ويجول، وسار على وجه الأرض، كلمة مشتقة من اللغة اللاتينية TORNO، أما في اللغة الإنجليزية TOURISM تدل على الدوران والانتقال،³ أطلق عليها هذا المفهوم في سنة 1643 ليدل على السفر والتحوّل من مكان إلى آخر.⁴

1: http://arabianbusiness.com/business/travel_hospitaly/2013/jan/29/322006#.UYD00aLEbE
المنظمة العالمية للسياحة، إحصائيات السياحة العالمية 2013، تاريخ الاطلاع: 2013/01/29 والموقع الإلكتروني: bE.
- تاريخ الاطلاع: 2013 /01/29

2: http://arabianbusiness.com/business/travel_hospitaly/2013/jan/29/322006#.UYD00aLEbE

3- أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 19.

4- http://www.moe.edu.kw/pages_ECurriculum/stage/Electives/student/osra_2/02.pdf.p13
date de consultation 02-02-2012

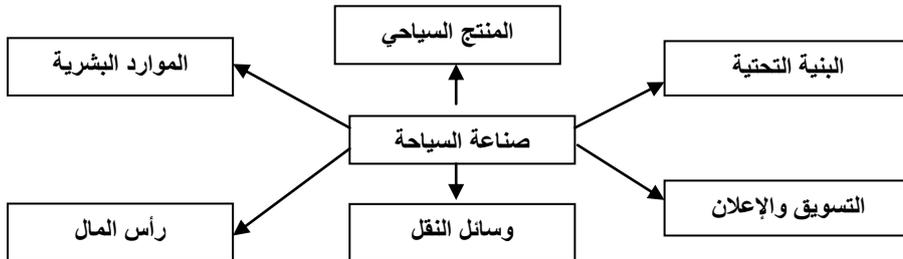
1-3-2 اصطلاحاً:

ظهرت هذه الكلمة في القرن التاسع عشر ميلادي، عرّفوا بها الأسفار البريطانيون اتجاه أوروبا¹، فتعرف بنشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط، وهي عبارة عن تجوال الإنسان من مكان لآخر، ومن زمن إلى آخر، خارج البلاد أو داخله لمدة لا تقل عن 24 ساعة، وتكون لعدة أغراض، منها ثقافية ودينية، رياضية واجتماعية، أعمال وغيرها.

لم تعد صناعة السياحة كما كانت عليه منذ سنوات، فقد تدخلت في معظم مجالات الحياة اليومية، وتجاوزت كل الحدود الضيقة لتدخل بقوة إلى كل مكان لتؤثر وتتأثر به، فقد تمكنت من كل الأزمات إذ لوحظ نمواً مستمراً لها عاماً بعد عام².

فصناعة السياحة تمثل التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في إنتاج المنتج السياحي عند شراء وتوفير البضائع والخدمات التي تلبي حاجيات السياح وترضيهم، حيث تقوم على عدة عناصر مهمة وضرورية وفقاً للشكل الموالي:

الشكل رقم (1) : "عناصر صناعة السياحة"



Source : <http://www.moe.edu.kw/pages-ECurriculum/stage/Elective/student/osra-2/02.pdf.p15>
date de consultation : 02-02-2012

1- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة. دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1997، ص 22.
2- أحمد محمود مقابلة، نفس المرجع، ص 24.

كما تمثل أيضا عملية انتقال زمنية يقوم بها عدد هائل من سكان العالم حيث يتكون محل إقامتهم الدائمة متجهين نحو أماكن أخرى داخل حدود بلدهم أو خارجها، وتكون الإقامة مختلفة من شخص إلى آخر حسب الظروف المتمثلة في الإمكانيات المادية للسائح وقدرته على الإنفاق أثناء الرحلة، قوانين النقد وتقلبات أسعار الصرف، ومدى تأثير المغريات السياحية في البلد المضيف.¹

فقد يطلق عليها بصناعة القرن العشرين أو بتحول القرن الواحد والعشرين، فالعالم النمساوي "هيرمان فونشوليرون Von Herman Sholleron" عرّفها في سنة 1910 على أنها الاصطلاح الذي يطلق على العمليات المتداخلة خصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب، وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة معينة. فالسياحة ما هي إلا إبداع وابتكار إنساني حسبما جاء في تعريف المؤرخ Boyer-Marc²، وهي مجموعة من الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الصناعة والأسفار، وتعاون على إشباع رغبات السائح.³

1-2-3-1 لفظة السياحة باللغات الأجنبية :

تزايد عدد الزوار القادمين إلى فرنسا في القرن السابع عشر (17) من جنسيات مختلفة، مما استدعى إلى تقديم التسهيلات كإصدار دليل (1672) من قبل "سان موريس" بعنوان الدليل الأمين للأجانب بفرنسا الذي تضمن وصفا للطرق التي تصل بباريس، والمدن المجاورة لها، كما تحدث عن الرحلة القصيرة التي كانت تشمل الجزء الجنوبي الغربي الفرنسي، والرحلة الطويلة التي كانت تشمل الجزء الجنوبي الغربي والشرقي (بورجوني).

وفي القرن الثامن عشر تطور استخدام المصطلح من الرحلة الطويلة إلى القيام بالرحلة الطويلة أو الكبيرة، ثم انطلق المصطلح إلى إنجلترا أين استخدم للتعبير عن الرحلة التي كان يقوم بها الشباب الإنجليز لإتمام التعليم، ثم تطور المصطلح بتسمية الشباب الإنجليز الذين يقومون بالرحلة السياح، ثم انتقل هذا المفهوم إلى فرنسا للتعبير عن الرحلات التي يقوم بها الأشخاص، فأصبحت كلمة "tourism" تعني الرحلة المجردة من أهداف مادية، تهدف فقط إلى المتعة والراحة والصحة...إلخ.

1- مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد الدباغ، مبادئ السفر والسياحة. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2001، ص42.

2- J-p LOZATO-GIOTART , *Géographie du tourisme de l'espace consommé à l'espace maîtrisé*. éditions PEARSON, France ,2003,p9.

3- زيد عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي. دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008، ص169.

1-2-3-2 لفظة السياحة باللغة العربية :

على الرغم من كون المصطلح حديثا في اللغة اللاتينية، إلا أنها كانت معروفة في اللغة العربية، والتي تعني الضرب على الأرض، فقد وردت في القرآن الكريم لقوله تعالى في سورة التوبة: "براءة من الله ورسوله إلى الذين عاهدتم من المشركين(1)، فسيحوا في الأرض أربعة أشهر، واعلموا أنكم غير معجزي الله، وأن الله مخزي الكافرين(2)" فكلمة فسيحوا تعني سيروا في الأرض.¹

1-4-4 أركان السياحة:

أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة متكاملة دون توفر بنيتين أساسيتين هما:

1-4-1 البنية التحتية :

يجب أن يكون المنتج السياحي أو المشروع السياحي متكاملا، تتوفر فيه الخدمات الأولية كالمياه الثقيلة، المياه العذبة، الكهرباء، الغاز، الهاتف، الخدمات الصحية، الطرق، البنوك، رعاية صحية، الأمن والأمان... إلخ²، حيث تكون هذه الخدمات وفقا للمواصفات الدولية³.

1-4-2 البنية الفوقية:

تتمثل في منشآت الإقامة كالفنادق، المخيمات، ومشاريع الاستقبال السياحي، ومكاتب المعلومات السياحية، وكلاء السفر والشركات السياحية، إضافة إلى مكاتب إيجار السيارات، المترجمين والإدلاء السياحيين، المنظمات السياحية، المسارح، الملاعب، السينما وغير ذلك. فكل هذه النشاطات تختلف من بلد إلى آخر حسب مستوى التقدم فيها.

1- مثنى طه الحورى، اسماعيل محمد الدباغ، مبادئ السفر والسياحة. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص44، 45.

2 - <http://www.moe.edu.kw/pages/ECurriculum/stage/Elective/student/osra-2/02.pdf>.p17.

date de consultation :22 /06/2014

3- زيد عبوي، معجم المصطلحات السياحية والفندقية "عربي- انجليزي. دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن ، 2006، ص110.

2_ تقسيمات السياحة والعوامل المؤثرة عليها :

1-2 تقسيمات السياحة:

يمكن تقسيمها وفقا لعدة أسس أهمها:

1-1-1-2-1 التقسيم وفقا للعدد: هناك نوعان من السياحة تتمثل في:

1-1-1-2-2 السياحة الفردية:

هي سياحة غير منظمة يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص بزيارة بلد معين، تتراوح مدة الإقامة حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم، تشمل هذه السياحة خدمات متنوعة، فكل سائح من هذه المجموعة له دوافع ورغبات خاصة جاء لتحقيقها، ومدى تمتع هؤلاء السياح بالخدمات السياحية يعتمد على القدرة المادية والرغبة التي يحققونها، فقد تعتمد على تأثير الأصدقاء، وتأثير الإعلان والترويج السياحي كما تعتمد على ثقافة السائح.

2-1-1-2-2 السياحة الجماعية:

تمثل سياحة للأفراد أو المجموعات السياحية، تقوم بها الشركات السياحية بتنظيم وترتيب، فكل سفرة ولها برنامج محدد، وسعر محدد، تعتمد على تحقيق المجموعة للرغبات، إذ تكون هذه الرحلات متعددة ومتنوعة في الأماكن المشهورة والمعروفة في العالم التي تكون مركز استقطاب وجذب.¹

2-1-2-2 التقسيم وفقا للغرض:

يوجد العديد من الأغراض والدوافع التي تدفع السائح إلى زيارة بلد معين منها ما يلي :

1-2-1-2-2 السياحة لغرض العمل المؤقت:

هذا النوع منتشر في أمريكا والدول الأوروبية، في أوقات الركود والكساد، حيث ينتقل السياح وخاصة الشباب وطلبة الجامعات خلال فترات العطل لغرض التمتع والعمل في نفس الوقت، كما هو موجود في المملكة العربية السعودية خاصة في موسم الحج، أين ينتقل الكثير من الشباب السعوديين إلى مكة المكرمة للعمل، وبعد انتهاء الموسم يعودون إلى أماكن سكنهم.

1-أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة. مرجع سابق، ص 29، 37.

2-2-1-2 السياحة لقضاء الإجازات والترفيه والاستجمام :

هي سياحة مرتبطة بأوقات الإجازات المدفوعة الأجر، كإجازات نهاية الأسبوع، أو الإجازات الصيفية والأعياد الدينية، فنجاح هذا النوع من السياحة يعتمد على الأسعار ونوعية الخدمة والمكان المناسب، أو المرغوب فيه من قبل السياح فقد تعتمد أيضا على مدى ثقة المواطنين بالشركة السياحية وسمعتها، وكذا سمعة المكان المرغوب زيارته . فقد سجلت في العالم تقدما في العائدات بنسبة زيادة تقدر ب 12% في سنة،¹2014،

ومن المناطق المشهورة بها : اسبانيا- المغرب - تونس- مصر- الأردن وغير ذلك، حيث يكون الهروب المؤقت من الجو الروتيني اليومي للعمل إلى الأماكن الهادئة، أو سواحل الشواطئ، أو في المناطق الجبلية، إضافة إلى الترفيه عن النفس عند توفر المال والوقت.²

3-2-1-2 سياحة الصحة والعلاج:

تكون لغرض العلاج من مرض معين، أو الابتعاد عن الجو البارد والثلوج مثل السياح الوافدين من الشمال والدول الاسكندنافية بحثا عن المناطق الدافئة، أو الابتعاد عن المناطق الحارة أو لغرض النقاها والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو للراحة النفسية.³ فقد أظهرت إحصائيات حديثة وزعتها مجلس السياحة العلاجية العالمي أن منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا أسرع أسواقها نموا في العالم بمعدل سنوي يصل إلى 16%.

ويتوقع أن يزيد بثلاثة أضعاف بحلول عام 2017، كما أظهر الاستطلاع أن الإمارات العربية المتحدة هي السوق الأسرع نموا في مجال السياحة العلاجية في المنطقة بأكملها.

ويقدر حجم سوق هذا النوع من السياحة في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا بأكثر من خمسة مليارات دولار سنويا. وذكر أن دولة الإمارات العربية من أكثر الدول إنفاقا على السياحة العلاجية البديلة في

1-www.elaph.com/web/LifeStyle/2014/9/939994.html date de consultation : 16 /05/2015

2- زيد عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي. دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2008، ص174، 180 .

3- محمد الصبري، السياحة والبيئة. دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، مصر، 2007، ص76،75.

الهند، وترصد حجم إنفاق من جانب مواطني الإمارات يصل إلى 6.6 مليار دولار سنويا منها أربعة ملايين تنفق على الرحلات الدولية على العلاج والاستشفاء في الخارج،¹ وهذه الأخيرة تنقسم إلى قسمين هما :

أ- السياحة العلاجية:

إن السياحة العلاجية تعتمد على استخدام المصحات المتخصصة أو المراكز الطبية أو المستشفيات الحديثة التي تتوفر فيها تجهيزات طبية وكوادر بشرية تمتاز بالكفاءة العالية الموجودة في جميع دول العالم إلا أن هناك دول أصبحت مشهورة بهذا النوع من السياحة مثل التشيك وأوكرانيا وألمانيا، وبعض الدول العربية مثل الأردن.

ب- السياحة الاستشفائية :

تعتمد السياحة الاستشفائية على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل ينابيع المياه المعدنية أو الكبريتية مثل البحيرات الموجودة في اندونيسيا في أكثر من مدينة والرمال والتعرض لأشعة الشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض الجلدية والروماتيزمية وأمراض العظام وغيرها وتطلق السياحة العلاجية على كلا من النوعين السابقين. ومن الدول المشهورة بهذا النوع ما يلي :

الأردن: الدولة المشهورة بمناطق السياحة العلاجية والإستشفائية فمن مواقع العلاج الطبيعي التي يقصدها السياح للعلاج البحر الميت وحمامات عفرا.

لبنان: وهي من الدول المتقدمة في المصحات العلاجية لمرضى الرئة ومواقعها في الجبال ومنها مَصْحُ حمانا حيث يقطنها المرضى لفترات طويلة قد تظل لأكثر من سنة.

إنجلترا: مصحات الإدمان والأمراض النفسية في "Hospital Priory"، لمعالجة الأمراض النفسية والإدمان ويوجد فيها مرضى من جميع أنحاء العالم لقضاء فترات علاجية طويلة وفترات نقاهة من بعد التماثل للشفاء ويقصدها أشخاص من مختلف الجنسيات ومنها العربية بحثاً عن أفضل طرق العلاج وقبل هذا السرية التامة التي تمتاز بها هذه المصحات.²

مصر: واحة "سيوة" التي تمتاز بمناخها الجاف طوال العام والرمال الساخنة والتي تساعد في علاج آلام المفاصل والعمود الفقري، كما تتميز بكثرة عيون المياه التي تتدفق من باطن الأرض، فعامل الطقس الجاف في هذه

1_ <http://classic.aawsat.com/details.asp?section=41&article=782110&issueno=13034#.VK68GNK>

G9dM date de consultation :20 /04/2014

2 - <http://www.feedo.net/LifeStyle/TravelTripsRelaxation/TourismAllOverWorld.htm> date de consultation :13 /03/2015

الواحة يساهم في الاستشفاء من أمراض الجهاز التنفسي والرمال الساخنة الموجودة بجبل "الدكرور" بما إشعاعات تساعد في علاج الروماتيزم وشلل الأطفال والجهاز الهضمي.

أما استخدام المياه الساخنة فينقسم إلى قسمين، مياه ساخنة عادية ومياه ساخنة كبريتية حيث يتم معالجة نوع خاص من الطين بهذه المياه ويعالج كثير من الأمراض الجلدية ومشاكل البشرة بالإضافة إلى علاج الجهاز التنفسي لكنه لم يستخدم حتى الآن في مصر على الرغم من انه متوافر في كثير من البلدان الأوربية .

اليمن: تمتلك مقومات هامة للسياحة الاستشفائية من ذلك انتشار الحمامات الطبيعية مثل حمامات دمث والسخنة.¹

تركيا: يتوجه إليها كل عام ما يقارب من مائتي ألف شخص لعلاج العين.²

2-1-2-4 السياحة التعليمية:

تعتبر من أقدم أنواع السياحة بهدف الدراسة والتعليم، والدليل على ذلك رحلات ابن بطوطة، وابن ماجد، فقد ركزت عليه الدول المتقدمة علميا وصناعيا، حيث تقوم الدول بتشجيع السفر لغرض عقد ندوات تعليمية أو تدريبية في الجامعات والمعاهد، فالعديد من الدول بدأت بتوفير دورات خاصة في فترة الإقامة من أسبوع إلى أشهر معدودة، بهذا تكون مصاريف السائح مرتفعة نوعا ما.³

ففي الأردن يوجد هيئة لتنشيط السياحة من خلال التعاون مع كل من وزارة السياحة والآثار ووزارة التعليم العالي بهدف إبراز الجانب التعليمي على كافة المستويات لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الطلبة العرب والأجانب لتحصيل العلم الجامعي مما يُشكل قوة دفع هامة في تفعيل الاقتصاد وتنشيط السياحة العامة بشكل غير مباشر.⁴

1-

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%A9

2 -www .lovelyOsmile.com /Msg_5253.html. date de consultation: 27 /02/2014

3_زيد عبوي، معجم المصطلحات السياحية والفندقية "عربي- انجليزي". مرجع سابق،ص266.

4 -www.ammonnews.net /article.aspx ?articleNO=59339. date de consultation :

12 /08/2015

2-1-1-5 سياحة زيارة الآثار والأماكن التاريخية:

هذا النوع يمثل أهم أغراض السياحة، فالدول التي لا تمتلك آثارا ولم تعش حضارات قديمة لا يمكنها منافسة الدول المشهورة بها، باعتبارها أرقى أنواع السياحة، حيث تستقطب عددا هائلا من السياح معظمهم كبار العلماء، المثقفون، ذوو المستوى المادي المرتفع الذين يفضلون الإقامة في فنادق ذات جودة عالية، حيث تتراوح مدة إقامتهم ما بين أسبوع إلى أسبوعين.

فالدولة المختصة بهذه السياحة عليها التركيز على الآثار والتراث التاريخي، وتقديم أفضل الخدمات، إضافة إلى الاهتمام بالبنى التحتية والفوقية السياحية.¹

2-1-1-6 السياحة الثقافية:

تعتمد على إقامة الندوات والدورات الثقافية، المعارض الفنية أو حضور المزايدات العلنية الدولية للتحف، والأشياء النفيسة إضافة إلى معارض الكتب والمسابقات الثقافية كمسابقة الشعر، المسرح، المقالة، الموسيقى، مسابقات عروض الأزياء...إلخ.²

فيمكن تصنيفها ضمن سياحة الآثار والأماكن التاريخية فلها نفس شروط ومتطلبات هذه الأخيرة مهرجان السينما العربية أو مهرجان كان للسينما العالمية، والمهرجانات التي تقام بمصر كمهرجان شرم الشيخ، أو توزيع جوائز الأوسكار في أمريكا.³ فكل من سياحة الآثار والأماكن التاريخية والسياحة الثقافية يقوم فيهما السياح بمشاهدة الآثار واكتشاف تاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية، كزيارة الأهرامات بمصر وتدمر بسوريا، ومشاهدة بعض الأحداث المهمة في العالم.

إضافة إلى الإطلاع على حياة الناس في البلدان والتعرف على أعمالهم، ثقافتهم، نمط حياتهم الاجتماعية والحضارية، ومشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة كبرج إيفل بباريس وتمثال الحرية بنيويورك، وكذا معرفة ما يدور من حوادث الساعة والتقدم العلمي كمشاهدة انطلاق المركبات الفضائية.⁴

1- زيد عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي. مرجع سابق، ص184، 185.

2- أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة. دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2007، ص39.

3- زيد عبوي، معجم المصطلحات السياحية والفندقية "عربي- انجليزي". مرجع سابق، ص 264.

4- زيد عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي. نفس المرجع، ص 173.

7-2-1-2 السياحة الرياضية:

تعتبر قديمة نوعا ما، كانت تشمل رحلات صيد الأسماك، ركوب الخيل، التزحلق على الثلوج، قد شهدت منافسة دولية في هذا المجال، كإقامة مباريات كأس العالم أو دورة الألعاب الأولمبية، فهذا النوع من السياحة يشهد تطورات نوعية في عدد كبير من البلدان السياحية منها إسبانيا، اليونان، تركيا، قبرص، لبنان، مصر، قطر والإمارات العربية وغيرها، حيث تتوفر الخدمات السياحية الرياضية بصفة متكاملة. إضافة إلى توفر خدمات الترفيه والخدمات الصحية،¹ إذ تتطلب إنشاء بني تحتية وفوقية عالية المستوى من التقدم، وتوفير وسائل الاتصال بمختلف الأسعار لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح المشاركين، المشجعين والهواة، رجال الأعمال والصحفيين، فقد تحتاج إلى استثمارات ضخمة وخدمات نوعية.²

كما حدث في ألمانيا سنة 2006 حين نظمت مباريات كأس العالم حيث استقبلت الملايين من الجماهير (15 مليون سائح)،³ وما حدث في سنة 2010 في جنوب إفريقيا، حيث صرّحت المنظمة العالمية لكرة القدم نموًا في الاقتصاد بنسبة (5%) بتقديرات عالية أعلن عليها وزير المالية لجنوب إفريقيا السيّد (Gordhan_Pravin) تقدر بـ (1.5%) لسنة 2010 و (3.6%) لسنة 2012. حيث قامت الحكومة بإنفاق 2.8 مليار € (أورو) لتجهيز الملاعب والبني التحتية لتنشيط قطاع السياحة والنقل، إضافة إلى تقوية الأمن الوطني.⁴

ففي البرازيل تم ترميم العديد من الملاعب لتنظيم مباريات كأس العالم في سنة 2014 وذلك لاستقطاب السياح من مختلف دول العالم وزيادة الخدمات الحديثة لهم من حيث المواصلات والدخول وغيرها.⁵

1- ح.ع. الطائي، أصول صناعة السياحة. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2، 2001، ص259.

2- زيد عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي. نفس المرجع، ص183، 184.

3 - Jean-Michel HOERNER, *Géopolitique du tourisme*. éditions ARMAND COLIN, Paris, France, 2008, p80-81.

4 - "L'Afrique du Sud attend beaucoup de la coupe du monde", EL WATAN ECONOMIE supplément hebdomadaire n°232, p13, du 22 au 28 février 2010.

5- www.batuta.com, date de consultation : 12-06-2013.

2-1-1-8 السياحة الاقتصادية:

تهدف هذه السياحة إلى العمل للحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال بسبب انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السياح والتمتع بالخدمات المقدمة لهم،¹ حيث هذا النوع تقوم به الدول المعنية بتخفيض تكاليف اليد العاملة، وتوفير السلع بأسعار معقولة بهدف جذب السياح الذين يهتمون بتلك السلع، حيث هذه الأخيرة تحتاج إلى توفير خدمات متنوعة وأماكن إقامة معينة، فمن بين الدول المهتمة بها: الصين وأغلب دول جنوب آسيا، الإمارات العربية المتحدة، تايلاندا وتايوان وغيرهم .

ففي قطر مثلاً سعت لاستحواذ على محطة فنادق **ماريوت** ببريطانيا التي تقدر بـ 42 فندقاً وذلك في صفقة قيمتها (1,1) مليار دولار أمريكي في سنة 2012، واتجهت لبناء فنادق باسم " هارودز " محاولة توطيد مكانتها الاقتصادية وتنويع استثماراتها المحلية والعالمية.²

2-1-1-9 سياحة المناسبات:

تنقسم إلى ثلاث أنواع منها ما يلي :

أ- سياحة الكرنفالات:

مثل كرنفال ريودي جانيروفي البرازيل الذي يعتبر من أضخم المهرجانات الشعبية والقومية في العالم، الذي يحضره العديد من المشاركين والسياح. وفي إيطاليا فينيسيا أو البندقية كما يسميها العرب مدينة جميلة لا مثيل لها في العالم بنيت على الماء في وسط بحيرة أسنة ولها الآن 12 مليون موقع على الانترنت وتتكون من 116 جزيرة، وفيها 416 جسراً و 7 آلاف شارع وتبدو بنيتها وكأنها لونت استعداداً لعرض مسرحي، فالواجهات مزينة ومزخرفة يمكن للمسافر أن يستمتع برؤيتها من السفينة أو قارب الغندول الذي يعبر الشوارع المائية.³

1 - أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة. نفس المرجع السابق، ص 35.

2- www.alarabiya.net/articles/2013/08/03/230115.html.

3 - http://sya7a.blogspot.com/2007/04/blog-post_08.html. date de consultation :02 /12/2013

كما يوجد في سويسرا كرنفال الربيع بمدينة "بازل" ثاني أكبر مدينة في سويسرا، ويقام هذا المهرجان لمدة ثلاث أيام ويضم مشاركين يرتدون الأزياء والأقنعة الملونة ويسيرون في الشوارع مما يستقطب العديد من السياح.¹

ب- سياحة الأعياد القومية:

تمثل في الاحتفالات التي تقام في العيد القومي كما هو موجود في أمريكا أوعيد الثورة الفرنسية الذي تقام فيه عروضاً موسيقية، فنية أو ثقافية.

ت- سياحة الأوبرا والباليه:

تجذب فيه هذه السياحة عددا هائلا من السياح المثقفين ذوي مستويات مادية عالية.² ففي مصر نظمت دار الأوبرا سنة 2014 حفلات قدرت ب 871 حضرها 700 مشاهد، كما استضافت 19 عرضاً أجنبياً لدول منها النمسا والمجر، جورجيا وبولندا والأوروغواي واليونان.³

2-1-2-10 سياحة المؤتمرات والاجتماعات :

يتطلب هذا النوع خدمات سياسية متطورة، وسائل اتصال ووسائل نقل حديثة، بنى تحتية وفوقية مميزة لتسهيل حضور الأشخاص الذين يزورون البلد لغرض اجتماع أو مؤتمر معين،⁴ تزايد الاهتمام بها بعد الحرب العالمية الثانية واستمرار الأمن والاستقرار السياسي في العالم، وحصول الفائض من المنتجات الصناعية والزراعية، وبعد استعمال الآلات الحديثة في الإنتاج، حيث انتشرت ظاهرة عقد الندوات والمؤتمرات الاجتماعية، السياسية، الثقافية ورجال الأعمال، فالمشاركون لا يقضون معظم أوقاتهم في الفنادق أو القاعات بل يكسرون الوقت للاستحمام، الراحة والرحلات السياحية القصيرة.

2-1-2-11 السياحة الدينية:

السفر بهدف زيارة الأماكن المقدسة بالنسبة للأديان مثل مكة المكرمة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين والفاثيكان والأديرة المختلفة بالنسبة للمسيحيين دير سانت كاترين بجنوب سيناء في مصر وكذلك زيارة الأهرام أو المعتملات الدينية في الجبال بالنسبة للهندوس والبوذيين.⁵

1 - http://tourw5.blogspot.com/2014/02/blog-post_8.html date de consultation :02 /03/2015

2- زيد عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي . المرجع السابق، ص 190.

3 - <http://staging.alhayat.com/Articles/64451591>: date de consultation :07 /04/2015

4- أحمد محمود مقابلة، المرجع السابق، ص 39.

5 - <http://www.ingdz.com/vb/archive/index.php/t-49217.html> date de consultation :02 /05/2015.

2-1-12 السياحة الاجتماعية:

تسمى أيضا بالسياحة العرقية، وتكون عادة سياحة عائلية، أي زيارة السائح إلى وطنه الأم مع أهله، تشترط هذه السياحة خدمات متعددة كوسائل ترفيه للأطفال كالملاعب الطعام، المسابح وأيضا الإقامة، وغالبا ما يفضل السياح الإقامة في الشقق المستقلة، أو الشقق الفندقية، وفترة الإقامة تكون من أسبوع إلى موسم كامل. فالبلد المحافظ على العادات والتقاليد يشجع هذا النوع لامتيازته بالخدمات السياحية المناسبة والمعقولة، للبقاء لفترة معينة، كما تساهم هذه السياحة في تشجيع المواطنين المغتربين بزيارة أهلهم ووطنهم، أقر بهم وأصدقائهم مع توفر الأمن والحرية لهم.¹

2-1-13 سياحة الصحراء:

تعتبر الصحراء القبلة الأولى للسياح، لما لها من جمال أحاذ وروعة الجبال والسكون،² تعد من الأماكن الفريدة من نوعها، تخلو الإقامة فيها بالمعسكرات والمخيمات، وتنوع المناظر الطبيعية من كثبان رملية متحركة على أشكال هلالية، وصخور مختلفة على جوانب الطرق تأخذ أشكالا متنوعة،³ فهي تنضم إلى سياحة السفاري والمغامرات .

لها جاذبية خاصة للسياح حيث يتجه البعض إلى زيارة الوديان وعيون المياه، والبعض يهوى الصيد البري في المناطق المسموح فيها بالصيد.⁴ ويتجه البعض الآخر إلى السلاسل الجبلية ومغامرة التسلق كتسلق جبال الأطلس، ركوب الأمواج وكذلك التزلج برمال صحراء الربع الخالي الذهبية وبالرمال الحمراء بالمملكة العربية السعودية.

1 - h <http://www.feedo.net/LifeStyle/TravelTripsRelaxation/TourismAllOverWorld.htm> date de consultation :11 /04/2014

2

[_http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%A9](http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D8%AC%D9%8A%D8%A9) date de consultation :01 /03/2014-

3_ [http://- www.ahlabah.com/32385716](http://www.ahlabah.com/32385716). date de consultation :02 /06/2013-

4_ <http://www.moe.edu.kw/pages/sectors/07/.../std-ref%5travel.doc> date de consultation :02 /09/2015- .

14-2-1-2 السياحة الشاطئية :

تنتشر في البلدان التي تمتاز بمناطقها بوفرة الشواطئ الرملية الناعمة، والمياه الصافية الخالية من الصخور، والموجودة في العديد من الدول كدول حوض البحر المتوسط ودول البحر الكاريبي.¹

15-2-1-2 سياحة الغوص :

لها علاقة بالسياحة الشاطئية في معظم المناطق التي تطل على الساحل، إذ تشتت ووفرة الشعب المرجانية، والأسماك الملونة، والمياه الدافئة طوال العام، سحر اليابس، خلجان الينابيع، حيوانات وطيور، ونباتات برية نادرة .

فمثلا ماليزيا تشتهر بأمكانها الطبيعية التي تعتبر من أجمل المناطق السياحية والترفيهية في آسيا، حيث يوجد فيها خامس أفضل مكان للغوص في العالم، والتي تعد ثالث أكبر جزيرة بالعالم، وتنتشر حولها المئات من الجزر الاستوائية التي تعطي الوجه الساحر للجزيرة في مواقع الغوص والشواطئ التي تجذب محبي الغوص.² إضافة إلى البحر الأحمر الذي يحتوي على أسماك ملونة مختلفة الألوان، والكثير من المرجان لذا تم استغلال شواطئ البحر الأحمر لإقامة منتجعات فندقية لتقديم خدمات للهواة وتدريبهم على الغوص للاستكشاف والتمتع.³

16-2-1-2 سياحة التجوال :

تتمثل في القيام بجولات منظمة سيرًا على الأقدام إلى مناطق نائية، تشتهر بجمال مناظرها الطبيعية، وتكون الإقامة في مخيمات في البر والتعايش مع الطبيعة.⁴

17-2-1-2 سياحة التسوق :

تكون بغرض التسوق وشراء منتجات بلد ما تسري فيها التخفيضات من أجل الجذب السياحي كمهرجان دبي للسياحة والتسوق الذي يقام كل سنة،⁵ والشكل الموالي يلخص أغراض ودوافع السياحة كالتالي:

1_ <http://www.3bia.com/vb/3bia19364> date de consultation :21 /09/2014-

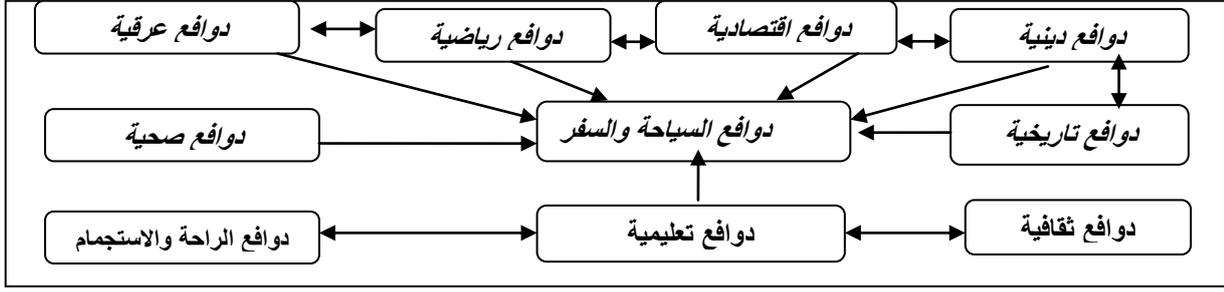
2 - <http://www.arabtravelers.com/travel153591.html/> date de consultation :02 /04/2013

3 _ <http://www.almsal.com/post/215093-> date de consultation :31 /01/2017

4_ <http://www.online1.com/vb/t20383.html> date de consultation :10 /02/2015

5-<http://vb.7lahm.com/t4055.html> date de consultation :12 /05/2015

الشكل رقم (2) " أهم دوافع السياحة "



المصدر: احمد محمود مقابلة، نفس المرجع السابق، ص 36 .

2-1-1-18 سياحة المغامرة:

هذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له هذه الإقامة بالترفيه والاستحمام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة. ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة أو استثمارات ضخمة أو خدمات ومرافق عديدة، لكنه يتطلب إدارة جيدة وتوفر عناصر لدلالة سياحية مؤهلة، خدمات نقل، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لاستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة.¹

2_1_3 تقسيم السياحة وفقا للعمر :

تشمل هذه السياحة ما يلي :

أ- سياحة الطلائع:

تتعلق بالمرحلة ما بين 7 سنوات إلى 14 سنة، هي مرحلة تعليمية يتم من خلالها الأطفال اكتساب معارف ومهارات معينة؛

ب- سياحة الشباب:

تتعلق بالمرحلة ما بين 15 سنة و 21 سنة التي تمتاز بالبحث عن الحياة الاجتماعية والاعتماد على النفس تنتشر خاصة في أمريكا؛

1_صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة. سلسلة دار الرضا، دمشق، 2004، ص 130 .

ت- سياحة الناضجين:

تتعلق بالمرحلة ما بين 35 سنة و55 سنة، هي سياحة للاسترخاء والمتعة؛

ث- سياحة المتقاعدين:

تخص المتقاعدين والمتقدمين في السن، تكون فترة الإقامة من أسبوعين إلى شهرين، تمتاز بارتفاع الأسعار وتقديم أفضل الخدمات السياحية وأفضل أنواع الإقامة والنقل.¹

2-1-4 تقسيم السياحة وفقا لمدة الإقامة :

تقسم هذه السياحة وفقا لما يلي فمنها:

أ- سياحة موسمية:

مرتبطة بموسم معين أي فترة الإقامة تتراوح ما بين شهر إلى ثلاثة أشهر، كالذهاب إلى المناطق الدافئة للسياح المقيمين في المناطق الباردة والعكس؛

ب- سياحة أيام:

قد تستغرق هذه السياحة أياما معدودة من يومين إلى أسبوع، فتكون غالبا في نهاية الأسبوع، أو مناسبات وطنية، أو أعياد قومية؛²

ت- سياحة عابرة:

تكون أثناء انتقال السياح بطريقة برية عن طريق حافلات سياحية، أو سياحة عابرة تحصل أثناء الانتقال بالطائرات، كأن تتعطل طائرة في مطارها.³

2-1-5 تقسيم السياحة وفقا للجنسية :

أ- سياحة الأجانب:

تشمل جميع الأجانب ما عدا مواطني أهل البلد، حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم برامج لجذب السياح الأجانب ملائمة لأذواقهم ورغباتهم؛

1- زيد عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي، مرجع سابق، ص 186، 191.

2- أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 36، 43.

3- زيد عبوي، نفس المرجع، ص 193.

ب_ سياحة المقيمين خارج البلد :

هي سياحة لهجرة المواطنين لغرض الدراسة أو العمل، فقد تنظم لهم رحلات سياحية لغرض زيارة بلدهم الأم؛

ت- سياحة مواطني الدولة:

هي سياحة داخلية تنظم لمواطني البلد زيارة أماكن أثرية، تاريخية، وحضارية في البلد نفسه.¹

2-1-6 التقسيم وفقا للمناطق الجغرافية :

أ - سياحة داخلية:

تتمثل في انتقال الأفراد داخل البلد نفسه، أي انتقال مواطني البلد داخل البلد الأم، وهذا النوع يحتاج إلى خدمات متنوعة، بأسعار معقولة وتشجيعية، تعتبر من أهم أنواع السياحة الداخلية في توزيع الدخل بين المواطنين، وعدم تركزهم في منطقة معينة والقضاء على البطالة وتحسين البنى التحتية والفوقية. فهي تنظم لمواطني البلد زيارة الأماكن الأثرية والتاريخية الحضارية والرياضية حيث تتضمن مختلف أنواع السياحة والإقامة المناسبة لكافة المستويات والدخول الاقتصادية؛

ب- السياحة الخارجية:

تعني استقبال السياح الأجانب إلى بلد ما، هذا النوع من السياحة تبحث عنه معظم الدول لجلب العملة الصعبة، حيث تتطلب خدمات مختلفة وبنى تحتية كبيرة، فكلما تنوعت الخدمات السياحية من جودة وأسعار وتطورت كل من البنى التحتية والفوقية كلما زاد تدفق السياح الأجانب في البلد مع اشتراط توفر الأمن والاستقرار وتوفر الحرية للبلد، واحترام السياح، وثبات القوانين، وانخفاض الأسعار،² وسهولة الحصول على تأشيرة الدخول والجدول الموالي يبرز قدوم السياح الدوليين حسب بلدهم الأصلي.

الجدول رقم(1) : " قدوم السياح الدوليين حسب بلدهم الأصلي بالنسب المئوية لسنة 2015"³

النسب (%)	عدد السياح بالمليون	الدول
51	609	أوروبا

1- أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص 44.

2- زيد عبوي، معجم المصطلحات السياحية والفندقية "عربي- انجليزي"، مرجع سابق، ص 265.

3_ [http://arabic.cnn.com/travel/2016/01/20/gallery-international-tourists-2015_date de consultation](http://arabic.cnn.com/travel/2016/01/20/gallery-international-tourists-2015_date_de_consultation) :31 /01/2017

23	227	آسيا ودول المحيط الهادي
16	191	أمريكا
5	54	الشرق الأوسط
5	53	إفريقيا

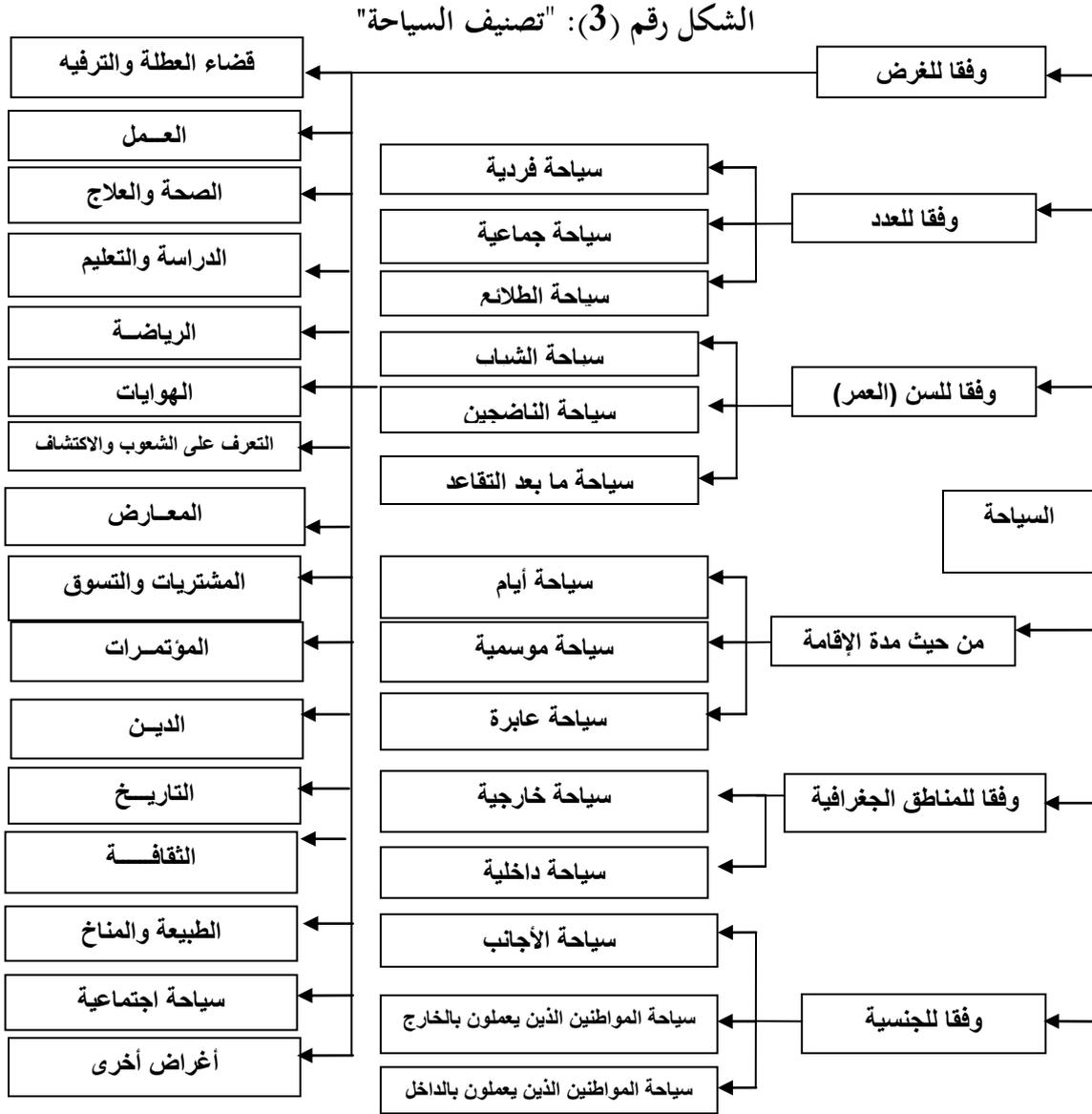
source: unwto.world tourism.barometer date de consultation :03 /03/2015-

كل نتائج الجدول توضح تزايدا مستمرا في التدفق السياحي، إذ قدر التزايد بأعلى نسبة في أوروبا بـ 51%، هذا ما يوضح الاهتمام بهذا القطاع من طرف السياح، ومن طرف السلطات المعنية وذلك لما حققته من نجاح وتطور في الاقتصاد¹. حيث تصدرت معظم دول أوروبا المرتبة الأولى بالنسبة للدول الأخرى، هذا لما تكسبه من موارد سياحية عالية كالمناطق الأثرية والتاريخية مثلا، ثم تليها دول المحيط الهادي كالهند وأندونيسيا وغيرهم من الدول الغنية بالمقومات السياحية وأمريكا في المرتبة الثالثة، ودول الشرق الأوسط مع دول إفريقيا لما تزخر به موارد سياحية .

والشكل الموالي يوضح ما ذكر سالفنا حيث يدمج كل أصناف السياحة في شكل موحد وفقا لكل من الأغراض، العدد، العمر، الجنسية، مدة الإقامة، وذكر معظم أنواعها في الشكل الموالي²:

1 -<http://www.arrivees.geotourisme.gouv.fr.stat.memento.pdf.p1> date de consultation: 03 /03/2015 .

2- <http://www.umbb.dz/Bibumbb/thésés/gestion/branji-aymen.pdf.p46>. date de consultation :02 /04/2015



المصدر: محسن أحمد الحضيري، التسويق السياحي. مكتبة مدبولي، مصر، 1989، ص. 55

2-2- خصائص السياحة:

تعد السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في الدول المتقدمة، فهي صناعة متميزة عن غيرها من الأنشطة الاقتصادية بمجموعة من الخصائص أبرزها ما يلي:¹

1- شبايكي حفيظة مليكة، ملتقى واقع السياحة في الجزائر، جامعة منتوري، قسنطينة، 27 سبتمبر 2001.

- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة، فهي من الصناعات القليلة التي تقوم بنقل السائح إلى المكان أو المنطقة التي يرغب زيارتها وليس العكس كما هو الحال بالنسبة للمنتجات المادية، كما لا يمكن تخزينها كالطاقات الإيوائية، أو مقاعد المطاعم، فعندما لا يتم إشغال أي غرفة من غرف الفندق يعتبر خسارة له لأنه يدفع مصاريف ثابتة بالإضافة إلى أنه لا يمكنه تخزين الغرفة أو نقلها إلى مكان آخر؛
- صعوبة تحويل المنتجات أو المواد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر كتحويل فندق إلى مطار خلال فترة زمنية قصيرة، لأن تجهيزات الفندق تختلف عن تجهيزات المطار حتى تصميمه، وبالتالي فالعرض السياحي غير مرن في المدى القصير؛
- السياحة تتميز بالموسمية، أي أنها تمر بثلاث مواسم حيث يتذبذب الطلب على الخدمات السياحية إذ تتمثل هذه المواسم فيما يلي :

1-2-2 موسم الذروة :

يعتبر هذا الموسم من المواسم التي ترتفع فيها الأسعار، ففيه يزداد عدد السياح ويعتبر موسماً مفضلاً من حيث الفرص التسويقية والتشغيلية، كما أن أسعار الخدمات السياحية وأجور الإقامة تكون مرتفعة .

2-2-2 موسم الوسط :

في هذا الموسم يتذبذب الطلب على الخدمات السياحية ويكون عدد السياح متوسطاً والأسعار أقل من أسعار موسم الذروة، ما عدا مناطق معينة من العالم التي لا تتأثر بالموسمية مثل جزر هاواي وبعض جزر الكاريبي

3-2-2 موسم الكساد:

يقال في هذا الموسم الطلب على الخدمات السياحية لا ينعدم، في هذه الحالة تلجأ معظم المنشآت السياحية إلى تخفيض الأسعار لتشجيع السياح على القدوم، يتم التركيز هنا على السياحة الداخلية. فالسياحة صناعة متداخلة تشمل على العديد من الخدمات السياحية كالنقل الجوي، البحري، الفنادق، المطاعم، محلات بيع التحف التقليدية وغيرها، فكل خدمة فيها مستقلة عن الأخرى، فالشخص الذي يقدم في متاجر بيع التحف يختلف عن الشخص الذي يقدم الخدمة في الفندق، هذا ما يتطلب جهوداً كبيرة من حيث تنسيق

الخدمات لكي يُروَّج المنتج السياحي أكثر ويلبي حاجات ورغبات السائح، فأبي تقصير في تقديم الخدمات يؤثر على باقي الخدمات وبالتالي يؤثر على السياحة.¹

2-3 السياحة والتنمية الاقتصادية :

تلعب السياحة دورا هاما في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال ما حققته من عائدات بواسطة الاستثمارات الموجهة للسياحة مثل ما حدث في إيطاليا وإسبانيا وغيرها من الدول، فباعتبارها مصدرا من مصادر الدخل القومي وذلك لمساهمتها في حل بعض المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها. إذ أتاحت هذه الأخيرة فرصا لإيجاد العمالة، ومبادرة التوسع في صناعة السياحة والسفر حسب ما جاءت به إحصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر لعام 1997 التي صرحت بإلغاء تأشيرات الدخول للسياح، وتوجيه المسؤولين عن الحدود لمعاملة السياح على أنهم مصدر للدخل، إضافة إلى استخدام العدد الكافي من العاملين لتسهيل عبور السياح الحدود بسرعة كافية .

2-3-1 السياحة مصدرا من مصادر العملات الأجنبية :

تشكل السياحة بكل أنماطها مصدرا رئيسيا من مصادر اكتساب العملات الأجنبية لما ينفقه السائح على المنتجات من عملات أجنبية، فالدخل من هذه العملات لا يعتبر الدخل الوحيد الذي يعود علينا من السياحة، فدخل العملات الأجنبية يمثل الجولة الأولى للدخول المتولدة من هذا القطاع، وهي الجولة التي يكون أحد أطرافها السائح مثلا إذ أنفق السائح 100 دولار أجرة غرفة في فندق، فنسبة منها يقوم صاحب الفندق بإنفاقها على السلع والخدمات التي يقدمها للنزلاء وخدمة العاملين ومن ثم يتولد دخل جديد يذهب إلى منتجي هذه السلع والخدمات، وهؤلاء ينفقون ما يحصلون عليه من هذه المنتجات وهكذا.

2-3-2 السياحة صناعة تصديرية :

تتمتع السياحة بمزايا وأنشطة التصدير، أي أن الخدمة السياحية يحضر مستهلكيها إليها ولا تذهب إليهم عكس الصادرات الأخرى من المنتجات، فهي تتجنب الكثير من الأعباء كالنقل، التأمين، الترويج والذي يتم مجانا دون مقابل، فالعمل المقنع هو الأكثر تأثيرا .

كما تعد مصدرا هاما من مصادر العمالة، فيكفي ذكر الكثافة للعمالة في قطاع الفنادق وكلاء السفر والمطاعم، الصناعات التقليدية، الصناعات التي تخدم القطاع. إذ تروج العديد من الأنشطة المصاحبة لها

1- سراب إلياس، حسن الرفاعي وآخرون، تسويق الخدمات السياحية. دار المسيرة، ط1، الأردن، 2002، ص 14 .

والمرتبطة بها حيث يستفيد منها الكثير من الأفراد، فقد أشارت الدراسات إلى أن كل غرفة فندقية تنشئ 2.75 فرصة عمل في مجالات مختلفة .

2-3-3 السياحة وعاء ضريبي :

تستطيع الدولة تحقيق زيادة كبيرة من إيراداتها عن طريق السياحة من خلال تحصيل عدة أنواع من الضرائب والرسوم التي تفرض على الأنشطة والخدمات السياحية كرسوم تأشيرات الدخول إلى البلاد، رسوم وإيواء الطائرات... إلخ. فقد أعلنت منظمة السياحة العالمية أنها تتوقع أن يصل عدد السياح في العالم ع م 2022 إلى مليار و600 مليون سائح، لأن العالم يتجه سريعاً نحو توظيف التقنيات الحديثة في العمل السياحي من حيث

إعداد المعلومة السياحية ونشرها ؛

- ترتيب البرامج وتنفيذها؛

- بناء المنشآت الفندقية والترفيهية للسياح وتصميمها ؛

- إعداد الكوادر السياحية وتأهيلها.

كما تحقق السياحة التوازن في ميزان المدفوعات، وتنشيط النشاط الاستثماري السياحي وحركة المبيعات للسلع والخدمات، وتحقيق النمو المتوازن لإحداث التنمية¹.

2-4- المؤشرات الأساسية للسياحة:

تنوعت أنشطة السياح واختلفت اتجاهاتها ونظمها، وقوانينها، وأصبحت ظاهرة إنسانية تخضع لعدة مؤشرات منها ما يلي:²

2-4-1 إجمالي عدد السكان :

يعد من أهم مؤشرات السياحة في تقدير حجم النشاط السياحي في أي دولة من الدول، حيث يُمكن من تحديد مدى مساهمة السياحة في الاقتصاد القومي .

1- نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، سلسلة السياحة والفندقة . دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط 2، الأردن، 2007، ص 79، 85 .

2- حاتم عبد الحليل القرنشاوي، الاستثمار في ظل العولمة - تطوير الإدارة العربية لجذب الاستثمار، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر، 2006، ص 206.

2-4-2 عدد الليالي السياحية :

تمثل في عدد الليالي السياحية التي يقضيها السائح في البلد المضيف، حيث يرتبط هذا المؤشر بمتوسط إقامة السائح في هذا البلد، فقد تبرز مسألة أسعار السلع والخدمات وحجم الأماكن السياحية ونوعها، والعلاقة بين البلد المضيف والدول المجاورة له فكل هذه الأمور لها علاقة بعدد الليالي السياحية، وبقسمة عدد الليالي السياحية على عدد السائحين يتم الحصول على متوسط عدد الليالي التي يقضيها السائح، وقد يختلف هذا العدد باختلاف الظروف الأمنية المحلية والسياسية، الإقليمية والدولية.

3-4-2 جنسيات السياح :

تشير جنسيات السياح الأجانب إلى درجة النمو السياحي في البلد المضيف، فكل سائح له ميول خاص في نوعية السكن ووسيلة الانتقال، وكذا نوع النشاط السياحي المفضل له... إلخ. فالسائح العربي يفضل مثلاً السكن الخاص في الشقق المفروشة أو الفيلات، والذهاب إلى المسارح والسينما، أما السائح الغربي يهتم بالسكن في الفنادق والقرى السياحية، ويقبل على السياحة الثقافية والأثرية.¹

3- سلوك السائح :

لكل سائح سلوك خاص به إذ على أساسه يبنى النشاط التسويقي السياحي، إذ يعتبر بداية ونهاية أي عمل تسويقي، فبدونه لا تستطيع المنشآت السياحية رسم خططها واستراتيجيتها، لذا يتوجب دراسة سلوكه بكل دقة.

3-1- مفهوم السائح:

قبل انعقاد مؤتمر روما عام 1963 عانت الكثير من البحوث وخاصة الإحصائيات من عدم قدرتها على تحديد معنى السائح لعدم قدرتها على التمييز بين الزائر والسائح ومن هذا المنطلق كان لابد من إعطاء تعريف واضح للسائح يميزه عن باقي الفئات الأخرى رغبة في توفير احتياجاته بعد دراستها وحصر العوائد السياحية.²

3-1-1- التعريف اللغوي للسائح:

ورد في معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي معنى السائح على الشكل التالي:

ساح / ساح في يسيح، سِخ، سيحاً وسياحة وسيحاناً وسيوحاً .

1- محمد الصبري، التخطيط السياحي. درا الفكر الجامعي، إسكندرية، مصر، ط1، 2007، ص27.

2 - <http://forum.hwaml.com/t139062.html> date de consultation :31 /03/2015

ساح الماء : جرى

ساح الظل: تحول

ساح في البلاد :جال فيها للسياحة والتنزه،¹ أو غير ذلك فهو سائح وجمعه سياح من المصدر سياحة وليس سواح.²

3-1-2 التعريف الاصطلاحي للسائح:

عرف السائح في مؤتمر روما على أنه ذلك الشخص الذي يسافر لمدة تزيد عن أربعة وعشرين ساعة ولا تزيد عن سنة بغير قصد العمل لبلد غير بلده لقضاء وقت الفراغ أو التجارة أو الشؤون العائلية أو زيارة الأصدقاء أو القيام بمهام رسمية، وقد قررت اللجنة المنبثقة عن المؤتمر اعتبار الأشخاص المسافرين للأغراض السياحية سياحا :

أ - الأفراد المسافرين للترفيه أو للعلاج؛

ب - الأفراد المسافرين لأغراض التجارة؛

ت - المسافرين لأغراض المؤتمرات (دينية، إدارية، علمية، سياسية وغيرها) ؛

ث - المسافرون لأغراض رياضية ؛

ح - الأشخاص الذين يشتركون في الرحلات البحرية والذين يمكنهم على ظهر السفينة لمدة حتى لو قلت هذه المدة التي يقضونها في ميناء ذلك البلد الذي ترسو فيه السفينة عن 24 ساعة.

وبخلاف هذه الشروط الخمسة فإن غيرها الأشخاص لا يسمون سياحا بل يعتبرون زوارا.³

3-1-2-1 مفهوم السائح وفقا للقاموس السياحي الدولي الصادر عن الأكاديمية الدولية للسياحة :

لقد عرّف "مونت كارلو" سنة 1961 السائح على أنه الشخص الذي يسافر من أجل المتعة مبتعدا عن موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة، حيث أن التنقلات التي تقل عن هذه الفترة تعتبر رحلات.

1-www.almaany.com /ar/dict/ar-ar/ date de consultation :02 /06/2016

2-علي بن هادية، بلحسن البليس، الجيلاني بن الحاج يحي، القاموس الجديد للطلاب (معجم عربي مدرسي ألفبائي)، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط7، الجزائر، 1991. ص442.

3 -http://forum.hwaml.com/t139062.html date de consultation :12 /05/2015.

3-1-2-2 مفهوم السائح الداخلي وفقا للأمم المتحدة :

السائح هو الشخص الذي يقيم في دولة ما أيا كانت جنسيته يغادر محل إقامته المعتاد لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد 364 يوما،¹ بحيث يقطع مسافة لا تقل عن 25 ميلا لقضاء وقت الفراغ في الترفيه أو الدراسة، أو لأجل دوافع ثقافية، رياضية وغيرها.²

3-2 تقسيم السائح وفقا لبعدهم عن مكان السياحة :

3-2-1 السائح العالمي الذي يأتي من بلدان بعيدة عادة، والقادم من البلدان المتقدمة ذات المستوى المعيشي المرتفع.

3-2-2 السائح القادم من البلدان القريبة أو المجاورة لهم ميزات وأصناف خاصة.

3-2-3 السائح القادم من مدن أو مناطق قريبة من المكان السياحي تكون عامة الزيارات في نهاية الأسبوع.

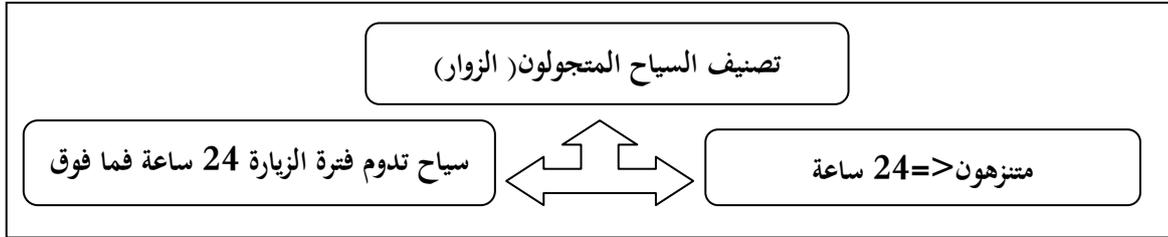
3-2-4 سائح من مواطني البلد التنقل يكون في البلد ذاته، وهذا يمثل سياحة داخلية.³

3-3 تصنيف السائح وفقا للمنظمة العالمية للسياحة (OMT):

قد تفرق المنظمة العالمية للسياحة بين السائح والمنتزه حسب مدة الإقامة في البلد المضيف وفقا

للشكل الموالي:

الشكل رقم (4) "تصنيف السائح وفقا للمنظمة العالمية للسياحة".



Source : Nadine LEVRA, *Fondements d'économie du tourisme*, 1ère édition, les éditions de BOECK université, FRANCE, 2007 p41.

1- أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية (الأسس والمرتكزات). دار الراجية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009، ص19.

2- أحمد محمود مقابلة، مرجع سابق، ص10.

3- زيد عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي. مرجع سابق، ص172، 171.

فالسائح وفقا للمفهوم العالمي هو الشخص الذي يقضي على الأقل ليلة واحدة مكان إقامة جماعية أو خاصة،¹ وهذا التعريف يطبق على السياح الأجانب الذين يقضون إجازتهم بحدوء وطمأنينة²، والشكل الموالي يوضح ميزة كل من السائح والمنتزه.³

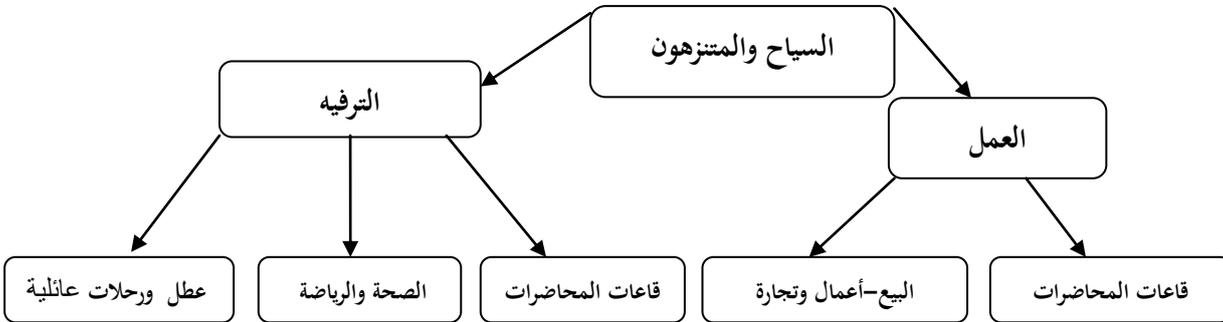
الشكل رقم (5) " الفرق بين السائح والمنتزه "

زائر	{	قضاء 0 ليلة، أي أقل من 24 ساعة = منتزه
		قضاء من 0 ليلة إلى 3 ليالي = إقامة قصيرة
	{	قضاء أكثر من 3 ليالي وأقل من سنة = إقامة طويلة (عطلة)
		سائح

Source : Jean-Louis BARMA ,Marketing du tourisme et de l'hôtellerie ,éditions d'organisation, paris, France,1999,p17.

وقد يصنف السائح والمنتزه وفقا لطبيعة وغرض السفر، والشكل الموالي يوضح ذلك:⁴

الشكل رقم (6) " تصنيف السياح والمنتزهين "



source: Nadine LEVRA, **Fondements d'économie du tourisme**, 1ère édition, les éditions de BOECK université, FRANCE,2007 p42.

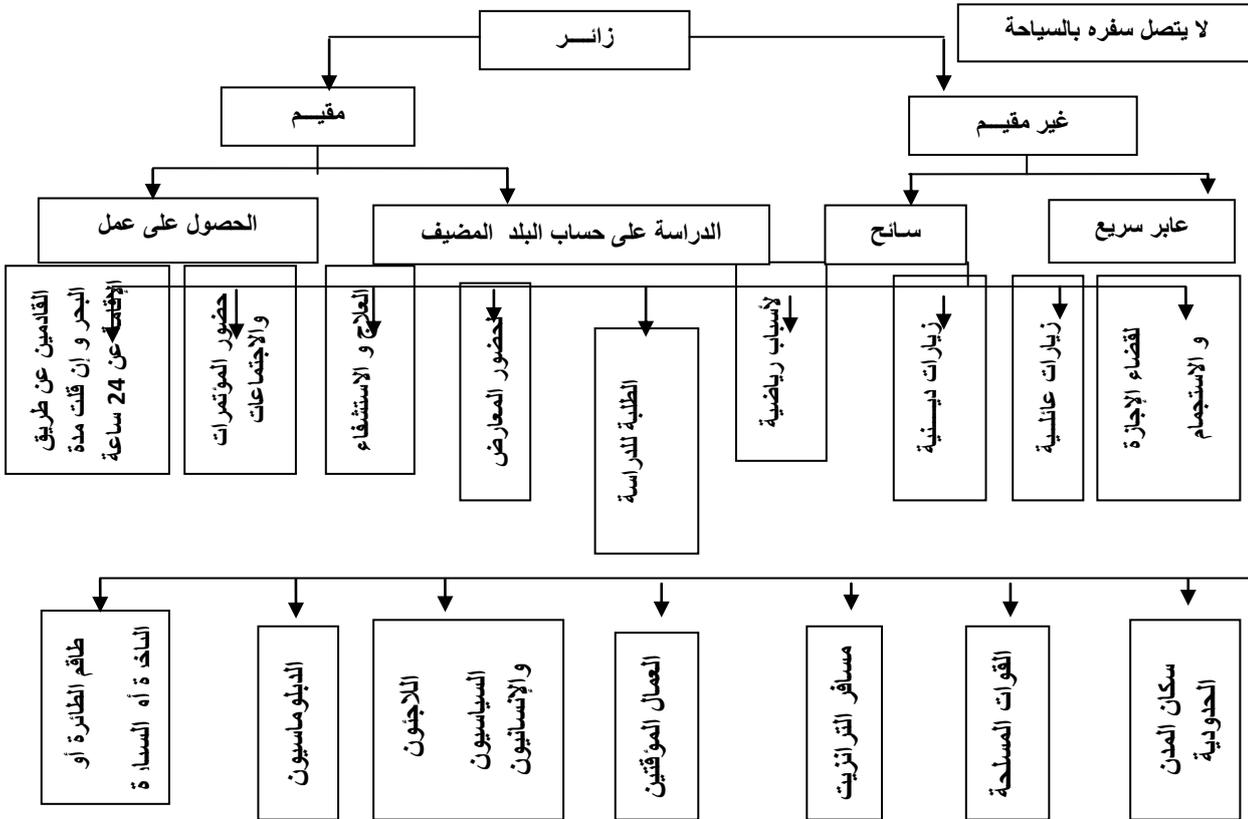
1 -A-M LEBRUN , "Le rôle de la familiarité du contexte d'achat sur la tendance au comportement exploratoire et à la recherche de variété" . Revue Française du Marketing ,n°186-2001/1 p65 .

2-مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي. المؤسسة الجامعية، ط 1، عمان، 1999، ص33.

3- J-L BARMA ,Marketing du tourisme et de l'hôtellerie .éditions d'organisation, Paris, ,1999,p17.

4- NADINE Levra, **Fondements d'économie du tourisme**, 1ère édition, les éditions de BOECK université, FRANCE,2007 p42

الشكل رقم (7): "التصنيف المتكامل للسياح"



Source : Georges CAZES, *Le tourisme international, mirage ou stratégie d'avenir ?*, édition HATIER, Paris ,France ,1989,p19.

3-4 دراسة السلوك الفردي للمستهلك السياحي:

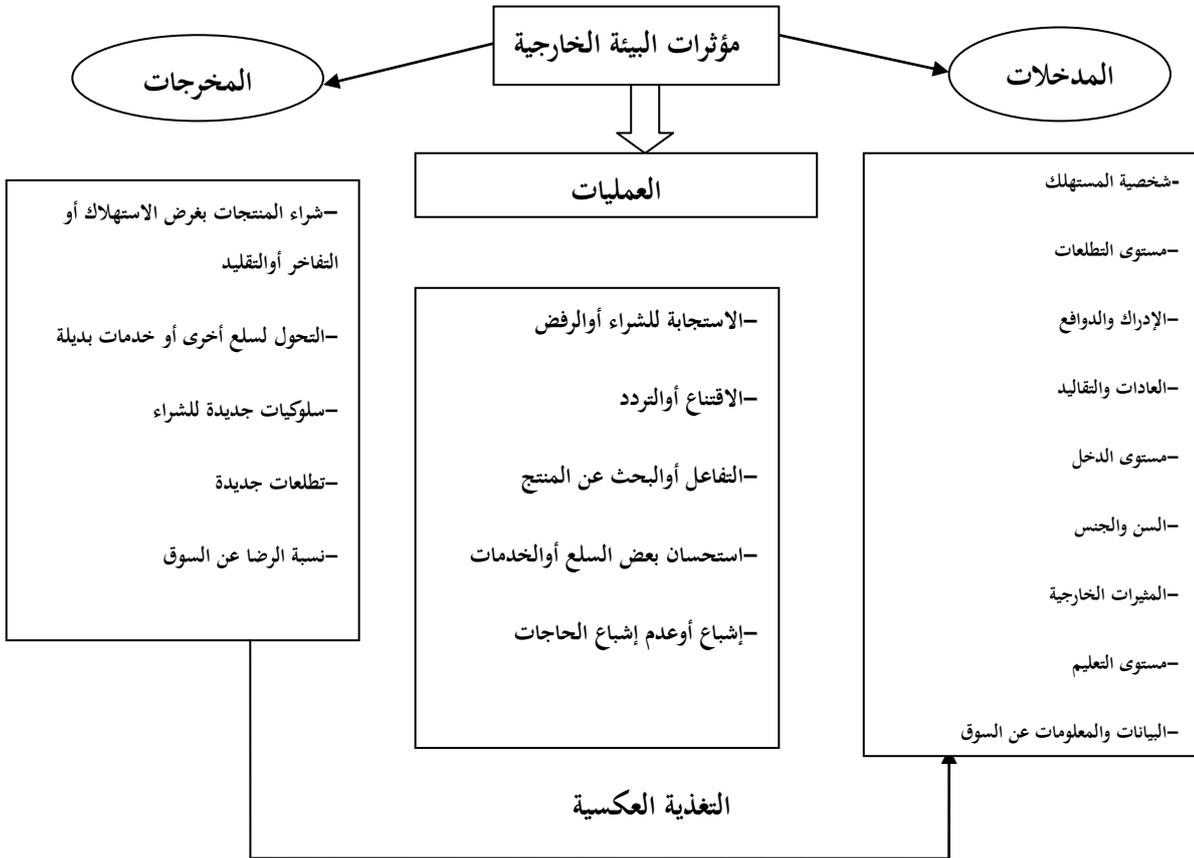
يعتبر السائح أساس نجاح النشاط التسويقي وحجر الأساس له فكل البرامج التسويقية تبدأ له وتنتهي إليه، حيث تحدد رغبات المستهلكين وخصائصهم معالم الإستراتيجية الفعالة في الوقت الحالي، فدراسة سلوك السائح من المهام الصعبة والحيوية، فدراسة سلوك الفرد الإنساني تمت في سنة 1935 من طرف علماء النفس والاجتماع النفس الاجتماعي، فأول من درس السلوك الشرائي للمستهلك هم الاقتصاديون وفقاً للنظرية الاقتصادية الكلاسيكية التي أسسها آدم سميث.¹

1- علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي . دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013، ص226.

3-4-1 مفهوم سلوك المستهلك السياحي:

يحدد "MARTIN" السلوك الملاحظ للمستهلك على أنه النقطة النهائية لسلسلة من الإجراءات التي تتم داخل المستهلك، وأن هذه الإجراءات تمثل الاحتياجات، الإدراك، الدوافع، الذكاء والذاكرة،¹ كما يعد سلوك السائح سلوك لمستهلك الخدمات السياحية، حيث يكون وراءه سبب أو دافع. وعُرف على أنه موجه لتحقيق أهداف معينة، فلا يمكن تصور سلوك بدون هدف واضح² فقد يعتبر نظاما حيث يوضح الشكل الموالي ما ذُكر :

الشكل رقم (8) : "سلوك المستهلك كنظام"



المصدر : أبن علي عمر، قراءات في سلوك المستهلك. الدار الجامعية، مصر، 2006، ص24.

1- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك. دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2007، ص19.
2- عمر جوابرة الملكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، بدون سنة النشر، ص31.

فقد يمثل سلوك السائح مجموعة من الجهود والأنشطة التي يقدم عليها المستهلكون أثناء البحث عن السلع والخدمات المحتاج إليها، والتي تؤدي إلى إشباعهم.¹ فدراسة هذا السلوك أساس التسويق الفعال، فهو نقطة الاهتمام في أكبر تجمع من نوعه لمختلف المنظمات التجارية الكبرى.² فيعرف أيضا بالدراسة المرتبطة بكيفية قيام السائح باتخاذ قرار الشراء من خلال توجيهه الموارد المتاحة له من وقت وجهده.³

3-4-2 دراسة سلوك المستهلك السياحي:

أجريت العديد من الدراسات حول سلوك السائح كالدراسة التي تم القيام بها في المملكة العربية السعودية الخاصة بمتطلبات السياح التي تشمل الخدمات السياحية، حيث تم الاشتراك في هذه الدراسة بين ثلاث جهات في المسؤولية على نجاح أو فشل الخدمات السياحية، واستمرار رضا أو عدم رضا السائح التي تشمل كلا من الهيئة العليا للسياحة والجهات الحكومية ذات العلاقة بقطاع السياحة وشركات الاستثمار السياحي .

تمت في هذه الدراسة معالجة ومعرفة سلوك السائح وما يريده من احتياجات ورغبات بشكل متكامل، وإجراء دراسات دورية لتقويم مستوى الخدمة المقدمة من الشركات السياحية، والعمل على تحديد معايير خدمية سياحية لضمان جودة المرافق والمنشآت السياحية التي ترضي السائح، وجعله المحطة الأولى التي بموجبها يمكن دراسة المشروع السياحي بطريقة أفضل.⁴

تتمثل دراسة سلوك السائح في جانب الطلب، فالسائح لا يستهلك المنتج في حد ذاته بل يتذوقه قبل الاستهلاك،⁵ فالبحوث السياحية تركز غالبا من يقوم بماذا؟، فاعتمدت البحوث على البيانات والمعلومات ذات الصلة بالسائح.

ففي الأردن يختلف سلوك السائح حسب الجنسية مثلا السياح الأجانب عند قدومهم الأردن تنظم لهم السفريات المنشآت السياحية أي تتم السياحة جماعية، ويقومون بشراء واستخدام كافة مقومات العرض

¹ -<http://www.drkader.com/Courses/consumer.Behavior/01-stat.pdf> date de consultation :30 /03/2013

² -<http://www.aawsat.com/details.asp?section=37&article=442269&issueno=10554>. date de consultation :12 /04/2014

³ -http://www.c-ctm.com/vb/show_thread.php?t=1222date de consultation :20 /04/2013

⁴ -<http://www.aasat.com/details.asp?section=68&article=1880368&issueno=9030>. date de consultation :02 /03/2015

⁵ -Line BERGERY , **Qualité globale et tourisme**, éditions Economica, Paris, France,2002,p209.

السياسي كالفنادق، الشقق الفندقية، وكلاء السفر، مكاتب تأجير السيارات السياحية، إضافة إلى زيارة المواقع الأثرية وغيرها، أي زيادة إيرادات الحكومة الأردنية، عكس السياح الأردنيين الذين يقومون بالسياحة الفردية الغير منظمة لا يستخدمون مقومات العرض السياحي بشكل جيد، حيث يركزون على الشقق الفندقية، المطاعم وأحياناً مكاتب تأجير السيارات السياحية.¹

فبالرغم من ضرورة فهم المنشآت السياحية الخواص الديمغرافية والجغرافية للسياح وغيرها، إلا أنه ينبغي التعرف على الأسباب التي تدفعهم إلى اختيار منتج سياحي دون آخر، ومن بين الدوافع ما يلي :

3-4-3 أسباب دراسة سلوك المستهلك السياحي:

المستهلك السياحي لا يختلف سلوكه عن أي مستهلك آخر لأية سلعة من السلع المادية من حيث الرغبات والدوافع والقدرات المادية.² فلتحديد حاجاته الغير مشبعة يجب دراسة سلوكه من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:³ من الذي يشتري؟ متى يشتري؟ من أين يتم الشراء وما هو الدافع للشراء، لذا تكنسي دراسة الكيفية التي يقوم بها المستهلك باتخاذ قرار الشراء أهمية بالغة⁴ من خلال إنفاق الموارد المتاحة لديه من مال ووقت وجهد. فمن الأسباب التي أدت إلى دراسة سلوك المستهلك السياحي ما يلي :

3-4-3-1 القرار النهائي للشراء :

يعتبر المحصلة النهائية لمجموعة من التصرفات، مما يتطلب من رجال التسويق دراسة وتحليل هذا السلوك التي يتضمن عدة مراحل تتمثل فيما يلي:

أ - الإحساس بالحاجة إلى القيام بالنشاط السياحي :

يهدف الفرد إلى إشباع الحاجات المادية كالأكل والشرب والحاجات النفسية كالترفيه والمتعة والثقافة إلى غير ذلك من الحاجات التي يرغب فيها. فالإنسان لديه العديد من الحاجات التي يسعى لإشباعها

1-<http://www.ammonnews.net/article.aspx?articleNO=44109>. date de consultation :14 /04/2015

2_ Jean-Louis CACCO ,Fondements d'économie du tourisme ,Acteurs, Marché, Stratégies .1^{ère} édition ,les éditions DE Boeck université ,2007 ,p36.

3- نزار عبد المجيد البرواري، أحمد محمد البرزنجي، استراتيجيات التسويق (المفاهيم، الأسس، الوظائف). دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، الأردن، 2008، ص110.

4- حمد الغدير، رشاد الساعد، سلوك المستهلك (مدخل متكامل). دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص11.

كالحاجات المادية المتمثلة في الطعام، الملابس والمسكن وحاجات اجتماعية كالانتماء، التفاعل والتقدير وحاجات فردية للمعرفة وتحقيق الذات، ونقص الإشباع يؤدي إلى التطلع للحاجات؛

ب - الاستعداد:

أن يكون السائح مستعدا لشراء منتج ما أثار إعجابه واقتنع به .

3-4-3-2 الحاجة:

ثلاث مراحل يطلق عليها بإثارة الحاجة تذكر كالأتي: يشخص كوتلر (KOTLER)

المرحلة الأولى:

المحفزات الخارجية والداخلية على إثارة الطلب أو الرغبة لصنف معين من المنتج .

المرحلة الثانية :

تناول الحاجات التي يتم إشباعها من خلال شراء صنف معين من أصناف المنتج.

المرحلة الثالثة:

هذه الحاجات المشخصة تنشط الرغبات.

هناك عوامل محفزة تظهر من خلال الإقرار بوجود شيء بحاجة إلى إشباع مثيرات داخلية أما الخارجية تتضمن عملية التعرض للإعلانات أو الحديث مع الأصدقاء¹. فالإنسان لديه العديد من الحاجات التي يسعى لإشباعها كالحاجات المادية المتمثلة في الطعام، الملابس والمسكن وحاجات اجتماعية كالانتماء، التفاعل والتقدير وحاجات فردية للمعرفة وتحقيق الذات، ونقص الإشباع يؤدي إلى التطلع للحاجات .

ففي المجتمعات المتقدمة يتطلع الفرد إلى إشباع حاجاته ويساعده على ذلك ارتفاع الدخل، عكس ما هو موجود في الدول النامية أو المتخلفة الذين يسعون إلى محاولة الإشباع بقدر المتاح من السلع والخدمات .

فباعتبار سلوك السائح سلوكا إنسانيا يتأثر بمجموعة من العوامل والضغط كانت إنسانية أم تسويقية، تجعل عملية التنبؤ وتفسير السلوك وكيفية اتخاذ قرار الشراء لسلعة ما أو خدمة سياحية معينة من المسائل البالغة الأهمية بسبب تداخلها فيما بينها.

لقد كان الاهتمام يركز على دراسة وتحليل جوانب السلوك الإنساني، ولكن الدراسات ذات العلاقة بسلوك المستهلك بقيت لفترة محددة خاصة لدى المدارس السلوكية (LANCASTER (1971) بسبب

1- ح.ع. الطائي، أصول صناعة السياحة، مرجع سابق، ص246.

النظرة التي كانت تستند عليها هذه المدارس، فقد يرى القرار هو تعبير عن السلوك الإنساني للفرد، فبالإمكان معرفة الفرد تبعاً للسلوك الذي يتخذه إزاء سلعة أو خدمة معينة يرغب شرائها.¹

قسمت دراسة سلوك السائح حسب العمر، الجنس، المستوى الاجتماعي، الثقافي والمالي، وإبراز العوامل التي يجب مراعاتها عند تحديد احتياجاته الأساسية واحتياج الأمان، وكذا الاحتياجات الاجتماعية والصدقة، الاحترام ثم تحقيق الذات هذا ما جاء به الاقتصادي " أبراهام ماسلو".²

تقود السائح عدة حاجات كونه يسعى إلى تحقيق أهدافه المهمة، أبرزها تحقيق الذات، حيث طرح الاقتصادي " أبراهام ماسلو" في نظرية الحاجات أن الكثيرين يرون الدوافع شيء ذاتي، يعمل شخص لشخص آخر، إلا أنها بالنسبة له عبارة عن شيء ذاتي لا يمكن فرضه من الخارج، يعتبر قوة داخلية تدفع الفرد القيام بعمل محدد، كتحقيق الذات.³

هذا ما أكده أيضاً الاقتصادي ماسلو في تقسيم الحاجات على أنه " ما دامت حاجات الفرد كثيرة ودخله محدود، فلا يتمكن من إشباع كل حاجاته، وعليه أن يعمل ترتيباً تنازلياً واضعاً حاجاته الضرورية في أول السُّلم ثم تليها الحاجات الأقل أهمية".

الشكل رقم (9) : " تقسيم ماسلو للحاجات والدوافع"



Source : Philip KOTLER –Bernard DUBOIS-Kevin Lane KELLER –Delphine MANCEAU ,Marketing management ,éditions PEARSON Education ,12^{ème} édition ,Paris France 2006,p224.

1- ح.ع. الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2004، ص125، 126.
2-<http://www.aawsat.com/details.asp?section=68&article=1880368&issueno=9030> date de consultation : 17 /02/2013
3-<http://www.9alam.com/forums/attachment.php?attachmentid=529&d.doc.p118> date de consultation : 02 /05/2014.

يوضح هذا الشكل الحاجة الفيزيولوجية كالأطعمة والسكن والملبس تأتي في القاعده، وبعدها الحاجة إلى الأمن والأمان الجسمي والانفعالي، وتليها الحاجة إلى الائتمان والحب في المرحلة الثالثة ثم الحاجة إلى الاحترام وفي الأخير الحاجة إلى تحقيق الذات التي تنصدر رأس الهرم .

3-3-4-3 الرغبات:

تمثل مرحلة متقدمة من الحاجات فقد يرغب الفرد في الانتقال بالطائرة، أو يفضل سيارة خاصة، أي الوسائل التي تؤدي تستخدم في إشباع الحاجة، وقد تختلف من فرد لآخر حسب ثقافته، بيئته ودرجة التحضر، فمثلا الأمريكي يفضل "المومبورغر"، والإيطالي يفضل "البيتزا" والعربي يفضل لحم الخروف. فدور رجل التسويق البحث عن رغبات السائحين، وتقديم تلك الرغبات والخدمات التي تشبع الحاجة، فهناك ارتباط بين الحاجة والرغبة، فقد تكون الرغبة لها الأولوية عند السائح من الحاجات، فقد لا يهتم بمكان الإيواء في الفنادق الفاخرة بل يؤكد على مكان الصيد والتصوير تحت الماء... إلخ .

4-3-4-3 الطلب:

من المعروف عند الإنسان قلة الموارد وزيادة الرغبات وعلى رجل البحث عن هذه المشكلة، فعلى السائح البحث عن المنتجات والحاجة التي تمتعه بالإشباع في حدود ما يملك، فرجل التسويق الناجح هو الذي يتنبأ عمليا بحجم الطلب المتوقع على منتجاته الذي يساعد على تحديد الحجم الملائم من الإنتاج فقد تمت معالجة الطلب على السياحة بعدة وسائل، أي عدد الأفراد الذين يشتركون بالفعل في النشاط السياحي.¹

5-3-4-3 المنتجات:

قد تكون سلعة مادية أو خدمة، فكرة أو تنظيم، شخص أو فندق... إلخ . يعني أي شيء مشبع للحاجة، فمثلا الفرد يشتري سيارة ليمتلكها وبالمقابل التنقل، والسائح يحتاج إلى مراكز التسلية أو ممارسة رياضة معينة، أو المشي في الأسواق لرؤية الفولكلور الشعبي الذي يشبع رغباته.

6-3-4-3 التبادل:

قد يقوم الفرد بتوفير الرغبات والحاجات بالتبادل النقدي أي يكون لديه القدرة الشرائية لها، عليه التوجه إلى أماكن تواجد هذه الحاجات والرغبات ويقوم بشرائها، وهذا يتطلب تسويق الخدمات السياحية والمصرفية الفندقية والرياضية وغيرها.

1- محيي محمد مسعد، الاتجاهات الحديثة في السياحة، المكتب الجامعي الحديث، إسكندرية، مصر، 2008، ص153، 154.

3-4-3-7 المعاملات:

تعد النظام الأساسي للتبادل، فمحور المعاملات هو القيمة المادية التي يحصل عليها طرف والخدمة أو السلعة التي يحصل عليها الطرف الآخر، والتي تشمل بعض الأبعاد كالوقت والمكان، وهناك نوعان من المعاملات منها:

أ- معاملات مادية: التي يقوم بها السائح بدفع نقود أو شيكات بنكية مقابل الحصول على الخدمة .
ب- نظام العلاقات التسويقية : التي تقوم على ثقة طويلة الأجل بين المنشأة والعملاء من السياح بالتراضي بينهما.

3-4-3-8 الأسواق:

قد يتكون السوق السياحي من كافة السياح والقدرة لإتمام عملية التبادل لإشباع الرغبات، فحجم السوق يتناسب مع عدد المستهلكين، وقدرتهم الشرائية، واستعدادهم لتقديم الموارد النقدية للحصول على الرغبات والحاجات، فيعتبر رجال التسويق البائعون هم أصحاب المنشآت السياحية، والزبائن هم السياح.¹

4-4-4 حقوق وواجبات السائح:

1-4-4 حقوق السائح:

قررت الجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحة في دورتها التاسعة المنعقدة في بيونس أيريس بشأن تيسيرات السفر وسلامة وأمن السائحين في 1991/10/04 .

وقد جاء في المادة الأولى من مبادئ هذه المنظمة التعرف على المجتمعات المضيفة والمشتغلين بالسياحة محليا على السائحين احترامهم ومعرفة أساليب حياتهم، أذواقهم وتوقعاتهم. إضافة إلى حمايتهم من طرف السلطات العامة، بتوفير الأمن والتأمين.

وفي المادة السادسة من مبادئ المنظمة قررت فيها هذه المنظمة بالتزام المشتغلين بالسياحة العناية بالسائح والوقاية من الحوادث وسلامة الطعام، والسماح لهم بممارسة الشعائر الدينية الخاصة بهم أثناء السفر، وعلى السلطات العامة التأكد من وجود آليات لازمة لإعادة السياح في حالة إفلاس الشركة المنظمة للسفر، وإبلاغهم عن حدوث أزمات أو صعوبات محتمل مواجهتها أثناء الرحلة .

1- محبي محمد مسعد، مرجع سابق، ص154، 156.

والصحافة بدورها يتوجب عليها نشر الأحداث التي قد تؤثر على تدفق السياح بصدق، وتطوير تكنولوجيا الاتصال والتجارة الالكترونية .

أما المادة السابعة فجاءت حول عدم وضع المعوقات حول السياحة التي تعد من أفضل الطرق للاستفادة من النمو المطرد في أوقات الفراغ، وينبغي اعتبارها ملازما للحق في الراحة والترفيه، ووضع حد معقول لعدد ساعات العمل والحصول على إجازات مدفوعة الأجر هذا ما نصت عليه المادة الرابعة والعشرون (24) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان والمادة (7-د) من العهد الدولي للحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية .

كما ينبغي للسائح التمتع بحرية التنقل داخل وخارج مكان إقامته وفقا للمادة الثالثة عشر (13) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، إضافة إلى السماح له بالعبور، التكفل وإمكانية الاتصال بالممثلين القنصليين لبلداتهم وفقا للاتفاقيات الدبلوماسية السرية

2-4 واجبات السائح:

وفقا للمادة الأولى من مبادئ المنظمة العالمية للسياحة، أُعلن عن عدم ارتكاب السائح أي نوع من الأفعال الإجرامية كالمتاجرة في المخدرات أو الأسلحة، وعدم تشجيع السياحة الجنسية بأي طريقة التي أصدرت قرارها المنظمة في دورتها الحادية عشر (11) المنعقدة بالقاهرة بتاريخ 1995/10/22 .

وقبل المغادرة من مكان إقامته عليه التعرف على خصائص الدولة ومراعاة المخاطر الصحية والأمنية.¹

1-ع.أبو عياش، ح، ع، الطائي، التخطيط السياحي-مدخل استراتيجي. مرجع سابق، ص 386، 399.

المبحث الثاني: الخدمات السياحية وتسويقها

1- الخدمة السياحية:

تكمن أهمية التسويق في قدرته على جمع وتقديم مزيج من السلع والخدمات، تمتاز بقدرتها على إرضاء المستهلكين في العديد من الدول الصناعية الغربية في أوروبا وفي أمريكا الشمالية التي تجذب العديد من السياح، فهذه الخدمات تستعمل للترفيه فهي ليست مقعدا في مطعم أو سريرا في فندق بل تعتبر مزيجا معقد المكونات، فهي تشمل جميع المراحل ابتداء من الوقت التي يغادر فيه السائح مكان إقامته إلى غاية وصوله إليها هذا ما يجعل عمل المسوقين معقدا .

1-1 ماهية الخدمة:

يعتبر التفكير في تسويق الخدمات من الاتجاهات الحديثة المهمة التي عرفت توسعا في الآونة الأخيرة من قبل الدول المتطورة، والسبب راجع إلى دورها الكبير في الحياة المعاصرة وخاصة بعد تكاملها مع المنتجات المادية في تحقيق المنافع للمستهلكين.

1-1-1 مفهوم الخدمة:

لقد قدمت المجلة الاقتصادية الإنجليزية **The economist** أن الخدمة تمثل: " كل شيء مباع في التجارة ولا نستطيع إسقاطه على أرجلنا".¹ كما عرفتها الجمعية العامة الأمريكية للتسويق على أنها تلك النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة،² فهي أي فعل أو أداء يقدمه أحد الأطراف إلى طرف آخر، ويكون بالأساس غير ملموس ولا ينجم عنه تملك شيء ما، وإنتاجه يكون أولا يكون مقرونا بمنتج مادي.³ وفي تعريف آخر حسب ما جاء به "فيليب كوتلر وآل مستولج" أن الخدمة نشاط أو منفعة غير ملموسة يستطيع أن يقدمها طرف ما لطرف آخر وهو العميل الذي تقدم له ليستخدمها لإشباع حاجاته.⁴

1_ براينيس عبد القادر، تسويق الخدمات والخدمات العمومية. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2014، ص 17.
2_ عادل عبد الله العنزي، حميد عبد النبي الطائي، التسويق في إدارة الضيافة والسياحة. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 16.
3_ علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي _مدخل صناعة السياحة والضيافة . دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013، ص64.
4_ سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، ط1، الاسكندرية، 2002، ص165.

1-1-2 خصائص الخدمة :

للخدمة خصائص عديدة تدرج فيما يلي :

1-1-2-1 اللاملموسية : الخدمة عبارة عن أشياء غير ملموسة،¹ تستخدم لإنجاز عمل معين،² من غير الممكن اختبارها ومشاهدتها وسماعها قبل إتمام عملية شراءها، خاصة للشخص الذي لا يمتلك تجربة سابقة في الخدمة المقصودة،³ حيث لا تلمس إلا حين الاستهلاك ككراء السيارات.⁴

1-1-2-2 اختلاف جودة الخدمات: هناك صعوبة أكبر في تحديد وقياس جودة الخدمات مقارنة بجودة السلع المادية الملموسة، وينظر مديرو منظمات الأعمال إلى قضية هذه الجودة باعتبارها تمثل أحد أهم التحديات الحرجة التي تواجههم خلال الفترة الحالية.

وتشير الدراسات والأبحاث التي تم إجرائها في هذا الصدد إلى قيام المستهلكين بتقييم جودة الخدمة من خلال الخمس مكونات التالية:

الوثوق بها والثبات:

ويشير ذلك المكون إلى القدرة على أداء الخدمة بشكل موثوق فيه، وكذلك أدائها بدرجة عالية من الدقة والثبات أو التماثل.

التلبية والإستجابة:

ويشير إلى القدرة على تقديم خدمة تشبع حاجات ورغبات متلقيها بصورة سريعة، مثل تقديم خدمة الوجبات السريعة.

الثقة: ويشير إلى امتلاك الموظفين للمعرفة وحسن المعاملة وكذلك قدرتهم على بعث الثقة في نفوس المستفيدين من الخدمة.

1 -Alexandre KAMYAB SAMII, **stratégie de service-E business-supply chain**, éditions DUNOD France, 2001, p47.

2 - Naeim HAFEZ ABOUGOUMAAH, **Marketing Arab and Foreign Perspectives** , Designed&Printed by impressi the arab administrative development organization?, 2006, p279 .

3- تامر ياسر البكري، إدارة المستشفيات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص56، 57.

4 -J Michel MONIN , **la certification qualité dans les services-outil de performance client**, éditions AFNOR , France , 2001, p140

التعاطف: ويعني ذلك أن يقوموا موظفو الشركة بإجراء اتصالات دائمة معهم، وأن يكون لديهم معرفة تفصيلية بحاجاتهم ومتطلباتهم الخاصة بالشكل الذي يظهر مدى تعاطف الموظف مع عملية وعمق علاقته به.

الجوانب الملموسة: ويشير إلى الدليل المادي للخدمة، حيث تنطوي الخدمة على بعض المكونات أو الأجزاء الملموسة مثل التسهيلات المادية.¹

1-1-2-3 التلازم :

ترتبط الخدمة عموماً بعملية الاستهلاك المباشر لها، إذ يمر المنتج بمراحل التصنيع والتخزين والبيع ليتم استهلاكه في الأخير، بينما الخدمة تمثل حالة استهلاك مرتبطة مع وقت إنتاجها، أي تنتج وتباع للاستهلاك في نفس الوقت.

1-1-2-4 التباين:

من الصعب المحافظة على مستوى واحد من المعيارية في بعض الأحيان في المخرجات لنفس الخدمة، ولعل ذلك يعود إلى المحددات المؤثرة في مدخلات إنتاجها، ممثلة بالمواد التي تتطلبها الخدمة كالتوقيت، السرعة، الأدوات المستخدمة التي تنعكس جميعها على معيارية الأداء للخدمة ودرجة تماثلها.

1-1-2-5 عدم التملك :

يمكن الانتفاع منها ولا يمكن التمتع بحق امتلاكها عند الحصول عليها، كما هو الحال في استخدام سيارة الأجرة أو الهاتف العمومي، فكلها حالات تمثل انتفاع الشخص منها مقابل أجر معين.

1-1-2-6 التلف:

لا يمكن تخزينها، أو الاحتفاظ بها لمدة معينة،² فقد تنتج لحظة الطلب.³

1-1-2-7 الإبداعية:

تتسم الخدمة السياحية بالإبداعية باعتبارها أفكاراً ومنافع وتسهيلات.

1- محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق المتقدم. الدار الجامعية، مصر، 2008، ص 110، 112.

2- تامر ياسر البكري، المرجع السابق، ص 58.

3 - , Jean Michel MONIN, op cit p 141.

1-1-2-8 غير متجانسة :

فهي عامة في طبيعتها، ذات اتساع كبير، وغير نمطية أو تقليدية، فلا يمكن للسائح امتلاكها بل يتطلب منه المساهمة مع مقدمها في الحصول عليها.

1-1-3 تصنيفات الخدمة:

صنف كل من " فيسك وتانسيهاج " في سنة 1985 الخدمة وفقا لمجال النشاط كما يلي :

1-1-3-1 الخدمات صحية: تتمثل في الخدمات التي تقدم في المستشفيات ومنظمات الصيانة الصحية.

1-1-3-2 خدمات السياحة والسفر: التي تقدم في الفنادق والمنتجعات السياحية، المطاعم ووكلاء السفر...إلخ.

1-1-3-3 خدمات المالية : التي تقدم في البنوك والتأمين .

1-1-3-4 خدمات الترفيه والفن والرياضة: كتلك الخدمات التي تقدم في الألعاب الأولمبية كرة السلة وكرة القدم، الباليه، الأوبرا والمسرح .

1-1-3-5 خدمات التعليم والبحث: كالتعليم في مختلف المؤسسات التعليمية.

1-1-3-6 خدمات الإعلام والاتصال: المذياع، التلفزة، الهاتف، وخدمات الانترنت .

1-1-3-7 خدمات الصيانة والتصليح: كتصليح السيارات والآلات وغيرها .

1-1-3-8 الخدمات الحكومية: تتمثل في خدمات الأمن وغيرها من الخدمات.¹

1-1-4 التداخل بين الخدمة والسلعة :

هناك عدة خصائص تشترك بين الخدمة والسلعة، يمكن تلخيصها وتقييمها في الجدول الموالي:

1-Raymond p.et al, **interactive services marketing** , HOUGHTON Mifflin,New York ,USA,2000,p8

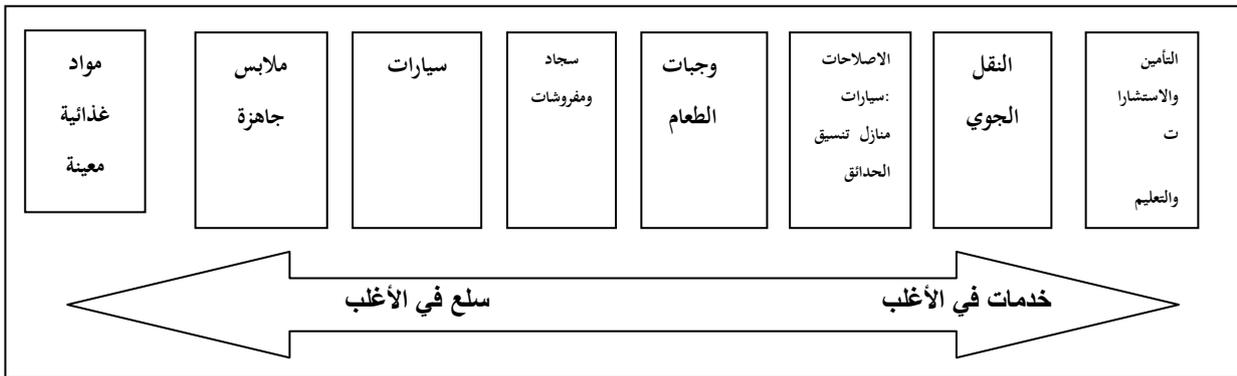
الجدول رقم (2) " التداخل بين السلع والخدمات "

درجة التقييم		
صعبة	نسبية	سهلة
خصائص الثقة	خصائص الخبرة	خصائص مختارة
الخدمات	السلع والخدمات	السلع
التعلم	المطاعم، الثقافة	مواد غذائية
المهن الحرة	السيارات والصيانة	الأثاث
الاستشارة	تجهيزات الإعلام الآلي	الملابس

Source :Alexandre KAMYAB SAMII, **Stratégie de service –E.Busines s,supply chain** ,éditions DUNOD,paris,France ,2001,p71.

ومع وضع الفروق بينهما يمكن للخدمة أن تكون نشاطا قابلا للتعريف وهدفا أساسيا لعملية تجارية معينة تم تصميمها لإشباع حاجة معينة للمستهلك والشكل المولي يوضح إذا كانت هذه الحاجات تشبع بوسائل ملموسة أوغير ملموسة :

الشكل رقم (10): " علاقة تتابع السلع المادية – الخدمات واستمرارها".



المصدر : علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي _مدخل صناعة السياحة والضيافة . دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013، ص66.

2-1 الخدمات السياحية :

تعتبر المقومات والموارد السياحية التاريخية، الطبيعية، الدينية وغيرها، إحدى الركائز الأساسية للعرض السياحي في أي بلد، ومدى توافرها ضروري خاصة في بعض أنواع السياحة كالسياحة التاريخية، الدينية، الرياضية... إلخ، وتأتي الخدمات السياحية شرطاً أساسياً لتحقيق الجذب السياحي المطلوب، فهي نوعين منها الخدمات الجوهرية أو الأساسية والمتمثلة في الفنادق، أماكن الإيواء، القرى السياحية، بيوت الشباب وغيرها. وخدمات تكميلية تشمل خدمات المواصلات والاتصال، وكالات السفر والسياحة، محلات لبيع الهدايا السياحية أو التحف التذكارية، المطاعم، الملاهي، السينما والمسرح، مكاتب الإعلام أو الإرشاد السياحي... إلخ.¹

1-2-1 مفهوم الخدمة السياحية :

يمثل العرض السياحي لأي نوع من أنواع السياحة جزءاً هاماً من تراث وحضارة وتاريخ هذه الدولة، إذ يتكون من عدة عناصر مستقلة عن بعضها البعض، فقد تعبر الخدمات والتسهيلات السياحية في العالم إلى رفع مستوى تلك الخدمات انطلاقاً من دورها الفعال كعامل حاسم ومؤثر في زيارة الحركة السياحية، فلا تستطيع أي دولة سياحية بالازدهار إلا بالتطوير المستمر للخدمات السياحية رغم توفر المقومات السياحية. فالخدمات السياحية هي مجموعة من الأعمال والنشاطات توفر للسائح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك الخدمات والبضائع السياحية خلال وقت سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية بعيداً عن مكان سكنهم الأصلي.²

1-2-2 شروط الخدمات السياحية:

للخدمات السياحية شروط أساسية نذكر منها ما يلي:

__ على أي إستراتيجية تسويقية التركيز على السائح أولاً، فمعرفة أماكن تواجد السائح ومعرفة دوافع الشراء لديهم وخصائصهم على أساس الدخل والجنس، أو الجنسية تعد ضرورة في عملية اتخاذ القرارات التسويقية السياحية الفاعلة. __ عند التعرف على خصائص السائح، تبدأ المنشأة السياحية بتطوير خدماتها بما يلي حاجات السائح على اختلاف أنواعهم، فهذه المعرفة تمكن المنشأة السياحية من توفير الخدمات التي يطلبها السائح في المكان والزمان المناسبين، فلا ينبغي تقديم أو عرض خدمة إلا بعد الاستئناس بآراء السائح.

1- أحمد ماهر، عبد السلام أبوقحف، المنشآت السياحية والفندقية. المكتب العربي الحديث، ط2، إسكندرية، مصر، 1999، ص14.

2_ مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي. دار مجدلاوي للنشر، ط1، عمان، 1999، ص39.

1-2-3 السمات الناجمة عن اللاملموسية اتجاه المنشآت السياحية:

هناك عدة سمات تميز الخدمات السياحية في المنشآت السياحية تتمثل فيما يلي:

1-2-3-1 الخدمة السياحية غير قابلة للخزن والجرد:

في قطاع الخدمات السياحية، يتطلب إعداد الخدمة وتجهيتها لغرض البيع في نفس الوقت بهدف الانتفاع بها من طرف السائح، فعدم بيعها يسبب خسارة يستحيل تعويضها في اليوم التالي، وهنا لا بد من التأكيد على ضرورة وجودها بشكل متطلباتها وملازمتها للبائع في نفس الوقت، أي جاهزيتها كالمطاعم، الفنادق، وغيرها، مع الأخذ بعين الاعتبار موسمية الطلب عليها، فقد حلت الآلات والمكينات بسبب التطور التكنولوجي محل مقدم الخدمة، كالخدمة الذاتية في المطاعم، وبالرغم من وجودها إلاّ تعتبر كخدمة تكميلية داعمة للخدمة الجوهرية.

1-2-3-2 الاتصالات:

لا ملموسية الخدمات تُظهر عملية الاتصال بين مؤسسة الضيافة والزبائن من خلال الإعلان والترويج الذان يلعبان دورا هاما في إظهار صورة بعض الأشياء وتعريفها لخلق ظواهر مؤثرة ومثيرة للزبائن، فهذه العملية تحتاج إلى توضيح وشرح المنافع الممكنة المقدمة من الخدمات، لذا على مؤسسة الضيافة الامتياز بالتفاوت والمنافسة مع مؤسسات أخرى.

تعتبر عملية التمايز والاختلاف من المبادئ الأساسية للمنافسة، وتسهل عملية الاتصال بين الفنادق والمطاعم والزبائن من خلال تقديم خدمات متميزة لا تمتلكها الفنادق والمطاعم المنافسة في السوق المحلي، حيث يختلف مستوى تقديم الخدمة حسب إمكانيات الدول السياحية وقدرتها الاقتصادية لأن الاتصالات تتطلب توفر بنية تحتية وفوقية قوية ومكلفة.¹

1-2-3-3 التكاليف والأسعار:

تختلف عملية احتساب التكاليف مقارنة مع السلع الملموسة التي تقتصر على حساب التكاليف الثابتة المتمثلة في تكاليف المواد الأولية مضافا إليها تكاليف العمل المباشرة أو تكاليف الإنتاج ونسبة معينة للنفقات العامة ومقدار هامش الربح، أما فيما يخص الخدمات فعملية احتساب التكاليف المباشرة تكون صعبة بسبب غياب المواد الأولية التي تدخل في عملية الإنتاج، لإضافة إلى صعوبة قياس الوقت اللازم

1_ ابراهيم اسماعيل الحديدي، إدارة التسويق السياحي. دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010، ص 134، 136.

لعملية الإنتاج وصعوبة تحديد النفقات العامة، فبالرغم من الصعوبات في تحديد سعر نهائي لها كالفنادق تحسب التكاليف الثابتة والمتغيرة مضافا إليها هامش الربح مثلا مرتين أو مرتين ونصف من مجموع التكاليف.¹

1-2-3-4 تأمين الحماية للاسم التجاري (براءات الاختراع) :

لا ملموسية الخدمة السياحية يؤدي إلى استحالة حمايتها في السوق، حيث لا توجد براءات اختراع الخدمات، لكن بإمكان مؤسسات الضيافة الحفاظ على اسمها التجاري، وعلامتها التجارية المميزة من خلال منع التقليد بالإبداع والتطور المستمرين .

كما تنجم عن لالموسية هذه الخدمات عدة سمات اتجاه السائح تتمثل في :

السمة الأولى:

أ-الثقة: تعتبر من الاحتياجات التقليدية الخاصة بقطاع الخدمات السياحية، حيث يتوجب توفرها عند الزبائن اتجاه الشخص الذي يقدمها أو في المؤسسة السياحية التي تباع الخدمات السياحية.

ب-إجراء عملية البحث : ثقة السائح وقناعته بالمعلومات التي يحصل عليها، فيما يخص الخدمة السياحية تعتمد على تجربته السابقة معها ومقدار الانتفاع بها، وفي حالة عدم تجربتها، من الأفضل الحصول على المعلومات حولها من طرف شخص آخر سبق له التجربة فيها، هذا ما يسمى بعملية البحث الفعال .

ت- صورة الخدمة السياحية في ذهن السائح :

يصعب استحضار صورة الخدمة السياحية ذهنيا، تبقى هذه العملية مشوشة لدى السائح، وقد تعيق قرارات شراءه بشكل كبير، فالمؤسسات السياحية تقوم بالاتصال الشخصي مع السائح لنشر صورة إيجابية ومحاولة ترسيخها له للاقتناع والرضا.

ث- أهمية الكلمة المنطوقة :

للخدمات السياحية كثيرا بعمليات الاتصال بين الأفراد، إذ تظهر أهمية الكلمة المنطوقة التي تعتبر كوسيلة يعتمد عليها السائح في تقليص المشاكل التي تواجهه، والمتعلقة بالثقة، وتجربة الخدمة السياحية تُؤلّد اتجاهين لدى السائح، أحدهما إيجابي في حالة الاقتناع والرضا بالخدمات يكون وسيلة ترويج إيجابية، أما في الحالة الثانية أي عدم الاقتناع والرضا بالخدمات التي تؤدي إلى نفور السياح .

1ح، ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن،2004، ص196،206.

1-2-4 السمات الناجمة عن العلاقة بين مؤسسة الضيافة والمستهلك السياحي:

من السمات التي لها علاقة بين كل من مؤسسات الضيافة والسائح ما يلي:

1-2-4-1 تعقيد المواجهة بين السائح ومورد الخدمة السياحية :

قد تنتبه مؤسسات السياحة إلى كيفية تحديد وتمييز السائح الراغب في الحصول على الخدمة، إذ يعتبر شيئاً مهماً، ويتطلب من مورد الخدمة التعريف بأهداف المؤسسة وتحديد العوامل المرضية التي تساهم في مجال تصميم الخدمة، وتحديد مستوياتها وتقييم بيئاتها، مستلزماتها، والتدريب لمورديها، وهذه العملية تفرض على المدير تحديد طرق الربط بين كل من سلوك مورد الخدمة والسائح.

1-2-4-2 الرقابة البيئية: يمكن تقسيمها إلى نوعين هما:¹

أ- البيئة الخدمية المادية :

تتمثل في توفير مستلزمات وأجواء عائلية التي تؤثر في ذهن الزبون كترتيب الصالات الخاصة باستقبال الزبائن والواجهات الأمامية المرتبة والمنسقة ذات ألوان جاذبة كالفنادق، مكاتب السفر والمطاعم وغيرها .

ب- البيئة الخدمية والاجتماعية :

يتطلب من المؤسسة الخدمية السياحية توفير بيئة اجتماعية، تتمثل في العاملين الذين يقومون بتقديم الخدمة، والمطلوب منهم التحلي بالأخلاق العالية المبنية على الاحترام، الاستقبال الحار والصبر في تنفيذ الطلبات التي يصدرها الزبون، إذ هذه الخدمات لا تنحصر على المطاعم أو الفنادق بل حتى خدمات النقل، الإدلاء السياحيين... إلخ.

1-2-4-3 الإطار التوزيعي (شبكة التوزيع):

لا يمكن نقل الخدمة السياحية من مكان تقديمها، بل على السائح المجيء إلى مكان تواجدها، عكس السلعة التي يتم نقلها إلى المستهلك من أماكن الإنتاج، فقد يتطلب من المؤسسات السياحية البحث عن بدائل لإيصال منتجاتها إلى عدة أماكن، كنشر العلامة التجارية إلى مواقع عديدة حيث يتواجد زبائنها كالمطاعم والفنادق العالمية، وذلك وفق شروط يتفق عليها مع المؤسسة الأم .

1-2-5 السمات الناجمة عن طبيعة العلاقة المباشرة بين مؤسسة الضيافة والسائح :

1- ح، ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي. مرجع سابق، ص 207-213.

1-2-1-5 شخصية العلاقة :

بناء علاقات شخصية جيدة بين السائح ومورد الخدمة السياحية يتطلب نوعاً من العلاقات النفسية التي تكون بالرضا والثقة المتبادلة، وذلك بتقديم خدمات متميزة وتوفير المنفعة اللازمة، إضافة إلى توفير الأجواء المناسبة، فرغم التطور التكنولوجي واستخدام الأساليب الحديثة ذات اللمسة الإنسانية تبقى حاجة الإنسان إلى ترسيخ علاقات طيبة تعطي الرضا أكثر للسائح، إذ يتوجب تهيئة كوادر وعمالة ماهرة في هذا المجال، ذلك لمعرفة الجوانب السلوكية في تقديم الخدمة السياحية .

1-2-1-5-2 الجاذبية والهيمنة:

تستخدم المؤسسات السياحية أساليب حديثة لجذب السياح واستمرار تعاملهم معها كقيام الفنادق بتقديم تسهيلات وتخفيضات للمجاميع السياحية، فبالرغم من كونها خدمات تسهيلية، فمن شأنها تقوية العلاقة مع الزبائن وتخلق حالة يمكن تسميتها بالإغراء والجذب.

1-3 الفرق بين الخدمة السياحية والمنتج السياحي :

يوجد العديد من الفروقات التي تميز بين الخدمة السياحية والمنتج السياحي تدون في الجدول التالي:¹

1- ح، ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، المرجع السابق، ص201-215.

الجدول رقم (3) : الفروقات بين سمات الخدمة السياحية والمنتج

الترتيب	السمات	المنتجات	الخدمات السياحية
01	المنتج	ملموسة	غير ملموسة
02	القدرة على القياس	موضوعية	اجتهادية
03	إدراك المستهلك	منطقية / ماذا ترى؟	يتوجب الانتفاع بها حتى يمكن تقييمها لحظة جاهزيتها
04	شكل (هيئة)	تنتج	الإبداعية
05	وقت الاستهلاك (الانتفاع)	جاهز قبل وبعد	غالباً ما تكون لحظة جاهزيتها
06	إمكانية الخزن	يمكن من خزنها من يوم إلى سنة	لا يمكن خزنها
07	الامتلاك	تمتلك الفترة طويلة (مالاتهاية)	لا يمكن امتلاكها (ذكريات)
08	المكان	تنتقل من المصانع إلى المستهلك عبر الوسطاء	يتطلب من السائح الانتقال إلى مكان تواجدها
09	التسليم	تسلم في أي وقت يرغب به المستهلك	غير متجانسة ومتباينة
10	المرونة	محددة	عامة ذات اتساع كبير
11	التسعير	على أساس التكلفة	قاعدة التكاليف محددة
12	التسويق	تقليدي خارجي	ليست تقليدية داخلية بشكل واسع

المصدر: ح،ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط 1، الأردن، 2004، ص 201.

2- التسويق السياحي:

تهتم الدول كثيراً بالسياحة وذلك لأهميتها البالغة في شتى المجالات الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية وغيرها، لما تزخر به من مواقع سياحية وأثرية التي يتم زيارتها من قبل السياح والجهات ذات العلاقة بأمور السياحة ومشاريعها التي تدرس بطرق علمية مبنية على أسس تسويقية والتي تمثل نقطة بداية لانطلاق أي مشروع سياحي ولاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح.¹ فأى منشأة سياحية تريد الوصول إلى السائح عليها الاهتمام بالتسويق.

1- محمد عبيدات، التسويق السياحي- مدخل سلوكي. دار وائل للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن، 2000، ص 18.

فقبل البدء في المشاريع السياحية، يرى البعض نجاح أي عمل سياحي، يتطلب جهداً يشبه عمل الآلة، ولكن حتى يتجنب الفشل في أي مشروع يتوجب تجنب الأخطاء،¹ ودراسة البيئة السياحية الكلية والجزئية بطرق وقواعد وصحيحة،² وهذه العملية تسمى بالتسويق السياحي .

2_1 مفهوم التسويق السياحي :

عرّف "كونبذروف" التسويق السياحي على أنه "التنفيذ العلمي والمنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية عامة كانت أو خاصة، محلياً أو إقليمياً، وطنياً أم دولياً، بهدف تحقيق الإشباع الأقل لحاجات المستهلكين"³، كما يمثل عملية إدارية تقوم بها المنظمات السياحية والمشاريع السياحية من خلال تحديد مجموعات سياحية فعلية والمتوقع الاتصال بها غرض التحفيز والحصول على عائد ملائم⁴ حيث إذا أحسن العمل به يُمكن من انتقاء إستراتيجية تسمح بالنهوض بالقطاع السياحي وترقيته للمساهمة في تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي.⁵

فقد يعتمد على الاتصال المباشر بشركات السياحة لشرح وترويج المنتجات السياحية لفندق أو مطعم أو أي منشأة سياحية،⁶ إذ يتباين في الأهداف القريبة التي تسعى إلى تحقيقها المنظمات السياحية الحكومية والشركات السياحية العامة والخاصة.⁷

كما يتطلب الاهتمام بالتوجه نحو الزبائن، وتوفر المنظمة التي تقوم بترجمة وتنفيذ التوجه السابق وتحقيق الرفاه الاجتماعي للسياح على المدى البعيد،⁸ إذ يقوم بتسهيل وتسريع عمليات التبادل والتحليل والرقابة على

1- <http://www.ibnbattutah.mactoooblog.com/671050> date de consultation :02 /12/2011-

2-://www.arabianacademy.net/ViewCoursesDetailsFor Student-ast?nid=25 date de consultation :02 /03/2012 http

3- عبد العزيز ابونبعة، دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة-منهج تطبيقي. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

4- نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة-سلسلة السياحة والفندقة 1. دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص256.

5 -<http://www.webreview.dz/article.php3?id-article=737>. date de consultation :08 /06/2014

6 -<http://www.ejabat.google.com/ejabat/threat?tid=11469a25bc07cd> date de consultation :30 /03/2013- .

7_أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2010، ص59، 60.

8- إياد عبد الفتاح النصور، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية مدخل مفاهيمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008، ص42.

البرامج التي يتم إعدادها لتحقيق التبادل مع الأسواق،¹ وذلك بتحديد حجم السوق وتحليل البيئة التسويقية ومجموعات السياح.²

2-2 أهداف التسويق السياحي:

يبن كل من " باركر " و " أنشن " أن الهدف النهائي لعملية التسويق هو تلبية الحاجات البشرية، وهدف التسويق السياحي هو إرضاء السياح، وإذا كان النجاح في الإرضاء، يكون التوسع والامتداد للسوق أمراً طبيعياً فمن بين أهداف التسويق السياحي ما يلي:

2-2-1 إرضاء السياح :

لا تفكر المنشآت السياحية في حماية وجودها دون التفكير في إرضاء السياح، فمن خلال عملية التسويق المنظم، يحصل السياح على الخدمات المناسبة والأسعار والأوقات المناسبة وبطريقة مرضية تتلاءم مع توقعاتهم.

2-2-2 جعل الاقتصاد التشغيلي ممكناً :

الاستغلال الأمثل للموارد، فالتقديرات لتوقعات السياح تجعل من الممكن للمنشأة السياحية إدارة الموارد والعرض السياحي بما يتناسب مع الطلب الذي يقلل من الاستغلال غير الأمثل للموارد المتاحة، إضافة إلى المنشأة السياحية التي تظهر اهتمامها بالقدرة على المنافسة والسيطرة على المركز القيادي في السوق، أي التغلب على نقاط الضعف، فالسوق المبني على التقدير السليم لحاجات وتوقعات السياح يسهل تنظيم أعمال ونشاطات المنشأة .

2-2-3 تحقيق الأرباح:

التوسع في حجم السوق، وإعطاء صورة جيدة عن المنشأة السياحية أمر ضروري لتحقيق الربح، لذا على المنشأة العمل بطريقة محكمة ومنظمة لضمان استمرارها في تقديم الخدمات المطلوبة من السياح من غير انقطاع .

1- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته. دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 216.

2_ ابراهيم خليل بظاظو، التخطيط والتسويق السياحي باستخدام GIS. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009، ص 237.

2-2-4 إبراز صورة واضحة:

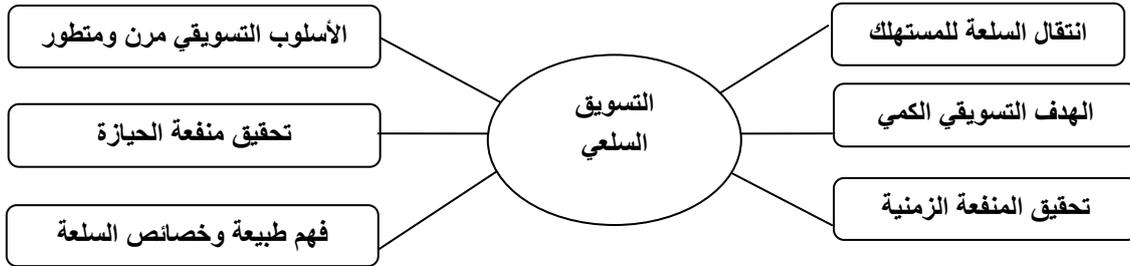
إتباع الاستراتيجيات الناجحة في المنشآت السياحية هو إزالة مشكلة الانطباع، فباستعمال وسائل الإعلام الفعالة، تسهّل معرفة الجوانب الإيجابية وتخفف الجوانب السلبية حول هذه المنشأة فهناك دور خاص لعناصر الترويج، الإعلان والدعاية في تنشيط المبيعات التي أصبح وجودها ضروريا لإقناع السياح.¹

2-3 خصائص التسويق السياحي:

مرّت عملية التسويق بعدة مراحل من التطور، واهتمت بالتركيز على المستهلك للتعرف على حاجاته أكثر من التركيز على السلعة في حدّ ذاتها، ثم تطوير الإنتاج الملائم للطلبات لزيادة فرص البيع وتوزيع السلع المادية .

النظرة التسويقية تختلف عن تسويق السلع المادية الأخرى، باعتبار كل منهما مساهما في تحقيق رقم معين من الأرباح سواء عن طريق السلع أو الخدمات. أمّا في مجال السياحة فبعض الخبراء يرون اختلافا بين تسويق السلع السياحية والسلع المادية، والاختلاف موضح في الشكلين الآتيين:²

الشكل رقم(11): "خصائص التسويق السلعي"

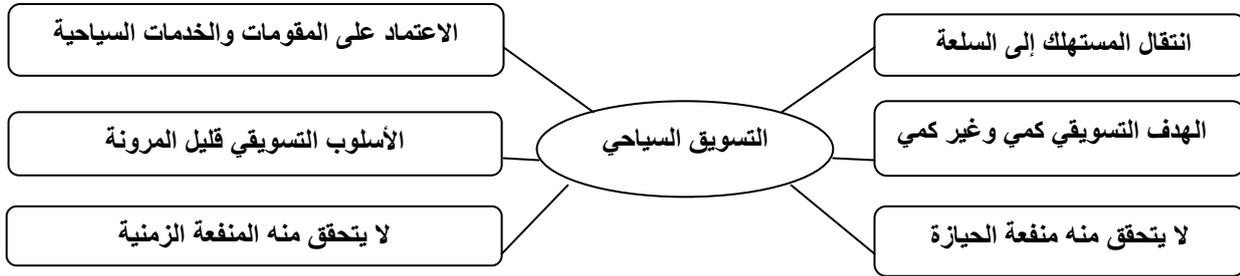


المصدر: صبري عبد السميع، التسويق السياحي-أسس علمية وتجارب عربية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2007، ص35

1-خالد مقابلة، علاء السراي، التسويق السياحي الحديث- سلسلة السياحة والفنادق (7). دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص15، 13.

2- صبري عبد السميع، التسويق السياحي-أسس علمية وتجارب عربية. منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2007، ص35.

الشكل رقم (12) : "خصائص التسويق السياحي"



المصدر: صبري عبد السميع، التسويق السياحي-أسس علمية وتجارب عربية. منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2007، ص36.

والجدول الموالي يلخص ما يلي:

الجدول رقم (4): "الفرق بين التسويق السياحي والتسويق السلعي"

التسويق السلعي	التسويق السياحي
يعتمد على بحث حاجات المشتريين ودوافعهم بهدف إنتاج وعرض السلع	إثارة رغبات السياح المرتقبين لغرض من أغراض السياحة
السلع المعروضة قابلة للتغيير	في الدولة المستقبلية للسياح يعتمد على العرض السياحي الذي تتصف مكوناته بعدم القابلية للتغيير في المدى القصير
استخدام العينات ونقل السلع، وتداولها على سبيل التجربة والدعاية	لا يمكن استخدام العينات ونقل الخدمات
يهدف إلى تحقيق رقم معين من المبيعات في فترة محددة	يهدف إلى إبراز صورة منطقة معينة بالتركيز على معالمها، وبالتالي زيادة معدل الحركة السياحية باستخدام وسائل الإعلام، وتنعصر الأهداف في تحقيق أرباح سنوية ناجمة عن مختلف الأنشطة
تحقيق منفعة زمنية نتيجة لطبيعة هذه السلع، يحتاج إلى مهارات معينة في قرارات الشراء لدى المستهلك	المنتج السياحي موجود بطبيعته في دولة ما، في كل وقت ومكان، والعمليات التسويقية تتم في أي وقت
يحقق منفعة الحيازة للسلع المادية مباشرة بمجرد انتقالها من المنتج إلى المستهلك	لا يحقق منفعة الحيازة، ولا تنتقل إليه مقابل ما يقوم بدفعه من مال، لكن يمكن استخدامها أكثر من شخص في وقت واحد ولفترة محدودة
يقوم على وجود حاجة معينة لدى المشتري، يتم إشباعها له من خلال شرائه للسلع التي تحقق له ذلك	وجود علاقة مباشرة بين المنشأة السياحية والسائح نظرا لصعوبة الاتصال بينهما مما يؤثر على قرارات الشراء

المصدر: صبري عبد السميع، التسويق السياحي-أسس علمية وتجارب عربية. منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2007، ص 37.

3-المنتج السياحي:

تعتمد صناعة السياحة كليا على وجود مقومات جذب سياحية طبيعية التي تعتبر المحرك الرئيسي لجلب السياح اتجاه منطقة القصد التي تمتلك عناصر جذب مؤثرة كالمعالم التاريخية، التراثية والطبيعية وعرض ثانوي يساعد على إبراز أهمية هذه المعالم وبيعها في السوق محولا إياها مركبا واحدا لمزيج من مجموعة خدمات التي بدورها تشكل المنتج السياحي.¹

3-1 مفهوم المنتج السياحي:

المنتج مصطلح يمثل سلعة، خدمة أو فكرة التي تُمكن من إشباع الحاجات والرغبات المقدمة للعملاء، فمصطلح المنتج أوسع من مصطلح السلعة المتمثل في الشيء الملموس.² كما عرفه عبد السلام أبو القحف بأنه: "مجموع العناصر المادية، وغير المادية التي تملأ وظائف الاستعمال والتقدير التي يريدها المستهلك من حيث الخدمات التي يقدمها وقدرته على تلبية حاجاته وإشباع رغباته".³

3-2 تصنيفات المنتج السياحي:

صنف Robert Lanquar المنتج السياحي إلى ثلاث عناصر مهمة تتمثل فيما يلي :

3-2-1 مجموعة التراث الكون من الموارد الطبيعية،الثقافية،الصناعية والتاريخية،التي تثير إعجاب السياح.

3-2-2 مجموعة التجهيزات التي لا تعتبر العامل الأساسي في جذب السياح، لكن عدم توفرها يمنع

السائح من السفر، كوسائل النقل، أماكن الإيواء،التجهيزات الثقافية والرياضية وغيرها.

3-2-3 الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات الدخول والخروج للسياح داخل البلد المرغوب زيارته

وخارجه، ذات العلاقة بوسائل النقل.⁴

تؤكد هذه العناصر الثلاث مدى جاذبية المنطقة المرغوب زيارتها من خلال توفير مختلف الخدمات،

المتتمثلة في خدمات الإطعام،النقل، الإيواء، الترفيه وغيرها.

1 _ عادل عبد الله العنزي،حميد عبد النبي الطائي، مرجع سابق،ص 104، 105.

2 -أبورمانة،أسعد حامد،التسويق السياحي والفندقي والأسس العلمية، دار مكتبة الحامد للنشر،عمان،الأردن، 2000، ص 33.

3-عبد السلام أبو القحف،أساسيات التسويق،الجزء2،الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت،لبنان،1996،ص127.

4 - Robert LANQUAR,Le tourisme international ,série que sais-je ,N°1694,preses universitaires de France ,Paris ,France 1981,p39

3_3_ المزيج التسويقي السياحي:

يعرف بأنه مجموعة المتغيرات القابلة للسيطرة عليها والتي يمكن للمنظمة السياحية الموجودة في المنطقة التي تستخدمها لبلوغ الأهداف السياحية في الأسواق المستهدفة والمحددة مستقبلاً.¹

3_3_1 المنتج : يعتبر أول تركيبة في المزيج التسويقي، يقدم مجموعة من الأدوات، يتمثل في سلعة أو خدمة تُعرض للسائح .

3_3_2 السعر: يتمثل في ثمن السلع أو الخدمة المقدمة للسائح.

3_3_3 مكان الأعمال: مكان شراء السلع والخدمات السياحية من طرف السائح كالفندق، الوكالات السياحية، المنظمات السياحية... إلخ.

3_3_4 الترويج: يتمثل في مجموعة من النشاطات التي تقوم بتعريف وتقديم المنتج السياحي، وتقوم أيضا بتنمية وتنشيط عملية البيع، عن طريق وسائل الإعلام والاتصال، شبكة الانترنت، التلفاز وغيرها² التي تتفاعل وتتكامل معا لتحقيق الأهداف الترويجية للمؤسسة والمتمثلة في الإعلان، البيع الشخصي، العلاقات العامة، الدعاية، النشر وترويج المبيعات.³

3_3_5 التقديم: تقديم مجموعة من السلع والخدمات للسائح بسعر محدد، مثل خدمات النقل، الإطعام، الإيواء... إلخ، تُعرض بسعر معين من طرف المنظمات السياحية.

3_3_6 الأفراد : يمثلون مجموعة من عمال المنظمات السياحية، المؤهلين والمحترفين الذين يقومون بعرض خدمات ذات نوعية للسياح. فهم العنصر الأساسي لنجاح المزيج التسويقي بسبب سيطرة الجانب الخدمي في صناعة السياحة.⁴

3_3_7 البرمجة: أي التخطيط، وهو مخطط النشاطات السياحية المعمول به من طرف المنظمات السياحية، لتحقيق أهدافها المحددة، وهذا المخطط مجاله واسع وذلك راجع لعدة عوامل مؤثرة على السياحة .

1_ زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته. دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2006، ص217.

2-Denis LAPERT ,le marketing des services,DUNOD ,Paris ,France ,2005,p26

3_ محمود الديماسي، سراب إلياس وآخرون، تخطيط البرامج السياحية _ سلسلة السياحة والفندقة 4. دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2002، ص159.

4-يوسف ابوفارة، سمير ابوزنيد، النشاط الترويجي في البيئة الفندقية. مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، عدد3، ديسمبر 2005، ص207.

3_3_8 الشراكة: مصطلح حديث تعني الجمعية أو الاشتراك بين عدة منظمات تتعاون فيما بينها لتحقيق أهداف مشتركة، تتفاوض لإعادة حل البرامج المعروفة، كما تمثل الاختيار الأفضل لتحقيق رضا السياح وتنمية القطاع السياحي .

3_3_9 التموضع: يمثل الاختيار الاستراتيجي الذي يحاول إعطاء عرض منتج أو علامة أو معلومة في أحسن وجه، مختلفة وجذابة في السوق، وفي رأي وفكر السائح، فمفهومه يحدد وضعية عرض المنتجات التي تمكن من قبول ورضا السياح وتمكن من المنافسة في السوق السياحية.¹

1- جباري سعاد، تطبيق التسويق السياحي في الجزائر، دراسة حالة ولاية تمنراست. مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة ابوبكر بلقايد، تلمسان، 2008-2009، ص، 112، 114.

المبحث الثالث: البيئة التسويقية السياحية والسوق السياحية

1- عناصر البيئة التسويقية السياحية :

تنقسم البيئة التسويقية السياحية إلى قسمين هما البيئة التسويقية السياحية الجزئية والبيئة التسويقية السياحية الكلية تذكر على النحو التالي:

1-1 البيئة التسويقية السياحية الجزئية:

تقدم الإدارات التسويقية في مؤسسات الضيافة عروضاً جذابة للوصول إلى الأهداف، فدرجة النجاح تتأثر بعدة مؤثرات في البيئة الجزئية المتمثلة في المنشآت السياحية (الفنادق)، الموردون، المنافسون، الوسطاء، الزبائن، الحكومة، العاملون وعامة الناس.

1-1-1- الفندق:

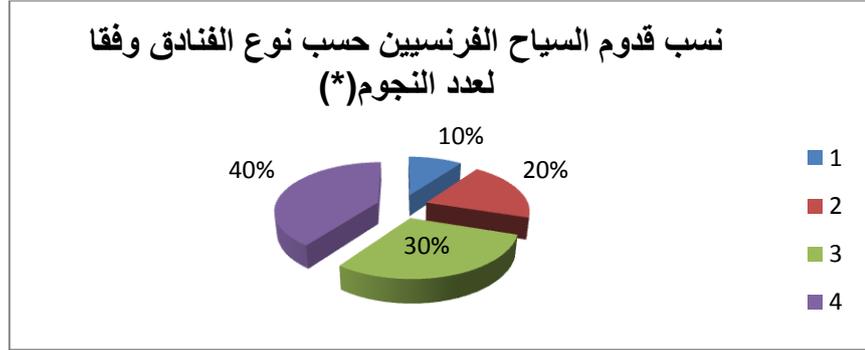
يتوجب على مدراء الفنادق العمل والتنسيق مع الإدارة العليا خاصة مع الأقسام ذات العلاقة المباشرة مع السائح، حيث تحاول هذه الأقسام تقديم أفضل الخدمات وبجودة عالية لإرضائه، كما لهذه الأقسام الحاجة إلى دعم من قبل أقسام أخرى تتمثل في المالية حيث الحاجة إلى توفير الأموال لإعداد الخطة التسويقية أو الحسابات، فمهمتها قياس الإيرادات والتكاليف لمساعدة المسوقين في تحقيق الأهداف التسويقية وبالمقابل فقسم التدبير الفندقي مسئول على إعداد وتهيئة الغرف لتكون جاهزة لاستقبال الضيوف، إضافة إلى قسم الصيانة وغيره. فكل أقسام الفندق تساهم في نجاح الخطط التسويقية، وذلك بالتنسيق فيما بينها¹. كانت الفنادق تختلف من حيث نوعية الخدمات فمنها ذات نجمة واحدة، وأخرى ذات نجمتين، وذات ثلاث نجوم، وأربع نجوم وخمسة نجوم وكل نوع منها له خصائص مختلفة وخدمات متنوعة، وأسعار مميزة، وكل واحد منها له مستوى قبول معين من طرف السياح

ففي سنة 2008 سجلت الفنادق الفرنسية نمواً في استقبال السياح بنسبة 1.2% وليالي سياحية تقدر بـ 98.8 مليون ليلة سياحية، منها الفنادق ذات ثلاث نجوم، وأربع نجوم، وخمس نجوم، كانت تتمركز حول الساحل والمناطق الجبلية، والفنادق ذات الأربع نجوم شكلت مرتبة عالية، حيث سجلت نسبة تقدر بـ 42.7%، وتليها الفنادق ذات الثلاث نجوم بنسبة تقدر بـ 34.2%، أما الفنادق ذات نجمة واحدة ونجمتين سجلت نمواً بطيئاً بنسبة تتراوح ما بين 25.2% و 27.8% .

1- ح، ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي. المرجع السابق، ص 45.

فالفتره ما بين شهر ماي وسبتمبر 2008، تطورت فيها مدة الإقامة للسياح الفرنسيين بنسبة 4% والليالي السياحية بنسبة 2.1 %، كان قدوم السياح الفرنسيين يقدر ب 10.8 مليون سائح والليالي السياحية مقدرة ب 63.6 مليون ليلة والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (13): "نسبة قدوم السياح الفرنسيين حسب نوع الفنادق وفقا لعدد النجوم لسنة 2008¹":



Source :<http://www.bilan.saison-ete2008.tourisme.gouv.fr.pdf.p3> date de consultation:

28 /06/2013

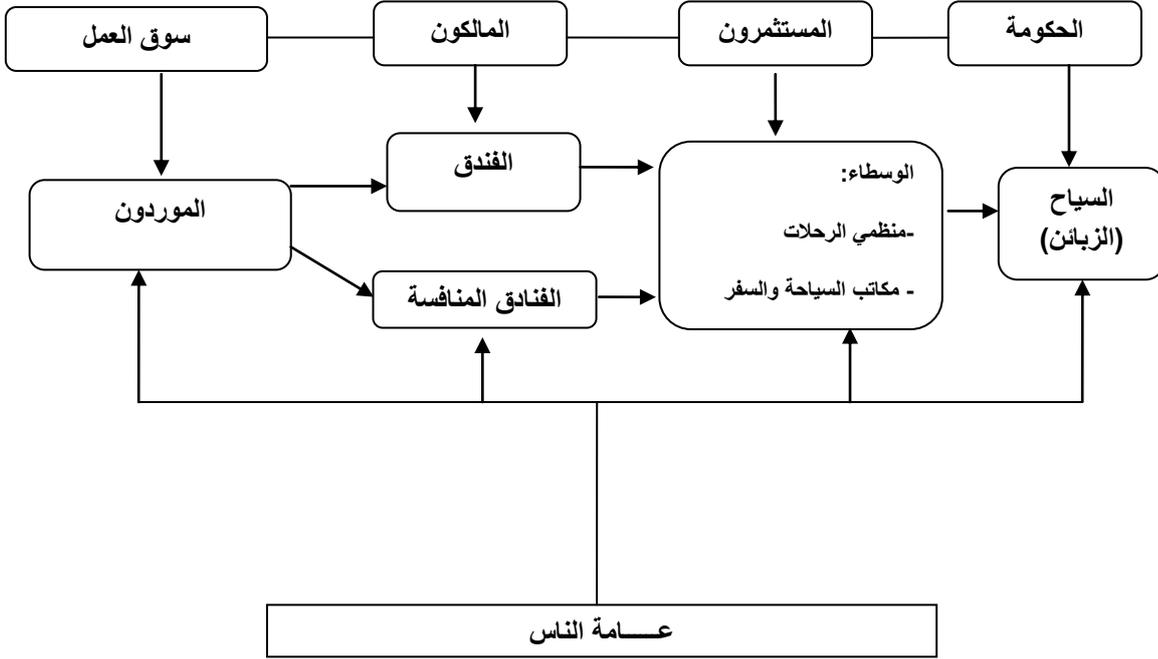
2-1-1 الموردون:

هم الأشخاص أو الشركات التي تقدم للفندق كافة المستلزمات بهدف تقديم منتجات وخدمات تلبي رغبة وحاجات الزبائن.

1 - <http://www.bilan.saison-ete2008.tourisme.gouv.fr.pdf.p3> date de consultation :

28 /06/2013

الشكل رقم(14) : "البيئة الجزئية لسوق الفنادق" .

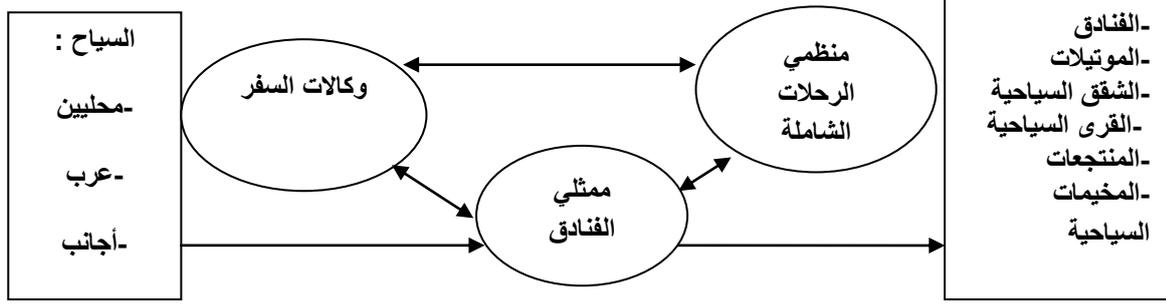


المصدر : ح، ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي. المرجع السابق، ص 47.

1-1-3 الوسطاء:

في المجال السياحي غالباً ما يكون الوسطاء على شكل مؤسسات تجارية تساعد مؤسسات الضيافة في الترويج والبيع، التوزيع بهدف جذب السياح والتأثير على سلوكهم لاتخاذ قرارات شراء الخدمة السياحية المتوفرة في السوق، فقد يقوم الوسطاء بالبحث عن الزبائن وإقناعهم بالشراء، وكذلك مؤسسات التوزيع لها نفس المهام في البيع لمؤسسات الضيافة المتمثلة في منظمي الرحلات ووكالات السفر وممثلي الفنادق. ودورهم في القطاع السياحي يتمثل في توزيع الخدمات بين المنشآت السياحية والسياح بمختلف أنواعهم والشكل الموالي يوضح ما دُكر.

الشكل رقم (15): " دور الوسطاء في القطاع السياحي "



المصدر: ح، ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، المرجع السابق، ص48.

1-1-4 المنافسون:

يمثلون الفنادق التي تتنافس فيما بينها في السوق السياحية، وهذه العملية تحدث على أساس نقاط القوة والضعف للفندق المنافس كالموقع وجودة الخدمات ومهارات العاملين، والأسعار الملائمة، ومحاور مراجعة ومعالجة نقاط الضعف التي تحدث من جراء ضعف استخدام أساليب الدعاية والإعلان، أو ضعف عمل قنوات التوزيع غير المباشرة أي عمل الوسطاء . فعلى مؤسسات الضيافة تطبيق إستراتيجية تسويقي موجهة إلى هدف تسويقي محدد كسوق السياح لأغراض التسلية والترفيه.

1-1-5 المالكون والمستثمرون :

هم الأشخاص أو الشركات المالكة للمؤسسات السياحية والفندقية أو المستثمرين أصحاب الأسهم المستثمرة في المشاريع السياحية.

1-1-6 الحكومة:

يظهر دورها بشكل إيجابي واضح من خلال القوانين والتشريعات، أو الدور السلبي للحكومة من خلال وضع العراقيل التي تقف أمام تنمية هذا القطاع الموجود تطبيقه في الدول النامية خاصة ¹.

1-1-7 الجمهور:

يتمثل في الخدمات التي تقدمها المؤسسات السياحية² كالفندق، شركات السياحة، القرى السياحية، المطاعم، وكالات السياحة والسفر وغيرها.³

1_ح، ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، المرجع السابق، ص48، 52.

2_ محمود الديماسي، سراب إلياس وآخرون، تخطيط البرامج السياحية _ سلسلة السياحة والفندقة 4، مرجع سابق، ص159.

3 -http://academy.moe.gov.eg/training/tech/c61_pdf/c61_3pdf.p4 date de consultation 23 /03/2014.

2-1 البيئة التسويقية السياحية الكلية :

الوسطاء التسويقيين، الفنادق والزبائن، مالكي المشاريع والمنتجعات السياحية، أي كل الفئات الموجودة في البيئة السياحية الجزئية يتعاملون فيما بينهم في بيئة أوسع تسمى بالبيئة التسويقية السياحية الكلية التي لديها فرص وتهديدات خارجية، وعلى هذا الأساس يستطيعون رجال التسويق استغلال الفرص المتاحة تفاديا للمشاكل والأخطار المرتقبة، التي تنتج من البيئة السياحية التي تعمل فيها منشآت السياحة، وعليه يشترط على هذه المنشآت الاهتمام أكثر بالقوى الخارجية التي يصعب التحكم فيها والمتمثلة في :

1-2-1 قوى البيئة السياحية الكلية :

تتكون هذه البيئة من ست قوى مدرجة كما يلي:

1-1-2-1 البيئة الديمغرافية:

تشمل دراسة المجتمع من حيث السن،¹ الحجم، الكثافة السكانية، الموقع، الأصل والمهنة إضافة إلى عوامل أخرى لها علاقة بالسكان في المنطقة، فهذه البيئة تعتبر هامة لبائعي الخدمات السياحية والفندقية، كمسؤولي الوكالات السياحية، وأصحاب المطاعم وسبب ذلك راجع إلى وجود السياح الأجانب المحليين والأجانب في الأسواق السياحية المشكلين للطلب السياحي. فعلى مسوقي الخدمات السياحية الأخذ بعين الاعتبار عدة مؤشرات منها :

أ- التغير المفاجئ الذي يطرأ على الهرم السكاني كزيادة فئة كبار السن وانخفاض فئة الشباب؛

ب- نمو أو انخفاض عدد السكان في المنطقة؛

ت- انخفاض الدخل الفردي في المنطقة السياحية مقارنة مع دخول الأفراد في المناطق السياحية المجاورة ؛

ث- عدد ساعات العمل والإجازات السنوية، وأماكن قضاءها في البلد أو خارجها ؛

ج- النزوح الريفي، ودوافع الهجرة؛

ح- نسبة الذكور والإناث في المنطقة؛

خ- نسبة الثقافة والتعليم في المجتمع (المستوى الدراسي).²

1 -Jean –Pierre LOZATO-GIOTART , Michel BALFET, **Management du tourisme** , édition PEAR SON éducation ,2ème édition ,Paris France 2006,p55.

2 - ح، ع، الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، مرجع سابق، ص، ص54-55.

2-1-2-1 البيئة الاقتصادية:

تساعد الظروف الاقتصادية المنشأة السياحية على تحقيقها للأهداف كالتضخم، ودرجة توازن ميزان المدفوعات، وثبات سعر الصرف، حيث من خلالها تقوم بتصميم البرامج التسويقية. فالسوق السياحية تحتاج إلى سياح لديهم قدرة شرائية عالية تمكنهم من شراء الخدمات السياحية التي يرغبون فيها، حيث تعتمد هذه القدرة الشرائية على الدخل، الأسعار، والادخار في قرارات شراء السياح المحليين والأجانب .

3-1-2-1 البيئة القانونية :

تشمل التشريعات والقوانين التي تؤثر على القرارات التسويقية السياحية التي يتخذها مسئولو المنشآت السياحية، فإذا تماشى هذه التشريعات بموضوعية كان لها أثر إيجابي على نمو النشاط السياحي في المنشأة، وقد يعيق نجاحها في حالة العكس .

4-1-2-1 البيئة التكنولوجية:

تلعب التكنولوجيا دورا هاما في إدارة المنشآت السياحية، وذلك لمساهمتها في تخفيض تكاليف إنتاج السلع والخدمات ذات النوعية الجيدة، وبالتالي تسهيل تسويقها داخل الدولة وخارجها، كما تساهم في رفع أداء المنشأة من حيث الوسائل الحديثة كالطائرات، القطارات السريعة، الحاسب الالكتروني الشخصي، الشقق السياحية وغيرها .

5-1-2-1 البيئة الثقافية والاجتماعية:

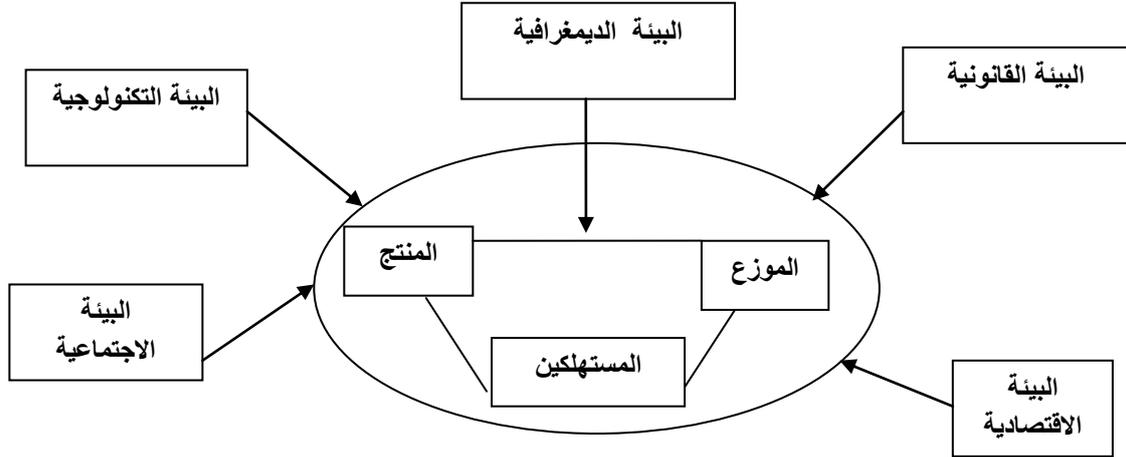
تشمل البيئة التسويقية السياحية الاتجاهات الثقافية الموجودة في المجتمع كاللغة، التقاليد المعتقدات الدينية والسياسية والاقتصادية، الآداب والفنون... إلخ، فهذه الاتجاهات التي اكتسبها الأفراد أصبحت تشكل لهم نمطا معيناً في الحياة والعلاقات الاجتماعية كاحترام والتمسك بالقيم الدينية والأخلاقية، كما تؤثر في النشاط التسويقي السياحي من خلال تنوع الطلب للسلع والخدمات في أسواق وأوقات معينة وفي أوقات مختلفة .

6-1-2-1 عوامل المنافسة:

أصبحت المنشأة السياحية تعمل في بيئة مفتوحة تتعرض لمختلف أنواع المنافسة محليا ودوليا، فقد تتصادف بمنشآت أخرى تنتج سلعا وخدمات مماثلة أو بديلة لها، لذا يتوجب على مسئولي المنشآت

السياحية استقطاب أكبر عدد ممكن من المعلومات حول المنافسين ومنتجاتهم وكذا أسعارها والوسائل التي يستخدمونها في النشاطات التسويقية السياحية.¹ والشكل الموالي يوضح البيئة التسويقية الكلية السياحية :

الشكل رقم(16) : "البيئة التسويقية السياحية الكلية"



Source: Christian Michon , **le Marketeur –fondements et nouveautés du marketing** ,édition PEARSON EDUCATION ,2^{ème} édition ,Paris ,France ,p55.

2- نظام المعلومات التسويقي السياحي وبحوث التسويق:

2-1 نظام المعلومات التسويقي السياحي:

أصبح نظام المعلومات التسويقي السياحي أهم الأدوات المعتمدة عليها في التسويق، وأداة فعالة للمساعدة على سرعة اتخاذ القرارات لمواجهة المصاعب التسويقية للمنشآت السياحية. فعند عدم استطاعة المنشأة السياحية تطوير قدرتها الإدارية، يكون جمع المعلومات قليل الأهمية خاصة لما تكون عملية التسويق محاصرة بالبيئة التنافسية القوية، لذا يشترط توفره في إدارة المنشأة للتخطيط المستقبلي، فهناك عدة تغيرات تحدث في البيئة التسويقية السياحية التي تجبر القائمين عليها بإعداد برامج تسويقية مبنية على معلومات دقيقة .

1- صبري عبد السميع، التسويق السياحي الفندقى -أسس علمية وتجارب عربية. منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2007، ص22، 25.

فقد مرّ التطور التكنولوجي بالعديد من التغيرات كاستخدام الحاسوب والاختراعات، والتجديدات التي تساعد على التعامل بالمعلومات بطريقة علمية وبأقل جهد، والتي تسهل مهمة المسوقين في برمجة النشاطات التسويقية السياحية باستخدام هذا النظام.¹

1-2-1 مفهوم نظام المعلومات التسويقي السياحي:

يعتبر هذا النظام مزيج من الأنظمة كما عرفه " كوتلر "، فهو نظام الاستعلامات التسويقية والبحث التسويقي، ومجموعة منظمة من الخطوات والإجراءات، ومعالجة البيانات وتقنيات التقارير لتقديم المعلومات للعرض السياحي كأماكن الإيواء، كما يمثل شبكة متصلة من الأفراد، المعدات، والخطوات التي تعمل فيما بينها لجمع وتحليل، تقييم وتوزيع المعلومات الدقيقة ذات الصلة بأعمال المنشأة السياحية.² والتي تستغل لتسهيل مهمة اتخاذ قرارات المنشأة المعرضة للمنافسة، وتساعد على معرفة البيئة ودراسة التنبؤات.³

نظرا لأهميته البالغة صرح الأمير سلطان بن عبد العزيز الأمين العام للهيئة العامة للسياحة والآثار بالسعودية في العقد الذي يشمل تنفيذ أعمال مهمة لصالح نظام المعلومات التسويقي حيث قال : " كلما توفرت المعلومات وكانت دقيقة ومتاحة، كانت استفادة المواطن وسهولة صلته بالمواقع السياحية أكبر، وكانت فرص تهيئة تلك المواقع أكثر حظا"⁴ .

كما عملت به العديد من الهيئات السياحية كالهيئة العليا للرياض في 2005 التي خصت خطة العمل الخماسية (2003-2007) حيث اشتملت على قيام مركز المعلومات السياحية، يقوم على وضع خطة عمل لوظائف وكالات السفر والسياحة، والمنشآت السياحية كالفنادق والتركيز على المنتجات السياحية، وتأسيس مراكز الإرشاد السياحي في المناطق السياحية.⁵

1- خالد مقابلة، علاء السراي، التسويق السياحي الحديث- سلسلة السياحة والفنادق (7)، مرجع سابق، ص، 91-93.

2- خالد مقابلة، علاء السراي، نفس المرجع السابق، ص، 91-98.

3 -Isabelle FROCHOT ,Patrick LEGOHEREL ,**Le marketing du tourisme** , édition Dunod ,Paris , France ,2007,p83.

4-<http://www.awsat.com/details.asp?section=43&article=487051&issueno=10885>. date de consultation :04 /04/2015

5-<http://www.awsat.com/details.asp?article=271210&issueno=9513> date de consultation : 08 /03/2014.

نظرا لأهميته البالغة يسهل برمجة النشاطات التسويقية السياحية، ويعد محركا هاما يثير الإبداع ويساعد إدارة المنشآت السياحية على النجاح والنجاح.

2-1-2 مكوناته :

يتكون نظام المعلومات التسويقي بعدة مكونات والتي تشمل ما يلي:

1-2-1-1 التقارير الداخلية:

معلومات التسويق الداخلية هي نظام المحاسبة الذي يساعد على جمع المعطيات المتعلقة بالمبيعات والتكاليف والسيولة النقدية... إلخ، التي تجمع من المصادر الداخلية للمنشأة السياحية .

2-2-1-2 نظام الاستعلامات التسويقية :

يحافظ على صلة موظفي التسويق بالمعلومات المتعلقة بالبيئة التسويقية السياحية الخاصة بالإحصائيات السكانية، تقارير السوق، الأوراق التجارية، المعارض التجارية، التظاهرات الثقافية وغير ذلك، قد تعكس الاستعلامات صورة البيئة التسويقية السياحية .

3-2-1-2 نظام البحث التسويقي السياحي:

يقدم معلومات خاصة عند طلبها والتي تعتبر القاعدة الأساسية لتخطيط عمليات المشروع والسيطرة عليها¹ أثناء مواجهة المشاكل التسويقية، من طرف موظفي المنشآت السياحية فالمعلومات المتعلقة بسلوك السائح، ونوعية الخدمات المقدمة له، الإعلان والترويج للمبيعات والتوزيع تجمع من خلال هذا النظام.

4-2-1-2 نظام التحليل التسويقي السياحي:

يتم من خلاله تحليل العمليات الإحصائية المتحصل عليها كعدد الليالي السياحية، وعدد السياح الوافدين إلى منطقة سياحية معينة، مما يسهل مهمة المسوق عند حصوله على المعلومات المطلوبة دون جهد، فكل هذه الأنظمة تساهم في إدارة المعلومات علميا بمساعدة الأجهزة الالكترونية .

2-2 وظائف نظام المعلومات التسويقي السياحي:

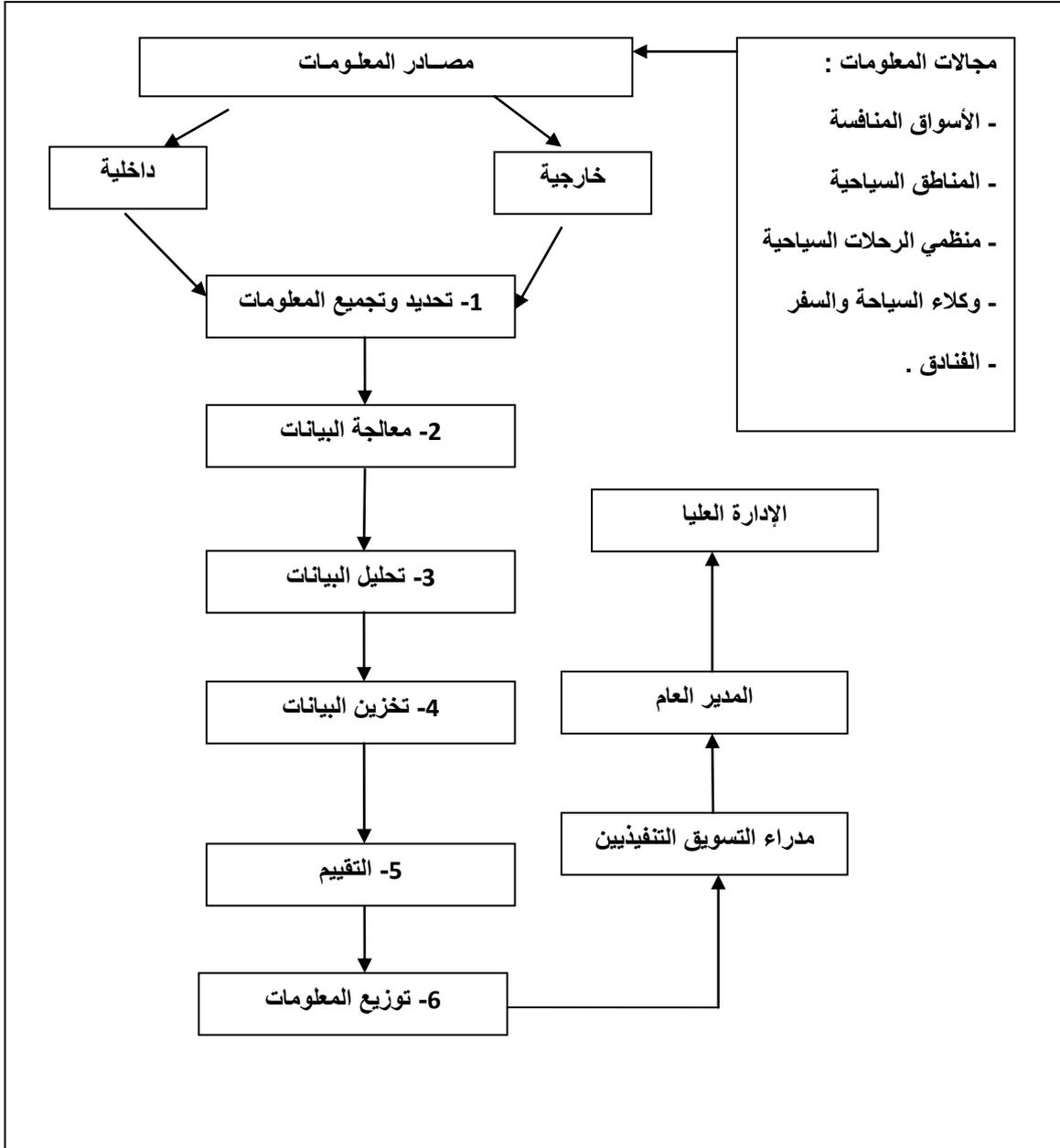
لنظام المعلومات التسويقي السياحي عدة وظائف يشتغل بها محلي المنشآت السياحية والمتمثلة في :

1- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق الإعلامي مدخل استراتيجي. دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2003، ص 48.

- 2-2-1 جمع المعلومات: تعتبر المرحلة الأولى في جمع المعلومات، والتي يتم فيها حفظ وتخزين المعطيات من مصادر داخلية وخارجية، يقوم بها مجموعة من تقنيي المنشأة السياحية.
- 2-2-2 معالجة المعلومات: يتم فيها تلخيص المعطيات، ويقوم بتصميمها محلي المنشأة.
- 2-2-3 تحليل المعلومات: إيجاد النسب المئوية، أي اختبارات الجدوى الإحصائية من طرف محلي النظم.
- 2-2-4 تخزين المعلومات: أي استرجاع وحفظ الملفات، واسترجاع المعلومات المحللة.
- 2-2-5 تقييم المعلومات: يتم تأسيس التقييم حسب مصداقية وصحة المعطيات.
- 2-2-6 نشر المعلومات: تنشر وتوزع المعلومات المطلوبة ذات العلاقة بالمنشأة السياحية . فبعد توزيع المعلومات تنتقل النتائج إلى المدير العام من طرف المسوقين السياحيين التنفيذيين لتصل إلى الإدارة العليا، لاستنتاج تغييرها في الخطط التسويقية السياحية الحالية والمرتبقة . هذه العملية مفيدة، حيث جميع المنظمات تفضل استخدامه وتطويره، فهو نظام مكلف، لكنه عرض مريح يقدم نتائج إيجابية، التي من خلالها يمكن للمنظمات السياحية تحديد فرص الأعمال بنجاح . والشكل الموالي يوضح مختلف الوظائف السابقة الذكر.¹

1- خالد مقابلة، علاء السراي، المرجع السابق، ص، ص102-115.

الشكل رقم(17): "وظائف نظم المعلومات التسويقية"



المصدر : خالد مقابلة، علاء السراي، التسويق السياحي الحديث - سلسلة السياحة والفنادق (7)، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001، ص101.

3- بحوث التسويق السياحي:

البحث التسويقي ليس مجرد جمع المعلومات، بل فهم المنشأة السياحية لمختلف منتجاتها وأسواقها، وكذا البيئة السياحية المحيطة بها، ذلك بالاعتماد على كفاءة الباحثين، الذين يجعلون البحث أكثر

فعالية، والتنبؤ أكثر بالمخاطر، فقد تمر السياحة بعدة مشاكل مرتبطة بالمنتج السياحي، السعر، الترويج، التوزيع، فمن الضروري وضع قرارات تسويقية حسب الاحتياجات والمتطلبات لمختلف السياح، وذلك بمعرفة عاداتهم ورغباتهم .

فقد ينجح البحث التسويقي إذا صمّم الباحثون خطة جيدة، تؤدي إلى خلق خدمة ذات قيمة مضافة للسياح، إذ يجب إعطاء أهمية لتخطيط المشروع السياحي، وذلك بوضع أهداف المؤسسة، وتحديد مصادر المعلومات، ومعرفة طرق البحث والطريقة الأنسب لها، إضافة على تصميم البحث وجمع وترميز البيانات ومن ثم الخروج بنتائج وتوصيات .

أثناء القيام بالبحث يفترض وضع استبيان يتضمن مختلف المناطق السياحية، الخدمات السياحية المقدمة، الترويج والمنافسة من بينها:

- ما الخدمات السياحية المطلوبة من السياح، وأين توجد أماكن إقامتهم؟ وما وسائل الاتصال التي يستعملونها؟ وما الأشياء التي يفضلونها؟

البيئة السياحية اليوم تعيش حركة مستمرة، هذه الديناميكية أثرت في أسلوب المعيشة والعادات نوعية الأذواق، وكان سبب التغير زيادة الدخل ووقت الفراغ الذي سهّل إمكانية تطور السياحة، فمعظم دول العالم قامت بجهود لجلب التحسينات النوعية، مما زاد من حدة المنافسة بفضل البحوث التسويقية خاصة الدول المتقدمة، لكن الدول النامية لم تهتم بهذا الجانب مما انعكس سلباً على تطوير الخطط السياحية فيها . باعتبار السياحة حدث الساعة، تتطلب بحث متطور يوفّر للمنشأة السياحة معلومات واقعية تخص السياح ومزيج السوق، وذلك بالاعتناء بمرافق الإقامة وتحسين نوعية الخدمات السياحية، الاتصالات ووسائل النقل التي من خلالها تتولد الأرباح للمنشأة .

البحث التسويقي السياحي جزء متكامل من صنع القرار التسويقي، تكون النتائج مثمرة للمنشآت إذا طُور بصورة جيدة، فقرارات المنتج السياحي تحتاج إلى معلومات حول البنية التحتية والفوقية، فلمنظمي الرحلات ووكلاء السفر وظيفة عند اتخاذ قرار التوزيع، وذلك لارتباطهم بالسياح، تكون معلوماتهم حيوية لصانع قرار التسويق، فأهم جانب من وجهة نظر البحث التسويقي هو الترويج الذي يسهل القرارات الترويجية في التأثير على قرارات السياح المحتملين والفعالين .

من خلال التحليل السابق الذكر يمكن استخلاص فائدة نظام البحث التسويقي السياحي في صنع القرارات التسويقية الفعالة وذلك بتدخل الباحثين وبالتعاون مع موظفي التسويق التنفيذيين، فإذا كانت قرارات المنشأة السياحية مركزة على السياح كان النجاح مضموناً.¹

1- خالد مقابلة، علاء السراي، نفس المرجع السابق، ص، ص115-119.

خلاصة:

اتضح مما سبق أن السياحة أصبحت من أهم وأبرز القطاعات الاقتصادية لمعظم الدول حالياً، فبعدما كانت مقتصرة على الطبقة الغنية من المجتمع، إلا أنها سادت كل الطبقات، وذلك بسبب تحسن المستوى المعيشي، وارتفاع دخل الفرد، ووفرة وقت الفراغ الذي أتاح للسياح فرصة التنقل والتجوال أثناء العطل والإجازات، إضافة إلى وفرة وسائل النقل الحديثة التي سهلت عليهم التنقل إلى أماكن بعيدة دون عناء، وفي وقت قصير .

كما أصبح للتسويق السياحي أيضاً دوراً هاماً في معالجة الخدمة السياحية من حيث دعم وجودها، مما دفع المنشآت السياحية الاهتمام أكثر بالسياح وتحسين الخدمات المقدمة لهم، بجودة وإبداع . إضافة إلى طريقة التعامل مع السياح للوصول إلى إرضاءهم، ونشوب العديد من الأسواق المحلية والدولية، ومحاولة استخدام الطرق العلمية لمعالجة الثغرات الموجودة في السوق السياحية والمنافسة فيها .

الفصل الثالث

الاستثمار السياحي وأهميته

الاقتصادية

تمهيد:

يعتبر الاستثمار أحد المتغيرات الاقتصادية الكبرى وذلك لمساهمته في التنمية، فهو متغير حساس يتأثر ويرتبط بعدة متغيرات وخاصة بالدخل القومي عن طريق الادخار الذي تمثل مصدرا هاما له وللإنتاج باعتباره مؤثرا فيه.

يمكن النظر إلى الاستثمار باعتباره توجيه الموارد المتاحة من أجل تعظيم المنفعة الكامنة في هذه الموارد، وذلك لأن الموارد المتاحة تشتمل على إشباع الحاجات الأساسية والكمالية للإنسان، قد يساهم الاستثمار في نقل التقنيات الجديدة والمهارات العالمية وأساليب الإدارة الحديثة، كما يساعد على استخدام شبكة التوزيع الدولية .

والاستثمار السياحي شأنه شأن باقي الاستثمارات في قطاعات أخرى تبحث عن ركيزتين أساسيتين لمباشرة النشاط في أي مكان، والمتمثلة في الضمانات والحوافز، كتوفير الاستقرار السياسي الذي يشكل المناخ الملائم للاستثمار، والحوافز العديدة كالقوانين والتشريعات المتعلقة بالاستثمار المحلي والأجنبي، وتوفر البنى التحتية الملائمة وانتشار الوعي السياحي بين مختلف أفراد المجتمع .

كما يعتبر الاستثمار في القطاع السياحي عنصرا حيويا في تحقيق عملية التنمية لأي بلد، حيث أي زيادة في حجم الاستثمار ستؤثر على حجم وتوزيع المشاريع السياحية المتعددة، ومن ثم تدفق المجاميع السياحية إلى الأقاليم، فالزيادة في حجم العوائد السياحية والزيادة في مستوى الأرباح التي تؤدي إلى تطوير نوع وحجم الخدمات السياحية، فتشجيع الاستثمار في صناعة السياحة يعتبر كأحد متطلبات التنمية الاقتصادية، فحلم أي بلد هو القضاء على البطالة، لذا يتوجب على كل من القطاعين الحكومي والخاص الاستثمار في هذا القطاع الحيوي .

ومما يؤكد أهمية تشجيع الاستثمار السياحي في يومنا هذا هو احتلال هذا القطاع المرتبة الرابعة في قيمة صادرات حركة التجارة العالمية بعد تجارة البترول وتجارة الكيماويات وتجارة السيارات، ففي معظم الدول تساهم السياحة في توفير اليد العاملة، محققة بذلك قيمة مضافة إلى الدخل القومي في شكل أجور أو أرباح أو غيرها .

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الاستثمار وطبيعته

1_ ماهية الاستثمار:

يعتبر الاستثمار إحدى العوامل الأساسية التي تساهم في تطور المؤسسات خاصة والاقتصاد عامة لأي بلد، إذ يسمح بخلق مناصب شغل جديدة، والمساهمة في زيادة الناتج الداخلي الخام وغيرها فهو الآلية الفعالة للتقدم.

1_1 مفهوم الاستثمار:

للاستثمار عدة تعاريف تدرج كما يلي :

1_1_1 المفهوم اللغوي للاستثمار :

الاستثمار في اللغة مشتق من الثمر، أي حمل الشجر وأثمر الشجر خرج ثمره، وأثمر الرجل كثر ماله، والثمر بمعنى المال أوب معنى الذهب والفضة، ثمر ماله :نماه، ويستفاد هذا المعنى من قوله تعالى : " وَكَانَ لَهُ ثَمْرٌ فَقَالَ لِصَاحِبِهِ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَنَا أَكْثَرُ مَالاً وَأَعَزُّ نَفَرًا"¹ الآية (34) سورة الكهف.² وعلى هذا المضمار عرف مجمع اللغة العربية الاستثمار أنه استخدام الأموال في الإنتاج إما مباشرة بشراء الآلات والمواد الأولية، وإما بطريقة غير مباشرة كسواء الأسهم والسندات.

2_1_1 المفهوم الاصطلاحي للاستثمار :

يعني الاستثمار عند البعض أنه : " التضحية بمنفعة حالية يمكن تحقيقها من خلال إشباع استهلاكه حالي والحصول على منفعة مستقبلية من استهلاك مستقبلية أكبر "، والبعض يعرفه بأنه: " التخلي عن استخدام أموال حالية ولفترة زمنية معينة من أجل الحصول على مزيد من التدفقات النقدية في المستقبل تكون بمثابة تعويض عن الانخفاض المتوقع في القوة الشرائية للأموال المستثمرة بسبب التضخم مع إمكانية الحصول على عائد معقول مقابل تحمل عنصر المخاطرة"³.

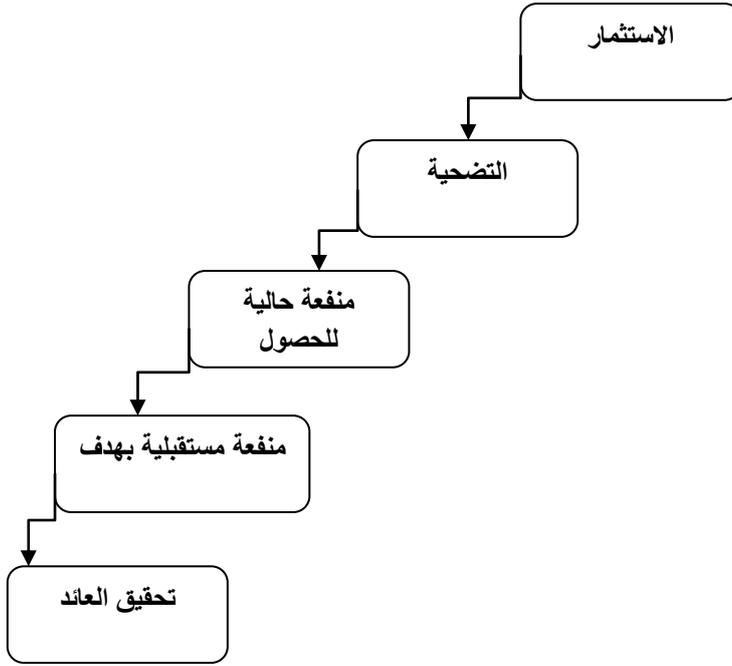
1_ المصحف الشريف ، سورة الكهف، الآية 34، ص297.

2_ عمر هاشم محمد صدقة، ضمانات الاستثمار الأجنبية في القانون الدولي . دار الفكر الجامعي، ط1، مصر، 2008، ص3 .

3_ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة . مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص115، 116.

كما يمثل الإضافة إلى الطاقة الإنتاجية أو إلى رأس المال،¹ وهذا يتطلب من الفرد المستثمر القيام بدراسة أنواع الاستثمارات التي تهدف إلى تحديد العائد والمخاطر من كل نوع،² فهو ارتباط مالي يسعى إلى تحقيق مكاسب يتوقع الحصول عليها مستقبلاً وعلى المدى الطويل³. والشكل الموالي يوضح هذا المفهوم:

الشكل رقم (1): ماهية الاستثمار



المصدر: _ مروان شموط، كنجوعوب كنجو، أسس الاستثمارات. الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، 2008، ص7.

ويمكن التمييز بين عدة مفاهيم للاستثمار منها ما يلي:

أ_ المفهوم الاقتصادي:

الاستثمار حصيلة الادخار من السلع التي لم تستهلك في عمل أو تفاعل منتج،⁴ وأنه تكوين رأس المال واستخدامه بهدف تحقيق الربح في الأجل القريب أو البعيد بشكل مباشر أو غير مباشر، بما يشمل

- 1_ طلال كداوي، تقييم القرارات الاستثمارية. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 13.
- 2_ أمين السيد أحمد لطفي، التحليل المالي لأغراض تقييم ومراجعة الأداء والاستثمار في البورصة. الدار الجامعية، مصر، 2007، ص2.
- 3_ مصطفى كمال السيد طابيل، القرار الاستثماري في البنوك الإسلامية. المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص103.
- 4_ هوشيار معروف، الاستثمارات والأوراق المالية. دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009، ص16.

إنشاء نشاط إنتاجي أو توسيع طاقة إنتاجية قائمة أو حيازة ملكية عقارية أو إصدار أسهم أو شراءها من الآخرين.

ب_ المفهوم القانوني:

نصت الاتفاقية الموحدة لاستثمار رؤوس الأموال العربية على أن الاستثمار هو استخدام رأس المال العربي في إحدى مجالات التنمية الاقتصادية بهدف تحقيق عائد في إقليم دولة طرف غير دولة جنسية المستثمر العربي أو تحويله إليها لنفس الغرض وفقا لأحكام هذه الاتفاقية.¹

ت_ مفهوم الاستثمار في الإدارة والمالية والمحاسبة :

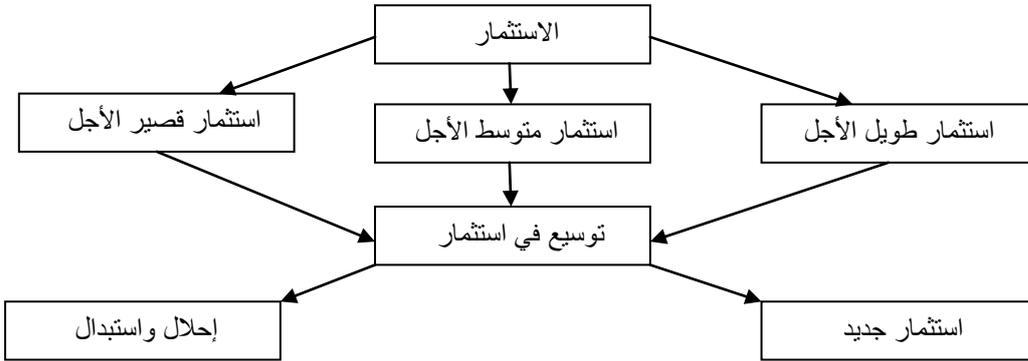
لرجال الإدارة والمالية تعريف آخر للاستثمار، عادة ما ينظر إليه على أنه اكتساب الموجودات المالية، ويصبح هو التوظيف المالي في الأوراق المالية المختلفة من أسهم وودائع... إلخ، فهو التعامل بالأموال للحصول على الأرباح وذلك بالتخلي عنها في لحظة زمنية ما قصد الحصول على التدفقات المالية مستقبلا تعوض عن القيمة الحالية للأموال المستثمرة وتعوض عن عامل المخاطرة الموافق في المستقبل .

أما من جانب المحاسبة فهو يمثل مجموع الممتلكات والقيم الدائمة المادية والمعنوية المنشأة أو المشتراة من طرف المؤسسة، الهدف ليس بيعها أو تحويلها بل استعمالها كوسائل دائمة للاستغلال حسب العمر الإنتاجي لها كالأراضي، المباني، التجهيزات، الإنتاج، والمعنوية كشهرة المحل، براءة الاختراع... إلخ.² يمكن تلخيص المفهوم بأبعاده ومضامينه حسب الشكل الموالي:

1_ عبد الله عبد الكريم عبد الله، ضمانات الاستثمار في الدول العربية. دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010، ص 18، 19.

2_ منصور الزين، تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية. دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 17، 18.

الشكل رقم (2): أبعاد الاستثمار



المصدر : طلال كداوي، تقييم القرارات الاستثمارية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 22.

2_1 أنواع الاستثمار:

تنوع الاستثمارات حسب معيار تقسيمها فهي داخلية ودولية طبقا لمعيار الجنسية، وهي مباشرة وغير مباشرة وفقا لمعيار أسلوب المشاركة في المشروع الاستثماري.

1_2_1: أنواع الاستثمارات حسب معيار الجنسية

أ_ الاستثمارات الداخلية (الوطنية):

هي تلك الاستثمارات التي لا تنتقل فيها قيم مادية أو معنوية عبر الحدود، فالمستثمر وطني والمشروع وطني، ورأس المال وطني، ويتم داخل الوطن؛

ب_ الاستثمارات الخارجية (الأجنبية):

هي كل استخدام يجري من الخارج لموارد مالية يملكها بلد من البلدان أو الاستثمار الذي يقوم به الأفراد أو الشركات أو الهيئات التي تتمتع بالجنسية الأجنبية.

2_2_1: أنواع الاستثمارات حسب إدارة المشروع الاستثماري:

أ_ الاستثمار الأجنبي المباشر:

المقصود به تملك المستثمر الأجنبي لكامل المشروع الاستثماري أو الجزء منه، أو أنه قيام المستثمر الأجنبي سواء أكان شخصا طبيعيا أم معنويا باستثمار أمواله داخل الدولة المضييفة وذلك بإنشاء مشروع يحفظ فيه لنفسه حق السيطرة والإدارة واتخاذ القرار، شرط امتلاكه نسبة 10% أو أكثر من رأس مال المؤسسة

حسب التعريف الذي جاء به صندوق النقد الدولي¹ أنه قيام المستثمر الأجنبي بالاستثمار في مرافق جديدة لإنتاج أو تسويق منتج في دولة أجنبية أي أنه ممارسة مستثمر أجنبي لنشاط اقتصادي في الدولة المضيفة مع احتفاظه بالسيطرة على أنشطة المشروع سواء من خلال الملكية الكاملة أو الجزئية لرأس المال المشروع؛

ب_ الاستثمار الأجنبي الغير مباشر:

هو ذلك النوع من الاستثمار الذي يقتصر فقط على انتقال الأموال النقدية دون أن يكون للمستثمر الأجنبي ملكية كل أو جزء من المشروع الاستثماري ولا يتمتع المستثمر بالرقابة أو السيطرة أو اتخاذ القرار في هذا النوع كإصدار السندات الدولية وشهادات الإيداع المصرفية الدولية، شراء القيم المنقولة، شراء الذهب والمعادن النفيسة، وإعطاء قروض للحكومات الأجنبية أو الهيئات العامة والخاصة، ومن سمات هذه الاستثمارات أنها تتجه عادة نحو الأغراض الاستهلاكية ولا تعمل على نقل الخبرات الفنية أو نقل التقنية، وأنها تحقق أرباحاً على المدى القصير .

1_2_3: أنواع الاستثمارات حسب نوع الملكية

أ_ الاستثمار الخاص:

هو ذلك الاستثمار الذي تمارسه جهة خاصة سواء كان فرداً أم عبر شركات خاصة، وتمثل برأس المال الجديد الذي يقوم الأفراد والشركات بتحويله من مدخرات أو أرباح إلى ما يحقق في النهاية استثماراً خاصاً لتلك الأموال؛

ب_ الاستثمار الحكومي:

يتكون من رأس المال الحقيقي الجديد الذي تقوم الدولة بتكوينه وتمويله سواء من فائض الإيرادات أم من القروض الداخلية والخارجية أم من المساعدات الأجنبية؛²

1 - http://www.arab-api.org/images/publication/pdfs/84/84_develop_bridge33.pdf date de

consultation :

31_01_2017

2_ عبد الله عبد الكريم عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 19، 22.

ت_ الاستثمار المشترك:

يشمل كل من الاستثمار العام والخاص، إذ يقوم الأشخاص هنا بشراء حصص في المنشآت الحكومية سواء كانت إنتاجية أو خدمية، وفي الكثير من الأحيان تكون الإدارة من حق الحكومة، غير هذا النوع من الإدارة أصبح يتراجع في ظل التخصص والاشراك الإستراتيجية؛¹

1_3_1 تصنيفات الاستثمار:

ثمة عدة تصنيفات للاستثمار تختلف باختلاف النظرة إليها فمن أبرزها ما يلي:²

1_3_1_1 تصنيف الاستثمار وفقا للأجل:

أ_ استثمارات قصيرة الأجل:

في هذا النوع من الاستثمارات تكون مدة التوظيف لا تزيد عن سنة، كأن يقوم أحد المستثمرين بإيداع أمواله في البنك لمدة لا تزيد عن سنة، أو يقوم بشراء سندات قصيرة الأجل صادرة عن مؤسسات مختلفة تتميز بوفرة السيولة النقدية إضافة إلى تحقيق بعض الفوائد؛

ب_ استثمارات متوسطة الأجل:

قد تصل مدة هذه الاستثمارات إلى خمس سنوات، كأن يقوم شخص ما بإيداع مبلغ من المال في البنك للمدة المذكورة، أو أن يقوم بشراء أوراق مالية أو استئجار أصل ما وتشغيله ضمن هذه المدة؛

ت_ استثمارات طويلة الأجل:

تتجاوز هذه الاستثمارات مدة توظيف الأموال خمس سنوات، وقد تصل إلى 15 سنة أو أكثر، ومثال هذا النوع من الاستثمار قد يؤسس مشاريع وإيداع الأموال في البنوك، ويكون الهدف من هذه الاستثمارات تحقيق أكبر عائد ممكن .

1_3_2_1 تصنيف الاستثمار وفقا للعائد الناجم من هذه الاستثمارات :

أ_ استثمارات ذات عائد ثابت:

يقوم المستثمر هنا بالاكتتاب في أوراق مالية ثابتة الدخل كالسندات والأسهم، وإيداع الأموال لدى البنوك؛

1_ مروان شموط، كنجو عبود كنجو، أسس الاستثمارات. الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، 2008، ص22.

2_ مروان شموط، كنجو عبود كنجو، نفس المرجع، ص18.

ب_ استثمارات ذات عائد متقلب :

هنا يكون العائد متغيراً من مشروع لآخر، أو من فترة إلى أخرى، كأن يقوم المستثمر بالاكتتاب في أسهم عادية أو يقوم بالتجارة ببعض السلع والخدمات.

1_3_3 تصنيف الاستثمار وفقاً لقطاعات الاستثمار :

أ_ الاستثمار في قطاع الأعمال العام: يشمل كل من الهيئات العامة ذات النشاط الإنتاجي في شكل سلع وخدمات، ويستثني من خلال ذلك تلك التي تدخل في قطاع الوسطاء الماليين كالبنوك وشركات التأمين؛
ب_ الاستثمارات في قطاع الأعمال المنظم: يشمل على الشركات المساهمة التابعة للدولة أو القطاع الخاص؛

ت_ الاستثمار في قطاع الأعمال غير المنظم: ¹يشمل هذا القطاع على شركات الأشخاص كالتضامن
ث_ الاستثمار في قطاع الجمعيات التعاونية؛

ج_ الاستثمار في قطاع الخدمات العامة: والمقصود به قطاع الدولة وما يقدمه من خدمات، ويشمل هذا القطاع الخزانة، الإدارة الحكومية والبلديات؛

ح_ الاستثمار في قطاع الأفراد أي الأفراد والمنشآت الفردية والهيئات المحلية؛

خ_ الاستثمار في قطاع العالم الخارجي: يشمل المنشآت والأفراد الذين يتعاملون مع مختلف القطاعات الخارجية؛

د_ الاستثمار في قطاع الوسطاء الماليين: يخص هذا النوع المؤسسات العامة للتأمين والمعاشات والتأمينات الاجتماعية وشركات التأمين؛

ذ_ الاستثمار في قطاع البنوك: المقصود به الإيداع لدى البنوك أو اكتتاب سندات وأسهم.

1_3_4 تصنيف الاستثمار وفقاً لطبيعته :

أ_ استثمارات حقيقية أو عينية:

تشتمل على الإنفاق على الأصول الإنتاجية أو السلع الاستثمارية الجديدة التي تؤدي إلى خلق قيم مضافة، فهذه الاستثمارات علاقة بالبيئة، وأهم ما يميزها هو الأمان، غير أنها تعاني من مشكل السيولة، ومن أهم أدوات الاستثمار الحقيقي العقارات، السلع، المشاريع الاقتصادية؛

1_ مروان شموط، كنجو عبود كنجو، مرجع سابق، ص21.

ب_ استثمارات غير حقيقية أو مالية:

- لا تؤدي إلى خلق القيم بل تؤدي إلى انتقالها من فرد لآخر، وذلك لتمويل الأنشطة العينية إذ تشمل على تداول الأسهم والسندات والتي تتميز ب:
- وجود أسواق منظمة بدرجة عالية من التنظيم .
 - انخفاض تكاليف المتاجرة بالأوراق المالية .
 - وجود وسطاء ماليين متخصصين.
 - الانتشار الواسع للأدوات المالية الاستثمارية .

1_3_5 تصنيف الاستثمار وفقا للحجم :

أ_ استثمارات صغيرة:

تتسم هذه الاستثمارات بصغر حجم المبلغ الذي يتم الاستثمار به، وصغر المنشآت التي تقوم بالاستثمار من حيث الحجم وعدد العمال ونتائج الأعمال ومن حيث رأس المال؛

ب_ استثمارات كبيرة:

تكون المبالغ المستثمرة فيها كبيرة، وتقوم بها منشآت كبيرة من حيث الحجم والانتشار ورأس المال، عدد العمال ونتائج الأعمال.

1_3_6 تصنيف الاستثمار وفقا لمن يقوم به :

أ_ استثمار شخصي:

يقوم بهذا الاستثمار شخص واحد يتولى إدارة شؤونه من حيث تأمين الاحتياجات والعمل به والبيع، وهو ليس واسع الانتشار لأنه من الصعب على شخص واحد أن يحيط بجميع جوانب النشاط؛

ب_ استثمار مؤسسي:

هو الاستثمار الذي تقوم به مؤسسة أو شركة، وهذا ما هو منتشر حاليا لأهميته الاقتصادية.¹

1_4 خصائص الاستثمار:

للاستثمار خصائص عديدة يمكن ذكرها في ما يلي:

1_ مروان شحوط، كنجو عبود كنجو، مرجع سابق، ص21.

1_4_1 الاستثمار عملية :

يحمل الاستثمار تحولا ديناميكيا وفقا لأسلوب معين يتميز بوجود عدة امتيازات منها :
أ- الزمن كمتغير مستقل أساس في تغيير النشاط الاستثماري وما يتبعه من تأثيرات على المتغيرات التابعة، إذ ترتبط قرارات الاستثمار على الأجل الطويل، فحسب ما قاله أحد الكتاب أن الإنفاق الاستثماري يرتبط بعامل الزمن الذي يسبق عملية الحصول على المنافع منه، وعلى هذا يتطلب الأخذ بعين الاعتبار عامل التغيير في قيمة ذلك عند حساب تكاليف وعوائد هذا الاستثمار، فالفاصل الزمني بين الإنفاق والحصول على العائد يكون نسبيا.¹

ب - تغيير معدل التغيير بسبب عدم اشتراط تكرار أو انتظام أوثبات التغييرات التي تحدث في دورات الإنتاج وأحجامة و منافذ التسويق.

ت - عدم اشتراط التوازن والحل الاستقرارى حيث يمكن أن يمر الاستثمار باختلالات ولأسباب مختلفة .

1_4_2 الاستثمار عملية اقتصادية :

الاستثمار مجموعة من النشاطات الاقتصادية تهدف إلى تحقيق عوائد اقتصادية، يقوم على معايير اقتصادية في حساباته المختلفة سواء كانت لتقييم الجدوى أو لتقويم الأداء.

1_4_3 يتسم بتعميم القائمين به سواء كانوا أفرادا طبيعيين (عاديين) وعلى انفراد أو مجموعات من الأشخاص تدير أعمالهم مؤسسة معينة سواء منظمة في شركة تضامنية ذات مسؤولية غير محدودة أو في شركة مساهمة ذات مسؤولية محدودة .

1_4_4 يقوم الاستثمار على أسس علمية وقواعد محددة، أي أن القرارات الاستثمارية يتم وضعها وفق عدة مناهج بالاعتماد على دراسات لجدوى المشروع حيث ترتفع كفاءة التنبؤات، إذ تضمن هذه القرارات الوضوح والتقليل من الوقوع في المخاطر.

1_4_5 يتناول الاستثمار بتوجيه الأصول الرأسمالية المختلفة الأشكال المادية (الإنتاجية) المباشرة والبنية التحتية، والمالية كالأسهم والسندات والخيارات والقبولات المصرفية والبشرية (اليد العاملة المؤهلة)، والمعلوماتية (معرفة المواصفات، الأداء، البناء والتصميم).

1 _ http://q8se.blogspot.com/2012/03/blog-post_02.html date de consultation:2017_01_31

1_4_6 البحث عن ضمان عوائد تتصف بتدفقات مستمرة والتي تفترض ظروفًا واضحة ومستقرة حيث أن هذه العوائد تستهدف ما يلي :

أ_ ضمان التدفق المستمر بمعدلات متزايدة تحقق النمو المستمر للعوائد المعينة؛
ب_ تجاوز القيمة الحقيقية للتكاليف أو الخسائر الناتجة عن اهتلاك رأس المال، أو عن التقدم التكنولوجي للهامش المخصص للمخاطر المتوقعة؛

ت _ زيادة العوائد المتوقعة من الاستثمار المقرر عن التكاليف الفرصية (عوائد من الفرص البديلة) ؛
ث _ تعويض العوائد المتوقعة بقيمتها الحقيقية للمستثمر عن الوقت الذي يتخلى فيه عن التصرف الاستهلاكي بالأموال التي يكتنيها، أو عما يتحملة بسبب هذه الأموال ؛

1_4_7 لا بد من الشفافية والوضوح في الاستثمار، وبذلك تتميز شخصية المستثمر عن غيره في الالتزام بالمحددات التشريعية والشروط الاقتصادية وكل هذا يؤدي إلى الرفع من شأنه اقتصاديا في المجتمع ويجنبه التكاليف والأضرار المترتبة على عدم التقيد بالقوانين والأنظمة، والتعليمات الرسمية .

1_4_8 القبول بهامش معين للمخاطر، وهذا يأتي من عدم إمكانية التأكد المطلق بنجاح المشروع مهما كانت الظروف واضحة أمام هذا النشاط، لذلك يجب إعداد دراسة تحليلية مقارنة للعوائد والمخاطر المتوقعين.

1_5 محفزات الاستثمار:

بمجرد توفر زيادة في الادخار لدى الأفراد والمؤسسات يميل تفكيرهم ورغبتهم إلى الاستثمار، حيث يتوجب أن تتوفر لديهم مجموعة من العوامل التي تخلق حافزا لهم من بينها ما يلي:

1_5_1 توفر درجة عالية من الوعي الاستثماري لدى الأفراد والمؤسسات، فهذا الوعي يجعل المدخرين يشعرون بالحس الاستثماري الذي يجعلهم يقدرون الفوائد المترتبة عن توظيف مدخراتهم في شراء الأصول، وعدم تجميدها في شكل أوراق مالية تتأثر بعدة عوامل اقتصادية كالتضخم والأزمات المالية.

1_5_2 توفير المناخ الاجتماعي والسياسي الملائم لعملية الاستثمار، وذلك بتوفير الأمان الذي يشجع المستثمرين على تقبل المخاطرة، ومن بين هذه العوامل خلق قوانين وتشريعات تساهم في تنظيم عمليات الاستثمار للمحليين والأجانب، وتنظيم المعاملات في الأسواق المالية. فمن خلال توفير جو الاستقرار يتولد لدى المستثمر الطمأنينة .

1_5_3 توفر سوق مالي فعال وكفؤ، يوفر للمستثمر المكان والزمان الملائمين ويعطي للمدخرين فرصة في استثمار أموالهم وللمقترضين الحصول عليها، كما يعطي فرصة لكل مستثمر اختيار المجال المناسب من حيث أداة الاستثمار، التكلفة، المخاطرة، الديناميكية والمرونة، إضافة إلى توسيع السوق والتغلغل فيها وكذا توفير قنوات الاتصال النشطة.¹

2_ أهداف الاستثمار، أهميته، والعوامل المؤثرة عليه:

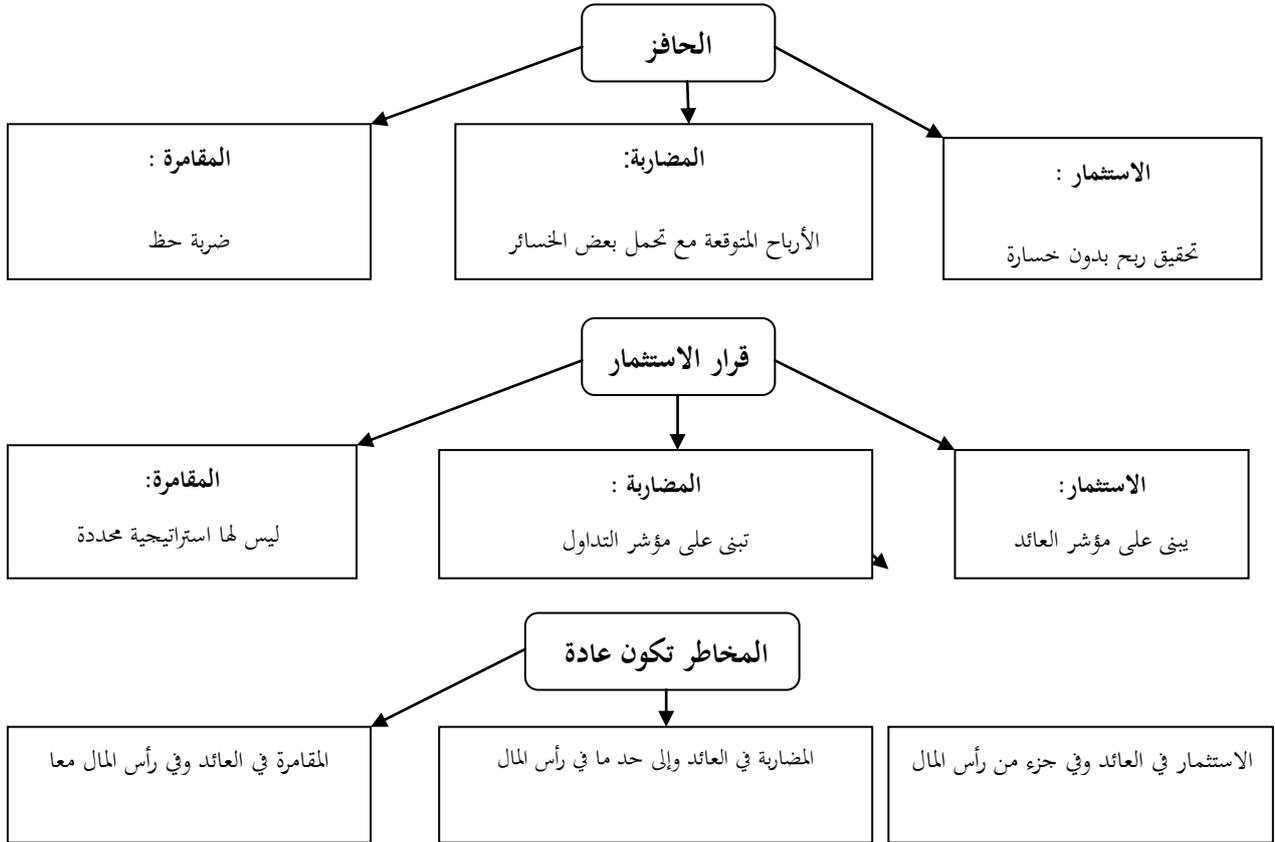
لكل من المستثمر والبلد المضيف أهداف معينة تساهم في دفعه إلى التطور الاقتصادي. إذ يقع ذلك ضمن تحقيق الأرباح أي تحقيق أكبر عائد بأقل درجة من المخاطر، كما يهدف إلى زيادة الرفاهية، فمن البديهي أن يكون هناك اختلاف بين المستثمرين من حيث تفضيل الأدوات الاستثمارية، ودرجة المخاطر التي يتقبلونها التي تتماشى مع هدف تحقيق الأرباح. فلا بد من التمييز بين الاستثمارات حسب الأهداف التي ينشدها المستثمر وطبيعته، فقد يكون المستثمر محافظاً، رشيداً، مضارباً أو مقامراً.

فالاستثمار هو الاستعداد لتحمل المخاطر. فالمستثمر المحافظ هدفه يكمن في الحصول على عائد بدون تحمل مخاطر عالية، والمستثمر الرشيد هو الذي يهدف في استثماراته إلى الموازنة بين العائد والمخاطر، أما المضارب هو الذي يقبل بأقصى درجات المخاطر للحصول على الربح، أما المقامرة التي يراهن بالمال للحصول على الربح مع الاستعداد لتحمل درجة عالية من المخاطر، أي بناء قرار على الحظ.² والشكل الموالي يوضح ذلك:

1_ محمد مطر، إدارة الاستثمارات (الإطار النظري، والتطبيقات العملية). مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999، ص 8.

2_ دريد كامل آل شبيب، الاستثمار والتحليل الاستثماري. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 25، 26.

الشكل رقم (3): الاستثمار والمضاربة والمقامرة وعلاقتهم بقرار الاستثمار.



المصدر: مروان شموط، كنجو عبود كنجو، أسس الاستثمار، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، 2008، ص 8.

2_1 أهداف الاستثمار:

تختلف أهداف الاستثمار حسب الإمكانيات المالية المتوفرة لدى المستثمر ومستوى، وطبيعة طموحاته الاقتصادية، ووفرة المعلومات بشأن مصادر التسهيلات الائتمانية، وفرص الاستثمار المختلفة، ويعتمد عليه من قدرات أو أجهزة إدارية، ومن بين هذه الأهداف ما يلي:¹

2_1_1 الحفاظ على الأصول المادية التي يمتلكها المستثمر، أو يحق له التصرف بها وذلك بعد دراسة المخاطر المتوقعة. فهدف الحفاظ على الأصول الرأسمالية يعد أمراً هاماً، فالتضحية بجزء من الأصول أوكلها يؤدي إلى ضياع ممتلكات خاصة حققها المستثمر في نشاطات سابقة، أو يجعله تحت ديون طائلة لا يتمكن من تسديدها في الوقت المناسب .

2_1_2 تحقيق عوائد مستقرة، أي تدفقات غير متقطعة، حيث تحافظ هذه العوائد على قوتها الشرائية (القيمة الحقيقية) من جانب، وتتجاوز التكاليف عن البدائل الأخرى من جانب آخر .

2_1_3 استمرار السيولة النقدية، فهي تعتبر ضرورية كجزء من الموارد المتاحة، وذلك لعدة أسباب منها ما يلي:

أ _ تغطية النفقات الجارية الخاصة بعمليات التشغيل، الصيانة، التصليح، والتطوير؛

ب _ دفع الديون المستحقة وبنفس العملات الوطنية أو الأجنبية؛

ت _ مواجهة متطلبات الحياة الاقتصادية والاجتماعية، الثقافية والصحية الخاصة عندما يعمل المستثمر بشكل فردي أو أسري، ومواجهة متطلبات التنظيم الإداري للاستثمار عندما يجري الاستثمار في إطار حكومي.

2_1_4 الزيادة في الدخل وهذا يمثل من أهم الأهداف للمستثمر للخروج من دورة حياته الاعتيادية، ورفع مستوى معيشته وقدرته الإنتاجية.

أ _ الحصول على المواد الخام من الدولة المستثمرة من أجل استخدامها؛

ب _ الاستفادة من القوانين المشجعة للاستثمار والإعفاءات الضريبية من أجل جلب أكبر عدد ممكن من المستثمرين الأجانب؛

1_ هوشيار معروف، الاستثمارات والأسواق المالية . دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009، ص 17، 21.

ت_ إيجاد أسواق جديدة لمنتجات الشركات الأجنبية لتسويق الفائض منها والتي لم تستطيع تسويقها في بلدها؛

ث_ منافسة الشركات المحلية من حيث الجودة في الإنتاج وانخفاض الأسعار، وأنواع الخدمات المقدمة بسبب التقدم التكنولوجي ووفرة رأس المال.¹

2_2 أهمية الاستثمار:

للإستثمار إستراتيجية بعيدة المدى لها أبعاد حدّد أهميته " CHARTOIS & BUSSERY" كما يلي:

- يكمن دور الاستثمار على المدى البعيد، فهو المحرك الرئيسي للنمو له بعد ومنفعة في المستقبل شبه دائمة، وكذلك استغلال المصادر الهامة والطاقات والقدرات الجامدة للنشاط. إضافة إلى ذلك فهو يشترط صورة لعلامة المؤسسة بالنظر إلى تأثير المحيط الاقتصادي والمالي وبالتالي يزيد في تنويع الإنتاجية، ويفتح باب المنافسة في السوق التجارية، حيث المؤسسة التي لا تستثمر محكوم عليها بالزوال والتوقف عن النشاط لأنها لا تقدر على المنافسة وحركة التطورات التي تشهدها نوعية المنتجات.
- يؤثر على التنمية وعلى عوامل الإنتاج، فيعتبر سر وجود المؤسسة كوحدة اقتصادية، وعامل استمرارها وتطورها على المستوى الجزئي، وأساس للتنمية والنمو للاقتصاد الوطني على المستوى الكلي،² وذلك بزيادة الإنتاج والإنتاجية مما يؤدي إلى زيادة الدخل القومي وارتفاع مستوى الدخل، وتحسين مستوى المعيشة .
- يساهم في إحداث التطور التكنولوجي، وذلك من خلال إدخال التكنولوجيا الحديثة والمتطورة وتكييفها مع الظروف الموضوعية للمجتمع.
- تخفيف من حدة البطالة من خلال استخدام العديد من اليد العاملة، ومن ثم مكافحة الفقر والجهل وبعض أشكال التخلف، فالعمل يمكن العامل من الحصول على دخل يستطيع أن يعيش من ناحية وأن ينفق على التعليم والثقافة من ناحية أخرى.

1 _ <http://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=50866> _ date de consultation __31_ 01 2017

2_ منصورى الزين، مرجع سبق ذكره، ص42، 43 .

الفصل الثالث: الاستثمار السياحي وأهميته الاقتصادية

- مساهمة الاستثمار في دعم البنية التحتية للمجتمع لأنه في مشروع ما قد يتطلب أو يتصاحب إقامة بناء أو شق طريق أو إقامة جسر... إلخ، والأمثلة متنوعة تدل على مساهمة المشاريع في إدخال التحسينات المتنوعة إلى بيئة المشروع كإقامة جامعة في منطقة ما يلزم بإنشاء مشاريع متممة لها كالمكتبات التي تؤمن الكتب للطلبة، المطاعم، وسكن للطلبة أيضا ووسائل النقل... إلخ.
- مساهمة الاستثمار في الأمن الاقتصادي للمجتمع، وهذا أمر يرتبط بتأمين احتياجات المواطنين من خلال قيام المشاريع الاستثمارية التي تعني بتقديم السلع والخدمات الأساسية والكمالية، وتنهي التبعية الخارجية، كما يساهم الاستثمار في استخدام الموارد المحلية كالمواد الخام والموارد الطبيعية .
- دعم الاستثمار الموارد المالية للدولة وذلك من خلال سداد ما يترتب على المشروع من ضرائب للحكومة لكي تقوم هذه الأخيرة بصرفها، باستخدام هذه الموارد وفق مقتضيات المصلحة العامة.
- تنفيذ السياسة الاقتصادية للدولة من خلال التوجه إلى إنشاء المشاريع التي تحقق هذه السياسة .
- المساهمة في توظيف أموال المدخرين، فهناك مدخرون للأموال ولكنهم لا يعرفون كيفية تشغيلها، وهنا يكمن دور الاستثمار في توظيف هذه المدخرات، وتقديم العوائد للمدخرين.¹
- توفير الخدمات للمواطنين وللمستثمرين .
- توفير التخصصات المختلفة من الفنيين والإداريين والعمال الماهرة .
- إنتاج السلع والخدمات التي تشبع حاجات المواطنين، وتصدير الفائض منها إلى الخارج مما يوفر العملات الصعبة.²

فلا بد من التمييز بين الاستثمارات حسب الأهداف التي ينشدها المستثمر وطبيعته، فقد يكون المستثمر محافظا، رشيدا، مضاربا، أو مقامرا . فالاستثمار يمثل الاستعداد لتحمل المخاطر، فالمستثمر المحافظ يهدف إلى الحصول على عائد دون تحمل مخاطر عالية، والمستثمر الرشيد هو الذي يهدف في استثماراته إلى الموازنة بين العائد والمخاطر، أما المضارب هو الذي يقبل بأقصى درجات المخاطر للحصول على الربح، أما المقامرة التي يراهن بالمال للحصول على الربح مع الاستعداد لتحمل درجة عالية من المخاطر، أي بناء قرار على الحظ.

1_ مروان شموط، كنجوعبود كنجو، أسس الاستثمار، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، 2008، ص 10، 11.

2_ ماجد أحمد عطا الله، إدارة الاستثمار، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2011، ص 13، 14.

2_3 العوامل المؤثرة على الاستثمار :

لا بد من دراسة العوامل المحيطة في بيئة الاستثمار الخارجية والداخلية حتى يتحقق الاستثمار، إذ يجب تحليل تلك العوامل بهدف الحفاظ على قيمة الأموال المستثمرة وزيادتها، إذ يمكن تلخيص هذه العوامل بما يلي :

2_3_1 الاستقرار السياسي:

يؤثر الاستقرار السياسي تأثيراً بالغاً على الاستثمارات والمستثمرين داخل البلد المعني، إذ يعتمد على درجة المخاطر السياسية التي تختلف من دولة إلى أخرى، ويمكن قياس هذه المخاطر من دراسة التغيرات السياسية في هذا البلد وطريقة تداول السلطة، وشكل الحكومة واستقرارها، والاحتياجات المستمرة، والإضرابات والنزاعات ومستوى العلاقة مع الدول المجاورة والعالم الخارجي، وكذا الصراعات الإيديولوجية وسوء توزيع الدخل .

فعلى المستثمر أن يأخذ بعين الاعتبار طبيعة النظام السياسي وطبيعة الحكومة من حيث الكفاءة والقبول، إضافة إلى مدى التجانس السكاني، الثقافي والاجتماعي وذلك لتأثير الاستقرار السياسي على الإنتاج وحجم الطلب والعرض، وكلفة مستلزمات الإنتاج، إضافة إلى استمرارية التعاملات واستقرارها، والحفاظ على استقرار الأسواق الداخلية والخارجية . فاستقرار النظام السياسي يؤدي إلى تشجيع الاستثمارات وتوسيعها وتنوعها من خلال التشريعات المحفزة للاستثمار ودرجة الانفتاح الاقتصادي وكذا تحقيق استقرار قيمة العملة .

2_3_2 الاستقرار الاقتصادي:

يمكن دراسة الاستقرار الاقتصادي من خلال المؤشرات الاقتصادية الكلية المتحققة في الناتج الإجمالي والتوازن الداخلي والتوازن الخارجي، أي استقرار السياسات المالية للدول وطبيعة الاتفاقات الدولية والاقتصادية، وشروط التبادل التجاري، طرق التعامل مع أسعار الفائدة وأسعار الصرف للعملة، ووضع ميزان المدفوعات والميزان التجاري، إضافة إلى نسبة المديونية إلى الناتج المحلي الإجمالي ونسبة الصادرات ومعدلات البطالة وكذا التضخم وحجم السوق .

فقد يقاس الاستقرار الاقتصادي بدرجة المخاطر الاقتصادية التي يتعرض لها الاستثمار، ومدى كون هذه المخاطر داخلية تعتمد على عوامل اقتصادية محلية كدرجة النمو ومعدلات التضخم والسياسات المالية

للدولة، إضافة إلى حجم الاستثمارات الممولة محليا . فكل هذه العناصر تؤثر على قرارات الاستثمار والمستثمرين، أو أن المخاطر خارجية نتيجة العلاقات الاقتصادية مع الدول الأخرى والانضمام إلى منظمات دولية أو إقليمية¹.

2_3_3 معدل أسعار الفائدة :

لقد سجل سعر الفائدة في الولايات المتحدة الأمريكية ارتفاعا من **0.329%** سنة 2014 إلى **0.484%** في سنة 2015، فيما لم يصاحب هذا الارتفاع ارتفاعا موازيا في أسعار الفائدة قصيرة الأجل في بقية الدول المتقدمة باستثناء المملكة المتحدة، إذ انخفض سعر الفائدة في كل من اليابان ومنطقة اليورو وكندا من **0.178%** و **0.20%** في سنة 2014 إلى نحو **0.132%** و **0.880%** سنة 2015 وهذا في ظل ما تعانيه اقتصاديات تلك الدول من ضعف معدلات النمو.

وفي المقابل شهدت أسعار الفائدة طويلة الأجل انخفاضاً في كل من الولايات المتحدة الأمريكية ومنطقة اليورو والمملكة المتحدة وكندا لتبلغ **2.130%** و **0.360%**، و **1.210%** و **1.780%**، **1.490%** خلال سنة 2015 مقابل **2.530%**، **0.550%**، **2.090%**، **2.140%** و **2.600%** خلال عام 2014، حيث كانت الدول المتقدمة تحرص على خفض أسعار الفائدة طويلة الأجل رغبة في زيادة الاستثمارات من خلال توفير الائتمان وتشجيع الطلب الكلي لضمان الارتقاء لمعدل نموها.²

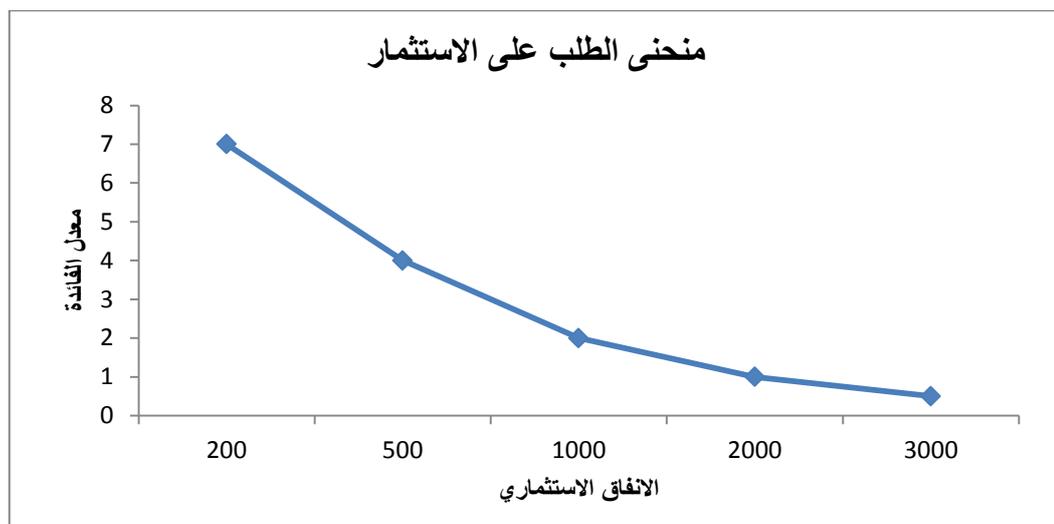
فقد يؤثر معدل سعر الفائدة على النشاط الاقتصادي بصورة عامة وعلى الاستثمار بصورة خاصة من حيث الكلفة والعوائد، فمعدل الفائدة هو سعر رأس المال الذي يعتبر ثمن تأجيل الاستهلاك أي التعويض عن الاستهلاك بشكل أموال إضافية تدفع في المستقبل وتتأثر بعدة عناصر منها حجم العرض والطلب للأموال، ودرجة المخاطر وتكلفة التمويل، ودرجة المنافسة .

كما أن لتقلبات أسعار الفائدة الدولية أثر كبير على حركة الاستثمارات الداخلية والخارجية من الدولة والشكل الموالي يوضح العلاقة الاستثمار وأسعار الفائدة، فكلما ارتفع سعر الفائدة انخفض الإنفاق الاستثماري في حالة ثبات العامل الأخرى، والمنحنى الموالي يوضح ما ذكر.

1_ دريد كامل آل شبيب، مرجع سابق، ص 25، 28.

2_ www.amf.org.ae/sites/all/libraries/pdf.js/web/viewer.html; P14 date de consultation.26.02.2017، التطورات الاقتصادية الدولية،

الشكل رقم(4) : علاقة معدل الفائدة بالإنفاق الاستثماري



المصدر: دريد كامل آل شبيب، الاستثمار والتحليل الاستثماري. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص29.

2_3_4 الدخل القومي:

يؤثر الدخل القومي في أي بلد بدرجة عالية على الاستثمارات، فمن العناصر المؤثرة نجد حجم الدخل المتاح ومعدلات النمو في الدخل، وتوزيع الدخل القومي وانعكاس ذلك على متوسط الدخل الفردي، إذ كلما زاد حجم الدخل أدى ارتفاع الميل الحدي للاستهلاك مما يعكس علاقة طردية بين الاستثمار والدخل القومي .

2_3_5 معدل التضخم:

يمثل التضخم الزيادة المستمرة في مستوى الأسعار ولفترة طويلة من الزمن، وبمعدل غير طبيعي، فارتفاع معدل التضخم يؤثر سلباً على الاستثمار إذ يؤدي إلى خلق جو من عدم الاستقرار في قطاع الأعمال وعدم معرفة المستثمر الحالة التي يكون عليها الاقتصاد في المستقبل، أو الأموال المستثمرة. فقد يرفع من درجة المخاطر لأنه يؤدي إلى الارتفاع العام في الأسعار وانخفاض القوة الشرائية للنقود، كما يؤثر على القيمة الحقيقية للدخل والأرباح، مما يؤدي إلى انخفاض الرغبة في الاستثمار في بلد يعاني من ارتفاع مستمر في معدلات التضخم .

2_3_6 توفر البنى التحتية والانفتاح الاقتصادي :

يعد توفر البنى التحتية الأساسية للأنشطة الاستثمارية وخاصة الإنتاجية منها المتمثلة في الطرق، وسائل النقل، الاتصالات، الانترنت، الكهرباء، الماء والنظام المالي المصرفي المتطور إضافة إلى مظاهر العولمة التي تلعب دورا هاما في زيادة معدلات الاستثمار وخاصة الأجنبية منها.¹

3_ اتخاذ القرار الاستثماري وأهميته:

3_1 اتخاذ القرار الاستثماري:

يعد اتخاذ القرار الاستثماري أمرا هاما في حياة المنشأة، فقد يتطلب التخطيط وذلك بإعداد خطة طويلة الأجل تراعي ترتيب مصادر التمويل المختلفة وتضمن توافرها دائما وقت الحاجة إليها مع تطور عمر المشروع الاستثماري، فعملية التخطيط السليمة تشترط إعداد دراسات الجدوى لهدف اتخاذ القرار الاستثماري السليم في الوقت المناسب، ذلك لأن تقدير التنبؤات المالية لأداء الاستثمار الجديد من أهم وأعقد الخطوات في دراسة المشاريع الجديدة، إذ يشمل ذلك تقدير التكاليف الاستثمارية لتنفيذ المشروع والتدفقات المتوقعة من تشغيله، وتسويق منتجاته أو خدماته.² إذ يجد المستثمر نفسه وسط ثلاث ظروف هي :

3_1_1 حالة التأكد:

تعتبر هذه الحالة الظرف المثالي لاتخاذ القرار الاستثماري لمعرفته بالبدائل المتاحة والظروف المحيطة بها، والنتائج وكذا الأهداف التي يحققها المستثمر.

3_1_2 حالة المخاطرة:

هي مقياس نسبي لمدى تقلب العائد الذي يتم الحصول عليه مستقبلا،³ فهذه الحالة يكون عندها متخذ القرار مزود بالمعلومات الجزئية وغير الكاملة عند تقدير احتمال تحقيق النتائج .

3_1_3 حالة عدم التأكد :

هي الحالة التي تكون فيها المعلومات غير متوفرة عن الاحتمالات والبدائل، ونتاجها وتوزيعاتها الاحتمالية، وهنا يعتمد المستثمر على تقدير العوائد المستقبلية، فيستخدم المعيار التفاؤلي المتحفظ إذ يقع

1 _ دريد كامل آل شبيب، مرجع سبق ذكره، ص 28، 31.

2_ منصورى الزين، مرجع سبق ذكره، ص 66.

3_ منير ابراهيم هندي، الفكر الحديث في مجال الاستثمار . مركز دلنا للطباعة، مصر، 1996، ص 240.

الاختيار على أقلها، وأخيرا المعيار التشاؤمي الذي يتم فيه عرض أقل عائد لكل بديل واختيار أكبر عائد من بينها.

2_3 أسس اتخاذ القرار الاستثماري:

لعملية اتخاذ القرار أسس تركز عليها لإعداد الخطة في المنشأة، من بينها ما يلي:

1_2_3 اختيار إستراتيجية الاستثمار الملائمة:

تعتمد إستراتيجية الاستثمار المناسبة التي يختارها المستثمر على مؤهلاته ومجالات التميز التي يبدع بها، وإمكانية تطويرها وطبيعة البيئة المحيطة وسياسة السوق، وإمكانية بناء الميزة التنافسية، وإتباع إستراتيجية الربح في ظل ثبات قوى المنافسة في السوق.¹

2_2_3 الاهتمام بكافة الأبعاد الزمنية :

يكون الاهتمام هنا منحصرا على التكاليف الأولية للاستثمار من أجل تغطية كامل عمر الاستثمار، إضافة إلى ربط الحاجة إلى السيولة مع القدرة على تحمل المخاطر خاصة وأن الاستثمار الطويل المدى يحتاج إلى سيولة.

3_2_3 احتساب كافة المخاطر الاستثمارية:

لاحتساب المخاطر الاستثمارية المتوقعة وذلك من خلال التحليل الكمي لها لمختلف الأساليب الرياضية والإحصائية والقياسية،² وذلك لتقييم العوائد المتوقعة للبدائل الاستثمارية المتاحة.³

4_2_3 تحديد حجم السيولة الضرورية لمواجهة متطلبات تشغيل النشاط الاستثماري .

5_2_3 تشخيص كفاءة النشاط الاستثماري من ناحية :

أ_ قابلية التداول ؛

ب_ كلفة التداول؛

ت_ تغيير سعره ما بين تداولين متتاليين.

6_2_3 حسم إطار الربحية وهدفها، وذلك لتحديد مجال كل نوع من أنواع العوائد النقدية والمالية،

المادية والبشرية والمعلوماتية.

1_ دريد كامل آل شبيب، مرجع سبق ذكره، ص، 35، 39.

2_ هوشيار معروف، مرجع سابق، ص 49.

3_ منير ابراهيم هندي، مرجع سابق، ص 240.

3_2_7 الالتزام بكافة التشريعات والسياسات، والإجراءات والالتزامات الإدارية، المالية والبيئية، وذلك تحصيلنا للاستثمار من أي مضاعفات سلبية لحالات عدم الالتزام وخاصة بالنسبة للرسوم والضرائب، والقروض.¹

فمعلومات المستثمر الشخصية ضرورية ومهمة، فالأشخاص الذين لديهم معلومات قليلة قد يتبعون إستراتيجية الإدارة الخاملة، يكون عملهم حصريا فكريا وعمليا، بينما آخرون مدربون تدريبا خاصا، قد يكون الحصول على المعلومات بأسرع من غيرهم، فهم يستخدمون إستراتيجية فعالة.²

3_3 مراحل اتخاذ القرار الاستثماري:

هناك أربعة مراحل هامة لاتخاذ القرار في الاستثمارات تتمثل فيما يلي:³

3_3_1 تحديد نوعية الاستثمار:

يتطلب الشروع في اتخاذ قرار الاستثمار طويل الأجل أن تقوم المؤسسة بتحصيل البيانات الخاصة والاستثمارات المتاحة وتحليلها ووضع البدائل المختلفة لاختيار أمثلها، ثم اختيار بدائل التنفيذ والتمويل الاقتصادية والمشاريع الاستثمارية طويلة الأجل المحتملة التنفيذ تكون إما استثمارات جديدة أو استثمارات توسعية، أو استثمارات التحديد .

3_3_2 تحديد البدائل الممكنة:

تتعدد البدائل المتاحة للمستثمر حيث يتوجب تحديد مزايا وعيوب كل بديل تمهيدا للاختيار، وفي حالات أخرى تنحصر الاختيارات في بديل واحد، ومن هنا تحدد التكلفة والعائد لاتخاذ قرار القبول أو الرفض .

3_3_3 تحديد مزايا وعيوب كل بديل :

يتم تحديد هذه المزايا والعيوب بإتباع طرق تقييم موضوعية تعطي عند تطبيقها على كل بديل نتائج رقمية تعبر عن النتيجة النهائية المقابلة للتكلفة والعائد.

1_ هوشيار معروف، نفس المرجع، ص50.

2_ خالد وهيب الراوي، الاستثمار_ مفاهيم، تحليل، إستراتيجية. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، الأردن، 1999، ص 42.

3_ منصور الزين ، مرجع سبق ذكره، ص66، 67 .

3_3_4 اتخاذ القرار الاستثماري:

تتم هذه المرحلة من خلال نتائج المرحلة السابقة وذلك بإقرار البديل الذي ينتج عنه أفضل نتائج رقمية. من خلال ما سبق تتطلب عملية الإنفاق الاستثماري تحديد حجم ونوعية الاستثمار المراد تنفيذه وتقييم مدى جدواه المالية والاقتصادية، ويشترط على ذلك إتباع الخطوات التالية:

أ _ تحديد حجم التكاليف اللازمة لتنفيذ المشروع المقترح ؛

ب _ تقدير التدفقات المالية المستقبلية للمشروع وتحديد القيمة المستقبلية له؛

ت _ تقدير حجم المخاطرة المرتبطة بتحقيق التدفقات النقدية المتوقعة دون حدوث انحرافات تؤثر على الجدوى المالية والاقتصادية؛

ث _ استخدام إحدى وسائل تقييم المشاريع تمهيدا لاتخاذ القرار إما بالرفض أو القبول.

المبحث الثاني: الاستثمار السياحي أسس ومفاهيم

يكتسب قطاع السياحة أهمية لا تقل عن بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى، وقد يتبوأ هذا القطاع المرتبة الأولى بين القطاعات الأخرى في بعض الدول كتونس ولبنان في الدول العربية والأجنبية كإسبانيا وفرنسا والو.م.أ وغيرها لما له من أهمية اقتصادية واجتماعية.

1_ ماهية الاستثمار السياحي:

تميز عالمنا المعاصر بصناعة السياحة، وسعت العديد من الدول إلى الاهتمام بالاستثمار السياحي نظرا لمزاياه المتنوعة في المجالات الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والبيئية، وقد أصبحت السياحة ذات أثر فعال في دعم الاقتصاد العالمي، وتنشيط حركة الاستثمار مما أدى إلى إيجاد فرص عمل متزايدة سنويا.

1_1 مفهوم الاستثمار السياحي:

ورد مفهوم الاستثمار السياحي ضمن العديد من أدبيات علم السياحة وفي العديد من المؤتمرات الدولية المهتمة بالتنمية والتطوير السياحي منها التقرير الذي أعدته الهيئة العامة للبيئة والتنمية التابعة للأمم المتحدة ومنظمة العمل الدولية سنة 1987 الذي سياسة التنمية الاستثمارية بأنها المهمة التي تلي الاحتياجات الحالية دون المساس بمستقبل الأجيال وتأمين احتياجاتهم، أما المنظمة العالمية للسياحة عرفته على أنه: "يلبي احتياجات السياح ويوفر فرص العمل التطويرية للمستقبل، ويحقق المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية، وكذا التكامل الثقافي والبيئي والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة".

1_2 أنواع الاستثمار السياحي:

هناك نوعان من الاستثمار السياحي، الاستثمار السياحي المباشر والاستثمار السياحي الغير مباشر و يأتي توضيحهما فيما يلي:

1_2_1 الاستثمار السياحي المباشر:

يشير الاستثمار السياحي المباشر إلى عملية توظيف أموال غير وطنية يملكها أفراد من جنسيات عربية وأجنبية وفق قوانين الاستثمار السائدة في الدول التي يتحقق فيها الاستثمار، وحسب الاتفاقيات التي تجري بين طرفي الاتفاق وهما الدولة المضيفة والمستثمر العربي أو الأجنبي، وربما تسمح له هذه الاتفاقية بإدارة استثماراته من بلده بواسطة وكلاء أو مديرين يختارهم بنفسه. فالاستثمار السياحي هو توظيف الأموال

في القطاع السياحي، فالمستثمر يقدم رأس المال، وتقدم الدولة المضيغة التسهيلات اللازمة الأخرى لهذا الاستثمار في المواقع السياحية والأثرية والتاريخية والدينية، له مكونات ثلاث:¹

أ_ رأس المال الممتلك :

هو مبلغ رأس المال الذي يستثمره الأجنبي المباشر لشراء حصة في مشروع في دولة أخرى هي غير الدولة التي ينتمي إليها، وقد عرف صندوق النقد الدولي الاستثمار الأجنبي المباشر بأنه مباشر عندما يمتلك المستثمر نسبة (10 %) أو أكثر من مال الشركة المساهمة أو ما يساوي النسبة في الشركة غير المساهمة، إلا أن بعض الدول المضيغة للاستثمار تحدد هذه النسبة كما هو في فرنسا التي حددتها بنسبة (20%) تخوفا من تحرر رأس المال الأجنبي داخل فرنسا، في حين خلت قوانين الكثير من الدول من تحديد هذه النسبة؛

ب_ إعادة استثمار الأرباح:

أي أن الأرباح التي تتحقق يتم توزيع جزء منها على المساهمين، يتم توزيعها على عدد الأسهم فيحصل كل مساهم على مقسوم أرباح بعدد الأسهم التي يمتلكها مضروبا في حصة السهم الواحد، أما الجزء المتبقي فيسمى أرباح محتجزة أو غير موزعة، وهذا الجزء هو الجزء الذي يسمح بإعادة استثماره حسب ما تسمح به التشريعات القانونية ومنها قوانين الاستثمار؛

ت_ المديونية:

هو ما تقوم به الشركة من استئانة أي الحصول على التمويل من مصادر تمويل خارجية من غير الدولة المضيغة للاستثمار، وكذلك الإقراض الذي يجري بين الشركة الأم وفروعها.

1_2_2 الاستثمار السياحي غير المباشر :

يمكن للمستثمر أن يشارك في توظيف أمواله في البلد المضيف، كأن يكون في الأوراق المالية أو قروض لشركات دون أن يكون له الحق في إدارة موجودات الشركة. ويسمى هذا النوع من الاستثمار بغير مباشر، ويتم ذلك من خلال تأسيس شركات سياحية تتولى إقامة منشآت سياحية في المواقع الأثرية والتاريخية والدينية من قبل القطاع الخاص، وطرح أسهم وسندات في سوق الأوراق المالية، وتمكين المستثمر العربي أو الأجنبي المساهمة في استثمارات هذه الشركات من أجل دعم قطاع السياحة، وذلك بامتلاك الأوراق المالية التي تمكنه من المشاركة في الاستثمار، ويشار إلى أن هذا النوع من الاستثمار قصير الأجل لأن المستثمر باستطاعته

بيع ما يملكه خلال أيام أو أسابيع، لكن ذلك يعني دخول مالك جديد هو المستثمر الذي اشترى ما باعه المستثمر السابق، وغالبا ما يتم ذلك من قبل مؤسسات التمويل كالبنوك وصناديق التقاعد وشركات التأمين والمصارف الاستثمارية .

1_2_3 الاستثمار السياحي طويل الأجل:

يختص هذا الاستثمار بالمجمعات السياحية الكبيرة كمشروع قرية الموج السياحية في عمان، وشرم الشيخ بمصر، وفندق برج العرب بدبي.

1_2_4 الاستثمار السياحي قصير الأجل:

هذا النوع من الاستثمارات يتمثل في إنشاء وتطوير حركة المشاريع السياحية الصغيرة كالمطاعم بجميع أنواعها، ومكاتب السياحة والسفر.

وهناك أنواع أخرى من الاستثمارات كالاستثمار المادي والبشري، والاستثمار في مجال البحث والتطوير، إذ يهتم الاستثمار البشري بتطوير برامج التعليم والتدريب السياحي، أما الاستثمار في مجال البحث والتطوير فقد يحتل أهمية بالغة لدى الدول المتقدمة التي تخصص أموالا طائلة للبحوث والدراسات السياحية التي تساعد على زيادة التنافسية في السوق السياحية المحلية والدولية¹.

2_ أهداف الاستثمار السياحي:

يمكن القول بأن الاستثمار السياحي يهدف إلى تحقيق عدة أمور منها ما يلي :

1_2_1 المحافظة على الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية، والموارد الأخرى المتعلقة بالسياحة، لضمان الاستمرار بصلاحية استخدامها في المستقبل، لأن أهمية الاستثمار السياحي مرتبطة باعتماد السياحة على تلك الموارد كجاذبيات وكسلع تجذب السائح، فالمعالم البيئية الطبيعية والمواقع التاريخية والتراثية، والأثرية هي رأس المال الثابت، فإذا كانت تلك الموارد مهملة فإن السياحة تبقى بعيدة كل البعد عن التطوير .

2_2_2 تنمية السياحة وفق قواعد الاستثمار تؤمن تخطيطها وإدارتها ويجنبها المشاكل البيئية والاجتماعية، ويدفع السلطات لدراسة وتحديد الطاقة الاستيعابية، وتعليمات خاصة باستخدام تلك الموارد من طرف السكان والسياح .

1_ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة . مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص125.

2_3 الارتقاء بمعايير ومستويات الجودة في البيئة وهي ناحية مهمة في عملية اتخاذ قرار الزيارة من قبل السائح، والسياحة تكون الحافز للسكان والسياح لتحسين شروط البيئة السياحية .

2_4 التحديث الدوري للأنشطة والفعاليات السياحية والترويجية لتبقى مستمرة في توفير حاجات ومتطلبات السياح، وتحقيق أهدافهم التسويقية، فقد صار انطباع السائح حول المكان قبل وأثناء الزيارة عاملاً مهماً في مدى إقبال السائح للاشتراك في الرحلة السياحية .

2_5 توفير اليد العاملة للمجتمع المحلي وتوزيع معظم العوائد السياحية على أكبر شريحة من السكان المحليين.

2_6_ الشراكة المجتمعية :

تأتي هذه الشراكة من خلال دمج المجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية، وفي عملية إدارة المواقع التراثية، الثقافية والطبيعية التي تساعد في عملية الحفاظ عليها وحمايتها، فالاستثمار السياحي يعمل على تحقيق ما يلي:¹

2_6_1 توظيف مواقع التراث الثقافي والطبيعي وموارده في مجال الاستثمار السياحي يعد دخلاً يمكن الاستفادة منه واستغلاله في حماية المواقع والحفاظ عليها.

2_6_2 توعية المجتمعات بالآثار الإيجابية والسلبية للسياحة، والعمل على وضع الحلول لها وتفاديها.

2_6_3 المحافظة على النسيج الاجتماعي كالعادات والتقاليد.

2_6_4 تعزيز التعاون الدولي ودعمه من خلال تفعيل أنظمة المتابعة وشبكات الارتباط بين الحكومات والقطاع الخاص، والمؤسسات السياحية .

2_7_ الاستدامة البيئية:

من أهداف الاستدامة البيئية الحفاظ على البيئة الطبيعية وموارد التراث الثقافي والطبيعي، والحماية من التعرض لأي خلل، فمن بين هذه الأهداف ما يلي :

2_7_1 منع أي تغيير في معطيات البيئة أو تشويهها، أو استنزاف مواردها .

2_7_2 المحافظة على ايكولوجية المكان التي تعبر عن التفاعل بين الإنسان والبيئة .

2_7_3 تعزيز الوعي البيئي لدى السياح من الداخل والخارج وبين المستثمرين ومتخذي القرار.

1_ http://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/lstthmr_lsyhy_fy_mhfhz_ll.pdf date de consultation :23 /08/2017

2_7_4 الاهتمام بقضايا التلوث المائي، الهوائي، الصوتي والبصري.

3_ مقومات الاستثمار السياحي:

يرتبط مناخ الاستثمار السياحي عامة بتوفر المقومات والإمكانيات السياحية التي تعتبر محورا أساسيا داعما لجذب رؤوس الأموال لاستثمارها في مجالات القطاع السياحي المختلفة، وهناك العديد من المقومات يمكن ذكرها كالتالي :

3_1 موارد التراث الثقافي :

تمثل موارد السياحة الثقافية ثروة للبلد، فهي تساهم في جذب السياح إذ تتجسد فيما يلي :

أ_ المواقع الأثرية؛

ب_ المباني والمدن التاريخية؛

ت_ العمارة التقليدية والتراث العمراني؛

ث_ التراث الشعبي (العادات والتقاليد، الفنون والآداب)؛

ج_ المتاحف.

3_2 موارد التراث الطبيعي :

السياحة التي تعتمد على مقومات الموارد الطبيعية واحدة من أسرع القطاعات نموا في العديد من بلدان الدول النامية، فنظرا لوجود اتجاهات تنموية يمكن من خلالها الاستفادة من الموارد الطبيعية مع المحافظة عليها، تأتي أهمية الاستغلال الأمثل لهذه الموارد من خلال مبادئ التنمية السياحية المستدامة التي تحقق الاستفادة من عناصر التراث الطبيعي وحمايتها للأجيال الحالية والمستقبلية والمتمثلة في:

أ_ الأودية، الجبال الصحاري والعيون المائية؛

ب_ المزارع، الحدائق والآبار.

4_ العوامل المشجعة للاستثمار السياحي:

يعد الاستثمار في القطاع السياحي عنصرا حيويا في تحقيق عملية التنمية فمن بين العوامل المشجعة له

ما يلي:

4_1 التسهيلات السياحية:

من أكثر الوسائل والآليات المؤثرة في جذب رؤوس الأموال في الاستثمار السياحي تهيئة التجهيزات والتسهيلات في مجال الخدمات السياحية، فالافتقار للبنى التحتية السياحية يقلل من فرص الانتفاع والاستفادة الاقتصادية من جذب رؤوس الأموال في القطاع الخاص للاستثمار السياحي، والتي تشمل ما يلي: ¹

4_1_1 خدمات النقل بوسائله المختلفة (جوي، بحري، بري)؛

4_1_2 خدمات الإقامة (الفنادق، القرى السياحية، الشقق، المطاعم والمقاهي)؛

4_1_3 خدمات الاتصال (شبكة المعلومات الدولية الانترنت، الهاتف الثابت والمحمول،الفاكس).

4_2 الاستقرار والأمن السياسي:

يعتبر توفر البيئة السياسية المستقرة من أهم المقومات لجذب الاستثمارات الخاصة المحلية والأجنبية، لأن الاستقرار السياسي والأمني يعمل على تشجيع السياحة المحلية، كما يشجع ويجفز السياح على زيارة مناطق الجذب السياحي في الدول المستقرة، والزيادة من الاستثمار في القطاع .

4_3 الموارد البشرية المؤهلة:

يمثل دور الموارد البشرية المؤهلة عاملا من مقومات الجذب السياحي في القدرة على تحقيق الحصول على قوة عمل ناشطة تساهم في تحسين أداء المنشآت السياحية، فالمنشآت الناجحة تقوم على مهارات فنية متخصصة وقادرة على أداء أعمالها بالشكل المرغوب فيه .

فقد تعد هذه الموارد شريكا استراتيجيا في القطاع السياحي من خلال دورها الفعال في إدارة الفنادق والمطاعم، ووكالات السياحة والسفر، فتعتبر ميزة تنافسية تعمل على تحسين مستويات الأداء، وتحقيق أهداف التنمية السياحية، كما تساعد في طرق تنظيم العمل وتنفيذه بالشكل الذي يضمن لها تخفيض التكاليف والزيادة في جودة الخدمات .

1 __ http://fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/lstthmr_lsyyh_fy_mhfhz_ll.pdf date de consultation :23 /08/2017

4_4 البيئة الاقتصادية والنظام الضريبي:

يعتبر اتخاذ نظام السوق المفتوح في المعاملات الاقتصادية منهاجاً يشكل بيئة ملائمة، وعاملاً محفزاً لاستقطاب التدفقات المالية في مجال الاستثمار السياحي، فتحرير رؤوس الأموال من القيود وإلغاء العقوبات أمام تبادل العملات الأجنبية المختلفة وصرفها واستقرار سعر الصرف، والاعتدال في المعدلات الضريبية كلها تمثل مقومات تشجع على الاستثمار السياحي.

4_5 حجم السوق :

يمثل اتساع السوق السياحية عاملاً أساسياً للاستثمار في القطاع السياحي، فتطوير وتنمية مناطق الجذب السياحي يساهمان في زيارة الحركة السياحية، فعمليات العرض والطلب السياحي تقوم بدور فعال في اتساع السوق السياحية محلياً ودولياً.

4_6 الإعلام والتسويق السياحي:

تعد كل وسائل الإعلام المتعددة أساس العملية الاستثمارية في القطاع السياحي، إذ تقوم بأداء رسالة فعالة تعمل على حماية الموارد الثقافية، الطبيعية والبيئية، والعمل على استدامتها. فمن خلال هذه الوسائل يمكن التعرف بالمواقع السياحية لجلب السياح هذا ما يشجع القطاع الخاص على الاستثمار في مجال السياحة، فمن خلال شبكة المعلومات الدولية وقنوات البث الفضائية لا وجود للقيود الجغرافية، فقد أدت إلى تشجيع الاستثمارات العامة والخاصة في المشاريع السياحية وذلك بإبراز المقومات السياحية ومناطق الجذب السياحي، وتنمية الوعي السياحي والتثقيف، إضافة إلى انتهاز إستراتيجية تسويق المكان السياحي .

المبحث الثالث: الأهمية الاقتصادية للاستثمار السياحي في الجزائر

تبنّت الجزائر منذ مطلع 1990 عدة إصلاحات في نفس الوقت هيكلية ومؤسسية، تهدف إلى إعادة وبعث التوازنات الاقتصادية الكلية والتمويلية، كما تهدف إلى التنظيم والتحكم في عملية التحول إلى اقتصاد السوق وليبرالية الاقتصاد الوطني بدءاً برفع الاحتكار عن التجارة الخارجية وإدخال الإصلاحات على قوانين الاستثمار، وبعث الهياكل والأجهزة اللازمة لتنمية الاستثمار. إذ سمحت بظهور وتطوير القطاع الخاص الوطني الذي ساد تهميشه خاصة القطاع الخدماتي.

هذه الإيجابيات غير كافية لبلوغ الأهداف المسطرة في مجال الاستثمار والتنمية الاقتصادية عامة، إذ أن هناك عدة معوقات هيكلية وتنظيمية وتشريعية، حيث صنفت الجزائر في المستوى الرابع عام 2004 حسب مؤشر المخاطرة للمجموعة الأوروبية وهي مخاطرة كبيرة مقارنة مع تونس التي صنفت في الدرجة الثالثة على سلم المخاطرة لتأمين القروض للمجموعة الأوروبية الذي يتكون من 7 درجات.¹

1_ بيئة الاستثمار السياحي في الجزائر :

تتوفر الجزائر عبر مختلف المناطق طاقات سياحية معتبرة ومتنوعة، مما يؤهلها للنهوض بالقطاع السياحي إذا ما توفرت الجدية الكافية لتطوير الأنماط السياحية التي تمتلك عدة مقومات .

1_1 المقومات السياحية في الجزائر :

تتمثل المقومات السياحية في الإمكانيات الطبيعية والمادية والصناعية التي تتوفر في البلد، وهي بمثابة الركيزة الأساسية للعرض السياحي، وشرطا لتحقيق الجذب السياحي فمن أهمها:²

1_1_1 المقومات السياحية الطبيعية والحضارية:

تتمثل في الإمكانيات الطبيعية والثقافية والتاريخية ذات البعد التاريخي والحضاري، وكل ما له قيمة علمية وجمالية متميزة تتطلب الحماية المحافظة.

1 _ منصورى الزين، مرجع سبق ذكره، ص 87.

2_ حوتية عمر، "واقع القطاع السياحي في الجزائر". مجلة الحقيقة، العدد 29، جامعة أدرار، 2014، ص 381.

أ_ المقومات الطبيعية:

تعتبر الجزائر من أكبر البلدان مساحة في القارة الإفريقية، تقع في شمالها، وتتربع مساحتها 2381741 كلم² وبشريط ساحلي طوله 1200 كلم . بلغ عدد سكانها المقيمين سنة 2014 إلى 38,8 مليون نسمة حسب إحصائيات الديوان الوطني للإحصائيات .

تتميز الجزائر باختلاف التضاريس، ففي الشمال تمتد سهول التل الجزائري، ويليهما سلسلة جبلية المتواجدة بالهضاب العليا، وبالجنوب الصحراء التي تمثل 80% من المساحة الكلية . وقد قامت الجزائر ابتداءً من سنة 1983 بتصنيف 10 حظائر وطنية، بمساحة 56565361 هكتار ما يعادل 23,8% من المساحة الكلية للتراب الوطني، ولكل منها طابعه وميزاته.

وتلعب منابع المياه المعدنية أهمية كبيرة في السياحة الجزائرية، إذ تتوفر 202 منبع مائي، مختلفة الخصائص الفيزيائية والكيميائية من حيث نسب المعادن والفوائد العلاجية، هذا ما شكل عرضا سياحيا حمويا منافسا، ساهم في انتشاء السياحة الحموية ؛

ب_ المقومات الحضارية والتاريخية:

تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك إرثا تاريخيا وحضاريا تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ من أهمها المعالم السبعة المصنفة عالميا من قبل منظمة اليونسكو والتي تتمثل في :

- قلعة بني حماد بالمسيلة التي كانت عاصمة للدولة الحمادية، والتي تأسست سنة 1007 م صنفت سنة 1980؛

- أربعة معالم صنفت سنة 1982 والمتمثلة في تيمقاد المدينة الأثرية الرومانية بباتنة، تيبازة وهي مدينة رومانية غرب العاصمة، جميلة من أقدم المدن بسطيف، والطاسيلي ناجر بولاية إيليزي ؛

- معلمين صنفا سنة 1992 وهما قصور واد ميزاب والتي تشمل خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي المتواجدة بولاية غرداية، والقصبة بالعاصمة وهي مدينة إسلامية ترجع إلى العهد التركي.

وفي سنة 2010 صنفت الجزائر 456 موقعا مصنفا ومحما وطنيا من قبل وزارة الثقافة.

2_1 البنية التحتية :

يستلزم تنوع وكثرة الموارد السياحية توفر بني تحتية التي تخص :

1_2_1 شبكة النقل :

لقد سمحت عمليات التطوير للطرق بجيازة شبكة طولها 180039 كلم حسب إحصائيات سنة 2009، والموزعة كما يلي :

أ_ الطرق الوطنية 29107 كلم، الطرق الولائية 23888 كلم، الطرق البلدية 59044 كلم أما الحضارية 68000 كلم. دون نسيان إنجاز الطريق السيار شرق غرب على مسافة 1216 كلم، والذي يعرف إنجاز تجهيزات وفقا للمعايير الدولية المتمثلة في 55 محطة دفع، و76 فضاء للراحة، و22 مركز صيانة . كما تتوفر الجزائر على 53 مطارا 13 منها بمقاييس عالمية للرحلات الدولية، إضافة إلى مشروع ميترو الجزائر على مسافة 9,5 كلم، والترامواي بالعاصمة¹؛

ب_ شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية : تساهم شبكة الاتصالات بالجزائر في تقديم خدمات محلية ودولية، بعدد 1,5 مليون مشترك في خدمة الانترنت سنة 2011.

كما شهد قطاع الهواتف النقالة حركة كبيرة ليصبح ثاني أحسن قطاع استثمار في الجزائر بعد قطاع النفط، إذ أحصى (37,69) مليون مشترك في خدماته نهاية 2012، موزعين على متعاملين جيزي(47,55%) وموبيليس الحكومية بـ28,31%، ثم شركة أوريدو القطرية التي سيطرت على 24,14%.

2_الإطار التشريعي للاستثمار السياحي في الجزائر:

هناك عدة تجارب تشريعية في المجال الاستثماري الجزائري يجب معالجتها والمتمثلة في:²

1_ حوتية عمر، مرجع سابق، ص 282،283 .

2_ www .droit et entreprise.com date de consultation :01-11-2017 **التحفيزات** مجدوب نوال
التشريعية للاستثمار السياحي في الجزائر كآلية للنهوض بالاقتصاد الوطني.

2_1 التجربة التشريعية الجزائرية في مجال الاستثمار :

بدأت هذه التجربة في مجال الاستثمار مباشرة بعد سنة 1962 أي بعد الاستقلال وذلك بإصدار أول قانون للاستثمار حيث كان القانون 63_277 مدعماً للاستثمار المؤرخ في جويلية 1963 بغية بعث النشاط الاقتصادي وإعادة هيكلة وتنمية الاقتصاد في الجزائر، والمحافظة على رؤوس الأموال الأجنبية الموجودة بالجزائر وجلب الاستثمارات، وبعد تأزم الأوضاع الاقتصادية وتزايد نسبة تسرب رؤوس الأموال الأجنبية قامت الجزائر بسن تشريع جديد بعد فشل القانون 63_277 ووضعت قانون آخر في سنة 1966 الذي تضمن قانون الاستثمارات للقطاع الوطني والأجنبي، وسمحت بمشاركة رأس المال الأجنبي وذلك بخلق شركات مختلطة بمساهمة رؤوس أموال الدولة .

كما سمح القانون 82_13 المؤرخ في 28 أوت 1982 الخاص بتأسيس الشركات الاقتصادية المختلطة، وعملها في إطار المخطط الوطني لتنمية الاستثمارات الأجنبية بالعمل في الجزائر، والحصول على الإعفاءات الضريبية بشرط المشاركة مع المؤسسات العمومية بنسبة 51%، هذا ما أكد بداية الانفتاح للاقتصاد الوطني والمساهمة في تحقيق الأهداف التنموية .

كما جاء القانون 86_13 المعدل والمتمم للقانون 82_13 مصرحاً بإنشاء شركات مختلطة بمساهمة رأس المال الأجنبي ورؤوس أموال الدولة بتقديم تسهيلات متمثلة في تمديد مدة حياة المؤسسة المختلطة من 15 سنة إلى 99 سنة حسب القانون التجاري الجزائري، وسهولة تحويل الأموال نحو الخارج، وحصص الشريك الأجنبي تحدد بـ 49% من رأس المال، أما في الثمانينيات سمح القانون 88/25 المؤرخ في 12 جويلية 1988 بإصلاحات متعلقة بتوجيه الاستثمارات الخاصة الوطنية .

أما في التسعينيات قامت الجزائر بإصلاح النظام النقدي إذ عملت على وضع القانون 10_90 المؤرخ في 14 أبريل 1990 المتعلق بالنقد والقرض كبادرة لتدعيم الاستثمارات الأجنبية بالجزائر، فبالرغم من كونه ليس بقانون استثمار إلا أنه أكد على ترخيص المشرع الجزائري للمقيمين وغير المقيمين بالحرية الكاملة على القيام بالشراكة، وتحويل رؤوس الأموال من وإلى الجزائر .

وفي أواخر سنة 1993 تم إصدار المرسوم التشريعي 93_12 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993 الخاص بقانون الاستثمارات مكتملاً لقانون 10/90 المتعلق بالنقد والقرض وهنا قامت الجزائر بتحقيق قفزة في الاقتصاد في التعامل مع الاستثمارات الأجنبية في إطار نظام تشريعي جديد . وتم إلغاء القوانين المخالفة له

وفي سنة 2001 جاء الأمر رقم 01/03 المؤرخ في 20 أوت 2001 الخاص بتطوير الاستثمار والمعدل والمتمم للأمر رقم 03/01 المتعلق بتطوير الاستثمار كان آخر نظرة تشريعية لتطوير الاستثمار عامة والاستثمار السياحي خصوصا بموجب القانون رقم 16/09 المؤرخ في 03 أوت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار .

2_2 مقومات الاستثمار السياحي:

تتوقف مقومات الاستثمار السياحي على ضرورة توفير العقار وطرق التمويل، والأشخاص المتدخلون في الاستثمار السياحي . إذ تعتبر كل هذه المتطلبات من الشروط الأساسية حتى يكون الاستثمار جيدا¹.

1_2_2 العقار السياحي:

يعتبر العقار أساس نجاح أي اقتصاد، فقد يقضي على الاختلالات داخل وخارج البلد، يمثل عاملا محفزا على جلب واستقرار المستثمرين، فقد اتجه المشرع الجزائري في تعريف العقار في المادة 20 من القانون رقم 03_03 المؤرخ في 17/02/2003 المتعلق بمناطق التوسع السياحي، والتي تنص على: "يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية، ويضم الأراضي التابعة للأماكن الوطنية العمومية والخاصة، وتلك التابعة للخواص " مع توضيح بعض العراقيل التي ترتبط بالعقار المتمثلة في :

أ_ ارتفاع أسعار العقار:

مشكل ارتفاع أسعار العقار في الجزائر مقارنة مع الأسعار في الدول الأخرى، فقد يكلف اقتناء العقار لإقامة مشروع نسبة من 20% إلى 30% من رأس مال المستثمر؛

ب_ التمويل : هناك عدة طرق للتمويل تعتمد على القروض المقدمة وفقا لضمانات يقدمها صاحب المشروع عن طريق الرهن أو عن طريق منح الفوائد للقروض الممنوحة له منها :

ب_1 القروض المتوسطة المباشرة:

هي قروض عادية تقدم للزبائن من نصف سنة إلى سنتين، والتي تهدف إلى تمويل مشاريع صناعية، زراعية أو سياحية بدرجة أولى؛

1_الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار.

ب_2 القروض المتوسطة للتعبئة :

تقدمها البنوك التجارية، إلا أن الطلب عليها يفوق إمكانية البنك التجاري هذا ما يدفع المستثمر إلى الإقراض من البنك المركزي إذ تتراوح الفترة ما بين سنتين إلى 5 سنوات؛

ت_ الأشخاص المتدخلون في الاستثمار السياحي:

هناك عدة أشخاص يتدخلون في الاستثمار عامة والاستثمار السياحي خاصة منهم:

* الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار :

تعد هذه الوكالة الجهاز الذي يرقى من خلاله الاستثمار عموماً، والاستثمار السياحي خصوصاً، وذلك بموجب المادة 06 من الأمر رقم 03/01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المعدل والمتمم . إذ يعتبر مؤسسة عمومية لها شخصية معنوية، واستقلال مالي، تقوم بالتنسيق مع الهيئات المعنية والإدارة بما يلي:¹

- ضمان ترقية الاستثمارات وتطويرها ومتابعتها خاصة منها السياحية، واستقبال المستثمرين المحلي والأجانب، وتقديم المساعدة لهم؛
 - سهولة القيام بالشكليات التأسيسية، وتجهيز المشاريع؛
 - منح المزايا للمستثمرين ؛
 - تأهيل مشاريع الاستثمار السياحي؛
 - نشر ثقافة الاستثمار عامة والاستثمار السياحي خاصة ؛
 - تسيير صندوق دعم الاستثمارات؛
 - التأكد من احترام الالتزامات المتعلقة بالتعهد الذي قدمه المستثمر خلال مدة الإعفاء.
- كما هناك عدة مراكز تابعة للوكالة أهمها:
- مركز تسيير المزايا : إذ يقوم هذا الجهاز بتكليف المزايا والتحفيزات المختلفة لصالح المستثمرين ؛
 - مركز الترقية الإقليمية: يقوم هذا المركز بضمان ترقية القرض والإمكانات المحلية؛
 - مركز الدعم لإنشاء المؤسسات والذي يقوم بمساعدة ودعم إنشاء وتطوير المؤسسات ؛
 - مركز استنفاد الإجراءات : يكلف هذا المركز بتقديم خدمات متعلقة بإجراءات إنشاء المؤسسات وإنجاز المشاريع.

1_الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار.

* الدولة:

قد تتدخل الدولة في التمويل بعدة طرق، كتقديم الإعانات في خفض الضرائب، أو الإعفاء منها، ومنح قروض من قبل الخزينة مع الضمانات التي تهدف إلى تشجيع القطاع السياحي، فبعد الإصلاحات وافتتاح السوق تم اتخاذ عدة قرارات، وتعديل عدة قوانين منها قانون ترقية الاستثمار الصادر في نهاية سنة 1993، إذ تم فتح نزح القيود، وفتح المجال للاستثمار للقطاع الخاص المحلي والأجنبي، وإعطاء العديد من التحفيزات لتشجيع الاستثمار وتطويره.

* الجماعات المحلية:

قد تسعى الجماعات المحلية إلى البحث عن مصادر تمويلية حسب احتياجات المنطقة في مختلف المجالات الاقتصادية عامة والسياحية خاصة، إذ تعتبر الجماعات المحلية مصدر تمويل لمختلف المشاريع التنموية وفقا لنوعية المنطقة وما تملكه من مقومات تمكنها من جلب السياح.

2_3 التحفيزات التشريعية المقدمة للمستثمر السياحي :

قد يستفيد المستثمر السياحي من عدة مزايا منها:¹

2_3_1 مرحلة الإنجاز:

زيادة على التحفيزات الجبائية وشبه الجبائية والجمركية، والمنصوص عليها في القانون العام قد يستفيد المستثمر بعدة مزايا منها :

أ_ الإعفاء من الحقوق الجمركية المتعلقة بالسلع المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار؛

ب_ الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات المستوردة أو المقتناة محليا، التي تدخل في إنجاز المشاريع السياحية مباشرة؛

ت_ إعفاء المستثمر السياحي من دفع حق نقل الملكية إضافة إلى الرسم على الإشهار العقاري عن كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار السياحي؛

ث_ الإعفاء من حقوق التسجيل والرسم على الإشهار العقاري ومبالغ الأملاك الوطنية المتضمنة حق الامتياز على الأملاك العقارية المبنية وغير المبنية الموجهة لإنجاز المشاريع الاستثمارية؛

1_الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار.

جـ- تخفيض بنسبة 90% من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من قبل الأملاك الدولية خلال فترة الإنجاز؛

ح- الإعفاء لمدة 10 سنوات من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار السياحي

وهناك مزايا أخرى قد يستفيد منها المستثمر وهي:

2_3_2 مرحلة الاستغلال:

بناء على محضر المصالح الجبائية وبطلب من المستثمر لمدة 3 سنوات قد يستفيد المستثمر السياحي من:

- الإعفاء من الرسم على النشاط المهني؛
- تخفيض بنسبة 50% من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من طرف أملاك الدولة.
- أما الاستثمار في مناطق الجنوب والهضاب العليا قد يستفيد المستثمر إلى مزايا أخرى منها:
- تكفل الدولة كلياً أو جزئياً بنفقات الأشغال المتعلقة بالمنشآت الضرورية لإنجاز المشروع، وذلك بعد التقييم من قبل الوكالة؛
- التخفيض من مبلغ الإتاوة الإيجارية السنوية المحددة من طرف مصالح أملاك الدولة بعنوان مسح الأراضي عن طريق الامتيازات من أجل إنجاز المشاريع الاستثمارية وذلك:
- بالدينار الرمزي للمتر المربع خلال 10 سنوات، وترفع هذه المدة إلى 50% من مبلغ استفادة أملاك الدولة بالنسبة للمشاريع الاستثمارية الموجودة بالجنوب الكبير والهضاب العليا.

2_3_3 المزايا الإضافية المخولة للاستثمار السياحي:

يستفيد المستثمر السياحي من مبلغ يفوق أو يساوي خمسة مليار دج شريطة الموافقة من قبل المجلس الوطني للاستثمار.

يصنف الاستثمار السياحي من طرف الاستثمار المنصب على النشاطات ذات الامتياز والمنصوص عليها في المادة 15 من قانون الاستثمار.

3_ الضمانات القانونية المقدمة للمستثمر السياحي :

بهدف ضمان استثمار سياحي متوازن حوّل المشرع الجزائري نفس المزايا المقدمة للمستثمر المحلي، والمستثمر الأجنبي مع الإنصاف في الحقوق. فقد يتوجب على المستثمر الالتزام بتقديم المعلومات المطلوبة للوكالة وذلك للمتابعة، كما قامت الدولة بإصدار مخطط التنمية السياحية في آفاق 2025 والذي يهدف إلى:

- التنبؤ حول تطور القطاع السياحي في فترات مختلفة على المدى القصير 2009، أو على المدى المتوسط 2015، أو على المدى الطويل 2025 ؛
- تحديد وسائل وضع المخطط حيز التنفيذ وشروط قابلية تجسيده؛
- ضمان في إطار الإنصاف الاجتماعي، والاهتمام بالتنمية المستدامة ؛
- الاهتمام بالمقومات السياحية؛
- التهيئة السياحية وتحديد التوجهات الإستراتيجية، وفيما يخص ديناميكيات المخطط الوطني لتهيئة الإقليم فقد يركز على خمس ديناميكيات وهي:
- تقويم وجهة الجزائر لتعزيز جلب وفرص الاستثمار وزيادة المنافسة ؛
- تنمية أقطاب والقرى السامية وترشيد الاستثمار ؛
- إعداد برامج توعوية في القطاع السياحي ؛
- تحديد ووضع حيز التنفيذ مخطط تمويل عملي لدعم النشاطات السياحية ؛
- مع جلب أكبر عدد ممكن من المستثمرين والمتعاملين.¹

4_ مؤشرات القطاع السياحي بالجزائر :

إضافة إلى ما تزخر به الجزائر من تراث متنوع مكنها بأن تكون وجهة سياحية، لديها إمكانيات مادية كالطاقات الفندقية وعدد الأسرة المختلفة الأصناف.

4_1 الحظيرة الفندقية في الجزائر :

مثل الحظيرة الفندقية لأي بلد وطاقاتها الإستيعابية من أهم العناصر المكونة لإمكانياتها السياحية، ومؤشرا هاما لقياس مدى تطور القطاع السياحي لهذا البلد، فالجزائر عرفت حظيرتها الفندقية تطورا نسبيا وحسب الملكية القانونية تطورت من 66,902 سنة 1999 إلى 85,876 سنة 2008 موزعة على :

1_ الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار.

الفصل الثالث: الاستثمار السياحي وأهميته الاقتصادية

_90 فندق للقطاع العام بطاقة 22,226 سرير، و998 وحدة فندقية للقطاع الخاص، وبطاقة استيعاب 61000 سرير، و59 فندق للجماعات المحلية بطاقة 2650 سرير .

الجدول رقم (1) : توزيع طاقات الإيواء حسب الملكية القانونية في الفترة ما بين (1999_2008)

القطاع/السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
العمومي	28589	28589	28589	23541	25650	20485	21483	21453	21453	22226
الخاص	34576	34761	34197	44343	47140	58475	58622	60683	60373	61000
الجماعات المحلية	3737	3737	3737	4683	4683	3064	2733	2733	2650	2650
المجموع	66902	67087	66523	72567	77473	82024	82808	84869	85000	85876

المصدر : حوتية عمر، واقع القطاع السياحي في الجزائر. مجلة الحقيقة، العدد 29، جامعة أدرار، 2014، ص387.

حتى نهاية سنة 2009 كانت الحظيرة الفندقية في الجزائر مكونة من 1151 وحدة، بطاقة استيعاب 86383 سرير، ونسبة استعمال 69,2% من إجمالي الأسرة المتاحة .

4_2 الطلب السياحي في الجزائر:

الجذب السياحي هو العامل الأساسي الذي تعتمد عليه السياحة، والذي تنوعت مقاصده، والجزائر بدورها تتربع على منطقة الجذب السياحي المتمثلة في منطقة البحر المتوسط، والتي تشكل أول وجهة سياحية في العالم، حيث استقطبت سنة 2011 أزيد من إجمالي السوق السياحي العالمي .

وفي ظل الاستقرار الأمني الذي عرفته الجزائر في السنوات الأخيرة شهدت تدفقات سياحية، إذ ارتفع عدد السياح الوافدين من 865984 سائح سنة 2000، إلى 2394887 سنة 2011 حيث قدرت نسبة الأجانب منهم 38% وهو رقم ضعيف مقارنة بالوافدين للمنطقة .

كما بلغ عدد المواطنين المقيمين بالخارج الذين دخلوا الجزائر سنة 2011 حوالي 1493245 مغترب بما يعادل 62% من العدد الإجمالي للتدفقات السياحية، هذا ما يؤكد أن معظم السياح الوافدين إلى الجزائر هم من البلد المغتربين في الخارج.

5_ مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري :

لا زالت نسبة مساهمة القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية ضعيفة مقارنة مع ما تملكه من مقومات وإمكانيات هذا ما تعكسه عدة مؤشرات.

5_1 مساهمة القطاع السياحي في الناتج الإجمالي الخام :

لقد بلغت مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر 529,1 مليار دج سنة 2011، أي ما يعادل 4% من مجموع الناتج، وهي نسبة قليلة جدا مقارنة بالدول المجاورة، فتونس مثلا تساهم السياحة فيها في الناتج الإجمالي الخام نسبة 8,2% منها 64,6% إنفاق السياح الأجانب والباقي إنفاق المحليين، أما المغرب فتساهم بنسبة 9,1% منها 70,1% إنفاق السياح الأجانب والباقي إنفاق السياح المحليين .

تعتبر الإيرادات السياحية السنوية من المؤشرات التي تقدمها السياحة للاقتصاد الوطني والتي تؤكد على التطور السريع في القطاع السياحي، كما تعمل على توفير العملات الأجنبية، التي ينجم عنها تحسين المستوى المعيشي ونوعية الحياة للمجتمع، ودعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية على مستوى البلاد، والجدول الموالي يوضح إيرادات السياحة ونسب مساهمتها في الدخل المحلي الإجمالي في الجزائر .

الجدول رقم (2) : إيرادات السياحة ونسب مساهمتها في الدخل المحلي الإجمالي في الجزائر للفترة

ما بين (2005_2014)

السنة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الإيرادات بالمليون دولار	477	393	334	473	361	324	300	295	326	347
نسب المساهمة في الدخل	1,7	1,02	1,7	2,05	2,3	2,3	2,4			

المصدر : : سعيداني رشيد، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية _دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد02 (جوان 2017)، جامعة الجيلالي بونعامة الجزائر،ص12.

الفصل الثالث: الاستثمار السياحي وأهميته الاقتصادية

من خلال الجدول أعلاه لوحظ تذبذبا بين الزيادة والنقصان، إذ بلغت أكبر قيمة لها في سنة 2005 بقيمة 477 مليون دولار، ثم تراجعت إلى غاية 2007 لتصل قيمتها 334 مليون دولار، ثم ترتفع سنة 2008 لتصبح 473 مليون دولار بنسبة انخفاض تقدر بـ 28,12% مقارنة بسنة 2008، هذا راجع لعدة أسباب منها عدم الاستقرار الأمني، وعدم انتهاج الجزائر إستراتيجية واضحة لتنمية القطاع السياحي والتغيير المستمر لمسؤولي القطاع على مستوى الوزارة .

أما بالنسبة لمساهمة السياحة في الدخل المحلي الإجمالي فهي في تزايد مستمر لكن بنسبة قليلة بلغت 2,4% هذا راجع أيضا لقلّة المشاريع الاستثمارية السياحية وعدم وجود إستراتيجية واضحة لاستغلال المقومات السياحية المختلفة.

5_2 مساهمة القطاع السياحي في ميزان السياحة :

السياحة شأنها شأن باقي القطاعات، إذ تمثل إحدى المعاملات غير المنظورة في ميزان المدفوعات، فالميزان السياحي يمثل الفرق بين ما يمر عبر المؤسسات المصرفية من متحصلات خاصة بالسياحة خاصة بالسياحة القادمة مطروحا منه مدفوعات السياحة العكسية للخارج، والجدول الموالي يوضح التدفقات النقدية والميزان السياحي للفترة ما بين 1999 و2008.

الجدول رقم (3) : التدفقات النقدية والميزان السياحي خلال الفترة (1999_2008)

الوحدة : مليون دولار

السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
الإيرادات السياحية	80	102	100	111	112	178,5	184,3	215,3	218,9	300
النفقات السياحية	250	193	194	248	255	340,9	370	380,7	376,7	394
الرصيد	_170	_91	_94	_137	_143	_162,4	_185,7	_165,4	_151,8	_94

المصدر : حوتية عمر، واقع القطاع السياحي في الجزائر. مجلة الحقيقة، العدد 29، جامعة أدرار، 2014، ص390.

من خلال الجدول يلاحظ تزايد في الإيرادات السياحية بنسبة 27,5% وقدرت سنة 2008 بـ 300 مليون دولار وهو أكبر مبلغ وبالرغم من ذلك إلا أن الميزان السياحي سالباً، هذا راجع لعدد السياح الجزائريون الذين يسافرون إلى الخارج وينفقون أموالهم هناك أكثر من السياح الوافدين إلى البلد .

5_3 مساهمة القطاع السياحي في التشغيل :

تعد السياحة أحد القطاعات الاقتصادية المهمة حالياً، واعتبار العنصر البشري من العناصر الهامة للقيم بأي نشاط سياحي، عكس الزراعة والصناعة التي بإمكانهما الاعتماد على الوسائل التكنولوجية، فقد احتلت الجزائر المرتبة 118 عالمياً من بين 136 دولة حسب التقرير الاقتصادي العالمي لسنة 2017، في حين صنفت تونس والمغرب في ترتيب أفضل إذ جاءت المغرب في المرتبة 20 عالمياً والثالثة إفريقياً، ويشير التقرير إلى أن مؤشرات الأمن والنظافة والصحة جاءت في مراتب متدنية.

فقد تحتاج الجزائر إلى قطاعات منتجة للأموال خارج قطاع المحروقات إذ أعلن وزير التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية عبد الوهاب نوري عن صدور مرسوم تنفيذي من أجل تبسيط الإجراءات المتعلقة بالوكالات السياحية وتسهيل الإجراءات أيضاً للاستثمار في القطاع السياحي، وأقر أن السياحة لا تقتصر على إنجاز المرافق السياحية التي تبلغ 1674 مشروعاً (سنة 2017)، بل على اليد العاملة المؤهلة التي تقدم أفضل وأحسن الخدمات للسائح.¹

5_4 مساهمة القطاع السياحي في الاستثمار :

لقد قاربت رؤوس الأموال الاستثمارية السياحية في الجزائر 119,9 مليار دج سنة 2011، وبلغ حجم الاستثمارات في نهاية السداسي الأول من سنة 2013 حوالي 746 مشروعاً موافقاً عليه بطاقة إيواء 86447 سرير و40000 منصب عمل، بإجمالي يقدر بـ 205 مليار دج.²

6_ الاستثمار السياحي وأهميته الاقتصادية في الجزائر :

تعتبر السياحة من القطاعات الإستراتيجية في وقتنا الراهن وذلك من خلال العوائد المالية الكبيرة التي يمكن أن توفرها في الأمد المتوسط والبعيد، ولما توفره من يد عاملة والتخفيف من حدة البطالة والحد من المشاكل الاقتصادية، فقد أصبح لها دوراً هاماً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية لهذا تسعى الحكومة الجزائرية

1_ www .djazaiaress.com/elbilad/268784 /07-04-2017 date de consultation : 18-09-2017 .

2_ حوتية عمر، مرجع سابق، ص 391.

الفصل الثالث: الاستثمار السياحي وأهميته الاقتصادية

إلى جعل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مرجعا رئيسيا للسياسة السياحية في آفاق 2025. وتراهن على استقطاب وجذب 2,1 مليون سائح، وفتح 400000 منصب عمل مباشر وغير مباشر¹.

6_1 واقع الاستثمارات المختلفة في الجزائر :

يوضح الجدول الموالي الاستثمارات في مختلف القطاعات المتواجدة بالجزائر حسب تقرير الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار المصرح بها في سنة 2015.

الجدول رقم (4) : عدد المشاريع الاستثمارية في الجزائر حسب القطاع سنة 2015

قطاع النشاط	عدد المشاريع	%	القيمة بالمليون دج	%	مناصب الشغل	%
الزراعة	244	3,07	53498	3,63	5144	3,59
البناء	1468	18,47	126371	8,58	21449	14,96
الصناعة	2124	26,72	755397	51,27	69772	48,68
الصحة	134	1,69	30489	2,07	3546	2,47
النقل	2572	32,35	174327	11,83	13710	9,57
السياحة	232	2,92	139180	9,45	12860	8,97
الخدمات	1176	14,79	194152	13,18	16849	11,76
المجموع	7950	100	1473414	100	143330	100

المصدر : سعيداني رشيد، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية _دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد02 (جوان 2017)، جامعة الجليلي بونعامة الجزائر، ص9.

من خلال الجدول أعلاه يلاحظ أن عدد الاستثمارات في المجال السياحي قليلة والتي تمثل 232 مشروعا استثماريا لا يلبي الطلب بالرغم من التحفيزات التي تقدمها الدولة الجزائرية للمستثمرين والمقومات التي تمتلكها، فهي لا تمثل إلا نسبة 3%، وعدد مناصب العمل الجديدة التي تنشئها المشاريع السياحية بصفة مباشرة التي تقدر بـ 12860 منصب .

6_2 توفير فرص العمل:

تعمل المشاريع الاستثمارية السياحية على خلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، سواء كان التمويل محليا أو أجنبيا، مما يؤدي إلى الحد من شدة البطالة وتحسين مستوى المعيشة الاجتماعية والاقتصادية، إضافة

1_ بريش السعيد، شابي حليلة، "دور التنوع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية والتقليص من البطالة". ملتقى إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، 15_16_11_2011، ص3.

الفصل الثالث: الاستثمار السياحي وأهميته الاقتصادية

إلى توفير فرص عمل جديدة وبالتالي زيادة المداخيل الفردية، إضافة إلى تنشيط قطاعات التكوين في مجال المهن السياحية أي الاهتمام بالعنصر البشري وتأهيله. والجدول الموالي يوضح مختلف مؤشرات السياحة (الاستثمارات، العمالة، عدد المؤسسات السياحية، الناتج المحلي الإجمالي) وذلك بالاستناد على نتائج الديوان الوطني للإحصائيات .

كما يمثل الجدول الموالي وضعية المشاريع السياحية لسنتي 2013 و2014 من خلال عملية الإنجاز.

الجدول رقم (5) : وضعية إنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية لسنتي (2013_2014) .

سنة 2014				سنة 2013				
المجموع الإجمالي للكلفة 10 ⁹ دج	عدد مناصب الشغل	عدد الأسرة	مجموع المشاريع	المجموع الإجمالي للكلفة 10 ⁹ دج	عدد مناصب الشغل	عدد الأسرة	مجموع المشاريع	
190,344	25526	54884	385	173,893	28083	51570	377	مشروع في طور الإنجاز
27,70	3797	9123	104	23,58	6850	14017	129	مشاريع متوقفة
93,84	13006	33860	296	65,42	8093	17263	219	مشاريع غير منطلقة
30,38	2971	6377	76	2,56	576	1793	21	مشاريع تم إنجازها
342,26	45300	104244	861	265,451	43602	84643	746	المجموع

المصدر : سعيداني رشيد، "أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية _دراسة حالة الجزائر". مجلة البشائر الاقتصادية، العدد 02 (جوان 2017)، جامعة الجبالي بونعامة، الجزائر، ص10.

وحسب تقديرات المنظمة العالمية للسياحة المتعلقة بالشغل، فإنه لإنجاز سريرين يؤدي إلى خلق منصب عمل واحد مباشر وثلاثة مناصب أخرى غير مباشرة متعلقة بالنشاطات المكملة والملحقة .

7_ انعكاسات سياسة الاستثمار على التنمية بشكل عام في الجزائر :

منذ اتخاذ الجزائر سياسة الإصلاح اعتمدت على الاستثمار باعتباره محركا أساسيا للتنمية الاقتصادية، إذ جنت العديد من النتائج في عدة مجالات منها ما يلي¹:

7_1 الادخار_الاستثمار (صعوبة تحويل موارد من الادخار إلى الاستثمار):

على الرغم من تحسن مستوى الادخار المسجل خلال السنوات ما بين 1999 و2004 إلا أن تنمية الاستثمارات تسير ببطء، فمعدل الادخار كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي انتقل من معدل 28,7% إلى 45,7، أما معدل الاستثمار فقد انتقل من معدل 24,4% إلى 25,0% في نفس الفترة. فالقسم الأكبر من الاستثمارات هو من طرف الدولة المخصص لقطاع المحروقات بنسبة 70%. فهي الوضعية التي تعمل على ضرورة تطوير مناخ الاستثمار، والجدول الموالي يوضح معدل الاستثمار والادخار في الفترة ما بين 1999_2004.

الجدول رقم(6) : تطور الادخار والاستثمار كنسبة (%) من الناتج الداخلي الخام

السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004
الادخار الوطني	28,7	41,3	40,2	38,9	43,6	45,7
التراكم الإجمالي للأصول الثابتة	24,4	24,4	22,7	24,5	24,0	25,0

المصدر: منصورى الزين، تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية، دار الولاية للنشر والتوزيع عمان، 2012، ص328.

على الرغم من الجهود المبذولة والمسجلة في السنوات الأخيرة إلا أن المحيط بقي متميزا بعدة ضغوطات وحواجز مفروضة على المتعاملين الخواص للدخول في الاستثمار.

7_2 انعكاسات سياسة الاستثمار على التجارة الخارجية وعلى الميزان التجاري: سجل الميزان التجاري

فائضا خلال سنة 2004 بمبلغ 13,5 مليار دولار أمريكي، وبزيادة قدرها 22% مقارنة بسنة 2003، الذي يفسر ارتفاعا للصادرات (28,85%) والواردات ب (34,37%). والجدول الموالي يوضح ذلك .

1_ منصورى الزين، مرجع سابق، ص328

الفصل الثالث: الاستثمار السياحي وأهميته الاقتصادية

الجدول رقم (7) : الاتجاه العام للتجارة الخارجية للجزائر (الوحدة مليار دولار أمريكي).

مبادلات خارجية	سنة 2003	سنة 2004	الزيادة(%)
الواردات	13,534	18,199	34,47
الصادرات	24,612	31,713	28,85
الميزان التجاري	11,078	13,514	21,99

المصدر: منصورى الزين، نفس المرجع، ص329.

من خلال الجدول أعلاه لوحظت الزيادة في الصادرات بقيمة 31,71 مليار دولار أمريكي مقابل الواردات بـ 18,19 مليار دولار أمريكي، إلا أن الصادرات خارج المحروقات بقيت مهمشة بمعدل قدره 2,48% من الهيكلية الإجمالية للصادرات كاستثمار، والاستهلاك النهائي .

خلاصة

قد سعت الحكومة الجزائرية إلى وضع إستراتيجية جديدة للاستثمار تمتد إلى سنة 2025 والمتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الذي يعبر عن تطوير القطاع السياحي، وجعله قطاعا بديلا لقطاع المحروقات مستقبلا، ولهذا حرصت الجزائر على توفير بيئة مشجعة للاستثمار السياحي من خلال سن عدة تشريعات منظمة، والتي كان من أهمها قانون التنمية السياحية المستدامة في سنة 2003، مع منح التحفيزات الجبائية والمالية، وتقديم عدة تسهيلات خاصة بالعقار السياحي.

إلا أنه ما زالت هناك عدة عراقيل والتي تعترض الاستثمار السياحي، وترتبط بالمحيط العام، كعدم توفر الاستقرار السياسي والأمني، وعدم توفر بيئة اقتصادية مستقرة.

إضافة إلى صعوبة الحصول على العقار السياحي وكذا صعوبة التمويل البنكي، لذلك مناخ الاستثمار السياحي هنا لا يرتبط فقط بتقديم التسهيلات الجبائية والمالية، بل على توفير عدة ظروف من إدارة غير بيروقراطية، جهاز مصرفي متطور لتحفيز المستثمرين المحليين والأجانب والإقناع بالاستثمار في الجزائر .

الفصل الرابع

أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على

التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية

قياسية خلال الفترة (1983-2016)

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

تمهيد:

لقد شهدت الحركة السياحية العالمية نموا متزايدا، حيث بلغت 1133 مليون سائح سنة 2015، بالمقارنة بنحو 25 مليون سائح سنة 1950، كما تزايدت العوائد السياحية من 2 بليون دولار عام 1950 إلى 104 بليون دولار سنة 1980، إلى أن تصل 1245 بليون دولار سنة 2014.

ويلاحظ أن نصيب إفريقيا من السياح في العالم ينخفض كثيرا عن نصيبها من السكان والمساحة، فنسبة مساحة القارة 22% من مساحة العالم، و16% من سكانه سنة 2015، لكن نصيبها من السياحة لم يتجاوز 5% سنة 2015 هذا ما جعل من التنمية في القطاع السياحي ضرورة حتمية لما تكتسبه القارة من مقومات طبيعية، تاريخية، ثقافية وبشرية وغيرها. فهناك بعض الدول تجذب عددا كبيرا من السياح، مقابل دول أخرى نصيبها محدود للغاية هذا حسب الإستراتيجية المنتهجة في التنمية والنهوض بالاقتصاد.

فالجزائر تعد من الدول التي استوعبت أهمية السياحة نظرا لموقعها الجغرافي المتميز ومساحتها الشاسعة، وامتلاكها للعديد من المقومات السياحية، لهذا قامت بأعمال تحسيس كبيرة حول التنمية الاقتصادية تتمثل في التطوير للقطاع السياحي وإعداد برامج إنجاز، لذلك أصبح من الضروري وضع إستراتيجية مرجعية.

فقد سعت الجزائر إلى أن بلدا سياحيا من الدرجة الأولى بدلا من كونه بلدا مصدرا للسياح، وإلى استقبال 11 مليون سائح في آفاق 2025، هذا ما يتطلب وضع إستراتيجية حكيمة، فاختيار هذه الفترة لم يأت عبثا، بل كان نتيجة عدة جهود ودراسات قامت بإعدادها الجهات الوصية لتحقيق الأهداف المرجوة.

كما قامت بدعم البنية الاقتصادية من خلال تنويع مصادر دخلها، وذلك بالاهتمام بالسياحة من خلال تشجيع الاستثمارات المتمثلة في تنمية المناطق السياحية، حتى تكون مركزا لاستقطاب السياح المحليين والأجانب، وذلك عن طريق التحفيز بوضع تشريعات وتنظيمات، قوانين وتسهيلات جبائية، أو تسهيل الحصول على العقار، وتوفير مختلف البنى التحتية المناسبة، إضافة إلى الاستقرار الأمني الذي شهدته البلاد في الآونة الأخيرة.

فالاستثمار السياحي مثله مثل جميع الاستثمارات قد أعطى نفسا جديدا لحركة الاقتصاد الوطني، وذلك بمساهمته في تحقيق النمو في الناتج المحلي الإجمالي، وتوفير مناصب شغل، وزيادة تدفق رأس المال الأجنبي، فقد سجلت الجزائر في الفترة ما بين (2002_2011) 358 مشروعا استثماريا سياحيا، ما يعادل

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

0,76% من مجموع المشاريع الاستثمارية المسجلة في كل القطاعات الاقتصادية مما أدى إلى توفير 93546 فرصة عمل في القطاع السياحي بنسبة 6,22% من كل منصب شغل المتوفرة في هذه الفترة عن طريق المشاريع الاستثمارية.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

المبحث الأول: الاستثمار السياحي وعلاقته بالتنمية الاقتصادية

يتوقف نجاح أي بلد على مدى قدرتها على زيادة معدلات الاستثمار وبالمستوى الملائم لمعدل نمو السكان للقضاء على العقبات الكامنة فيها. وهنا تظهر مشكلة ضآلة معدلات الادخار بالدول النامية كحاجز أمام زيادة معدلات الاستثمار الأمر الذي يدعو إلى الاعتماد على الدول المتقدمة للحصول على القروض اللازمة لتحقيق التنمية الاقتصادية المتزايدة. لدى على الدول النامية تشجيع المبادرات الخاصة والإسراع في الخصخصة في المجال الاستثماري.

1_ دور الاستثمار في التنمية الاقتصادية بشكل عام:

الاستثمار هو العامل الرئيسي للتنمية والنمو الاقتصادي في المدى الطويل، فقد ساهمت الاستثمارات في الوصول إلى تحسين المستوى المعيشي للدول. فقد يخلق أساسيات التنمية ويؤثر على عوامل الإنتاج، فإدارة سياسات التنمية تتطلب تحرير سوق رأس المال وتشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي .

1_1 الاستثمار وزيادة رأس المال :

أي استثمار لا بد أن يترتب عليه إضافة حقيقية إلى رأس المال، فإذا قام فرد بشراء مبنى قائم فعلا فيعتبر استثمارا من وجهة نظر هذا الفرد، ولكنه لا يعتبر استثمارا من وجهة نظر المجتمع، أما إذا قام ذات الشخص ببناء مبنى جديد فهذا يعتبر استثمارا من وجهة نظره ووجهة نظر المجتمع فهذا يضيف لهذا المبنى الجديد يضيف زيادة إلى رأسمال صاحبه دون أن يؤدي إلى تخفيض رأس مال فرد آخر.

1_2 الاستثمار واستغلال موارد المجتمع :

لا يمكن استغلال الموارد الإنتاجية المتاحة في المجتمع على الوجه الأمثل إلا عن طريق توسيع الطاقة الإنتاجية، أي توظيف الموارد العاطلة أو التي تستحدث، فهذه العملية تسمى بإعادة تنظيم الإنتاج، فلا بد للمسؤولين عن عملية التخطيط مراعاتها قبل التفكير في خلق طاقات إنتاجية جديدة دون الضغط على الموارد الاستثمارية المتاحة.

1_3 مساهمة الاستثمار في تمويل التنمية الاقتصادية :

تتصف الدول النامية بانخفاض معدلات الادخار المحلي، ويعود ذلك إلى عدة عوامل التي يصعب التأثير فيها بالإيجاب في الأجل القصير، ومن تم أصبح واضحا وجود قيود ترد على إمكانيات زيادة معدل

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

الادخار المحلي بدرجة محسوسة، لذا أصبح من الضروري الاستعانة برأس المال الأجنبي لسد النقص، إذ لا بد أن تتساوى فجوة الموارد المحلية (الادخار والاستثمار) مع فجوة التجارة الخارجية (الواردات والصادرات) بمعنى¹:

$$(الاستثمار_الادخار) = (الواردات_الصادرات)$$

يتضح مما سبق أن حتمية التمويل الخارجي تنشأ لقصور حجم المدخرات المحلية بحسب حجم الاستثمارات المطلوبة، وقصور حصيلة الصادرات عن تغطية الواردات .

1_4 دور الاستثمار في معالجة الاختلالات في الاقتصاد الوطني :

تعمل الدولة على تحقيق مستوى توازن الناتج المحلي، لكن الاقتصاد قد يتعد عن وضع التوازن الذي يظهر بما يسمى بالفجوات التضخمية والانكماشية في حالة اختلاف المستوى التوازني للناتج عن مستوى التوظيف الكامل. فالحكومة تتخذ العديد من السياسات لعلاج الاختلالات، وكل سياسة تؤثر وتتأثر بمستوى وحجم الاستثمارات .

1_4_1 الفجوة الانكماشية:

تعني قصور الطلب الكلي عن العرض الكلي، وتحدث إذا كان الاقتصاد الوطني يعاني من انخفاض الطلب الكلي على المستوى اللازم لتحقيق التوظيف الكامل. ويمكن علاجها من خلال إحدى البدائل :
أ_ البديل الأول : قيام الحكومة بالعمل على زيادة مستوى الإنفاق العام الذي يمثل دخل الفرد وبالتالي الزيادة في الطلب الكلي مما يؤدي إلى الزيادة والإنتاج وخلق فرص عمل مما يؤدي إلى دفع الاقتصاد إلى التحسن .

ب_ البديل الثاني : قيام الحكومة بتخفيض الضرائب أو تقديم إعفاءات ضريبية الذي يتحقق من خلالهما زيادة الدخل والزيادة في القدرة الشرائية وبالتالي معالجة الفجوة الانكماشية .

ت_ البديل الثالث : قيام الحكومة بالجمع بين البديل الأول والثاني من خلال الزيادة في حجم الإنفاق الحكومي وتخفيض الضرائب مما يؤدي إلى زيادة حجم الطلب الكلي في الاقتصاد الوطني.

1_ منصورى الزين، مرجع سابق، ص 321، 323.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

1_4_2 الفجوة التضخمية:

تحدث هذه الفجوة في حالة ارتفاع الطلب الكلي عن المستوى اللازم لتحقيق التوظيف الكامل والتي يمكن معالجتها من خلال البدائل التالية:

أ_ البديل الأول : قيام الحكومة بتخفيض حجم الإنفاق مما يؤدي إلى انخفاض حجم الاستهلاك وحدوث انخفاض في الطلب الكلي مما يساعد على علاج الزيادة في مستوى الأسعار؛

ب_ البديل الثاني : قيام الحكومة بالزيادة في معدلات الضرائب التي تؤدي إلى انخفاض دخل الفرد وانخفاض الطلب الكلي وبالتالي الزيادة في مستوى الأسعار؛

ت_ البديل الثالث : قيام الحكومة بالجمع بين البديلين الأول والثاني أي تخفيض حجم الإنفاق العام والزيادة في معدلات الضرائب إذ تعتبر الضرائب أداة السياسة المالية التي تؤثر على الادخار والاستثمار من خلال :

— أثر يؤدي إلى تشجيع الادخار وبالتالي الزيادة في الاستثمار .

— أثر يؤدي إلى تخفيض الادخار وبالتالي النقص حجم الاستثمارات .

2_ قانون الاستثمار السياحي الجزائري ومزاياه:

لا يمكن التحدث عن السياحة دون الإشارة إلى الأساسيات التي تقوم عليها خدماتها، مثل توفر المؤسسات الفندقية وما يماثلها، الوكالات السياحية، المرشدين السياحيين، وغيرهم فكل هذا يتطلب نصوص قانونية وتشريعات.

1_2 قانون الاستثمار السياحي الجزائري:

جاء قانون الاستثمار السياحي الجزائري لعام 1990، والذي يحمل رقم 10_90 مؤرخ في 14_04_1990 خاص بقانون النقد والعرض، شعاره ضرورة رفع العراقيل والاحتكار، وتكريس مبدأ حركة الاستثمار الوطني والأجنبي، من خلال الشراكة، حيث سمح هذا القانون للأجانب أو غير المقيمين بتحويل رؤوس أموالهم إلى الجزائر قصد الاستثمار في القطاع السياحي سواء أكانوا طبيعيين أو معنويين.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

2_2 مزايا قانون الاستثمارات :

من مزايا قانون الاستثمارات ضمان الحماية الدولية حول إمكانية تحويل رؤوس الأموال المستثمرة بالطريقتين الدخول والخروج، حيث يبين المرسوم 90_30 المؤرخ في 08_09_1990 كيفية تنقل رؤوس الأموال .

_الجريدة الرسمية مرسوم 90_03 المؤرخ في 08_09_1990 الاستثمار والشروط الواجب توفرها في المتعامل الأجنبي.

إن طبيعة الاستثمار حسب قانون 90_10 أن يساهم في:

أ_ خلق فائض من العملة الصعبة ؛

ب_ تقليص الاستعانة للسلع والتجهيزات المستوردة؛

ت_ ضمانات تخص استعمال الآلات والوسائل والتكفل بالصيانة والإصلاح؛

ث_ ضمان النشاط التابع للنشاط السياحي كالنقل، والاتصال... إلخ.

2_3 الامتيازات المقدمة للمستثمرين :

هناك عد امتيازات مقدمة للمستثمرين أهمها :

أ_ تقبل كل أنواع الحصص المقدمة من رأس المال من حيث الطبيعة؛

ب_ حرية الاستثمار فردي، جماعي أو شراكة ؛

ت_ الإعفاء من حق التحويل ومن الضريبة الجبائية، الرسم على القيمة المضافة الخاصة بالممتلكات، والخدمات الخاصة بالاستثمار؛

ث_ الإعفاء الكلي من الضريبة من 02 إلى 10 سنوات تشمل :

- فوائد الشركات المقدرة بـ 42%؛

- الرسم على النشاط الصناعي والتجاري المقدر بـ 5,27% من رقم الأعمال ؛

- خفض الاشتراك في الضمان الاجتماعي من 24% إلى 07%؛

- الدفع الجزائي مقدر بـ 07%.¹

1_ الجريدة الرسمية رقم 64 المؤرخة في 05_10_1993.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

3_ المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر :

قد يتجه الاستثمار السياحي في الجزائر إلى تغطية العجز المسجل في مجال الإيواء الذي بقي بعيدا عن تلبية الطلب، إذ تدرج الاستثمارات في إطار الإستراتيجية الوطنية الخاصة بتهيئة القطاع السياحي في آفاق 2025، والتي هي جزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم الذي يعمل على التناسق في إنجاز مختلف المشاريع، إذ تم في هذا الإطار تجسيد مشاريع سياحية ضخمة التي تستجيب لتدفق السياح المرتقب، وهو إنجاز سبعة أقطاب سياحية بامتياز، و50 قرية سياحية ذات مواصفات عالمية في مختلف الولايات، وتم تحديد 174 منطقة توسع سياحي، كما تم إدراج عملية الاستثمار السياحي في الهضاب العليا والجنوب الكبير.

إذ يركز العمل في هذا القطاع على جعله في المستوى الذي يجب أن يكون عليه في ظل ما يتوفر فيه من مؤهلات مادية، طبيعية وتاريخية، وتراث مادي ومعنوي التي تعتبر مشجعة للتدفق السياحي . إضافة إلى الارتكاز على قواعد عديدة منها اعتماد لمخطط على نوعية الخدمات والترقية السياحية، وتشجيع الاستثمار، وإنشاء القرى السياحية، والأخذ بعين الاعتبار توفير البنى التحتية كالنقل والمرافق العمومية . يعد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق 2025 أرضية العمل الأساسي لتنمية السياحة بالجزائر، الذي تضمن تجسيد التوجه الرامي إلى تثمين المقومات والإمكانيات الطبيعية، الثقافية والتاريخية وجعلها في خدمة السياحة. وتغطية العجز المسجل خاصة في مجال الإيواء الذي لا تتعدى سعته 80 ألف سرير على المستوى الوطني 10% منها فقط مطابقة للمواصفات العالمية، فالمشاريع الكبرى التي تضمنها المخطط هي إنجاز سبعة أقطاب سياحية بحلول 2025 بالإضافة إلى إنجاز 20 قرية سياحية بدرجة امتياز منها:

القطب الواقع شمال شرق الوطن والذي يمس كل من ولاية عنابة، الطارف، سكيكدة، قلمة، سوق أهراس، وتبسة، القطب الثاني يتوسط شمال ووسط الوطن الذي يشمل كل من الجزائر العاصمة، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف وعين الدفلى، المدينة والبويرة، تيزي وزو وبجاية، القطب الثالث الواقع بشمال غرب الوطن الذي يشمل كل من ولاية مستغانم، وهران، عين تموشنت، غليزان، تلمسان، معسكر وسيدي بلعباس ويتوسط الولايات الواقعة جنوب غرب الوطن منها: غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعه قطبا رابعا، والقطب

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

الخامس يشمل الولايات الواقعة جنوب غرب الوطن منها منطقة توات، وقرارة، وأدرار وتيميمون وبشار كما تتضمن هذه المشاريع إنجاز قطبين بالجنوب الكبير الأول في التاسيلي وإيليزي، وجانت، والثاني يشمل التاسيلي والهقار.

ففي سنة 2009 تم إدماج 50 مستثمرا وطنيا جديدا لتجسيد 50 مشروعا في مجال الفنادق بالأقطاب المذكورة وتوفير 6800 سرير، وخلق 10 آلاف منصب عمل، إذ بلغ عدد المشاريع الاستثمارية الخاصة بإنجاز القرى السياحية 20 قرية موزعة على كل من ولاية الطارف، عنابة، بجاية، بومرداس، تيبازة، سكيكدة ووهران، العاصمة، تلمسان وتيميمون، إضافة إلى ثلاث حدائق إيكولوجية "حدائق دنيا بارك" ذات بعد سياحي في كل من العاصمة، وهران وعنابة، إذ يفوق عدد الأسرة بها 52 ألف سرير.¹ و الملحق رقم 1 يوضح مختلف مناطق التوسع السياحي المتواجدة بالجزائر.²

4_ مؤشرات السياحة في الجزائر :

من بين المؤشرات السياحية نجد كل من عدد السياح الوافدين إلى الجزائر، إضافة إلى عدد الاستثمارات السياحية، وكل من قدرة الاستيعاب ووضعية ميزان المدفوعات أو الناتج الداخلي الخام الخاص بالسياحة، والإيرادات السياحية، إضافة إلى اليد العاملة. و الجدول الموالي يوضح مجمل هذه المؤشرات :

1_ www.djazairress.com/elmassa/23385 Date de consultation 22-09-2017.

2_ www.andt-dz.org /ar date de consultation :22-09-2017 .

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الجدول رقم (1): مؤشرات السياحة في الجزائر في الفترة ما بين (1983_2016)

عدد الاستثمارات السياحية IT	اليد العاملة السياحية MT	عدد الليالي السياحية NN	عدد السياح NT	الإيرادات السياحية RT	الناتج الداخلي الخام PibT السياحي	السنوات
143	53326	1283834	2320461	490.00	2452.0	1983
143	53326	3968422	2876817	487.00	2628.0	1984
170	64724	2012898	2706259	460.00	3934.5	1985
189	65724	3473522	2535702	489.00	4511.1	1986
573	92068	3719622	2140897	487.00	5210.4	1987
542	97253	3594811	966906	502.00	5625.4	1988
511	102438	3470000	1206865	720.00	7665.8	1989
480	107624	3701127	1150145	941.00	7665.8	1990
580	109972	2846163	1193210	1543.00	10460.4	1991
693	111848	3358851	1119548	1710.00	14314.8	1992
710	114580	3643333	1127545	1283.00	16422.9	1993
805	120471	3471433	804713	135.00	20672.5	1994
653	124000	3648632	519576	812.00	26798.0	1995
655	129391	3547425	604968	795.00	31888.2	1996
739	131408	3488358	634752	1098.00	36216.1	1997
781	141963	3003183	678448	854.00	38795.5	1998
800	152000	3438928	748537	800.00	42103.4	1999
827	154484	3748135	865984	192.50	45293.9	2000
927	144971	4028286	901416	193.50	49287.6	2001
981	151116	4119630	988060	1422.40	53490.6	2002
1042	154947	4315076	1166287	966.80	58520.2	2003
1057	164068	4543371	1233719	2032.00	62682.2	2004
1105	170370	4705637	1443090	2689.90	69682.2	2005
1134	169739	4905216	1637582	2825.60	75202.7	2006
1140	170000	5449940	1743084	3056.60	80758.0	2007
1147	171752	5346543	1771749	3811.60	91175.5	2008
1151	172766	5645828	1911506	3253.00	105451.5	2009
1152	184755	5933340	2070496	3832.10	114387.8	2010
1184	185474	6329472	2394887	4118.10	121429.3	2011
1155	193797	6640181	2634956	3962.00	151200.0	2012
1176	197608	6921234	2732731	4216.30	170700.0	2013
1185	199211	7053744	2301373	3709.77	189000.0	2014
1232	204273	7146572	2423348	3822.55	218000.0	2015
1273	208941	7276521	2471806	3866.32	228900.0	2016

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

1_4_ دراسة تطور قيم متغيرات الدراسة:

لكي نحصل على تطور قيم متغيرات الدراسة نستخدم برنامج Eviews الذي يلخص لنا النتائج الموضحة في الأشكال التي تخص المؤشرات السياحية التالية:

1_1_4 تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر :

تسعى الجزائر في أن تكون بلدا أكثر استقبالا للسياح بدلا من كونها مُصدرا لهم، لكن الظروف لم تساعد على ذلك كالأحداث التي عاشتها في سنوات التسعينيات، ونظرا للتحسن النسبي في المجال الأمني أصبحت تستعيد مكانتها. فقد قام بأعمال تحسيسية عديدة لتنمية القطاع السياحي من جهة، وتطوير برامج إنجاز من جهة أخرى.

لذلك أصبح من الضروري الاعتماد على دراسات إستراتيجية مرجعية، والنظر نحو آفاق سنة 2030، اعتمادا على عدة أهداف رقمية، فالجزائر ترغب في استقبال 11 مليون سائح في آفاق سنة 2025، هذا ما يتطلب دراسة محكمة، فهذه الفترة لم تحدد هكذا بل جاءت بعد دراسات وجهود عديدة قامت بها الجهات الخاصة في القطاع السياحي من أجل الوصول إلى الأهداف المنشودة .

يعد هذا المؤشر مؤشرا حقيقيا يوضح مكانة القطاع السياحي في العالم، فالجزائر لم تسجل إلا نسبة قليلة مقارنة مع بقية الدول في السياحة، فحصتها لم تسجل سوى 2% من السياحة العالمية، إذ بلغ عدد السياح سنة 2014 ما يقارب 2301373 سائح مع العلم أن 90% من السياح هم جزائريون مقيمون في الخارج، والجدول الموالي يوضح ذلك :

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

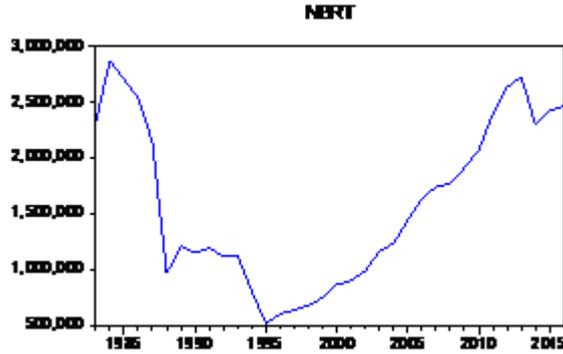
الجدول رقم (2) : تطور عدد السياح في الجزائر في الفترة ما بين (1983_2016)

الوصول إلى الحدود للسياح المقيمين والأجانب	السنوات	الوصول إلى الحدود للسياح المقيمين والأجانب	السنوات
865984	2000	2320461	1983
901416	2001	2876817	1984
988060	2002	3528953	1985
1166287	2003	2535702	1986
1233719	2004	2140897	1987
1443090	2005	966906	1988
1637582	2006	1206865	1989
1743084	2007	1150145	1990
1771749	2008	1193210	1991
1911506	2009	1119548	1992
2070496	2010	1127545	1993
2394887	2011	804713	1994
2634956	2012	519576	1995
2732731	2013	604968	1996
2301373	2014	634752	1997
2423348	2015	678448	1998
2471806	2016	748537	1999

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الشكل رقم (1) : منحنى تطور عدد السياح في الجزائر في الفترة ما بين (1983_2016)



المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

من خلال الشكل أعلاه لوحظ ارتفاع في عدد السياح ما بين سنة 1983 و 1986 حيث كان القطاع السياحي يعرف انتعاشا نظرا للاستقرار الأمني والاقتصادي آنذاك، حيث بلغ عدد السياح إلى ما يقارب 3528953 سائح في سنة 1985، ثم حدث انخفاض في توافدهم للجزائر و ذلك راجع لاضطراب الأوضاع السياسية في سنة 1887 و 1988 ، ثم لوحظ ارتفاع طفيف في سنة 1989 ليبقى مستقرا إلى غاية 1993 ثم انخفض إلى 519576 في سنة 1995 لأن الأوضاع الأمنية كانت غير مستقرة آنذاك أي في فترة العشرية السوداء التي عاشتها الجزائر أدت إلى نفور السياح إلى مناطق أخرى حفاظا على سلامتهم. ثم من سنة 1997 بدأ النفود للسياح في ارتفاع مستمر راجع إلى تحسن الوضع في الجزائر من خلال سياسة الإصلاح ، حيث تجاوز عدد السياح عتبة المليون سائح ابتداء من سنة 2003، واستمر هذا الارتفاع ليصل إلى ما يقارب 2732731، فهذا الرقم لم يتحقق منذ الاستقلال، إذ يرجع الأمر إلى إدراك الجزائر لدور السياحة في التنمية الاقتصادية من جهة، والاستقرار الأمني الذي شهدته في الآونة الأخيرة من جهة أخرى .

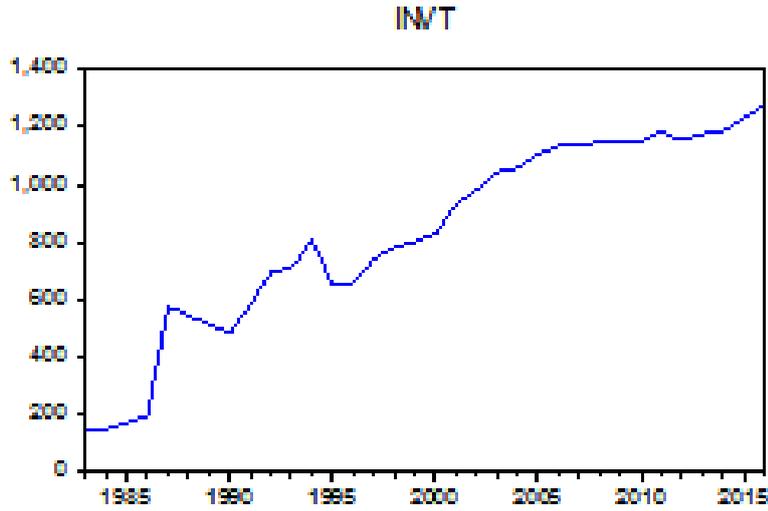
4_1_2 تطور عدد الاستثمارات السياحية:

تمثل الاستثمارات السياحية طاقة إيواء السياح من إحدى المؤشرات الرئيسية التي من خلالها يتم معرفة تطور أو تدهور القطاع السياحي في أي بلد، فقد عرفت المؤسسات الفندقية وما يماثلها في الجزائر إقبالا

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

للسياح، والشكل (INVT) الموالي يعبر عن تطور حجم الاستثمارات السياحية في الفترة ما بين 1983 إلى غاية 2016:

الشكل رقم (2): منحنى تطور الاستثمارات السياحية بالجزائر في الفترة ما بين 1983_2016



المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

من خلال المنحنى (INVT) لوحظ تطور طفيف في سنوات الثمانينيات إلى غاية سنة 1988 التي عرفت فيها الجزائر أحداثا مزرية أدت إلى انخفاض في حجم الاستثمارات السياحية، و بقي الحال متذبذبا في سنوات التسعينيات أي العشرية السوداء التي أثرت سلبا على القطاع الاقتصادي عامة و السياحي خاصة، ثم بدأت الاستثمارات السياحية ترتفع شيئا فشيئا حيث اهتم المستثمرون في القطاع بالعمل على انتعاش القطاع ومحاولة استقطاب أكبر عدد ممكن من السياح وتلبية رغباتهم نظرا لأهميته البالغة محليا و دوليا.

فقد تمتلك الجزائر مؤسسات فندقية مصنفة حسب الدرجات، إذ بلغت طاقة الإيواء إلى 3926 سرير في المؤسسات الفندقية بدرجة 5 نجوم، 1533 سرير بدرجة 4 نجوم، 3913 سرير بدرجة 3 نجوم، 2707 سرير بدرجة نجمتين، 6326 سرير بدرجة نجمة واحدة، 65529 سرير غير مصنّف، و 5861 سرير بدون نجمة، وتوجد مؤسسات مماثلة للمؤسسات الفندقية كهياكل الاستقبال التي قدرت طاقة الإيواء فيها بـ 6145 سرير سنة 2012. من خلال هذا تبين أن الفنادق الغير مصنفة تصدر في المرتبة الأولى إذ

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

تحتكر أكثر من 68% من طاقة الإيواء تفتقر لأبسط الخدمات السياحية التي يحتاج إليها السائح، أما 10 % منها تستجيب للمعايير الدولية.¹

والجدول الموالي يوضح عدد الأسرة الموزعة في الفنادق حسب الفئات كما يلي:

الجدول رقم (3): توزيع عدد الأسرة في الفنادق حسب الفئات في الفترة ما بين (1999_2011)

المجموع	غير مصنفة	*1	*2	*3	*4	*5	الفئات السنوات
66 902	34 697	2 509	5 557	17 029	3 222	3 888	1999
66 902	3 222	34 697	2 509	5 557	17 029	3 222	2000
66 902	3 222	34 697	2 509	5 557	17 029	3 222	2001
72 567	41 946	2 084	5 454	14 659	3 592	4 832	2002
77 473	51 474	2 315	5 415	14 740	3 757	4 959	2003
82 034	51 474	2 315	5 415	14 857	3 383	4 590	2004
82 808							2005
84 869							2006
84 559							2007
86 642	49 162	3 967	12 358	15 394	1 847	3 914	2008
88 694	49 494	3 967	12 660	16 128	2 531	3 914	2009
92 377	58 905	3 804	8 070	14 090	3 560	3 948	2010
94 021							2011

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه تزايد عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية الغير مصنفة في السنوات السالفة الذكر أي زيادة الاستثمارات السياحية مثل هذا الصنف الذي يساعد الفئات البسيطة أي ذات الدخل البسيط، ثم تليها الفنادق ذات الثلاث نجوم ثم الفنادق ذات النجمتين، فالفنادق ذات الأربع نجوم ثم الخمس نجوم وفي الأخير الفنادق ذات النجمة الواحدة .

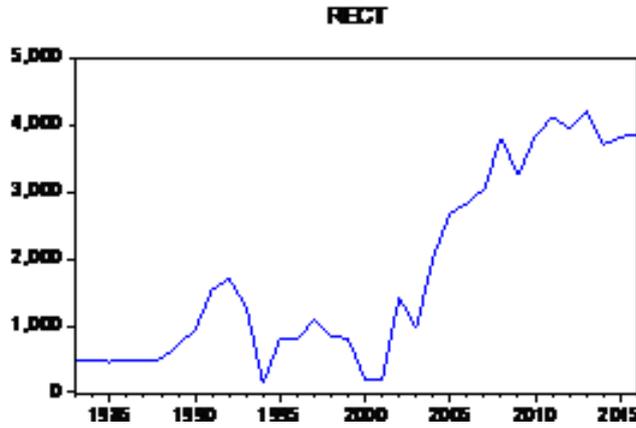
1_شريط حسين الأمين، "فعالية التخطيط الإستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر". مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد14، الجزائر، 2015، ص138.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

3_1_4 تطور حجم الإيرادات السياحية:

تمثل الإيرادات السياحية المؤشر الآخر الذي يوضح التطور السريع للقطاع السياحي، فهي حجم الإيرادات السنوية الذي تقدمه السياحة إلى اقتصاد البلد أي المساهمة في الناتج الداخلي الخام، و الشكل الموالي يوضح إيرادات السياحة في الجزائر الممثلة في الشكل (RECT).

الشكل رقم(3): منحنى تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر في الفترة ما بين
(2016_1983)



المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

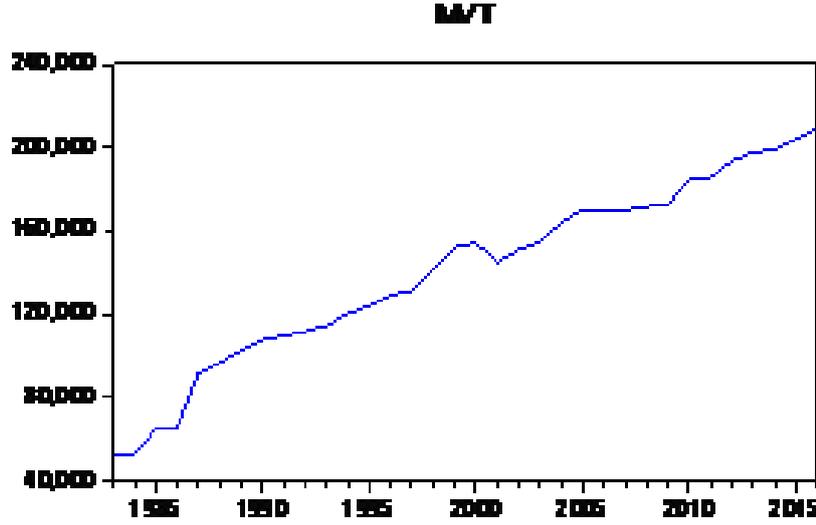
فقد يوضح الشكل أعلاه تذبذب في حجم الإيرادات السياحية حسب الأوضاع الأمنية والاقتصادية التي عاشتها الجزائر في مختلف الفترات من سنة 1983 إلى غاية سنة 2013 وفقا لما ذكر في الجدول رقم (1)أعلاه :

4_1_4 تطور عدد الأيدي العاملة السياحية :

تعتبر اليد العاملة في القطاع السياحي من المؤشرات الأساسية للسياحة، إذ لها علاقة طردية مع الإيرادات السياحية، فكلما تزايد عدد الأيدي العاملة السياحية كلما زادت الإيرادات السياحية و العكس، و الشكل الموالي يوضح تطورها خلال فترة الدراسة.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الشكل رقم(4): منحى تطور عدد الأيدي العاملة السياحية في الجزائر في الفترة ما بين
(2016_1983)



المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

اتضح من خلال الشكل رقم(4) تزايد مستمر لعدد مناصب الشغل في القطاع السياحي بالجزائر، إذ بلغ عدد العمال حوالي 199211 سنة 2014، فهذا التزايد غير كاف في ظل المقومات السياحية المختلفة التي تملكها الجزائر، والإمكانيات المادية الضخمة التي تخصصها للمشاريع السياحية الإستراتيجية المختلفة .
تم تحديد مبلغ مقدر بـ 781962 مليون دج لإنجاز 409 مشروعا سياحيا في ظل المشاريع الاستثمارية المصرح بها في الفترة ما بين 2002 و 2011، والتي بلغت 47593 مشروعا، فحصة المشاريع السياحية لا تفوق 0,8% من الحصة الإجمالية للمشاريع فقد بلغ عدد المشاريع الاستثمارية السياحية سنة 2012 إلى 713 مشروعا بطاقة استيعاب تقدر بـ 82 ألف سرير¹.

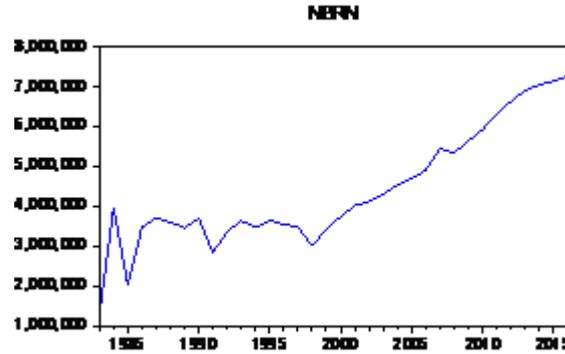
4_1_5 تطور عدد الليالي السياحية :

تمثل الليالي السياحية مؤشرا من المؤشرات التي تقيس بها الاستثمارات السياحية حجم تطورها من خلال إقامة السياح و الشكل الموالي يوضح تطورها خلال فترة الدراسة:

¹ _ شريط حسين الأمين، مرجع سبق ذكره، ص 140.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

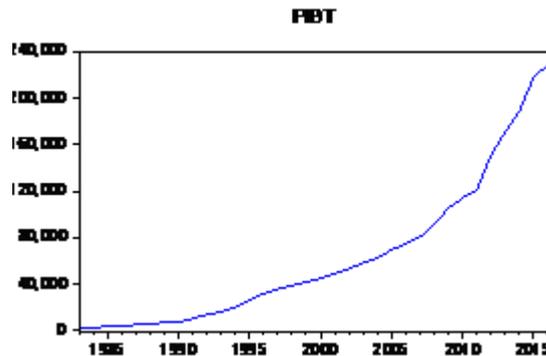
الشكل رقم(5): منحى تطور عدد الليالي السياحية في الجزائر في الفترة ما بين
(2016_1983)



المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

من خلال الشكل أعلاه اتضح تذبذب في عدد الليالي السياحية منذ منتصف الثمانينيات إلى غاية سنة 1998 تقريبا و هذا راجع الأوضاع السياسية الغير مستقرة السائدة آنذاك، و مع سياسة الإصلاح التي عرفت الجزائر في سنة 1998 أدت إلى عودة السلم و الأمن، مما أدى إلى عودة النشاط السياحي إلى يومنا هذا.

الشكل رقم(6): تطور حجم الناتج الداخلي الخام السياحي في الجزائر في الفترة ما بين
(2016_1983)



المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

يوضح الشكل رقم (6) أن حجم الناتج الداخلي الخام كان جد ضئيلا منذ بداية الثمانينيات إلى غاية منتصف التسعينيات، راجع ذلك إلى قلة مداخيل السياحة، فالحركة السياحية في تلك الفترة لم تعرف رواجاً، و لم تهتم بها السلطات المعنية و السبب أن الاستثمارات السياحية كانت قليلة ، و بالمقابل نقص توافد السياح الذي من خلاله تنشط الحركة السياحية و يرتفع حجم الناتج الداخلي الخام للسياحة، لكن حدث العكس.

والجدول الموالي يوضح مساهمة الناتج الداخلي الخام الخاص بالسياحة مقارنة بالناتج الداخلي الخام في الفترة ما بين (1990_2016).

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الجدول رقم (4): مساهمة الناتج الداخلي الخام السياحي بالنسبة للناتج الداخلي الخام الإجمالي في الفترة ما بين
(1983_2016)

السنوات	الناتج الداخلي الخام بالمليون دج	الناتج الداخلي الخام السياحي بالمليون دج	نسبة مساهمة الناتج الداخلي الخام الخاص بالسياحة من الناتج الداخلي الخام الإجمالي (%)
1983	200580	2452	0,01222455
1984	231010,1	2628	0,01137613
1985	252836,4	3934,5	0,01556145
1986	250465,7	4511,1	0,01801085
1987	260754,4	5210,4	0,01998202
1988	290039,3	5625,4	0,0193953
1989	357045	7665,8	0,02147012
1990	472805,7	7665,8	0,01621343
1991	752592,3	10460,4	0,01389916
1992	918623,8	14314,8	0,01558288
1993	1005031,4	16422,9	0,01634068
1994	1274944	20672,5	0,01621444
1995	1743631,8	26798	0,01536907
1996	2256712,6	31888,2	0,01413038
1997	2432462,9	36216,1	0,01488865
1998	2444370,2	38795,5	0,01587137
1999	2825227,6	42103,4	0,01490266
2000	3698683,7	45293,9	0,01224595
2001	3754870,8	49287,6	0,01312631
2002	4023413,8	53490,6	0,01329483
2003	4700040,4	58520,2	0,012451
2004	5545851,5	62682,2	0,01130254
2005	6930153,3	69682,2	0,01005493
2006	7837002,1	75202,7	0,00959585
2007	8567945,6	80758	0,0094256
2008	10002344,7	91175,5	0,0091154
2009	8809620,8	105451,5	0,01197004
2010	10447305,9	114387,8	0,01094902
2011	12109503,6	121429,3	0,0100276
2012	13561500	151200	0,01114921
2013	14096700	170700	0,0121092
2014	17228600	189000	0,0109701
2015	16702100	218000	0, 0130523
2016	17406800	228900	0, 01315

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

من خلال الجدول أعلاه اتضح بأن القطاع السياحي لا يساهم في الناتج الداخلي الخام الإجمالي إلى
بنسبة جد ضئيلة لا تتجاوز 2.14 % كحد أقصى، و هذا راجع لاعتماد الاقتصاد الجزائري على قطاع
المحروقات .

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

المبحث الثاني: نمذجة الناتج الداخلي الخام السياحي بالجزائر في الفترة ما بين (1983_2016)
1_تحديد النموذج:

بعد التعرف على المتغيرات التي يحتويها النموذج القياسي، وبعد تجميع البيانات الخاصة بكل المتغيرات، يتم تحديد الشكل الرياضي للنموذج، إذ يعد من أولى وأهم مراحل بناء النموذج القياسي وشكل الدالة هو كما يلي:

$$PIBT=f(RT_t, NT_t, NN_t, MT_t, IT_t)$$

سيتم استخدام طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية في تقدير النموذج القياسي.

النموذج الأول: نموذج انحدار خطي متعدد وصيغته كما يلي:

$$PibT_t = \beta_0 + \beta_1 RT_t + \beta_2 NT_t + \beta_3 NN_t + \beta_4 MT_t + \beta_5 IT_t + u_t$$

حيث أن:

t: تمثل الزمن أي قيمة المتغير في السنة

المتغير التابع: (Y) يتمثل في الناتج الداخلي الخام الخاص بالسياحة الذي يرمز له بالرمز $PIBT_t$

المتغيرات المستقلة تتمثل في:

RT_t : الإيرادات السياحية؛

NT_t : عدد السياح؛

NN_t : عدد الليالي السياحية؛

MT_t : اليد العاملة؛

IT_t : الاستثمارات السياحية؛

u_t : البواقي؛

β_t : تمثل معاملات النموذج.

النموذج الثاني: هو نموذج غير خطي (نموذج أسّي) وصيغته كما يلي:

$$PIBT_t = \beta_0 . RT_t^{\beta_1} . NT_t^{\beta_2} . NN_t^{\beta_3} . MT_t^{\beta_4} . IT_t^{\beta_4} . u_t$$

فيإدخال اللوغاريتم الطبيعي على الطرفين يتم تحويل النموذج الأسّي إلى صيغة خطية على النحو التالي:

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

$$\text{Log(PibT}_t) = \beta_0 + \beta_1 \text{Log(RT}_t) + \beta_2 \text{Log(NT}_t) + \beta_3 \text{Log(NN}_t) + \beta_4 \text{Log(MT}_t) + \beta_5 \text{Log(IT}_t) + u_t$$

تمثل: $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$ معالم النموذج. و تمثل مرونة تغير معدل الناتج الداخلي الخام الخاص بالسياحة بالنسبة إلى المتغيرات المستقلة.

2- تحديد عينة الدراسة:

إن أولى مراحل استخدام البحث الإحصائي التحليلي هي مرحلة جمع الإحصائيات من المصادر التاريخية الأولية، والتي تتمثل في جميع الإحصائيات السنوية خلال الفترة الممتدة من 1983 سنة إلى 2016 سنة، و كان حجم العينة يساوي 34.

3- تحليل وصفي لمتغيرات الدراسة :

لدراسة تطور حجم المتغيرات تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد باستخدام برنامج Eviews10، والجدول السابق رقم(1) يوضح مختلف المتغيرات في الفترة ما بين 1983 إلى سنة 2016.

3_1 سبب اختيار المتغيرات:

يرجع سبب اختيار المتغيرات في كونها أهم مؤشرات السياحة، التي تساهم في التنمية الاقتصادية، وكونها كمتغيرات تؤثر في الناتج الداخلي الخام عامة وفي الناتج الداخلي الخام الخاص بالسياحة خاصة .

4- تحديد النموذج القياسي الأمثل:

إن العلم الحديث والتقنية المصاحبة له ساهما كثيرا في إحداث توازن مس جميع الميادين، بما فيها العلوم الاقتصادية والتي انتقلت فيها الدراسات من التحليل الوصفي نحو التحليل الرياضي والإحصائي، وذلك بإنشاء قوانين وأساليب للخوض في دراسة العلاقات بين الحوادث والظواهر الاقتصادية المختلفة، بالإضافة إلى ذلك أصبح من الضروري إيجاد نظريات وطرق مناسبة تساعد على تحليل العلاقات الاقتصادية من أجل التطور السريع للأوضاع الاقتصادية.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

ومن بين هذه النظريات نظرية الاقتصاد القياسي، والتي يستعمل فيها الأساليب الرياضية بغية التقدير والتنبؤ للمتغيرات الاقتصادية المدروسة لتهدف في الأخير لوضع القرار المناسب على أساس علمي. لهذا سنحاول من خلال هذا المبحث بناء نموذج اقتصادي قياسي للناتج الداخلي الخام السياحي في الجزائر ونربطه بأهم المتغيرات التي يمكن أن تؤثر عليه، وذلك خلال الفترة الممتدة بين سنتي 1983 و2016.

وسيتم تقدير النماذج القياسية الاقتصادية باستعمال طريقة المربعات الصغرى العادية والتي تعتبر من أحسن الطرق لتقدير النماذج الخطية. حيث سنستخدم كخطوة أولى نموذجين خطي وأسي ثم يتم المفاضلة بينهما.

وبينت مخرجات البرنامج الاحصائي Eviews نتائج تقدير كل من النموذجين من خلال الجدولين التاليين:
4-1- تقدير النموذج الخطي:

يوضح الجدول الموالي تقدير النموذج الخطي المتعدد المعرف حسب العلاقة:

$$PibT_t = \beta_0 + \beta_1 RT_t + \beta_2 NT_t + \beta_3 NN_t + \beta_4 MT_t + \beta_5 IT_t + u_t$$

و الجدول الموالي يوضح مدى ارتباط المتغيرات المستقلة مع المتغير التابع.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الجدول رقم(5): نتائج تقدير النموذج الخطي للناتج الداخلي الخام السياحي في الفترة ما بين (1983_2016)

Dependent Variable: PIBT				
Method: Least Squares				
Date: 03/15/18 Time: 10:34				
Sample: 1983 2016				
Included observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-184368.3	21063.70	-8.752893	0.0000
NT	0.025354	0.007889	3.213796	0.0033
NN	0.012482	0.006198	2.013912	0.0537
MT	1.764717	0.350442	5.035691	0.0000
IT	-107.5559	41.42461	-2.596424	0.0148
RT	-3.431899	5.674101	-0.604836	0.5502
R-squared	0.937855	Mean dependent var		63603.71
Adjusted R-squared	0.926758	S.D. dependent var		64349.32
S.E. of regression	17415.07	Akaike info criterion		22.52684
Sum squared resid	8.49E+09	Schwarz criterion		22.79620
Log likelihood	-376.9564	Hannan-Quinn criter.		22.61870
F-statistic	84.51173	Durbin-Watson stat		0.853585
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على البرنامج الإحصائي (Eviews10)

أ- التفسير الإحصائي للنموذج الخطي للناتج الداخلي الخام السياحي في الفترة ما بين (1983_2016):

من خلال نتائج تقدير النموذج الخطي تم الحصول على ما يلي:

$$(PibT)_t = 0.025354 (NT)_t + 0.012482 (NN)_t + 1.764717 (MT)_t - 107.5559 (IT)_t - 3.431899 (RT)_t - 184368.3$$

$$(0.0033)^* (0.0537) (0,0000) (0.0148) (0.5502) (0,0000)$$

$$R^2 = 0.937855 \quad N = 34 \quad F = 158,88$$

$$\bar{R}^2 = 0.926758 \quad Prob(DW) = 0,7404$$

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

تبين نتائج الجدول رقم(5) أن المتغيرة (الإيرادات السياحية) RT ليست لها معنوية إحصائية لأن احتمالها أكبر من 5% .

و معامل التحديد المصحح قيمته تساوي 0,92 أي أن هناك ارتباط قوي بنسبة 92,67% بين الناتج الداخلي الخام السياحي و المتغيرات المستقلة.

ب- التفسير الاقتصادي للنموذج الخطي للناتج الداخلي الخام السياحي في الفترة ما بين (1983_2016):

● بالنسبة لمعامل عدد السياح (β_1) يلاحظ أن إشارته موجبة أي أن العلاقة طردية بين المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) والمتغير المفسر (عدد السياح) خلال طول فترة الدراسة وتتفق هذه النتيجة مع التوقعات المسبقة ومنطق النظرية الاقتصادية، حيث إذا تغير عدد السياح بـ 1% فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتغير بـ 0.025354 أي بنسبة 2,53%، إذن معامل عدد السياح (β_1) له معنوية اقتصادية.

● بالنسبة لمعامل عدد الليالي السياحية (β_2) يلاحظ أن إشارته موجبة أي أن العلاقة طردية بين المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) والمتغير المفسر (عدد الليالي السياحية) خلال طول فترة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع التوقعات المسبقة ومنطق النظرية الاقتصادية، حيث إذا تغير عدد الليالي السياحية بـ 1% فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتغير بـ 0.012482 أي بنسبة 1,24% . إذن معامل عدد الليالي السياحية (β_2) له معنوية اقتصادية.

● بالنسبة لمعامل عدد الأيدي العاملة السياحية (β_3) يلاحظ أن إشارته موجبة أي أن العلاقة طردية بين المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) والمتغير المفسر (عدد الأيدي العاملة السياحية) خلال طول فترة الدراسة. وتتفق هذه النتيجة مع التوقعات المسبقة ومنطق النظرية الاقتصادية، حيث إذا تغير عدد السياح بـ 1% فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتغير بـ 1.764717 أي بنسبة 1,76% . إذن معامل عدد الأيدي العاملة السياحية (β_3) له معنوية اقتصادية.

● بالنسبة لمعامل عدد الاستثمارات السياحية (β_4) يلاحظ أن إشارته سالبة أي أن العلاقة عكسية بين المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) والمتغير المفسر (عدد الاستثمارات السياحية) خلال طول فترة الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع التوقعات المسبقة ومنطق النظرية الاقتصادية، حيث إذا تغير عدد

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الاستثمارات السياحية بـ 1% فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتناقص بـ 107 وحدة. إذن معامل عدد الأيدي العاملة السياحية (β_4) ليس له معنوية اقتصادية.

- بالنسبة لمعامل الإيرادات السياحية (β_5) يلاحظ أن إشارته سالبة أي أن العلاقة عكسية بين المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) والمتغير المفسر (الإيرادات السياحية) خلال طول فترة الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع التوقعات المسبقة ومنطق النظرية الاقتصادية، حيث إذا تغير عدد الاستثمارات السياحية بـ 1% فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتناقص بـ 3.431899 وحدة. ومنه فالإيرادات السياحية ليست لها معنوية اقتصادية

4-2- تصحيح النموذج الخطي:

نقوم في كل مرة بإزالة متغيرة مستقلة لمعرفة من هي المتغيرة المتسببة في مشكل النموذج

4-2-1- تقدير النموذج الخطي بعد إزالة المتغيرة (عدد الأيدي العاملة السياحية):

نقوم بإزالة متغيرة مستقلة في كل مرة من النموذج الخطي لكي نرى من هي المتغيرة التي تسبب مشكل

في النموذج، و تظهر نتائج تقدير النموذج كالتالي :

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الجدول رقم (6): نتائج تقدير النموذج الخطي بعد إزالة المتغيرة (عدد الأيدي العاملة السياحية)

Dependent Variable: PibT				
Method: Least Squares				
Date: 03/16/18 Time: 21:23				
Sample: 1983 2016				
Included observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-97844.22	17860.52	-5.478241	0.0000
RT	7.616999	6.415033	1.187367	0.2444
NN	0.030598	0.006741	4.539242	0.0001
IT	15.59862	22.26016	0.700741	0.4889
R-squared	0.872850	Mean dependent var		63603.71
Adjusted R-squared	0.860135	S.D. dependent var		64349.32
S.E. of regression	24065.68	Akaike info criterion		23.12509
Sum squared resid	1.74E+10	Schwarz criterion		23.30466
Log likelihood	-389.1266	Hannan-Quinn criter.		23.18633
F-statistic	68.64740	Durbin-Watson stat		0.945493
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

يمكن تلخيص النتائج فيما يلي:

$$PibT = -97844.22 + 7.616999 RT_t + 0.030598 NN_t + 15.59862 IT_t$$

$$(5.478241)^* \quad (1.187367) \quad (4.539242) \quad (0.700741)$$

$$R^2 = 0.872850 \quad N = 34 \quad F = 68.64740$$

$$\bar{R}^2 = 0.860135 \quad Prob(DW) = 0.945493$$

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

من خلال الجدول السابق لوحظ أن المعلمتين الإيرادات السياحية و الاستثمارات السياحية غير معنوية إحصائيا واقتصاديا لأن احتمالهما أكبر من 0,05 إلا المعلمة (عدد الليالي السياحية)، إضافة إلى ذلك يلاحظ أن هناك ارتباط قوي بنسبة 86,01% بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة، هذا ما يفسره معامل التحديد المصحح $\bar{R}^2=0.860135$ وعليه فهو نموذج غير مقبول.

4-2-2 الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة (variance Inflation Factor) VIF بعد إزالة المتغيرة (عدد الأيدي العاملة السياحية):

يوضح الجدول التالي الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة :

الجدول رقم (7): نتائج الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة بعد إزالة (عدد الأيدي العاملة السياحية)

Variance Inflation Factors			
Date: 03/16/18 Time: 21:27			
Sample: 1983 2016			
Included observations: 34			
Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	3.19E+08	18.72711	NA
RECT	41.15265	12.71420	4.789915
NBRN	4.54E-05	57.54874	5.783982
INVT	495.5147	23.08867	3.309300

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

من خلال الجدول رقم (7) لوحظ أن قيم VIF أقل من 10، فلا يمكن القول أن هناك ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة .

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

4-2-3- تقدير النموذج الخطي بعد إزالة المتغيرة (عدد الليالي السياحية):

تظهر نتائج تقدير النموذج كالتالي :

الجدول رقم (8): نتائج تقدير النموذج الخطي بعد إزالة المتغيرة (عدد الليالي السياحية)

Dependent Variable: PibT				
Method: Least Squares				
Date: 03/16/18 Time: 21:28				
Sample: 1983 2016				
Included observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-36589.96	14949.13	-2.447631	0.0202
RT	27.21801	6.061334	4.490432	0.0001
IT	61.72716	25.30425	2.439399	0.0206
R-squared	0.785521	Mean dependent var		63603.71
Adjusted R-squared	0.771683	S.D. dependent var		64349.32
S.E. of regression	30747.71	Akaike info criterion		23.58912
Sum squared resid	2.93E+10	Schwarz criterion		23.72379
Log likelihood	-398.0150	Hannan-Quinn criter.		23.63505
F-statistic	56.76805	Durbin-Watson stat		0.295504
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

$$PIBT = -36589.96 + 27.21801RECT_t + 61.72716INVT_t$$

$$(2.447631)* \quad (4.490432) \quad (2.439399)$$

$$R^2 = 0.785521 \quad N = 34 \quad F = 56.76805$$

$$\bar{R}^2 = 0.771683 \quad Prob(DW) = \mathbf{0.295504}$$

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

من خلال الجدول لوحظ أن المعلمتين الإيرادات السياحية و الاستثمارات السياحية لهما معنوية إحصائية واقتصاديا، إضافة إلى ذلك يلاحظ أن هناك ارتباط قوي بنسبة 77,16% بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة، هذا ما يفسره معامل التحديد المصحح $\bar{R}^2=0.771683$ ، وعليه فهو نموذج مقبول.

3-2-4- الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة (variance Inflation Factor) VIF بعد إزالة المتغيرة (عدد الليالي السياحية):

يوضح الجدول التالي الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة بعد إزالة المتغيرة (عدد الليالي السياحية):

الجدول رقم (9): نتائج الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة بعد إزالة المتغيرة (عدد الليالي السياحية)

Variance Inflation Factors			
Date: 03/16/18 Time: 21:29			
Sample: 1983 2016			
Included observations: 34			
Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	2.23E+08	8.036841	NA
RECT	36.73977	6.953420	2.619613
INVT	640.3048	18.27678	2.619613

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج Eviews10

من خلال الجدول رقم (9) لوحظ أن قيم VIF أقل من 10، فلا يمكن القول أن هناك ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

3-4- تقدير النموذج الآسي :

الجدول رقم(10) يحمل نتائج تقدير النموذج الآسي المعرف حسب العلاقة التالي:

$$PIBT_t = \beta_0 \cdot RT_t^{\beta_1} \cdot NT_t^{\beta_2} \cdot NN_t^{\beta_3} \cdot MT_t^{\beta_4} \cdot IT_t^{\beta_5} \cdot u_t$$

الجدول رقم(10) :نتائج تقدير النموذج الآسي للنتائج الداخلي الخام السياحي في الفترة ما بين (1983_2016)

Dependent Variable log(PIBT)				
Method: Least Squares				
Date: 03/15/18 Time: 10:36				
Sample: 1983 2016				
Included observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
log(NT)	0.188902	0.148055	1.275896	0.2125
log(NN)	0.060255	0.276842	0.217650	0.8293
log(MT)	5.349191	0.606304	8.822627	0.0000
log(IT)	-1.174293	0.350441	-3.350897	0.0023
log(RT)	-0.014692	0.078602	-0.186916	0.8531
C	-48.44737	4.830235	-10.03002	0.0000
R-squared	0.965955	Mean dependent var		10.39444
Adjusted R-squared	0.959876	S.D. dependent var		1.343641
S.E. of regression	0.269146	Akaike info criterion		0.371659
Sum squared resid	2.028307	Schwarz criterion		0.641017
Log likelihood	-0.318206	Hannan-Quinn criter.		0.463518
F-statistic	158.8883	Durbin-Watson stat		0.740465
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على البرنامج الإحصائي (Eviews10)

وفقا للجدول رقم (10) كانت نتائج النموذج الخطي الآسي للنتائج الداخلي الخام السياحي على

النحو التالي :

$$\text{Log(PibT)}_t = 0.188902 \text{Log(NT)}_t + 0.060255 \text{Log(NN)}_t + 5.349191 \text{Log(MT)}_t - 1.174293 \text{Log(IT)}_t - 0.014692 \text{Log(RT)}_t - 48.44737$$

$$(0,2125)^* \quad (0,8293) \quad (0,0000) \quad (0,0023) \quad (0,8531) \quad (0,0000)$$

$$R^2=0,9659 \quad N=34 \quad F=158,88 \quad \text{Prob(F-statistic)}=0,0000$$

$$R^2=0,9598 \quad \text{Prob(DW)}=0,7404$$

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

حيث أن:

* : هي عبارة عن قيم إحصائية لـ T ؛

R^2 : معامل التحديد؛

R^2 : معامل التحديد المصحح ؛

N : عدد المشاهدات ؛

DW: إحصائية ديربين واتسون (Durbin Watson)،

Prob: احتمال الخطأ.

4-3-1 تحليل إحصائي قياسي للنموذج الآسي:

لدراسة مدى صلاحية النموذج القياسي والخاص بالنتائج الداخلي الخام السياحي في الجزائر، لابد من إجراء مجموعة من الاختبارات الإحصائية لمعرفة مدى صلاحية كل نموذج من منظور منطق النظرية الاقتصادية، ومدى صلاحيته من إحصائيا، و يتم ذلك بعد اختيار أفضل نموذج للقيام باختياره من الناحية القياسية.

أ- اختبار معنوية معالم النموذج الآسي:

سنستخدم اختبار ستودنت لاختبار المعنوية الإحصائية لمعلم الانحدار β_i كل على حدى. وذلك بالمقارنة بين T_c (الحسابية) و T_t (الجدولية) عند مستوى معنوية $(\frac{\alpha}{2})$ لاختبار صحة إحدى الفرضيتين التاليتين:

$$\begin{cases} H_0 : B_i = 0 & \text{فرضية العدم} \\ H_1 : B_i \neq 0 & \text{الفرضية البديلة} \end{cases}$$

يمكن توضيح نتائج اختبار ستودنت للنموذج الآسي، القيم المحسوبة t_{cal} للمعلمات المقدرة والقيم الجدولية t_{tab} ، وأدنى مستوى معنوية $prob$ ، وذلك عند مستوى معنوية 5%، حيث قدرت القيمة الجدولية t_{tab} من جدول ستودنت عند نفس المعنوية، وبدرجة حرية $(N-K)=(6-34)=28$ ترافق القيمة 1,701 من جدول ستودنت (لاحظ الملحق رقم 2).

وقد كانت نتائج الاختبار الخاصة بالنموذج الآسي كما حملها الجدول الموالي :

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الجدول رقم(11): نتائج اختبار ستودنت للنموذج الآسي المقدر

المقدرات	المعاملات	القيم المحسوبة	القيم الجدولية	أدنى مستوى معنوية
الثابت	β_0	10.03002	1,701	0.0000
NT	β_1	1.275896	1,701	0.2125
NN	β_2	0.217650	1,701	0.8293
MT	β_3	8.822627	1,701	0.0000
IT	β_4	3.350897	1,701	0.0023
RT	β_5	0.186916	1,701	0.8531

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على الجدول رقم(6)

نلاحظ من خلال الجدول السابق بأن:

- بالنسبة لمعامل المتغير الثابت β_0 ، نلاحظ أن القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، و لدينا أدنى مستوى معنوية لـ β_0 (prob =0) يساوي الصفر أي أقل من 0,05، و عليه نقبل الفرضية البديلة H_1 أي أن (β_0) معنوي، ومنه يمكن قبول الثابت في النموذج بخطأ قدره 0,00%.
- بالنسبة لمعامل لوغاريتم عدد السياح (β_1) ، نلاحظ أن القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية، و لدينا أدنى مستوى معنوية لـ B_1 (prob =0.2125) أكبر من 0,05 و عليه نقبل بفرضية العدم H_0 ، أي أن β_1 ليس معنويا، و منه يمكن القول أن عدد السياح ليس له معنوية إحصائية عند مستوى معنوية 5% في تفسير الناتج الداخلي الخام السياحي خلال فترة الدراسة، وبالتالي ليس له تأثير عليه.
- بالنسبة لمعامل لوغاريتم عدد الليالي السياحية (β_2) ، نلاحظ أن القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية، و لدينا أدنى مستوى معنوية لـ β_2 (prob =0.8293) أكبر من 0,05 و عليه نقبل

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

بفرضية العدم H_0 ، أي أن (β_2) ليس معنويًا، و منه يمكن القول أن عدد الليالي السياحية ليس له معنوية إحصائية عند مستوى معنوية 5% في تفسير الناتج الداخلي الخام السياحي خلال فترة الدراسة، وبالتالي ليس له تأثير عليه.

- بالنسبة لمعامل لوغاريتم عدد الأيادي العاملة (β_3) ، القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، ولدينا أدنى مستوى معنوية ل β_3 (prob = 0)، أي أقل من 0,05، و عليه نقبل الفرضية البديلة H_1 أي أن (β_3) معنوي، و منه يمكن القول أن لوغاريتم عدد الأيادي العاملة له معنوية إحصائية عند مستوى معنوية 5% في تفسير الناتج الداخلي الخام السياحي خلال فترة الدراسة، و بالتالي له تأثير عليه.

- بالنسبة لمعامل لوغاريتم عدد الاستثمارات السياحية (β_4) ، القيمة المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية، ولدينا أدنى مستوى معنوية ل β_4 (prob = 0.0023)، أي أقل من 0,05، و عليه نقبل الفرضية البديلة H_1 أي أن (β_3) معنوي، و منه يمكن القول أن لوغاريتم عدد الاستثمارات السياحية له معنوية إحصائية عند مستوى معنوية 5% في تفسير الناتج الداخلي الخام السياحي خلال فترة الدراسة، و بالتالي فإن عدد الاستثمارات السياحية يؤثر على الناتج الداخلي الخام السياحي.

- بالنسبة لمعامل لوغاريتم الإيرادات السياحية (β_5) ، القيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية، و لدينا أدنى مستوى معنوية ل β_5 (prob = 0.8531) أكبر من 0,05 و عليه نقبل بفرضية العدم H_0 ، أي أن (β_5) ليس معنويًا، و منه يمكن القول أن الإيرادات السياحية ليس له معنوية إحصائية عند مستوى معنوية 5% في تفسير الناتج الداخلي الخام السياحي خلال فترة الدراسة، و بالتالي ليس لها تأثير عليه.

ب- اختبار المعنوية الإجمالية للنموذج الآسي: بناء على ما حملة الجدول رقم (6)، وجدنا:

- معامل التحديد المصحح R^2 : إن القيمة المتحصل عليها لمعامل التحديد تقدر بـ $R^2=0,9598$ ، حيث أن 95,98% من تغيرات الناتج الداخلي الخام السياحي تتأثر بالتغيرات المستقلة للنموذج، مما يدل على أن هناك ارتباط قوي بين الناتج الداخلي الخام السياحي والمتغيرات المفسرة، أما الباقي فتفسرها عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، و المتضمنة في حد الخطأ (U_t) .

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

- اختبار فيشر F : تستخدم إحصائية فيشر F لاختبار المعنوية الاجمالية للنموذج، وذلك باختبار الفرضيتين:

فرضية العدم: H_0 : كل المعلمات ليست لها معنوية.

الفرضية البديلة: H_1 : يوجد على الأقل معلمة لها معنوية إحصائية.

فعند مستوى معنوية 0,05 ودرجة حرية $(k-1)$ ، $(n-k)$ ، تحصلنا على:

$\text{Prob}(F\text{-statistic})=0,0000$ وهي أقل من 0,05 وعليه نرفض فرضية العدم H_0 ، ونقبل الفرضية

البديلة H_1 التي تنص على أنه يوجد على الأقل معلمة لها معنوية إحصائية، ما يدل على أن النموذج ككل له معنوية .

من خلال الدراسة الاقتصادية والإحصائية للنموذج الآسي المقدر، نلاحظ أن معلمات لوغاريتمات كل من عدد الأيدي العاملة والاستثمارات السياحية لهما معنوية إحصائية، بينما كل من معلمات لوغاريتمات عدد السياح وعدد الليالي السياحية والإيرادات السياحية ليس لهم معنوية إحصائية، ومع وجود ارتباط قوي بين المتغير التابع والمتغيرات المفسرة ربما دل كذلك على وجود تعدد خطي بين المتغيرات، ولهذا سنقوم بإجراء التحليل بين كل زوجين من المتغيرات للاطلاع على وجود تعدد خطي أم لا.

4-3-2 تحليل إقتصادي للنموذج الآسي:

من خلال النموذج المذكور أعلاه يلاحظ ما يلي :

- بالنسبة لمعامل لوغاريتم عدد السياح (β_1) يلاحظ أن إشارته موجبة أي أن العلاقة طردية بين المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) والمتغير المفسر (عدد السياح) خلال طول فترة الدراسة وتتفق هذه النتيجة مع التوقعات المسبقة ومنطق النظرية الاقتصادية، حيث إذا تغير عدد السياح بـ 1% فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتغير بـ 0.188%، إذن معامل لوغاريتم عدد السياح (β_1) له معنوية اقتصادية؛

- بالنسبة لمعامل لوغاريتم عدد الليالي السياحية (β_2) يلاحظ أن إشارته موجبة أي أن العلاقة طردية بين المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) والمتغير المفسر (عدد الليالي السياحية)، حيث إذا تغير عدد

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الليالي السياحية بـ 1% فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتغير بـ 0.06%، إذن معامل لوغاريتم عدد الليالي السياحية (β_2) له معنوية اقتصادية؛

— بالنسبة لمعامل لوغاريتم عدد الأيادي العاملة (β_3) يلاحظ أن إشارته موجبة أي أن العلاقة طردية بين المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) والمتغير المفسر (عدد الأيادي العاملة)، حيث إذا تغير عدد الأيادي العاملة بـ 1% فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتغير بـ 5.34%، إذن معامل لوغاريتم عدد الأيادي العاملة (β_3) له معنوية اقتصادية؛

— بالنسبة لمعامل لوغاريتم الاستثمارات السياحية (β_4) يلاحظ أن إشارته سالبة، أي أن العلاقة عكسية بين المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) والمتغير المفسر (الاستثمارات السياحية)، حيث إذا تغير عدد الاستثمارات السياحية بـ 1% فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتناقص بـ 1.17%، إذن معامل لوغاريتم الاستثمارات السياحية (β_4) ليس له معنوية اقتصادية؛

— بالنسبة لمعامل لوغاريتم الإيرادات السياحية (β_5) يلاحظ أن إشارته سالبة، أي أن العلاقة عكسية بين المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) والمتغير المفسر (الإيرادات السياحية)، حيث إذا تغير عدد الاستثمارات السياحية بـ 1% فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتناقص بـ 0.014%، إذن معامل لوغاريتم الإيرادات السياحية (β_5) ليس له معنوية اقتصادية .

3-3-4 تقدير النموذج الأسي بعد إزالة المتغيرة (الاستثمارات السياحية) بإبطاء 1 (التأخر بسنة واحدة) :

يوضح الجدول التالي الارتباط بين المتغيرات المستقلة الإيرادات السياحية و عدد الأيادي العاملة مع الناتج الداخلي الخام السياحي:

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الجدول رقم (12): نتائج تقدير النموذج الآسي بعد إزالة المتغيرة (الاستثمارات السياحية) بإبطاء سنة

Dependent Variable: D(LPibT)				
Method: Least Squares				
Date: 03/16/18 Time: 21:50				
Sample (adjusted): 1984 2016				
Included observations: 33 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.116914	0.018949	6.169991	0.0000
D(LRT)	0.008852	0.022885	0.386809	0.7017
D(LMT)	0.465156	0.249669	1.863087	0.0726
UT(-1)	-0.079830	0.051088	-1.562598	0.1290
R-squared	0.139968	Mean dependent var		0.137466
Adjusted R-squared	0.051000	S.D. dependent var		0.092419
S.E. of regression	0.090032	Akaike info criterion		-1.864098
Sum squared resid	0.235065	Schwarz criterion		-1.682703
Log likelihood	34.75762	Hannan-Quinn criter.		-1.803064
F-statistic	1.573230	Durbin-Watson stat		1.968054
Prob(F-statistic)	0.217142			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

يلاحظ من خلال الجدول المذكور أعلاه أنه يوجد ارتباط جد ضعيف بين المتغيرتين الإيرادات السياحية وعدد الأيدي العاملة مع الناتج الداخلي الخام السياحي. بنسبة 13,99% و كل من احتمال لوغاريتم المتغيرتين (LRT) و (LMT) أكبر من 0,05، أي أن لوغاريتم الإيرادات السياحية و الأيدي العاملة هما اللتان تسببان مشكل في النموذج وتؤثران عليه. كما أن Prob(F-statistic) أكبر من 0,05 أي أن المتغيرتين ليست لهما معنوية إحصائية.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الجدول رقم (13): نتائج تقدير النموذج الآسي بعد إزالة المتغيرة (الاستثمارات السياحية)

Dependent Variable: LPIBT				
Method: Least Squares				
Date: 03/16/18 Time: 22:07				
Sample: 1983 2016				
Included observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LRECT	0.134800	0.077369	1.742306	0.0914
LMVT	3.231741	0.203770	15.85978	0.0000
C	-28.67006	2.091690	-13.70665	0.0000
R-squared	0.941253	Mean dependent var		10.39444
Adjusted R-squared	0.937463	S.D. dependent var		1.343641
S.E. of regression	0.336011	Akaike info criterion		0.740751
Sum squared resid	3.500004	Schwarz criterion		0.875430
Log likelihood	-9.592770	Hannan-Quinn criter.		0.786681
F-statistic	248.3420	Durbin-Watson stat		0.474668
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

من خلال الجدول رقم (13) لوحظ أن احتمال لوغاريتم الإيرادات السياحية أكبر من 0,05 أي يساوي 0.0914 بنسبة 9%، فليس لها معنوية إحصائية فلا نستطيع الاستغناء عن هذه المتغيرة لأنها ضرورية في النموذج ومن المؤشرات الأساسية للسياحة. بينما المتغيرة عدد الأيدي العاملة أن احتمالها اللوغاريتمي أقل من 0,05 إذن لها معنوية إحصائية و اقتصادية.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الجدول رقم (14): نتائج تقدير النموذج الأسي بعد إزالة المتغيرة (الاستثمارات السياحية) بإبطاء سنتين

Dependent Variable: LPibT				
Method: Least Squares				
Date: 03/17/18 Time: 21:48				
Sample (adjusted): 1985 2016				
Included observations: 32 after adjustments				
Convergence achieved after 11 iterations				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	20.61512	3.004702	6.860955	0.0000
LRT	-0.001008	0.020095	-0.050163	0.9603
LMT(-1)	-0.537460	0.235411	-2.283065	0.0302
AR(1)	0.958095	0.009832	97.44320	0.0000
R-squared	0.996298	Mean dependent var	10.55413	
Adjusted R-squared	0.995901	S.D. dependent var	1.214184	
S.E. of regression	0.077737	Akaike info criterion	-2.154505	
Sum squared resid	0.169205	Schwarz criterion	-1.971288	
Log likelihood	38.47208	Hannan-Quinn criter.	-2.093774	
F-statistic	2511.565	Durbin-Watson stat	2.002621	
Prob(F-statistic)	0.000000			
Inverted AR Roots	.96			

المصدر : من إعداد الباحثة اعتمادا على نتائج برنامج EViews10

من خلال الجدول رقم (14) اتضح أن لوغاريتم الأيدي العاملة أقل من 5% أي لهذه المتغيرة معنوية إحصائية، إلا أن الإيرادات السياحية ليس لها معنوية إحصائية، أما فيما يخص قيمة ديرين واتسون (Durbin-Watson stat) فتقدر بـ 2.002621، فمن خلال جدول "ديرين واتسون" نلاحظ أن قيمة الارتباط الذاتي بين الأخطاء تساوي 2.

4-3-4- اختبار الارتباط الذاتي للأخطاء بإبطاء سنتين:

هو اختبار يتم لمعرفة وجود معامل الارتباط الذاتي بين الأخطاء من الدرجة الأولى من عدمه، حيث أن وجوده يؤثر سلبا على نتائج المربعات الصغرى العادية من حيث:
لهذا نستعمل اختبار دورين واتسون للكشف عن هذا الاختلال، حيث يهدف إلى اختبار الفرضيتين التاليتين:

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

$$\begin{cases} H_0 : P=0 & \text{فرضية العدم: تنص على انعدام الارتباط الذاتي} \\ H_1 : P \neq 0 & \text{الفرضية البديلة: تنص على وجود ارتباط ذاتي} \end{cases}$$

حيث ρ هي الارتباط الذاتي من الدرجة الأولى بين الأخطاء.

ومن أجل اختبار هاتين الفرضيتين يجب حساب إحصائيتين دارين واتسون (DW) أولاً ثم نقارنها بالقيم الجدولية لدارين واتسون (dL, du) والتي تشير إلى وجود أو عدم وجود ارتباط ذاتي من الدرجة الأولى سواء موجب أو سالب، أو التي تجعل نتيجة الانحدار غير محدودة ويتم حساب إحصائية دارين واتسون حسب العلاقة التالية¹:

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

وكانت قيمة DW المحسوبة تساوي 2 والقيمة المستخرجة من الجدول (جدول ديرين واتسون الملحق رقم 3) والأخذ بعين الاعتبار عدد المشاهدات ($n=34$) وعدد المتغيرات المستقلة $K=5$ نجد كل من DL و DU على التوالي: 1,58 و 1,31، والملاحظ أن قيمة DW المحسوبة تساوي 2 تقع ضمن منطقة عدم وجود ارتباط ذاتي بين الأخطاء، وبالتالي النموذج لا يعاني من مشكلة الارتباط بين الأخطاء.

4-4_ تفسير الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة (variance Inflation Factor):

لا بد من إيجاد قيمة الارتباط المتعدد كأحد الافتراضات القائم عليها الانحدار المتعدد، فكلما كان الارتباط بين متغيرات الدراسة المستقلة عال، فهذا يعني أن هناك تأثير متبادل فيما بينها، ويمكن الاعتماد على مقياس (VIF) لقياس مستوى الارتباط المتعدد بناءً على المعادلة التالية²: $VIF=1 \div 1-R^2$

1_ شبيخي محمد، طرق الاقتصاد القياسي، محاضرات و تطبيقات. دار حامد للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012، ص98.

2_ محمد خير سليم أبو زيد، التحليل الإحصائي باستخدام برمجية (SPSS ; VERSION (15-16)). دار جرير للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2010، ص393.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

حيث يمثل R أعلى قيمة ارتباط بين متغيرات الدراسة المستقلة، و يمكن الحصول على قيمته في

جدول (معاملات النموذج) فقيمته بالنسبة لكل المعاملات المستقلة فهي:

في حالة ما إذا كان ($vif < 10$) فلا وجود لمشكل الارتباط الخطي، و الجدول الموالي يوضح الارتباط المتعدد بين متغيرات الدراسة المستقلة .

الجدول رقم (15): نتائج الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة

Variance Inflation Factors			
Date: 03/16/18 Time: 21:19			
Sample: 1983 2016			
Included observations: 34			
Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	3.57E+08	30.25566	NA
RECT	28.50513	12.72438	4.793747
NBRN	3.48E-05	63.70450	6.402671
MVT	0.151524	277.4759	24.46650*
INVT	2104.061	141.6520	24.46650*

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

من خلال الجدول المذكور أعلاه اتضح أن قيم الارتباط المتعدد بين المتغيرتين المستقلة (الإيرادات السياحية وعدد الليالي السياحية) كالتالي: **4.793747** و **6.402671**، و هي أقل من 10، لذلك لا يمكن القول أن هناك ارتباطا عاليا بين متغيرات الدراسة المستقلة، بينما قيمة الارتباط المتعدد بين المتغيرتين المستقلة (عدد الأيادي العاملة والاستثمارات السياحية) مساوية لـ **24.46650** وهي أكبر من 10 لذلك يمكن القول أنه هناك ارتباط عال بين هاتاه المتغيرتين. وهذا ما يدعو لنمذجة المتغير التابع المتمثل في الناتج الداخلي الخام السياحي مع كل متغير مستقل على حدى.

4-5 نمذجة الناتج الداخلي الخام السياحي مع كل متغير مستقل على حدى :

لمعرفة علاقة المتغير التابع (الناتج الداخلي الخام السياحي) مع المتغيرات المستقلة نقوم بدراسة الانحدار للمتغير التابع مع كل متغيرة مستقلة على حدى .

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

4_5_1 دراسة الانحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي والإيرادات السياحية:

لمعرفة العلاقة بين الناتج الداخلي الخام السياحي و الإيرادات السياحية نقوم بتقدير نموذج الانحدار،
إذ تظهر نتائجه في الجدول الموالي:

الجدول رقم (16): نتائج تقدير نموذج الانحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي و الإيرادات السياحية

Dependent Variable: PIBT				
Method: Least Squares				
Date: 03/16/18 Time: 21:08				
Sample: 1983 2016				
Included observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6746.641	9231.881	-0.730798	0.4702
RT	38.84422	4.024258	9.652516	0.0000
R-squared	0.744350	Mean dependent var		63603.71
Adjusted R-squared	0.736361	S.D. dependent var		64349.32
S.E. of regression	33040.68	Akaike info criterion		23.70589
Sum squared resid	3.49E+10	Schwarz criterion		23.79567
Log likelihood	-401.0001	Hannan-Quinn criter.		23.73651
F-statistic	93.17107	Durbin-Watson stat		0.406626
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج Eviews10

يمكن تلخيص النتائج كالتالي :

$$PIBT = -6746.641 + 38.84422 RT_t$$

$$(0.730798) * (9.652516)$$

$$R^2 = 0.744350 \quad N = 34 \quad F = 93.17107 \quad Prob(F\text{-statistic}) = 0.000000$$

$$\bar{R}^2 = 0.736361 \quad Prob(DW) = 0.406626$$

حيث أن :

*: هي عبارة عن قيم إحصائية لـ t.

من خلال الجدول المذكور أعلاه لوحظ ارتباط قوي بنسبة 73,63% بين الناتج الداخلي الخام السياحي والإيرادات السياحية، أي أن 73,63% من تغيرات الناتج الداخلي الخام السياحي تتأثر بالإيرادات السياحية.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

4_5_2 دراسة الانحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي و عدد السياح:

لمعرفة العلاقة بين الناتج الداخلي الخام السياحي و عدد السياح نقوم بتقدير نموذج الانحدار ، إذ تظهر نتائجه في الجدول الموالي:

الجدول رقم (17): نتائج تقدير نموذج انحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي وعدد السياح

Dependent Variable: PibT Method: Least Squares Date: 03/16/18 Time: 21:10 Sample: 1983 2016 Included observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1076.510	23624.01	-0.045568	0.9639
NT	0.040704	0.013501	3.014811	0.0050
R-squared	0.221204	Mean dependent var		63603.71
Adjusted R-squared	0.196867	S.D. dependent var		64349.32
S.E. of regression	57668.37	Akaike info criterion		24.81983
Sum squared resid	1.06E+11	Schwarz criterion		24.90961
Log likelihood	-419.9371	Hannan-Quinn criter.		24.85045
F-statistic	9.089086	Durbin-Watson stat		0.063839
Prob(F-statistic)	0.005002			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

يمكن تلخيص النتائج كالتالي :

$$PIBT = -1076.510 + 0.040704 NT_t$$

$$(0.045568) * (3.014811)$$

$$R^2 = 0.221204$$

$$N = 34$$

$$F = 9.089086$$

$$\bar{R}^2 = 0.19686$$

$$Prob(DW) = 0.063839$$

من خلال الجدول المذكور أعلاه لوحظ ارتباط **ضعيف** بنسبة 19,86% بين الناتج الداخلي الخام

السياحي والإيرادات السياحية، وهذا من خلال معامل التحديد $\bar{R}^2 = 0.19686$. أي أن 19,86%

من تغيرات الناتج الداخلي الخام السياحي تتأثر بعدد السياح.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

4_5_3 دراسة الانحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي و عدد الليالي السياحية:

لمعرفة العلاقة بين الناتج الداخلي الخام السياحي و عدد الليالي السياحية نقوم بتقدير نموذج الانحدار، إذ تظهر نتائجه في الجدول الموالي:

الجدول رقم (18): نتائج تقدير نموذج انحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي و عدد الليالي السياحية

Dependent Variable: PibT				
Method: Least Squares				
Date: 03/16/18 Time: 21:11				
Sample: 1983 2016				
Included observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-112568.8	13090.44	-8.599315	0.0000
NN	0.039991	0.002818	14.19008	0.0000
R-squared	0.862872	Mean dependent var		63603.71
Adjusted R-squared	0.858587	S.D. dependent var		64349.32
S.E. of regression	24198.55	Akaike info criterion		23.08300
Sum squared resid	1.87E+10	Schwarz criterion		23.17278
Log likelihood	-390.4109	Hannan-Quinn criter.		23.11362
F-statistic	201.3582	Durbin-Watson stat		1.388568
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

يمكن تلخيص النتائج كالتالي :

$$\text{PibT} = -112568.8 + 0.039991\text{NN}_t$$

$$(8.599315)^* \quad (14.19008)$$

$$\text{R}^2 = 0.862872 \quad \text{N} = 34 \quad \text{F} = 201.3582$$

$$\bar{\text{R}}^2 = 0.858587 \quad \text{Prob(DW)} = 1.388568$$

من خلال الجدول المذكور أعلاه لوحظ ارتباط قوي بنسبة 85,85% بين الناتج الداخلي الخام السياحي و الإيرادات السياحية، و هذا من خلال معامل التحديد المصحح $\bar{\text{R}}^2 = 0.858587$ ، أي أن 85,85% من تغيرات الناتج الداخلي الخام السياحي تتأثر بعدد الليالي السياحية.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

4_5_4 دراسة الانحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي وعدد الأيدي العاملة السياحية:

لمعرفة العلاقة بين الناتج الداخلي الخام السياحي و عدد الأيدي العاملة السياحية نقوم بتقدير نموذج

الانحدار، إذ تظهر نتائجه في الجدول الموالي:

الجدول رقم (19): نتائج تقدير نموذج انحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي و عدد الأيدي العاملة

السياحية

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-113725.9	18619.19	-6.107993	0.0000
MT	1.263881	0.126719	9.973894	0.0000
R-squared	0.756614	Mean dependent var		63603.71
Adjusted R-squared	0.749008	S.D. dependent var		64349.32
S.E. of regression	32238.40	Akaike info criterion		23.65673
Sum squared resid	3.33E+10	Schwarz criterion		23.74651
Log likelihood	-400.1644	Hannan-Quinn criter.		23.68735
F-statistic	99.47855	Durbin-Watson stat		0.109853
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

يمكن تلخيص النتائج كالتالي :

$$PIBT = -113725.9 + 1.263881 MVT_t$$

$$(6.107993) * (9.973894)$$

$$R^2 = 0.756614 \quad N = 34 \quad F = 99.47855$$

$$\bar{R}^2 = 0.749008 \quad Prob(DW) = 0.109853$$

من خلال الجدول المذكور أعلاه لوحظ ارتباط قوي بنسبة 74,90% بين الناتج الداخلي الخام

السياحي و عدد الأيدي العاملة السياحية، وهذا من خلال معامل التحديد المصحح $\bar{R}^2 = 0.749008$.

أي أن 74,90% من تغيرات الناتج الداخلي الخام السياحي تتأثر بعدد الأيدي العاملة السياحية.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

4_5_5 دراسة الانحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي وعدد الاستثمارات السياحية:

لمعرفة العلاقة بين الناتج الداخلي الخام السياحي و عدد الاستثمارات السياحية نقوم بتقدير نموذج

الانحدار، إذ تظهر نتائجه في الجدول الموالي:

الجدول رقم (20): نتائج تقدير نموذج انحدار بين الناتج الداخلي الخام السياحي وعدد الاستثمارات

السياحية

Dependent Variable: PIBT				
Method: Least Squares				
Date: 03/16/18 Time: 21:13				
Sample: 1983 2016				
Included observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-60968.16	17612.13	-3.461715	0.0015
INVT	151.0718	19.76888	7.641901	0.0000
R-squared	0.646012	Mean dependent var		63603.71
Adjusted R-squared	0.634950	S.D. dependent var		64349.32
S.E. of regression	38879.44	Akaike info criterion		24.03134
Sum squared resid	4.84E+10	Schwarz criterion		24.12113
Log likelihood	-406.5328	Hannan-Quinn criter.		24.06196
F-statistic	58.39865	Durbin-Watson stat		0.155709
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

يمكن تلخيص النتائج كالتالي :

$$PIBT = -60968.16 + 151.0718 INVT_t$$

$$(3.461715) * (7.641901)$$

$$R^2 = 0.646012 \quad N = 34 \quad F = 58.39865$$

$$\bar{R}^2 = 0.634950 \quad Prob(DW) = 0.15570$$

من خلال الجدول المذكور أعلاه لوحظ ارتباط قوي بنسبة 63,49% بين الناتج الداخلي الخام

السياحي و عدد الاستثمارات السياحية، وهذا من خلال معامل التحديد المصحح $\bar{R}^2 = 0.634950$. أي

أن 63,49% من تغيرات الناتج الداخلي الخام السياحي تتأثر بعدد الاستثمارات السياحية.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

5_ مقارنة القيم الفعلية والقيم المقدرة باستخدام النموذج الآسي:

من خلال تحليل النماذج السابقة كل على حدى تم اختيار النموذج الآسي كأفضل نموذج. بالإضافة إلى كونه حصل على أدنى مجموع مربعات الاخطاء، الذي قدرت قيمته بـ 2.028. (أنظر الجدول 5 و 10).

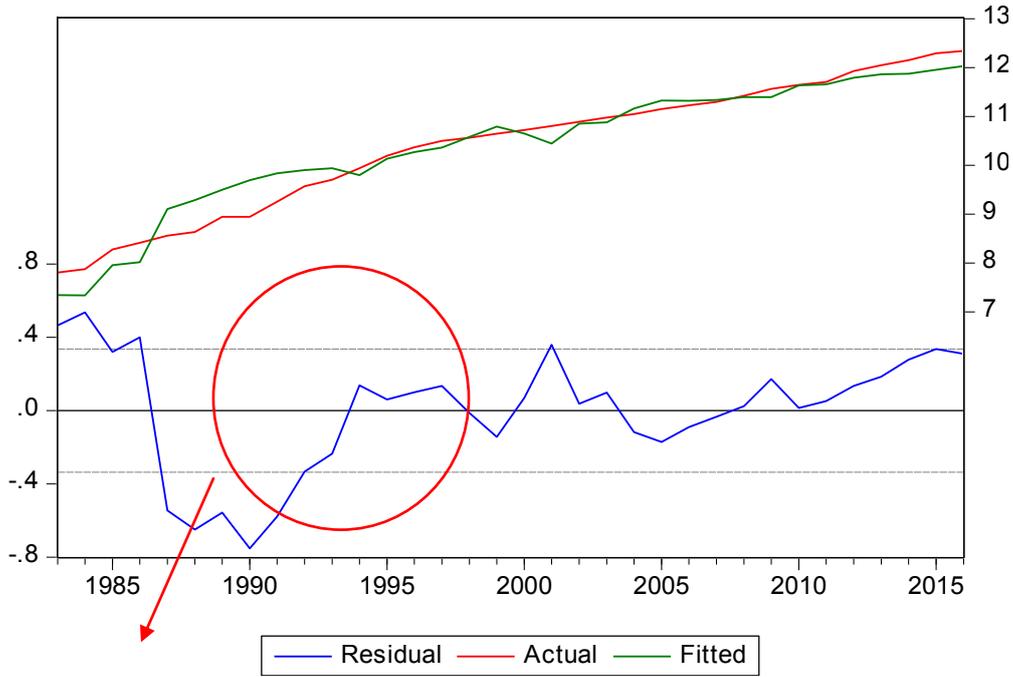
وفي نفس السياق؛ يبين الشكل 05 أن القيم المقدرة باستعمال النموذج السابق ليست بعيدة عن القيم الفعلية، إلا في أواخر الثمانينيات إلى غاية منتصف التسعينيات لوحظ تباعد بين القيم المقدرة و القيم الفعلية و هذا راجع للأوضاع التي عاشتها الجزائر في تلك الفترة ففي سنوات الثمانينيات ابتداء من سنة 1987مرت الجزائر بأزمة اقتصادية و سياسية خاصة في سنة 1988.

ومع حلول سنوات التسعينيات كانت الأوضاع مزرية أي العشرية السوداء التي أثرت سلبا على الاقتصاد الوطني، ثم بدأ الاقتصاد يتطور شيئا فشيئاً مع حلول سياسة الإصلاح إلى يومنا هذا في كل المجالات الاقتصادية خاصة القطاع السياحي الذي هو موضوع دراستنا.

بعد أن تأكدنا من مدى صلاحية النموذج من الناحية الاقتصادية والإحصائية، سنقوم باختباره من الناحية القياسية لمعرفة مدى انسجامه وتطابقه مع الفرضيات الخاصة به، وسيتم اختبار النموذج الخاص بالفترة الأخيرة لأنه هو المهم سواء من حيث التنبؤ أو التحليل.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الشكل رقم (7) : مقارنة منحني القيم الفعلية والقيم المقدرة للناتج الداخلي الخام السياحي في الجزائر للفترة ما بين (2016_1983).



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

6_تقييم النموذج المقدر:

معنوية معادلة النموذج المقدر ومعنوية المعلمات مؤشرات تعكس جودة النموذج، ولكن قبول هذا النموذج والاعتماد عليه في عملية التقدير يعتمد على خلوه من المشاكل الإحصائية، لذلك يجب القيام باختبارات مهمة على البواقي، والمتمثلة في اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي، واختبار تجانس التباين.

6_1 اختبار التوزيع الطبيعي:

يجب أن تكون البواقي تتبع التوزيع الطبيعي، وإجراء هذا الاختبار تم الاعتماد على اختبار جارك

بيروا، ويقوم الاختبار على فرضيتين:

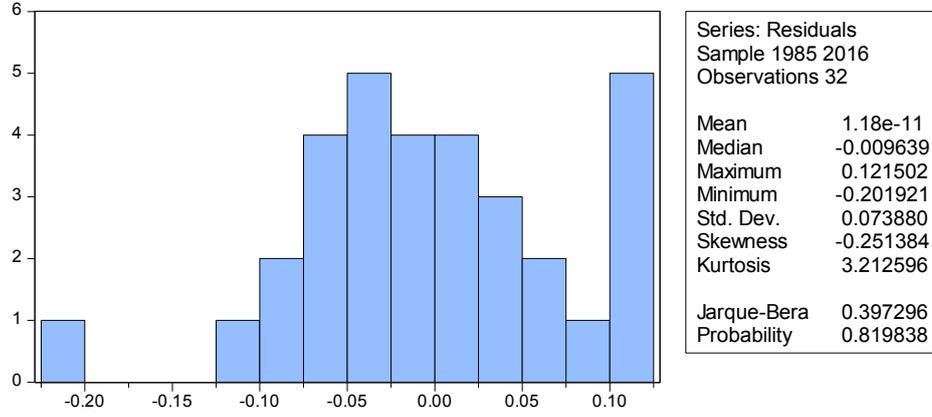
H_0 : البواقي تتبع التوزيع الطبيعي

H_1 : البواقي لا تتبع التوزيع الطبيعي

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

وكانت النتائج المحصل عليها من برنامج Eviews كالتالي:

الشكل رقم (8): منحنى اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على برنامج Eviews10

من خلال نتائج جارك بيرو لاحظ أن الاحتمال يساوي **0,819838** و هو أكبر من **0,05** و منه يتم قبول فرضية العدم H_0 بأن البواقي تتبع القانون الطبيعي.

6_2 اختبار تجانس التباين لبروش باقان قودفراي و وايت:

يجب ألا يكون هناك تجانس تباين بين البواقي حتى يكون النموذج خالي من المشاكل الإحصائية، واختبار كل من بروش باقان قودفراي و وايت (Breusch-Godfrey & White) يقومان على فرضيتين:

H_0 : لا يوجد تجانس تباين بين البواقي

H_1 : يوجد تجانس تباين بين البواقي

والجدول الموالي لبروش باقان قودفراي يوضح ذلك .

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية – دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

الجدول رقم (21) : اختبار عدم التجانس لـ "بروش باقان قودفراي"

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	0.391427	Prob. F(2,26)	0.6800
Obs*R-squared	0.935350	Prob. Chi-Square(2)	0.6265
Heteroskedasticity Test: White			
F-statistic	1.458979	Prob. F(9,22)	0.2241
Obs*R-squared	11.96061	Prob. Chi-Square(9)	0.2155
Scaled explained SS	10.13075	Prob. Chi-Square(9)	0.3400

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج برنامج eviews10

ومن النتائج المحصل عليها في جدول عدم التجانس لـ بروش باقان قودفراي كانت قيمة احتمال F-statistic بمستوى معنوية 0,6800 وبما أنها أكبر من 5% فإننا نقبل فرضية العدم H_0 أي أنه لا يوجد تجانس التباين بين الأخطاء. نفس الشيء بالنسبة لاختبار وايت ، كانت قيمة احتمال F-statistic تساوي 0,2241، أي أكبر من 0,05، و منه نقبل فرضية العدم H_0 ، أي لا يوجد تجانس التباين بين الأخطاء.

بما أن النموذج اجتاز جميع الاختبارات على البواقي، حيث تم التوصل إلى أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي ولا يوجد ارتباط ذاتي بينها، كما لا يوجد تجانس تباين، فإن هذا النموذج يعتبر نموذجا مقبولا إحصائيا، و يمكن الاعتماد عليه في تفسير الناتج الداخلي الخام السياحي الذي يساهم في التنمية الاقتصادية الوطنية بشتى أنواع المتغيرات التي تفسره والمتمثلة في المتغيرات المستقلة المذكورة سابقا .

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

6_3 تحليل النتائج المتوصل إليها:

لقد تمكنا من خلال الدراسة الاقتصادية والإحصائية والقياسية من تقدير أفضل نموذج قياسي للنتائج الداخلي الخام السياحي في الجزائر خلال الفترة ما بين 1983 و 2016 انطلاقا من المعطيات الإحصائية الخاصة بالمتغيرات المفسرة الخارجية الداخلة في تركيب النموذج الأسي بعد إزالة المتغيرة (الاستثمارات السياحية) و المتمثلة معادلته الانحدارية كاتالي :

6_3_1 نتائج تقدير النموذج الأسي النهائية :

$$LPibT = -28.67006 + 0.134800 LRT_t + 3.231741 LMT_t$$

على ضوء هذا النموذج سيتم تحليل محتواه انطلاقا من المعالم المقدرة، وفيما يلي النتائج المتحصل عليها :
_ خلال الفترة 1983_2016 كانت أهم العوامل الأكثر تأثيرا على الناتج الداخلي الخام السياحي في الجزائر هي الإيرادات السياحية بمعامل 0,134800، و عدد الأيدي العاملة بمعامل 3,231741، ويعني هذا أنه إذا تغيرت الإيرادات بواحد مليون دج فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتغير بـ 0,134800 مليون دج. وأنه إذا تغير عدد الأيدي العاملة بوحدة واحدة فإن الناتج الداخلي الخام السياحي يتغير بـ 3,231741 .

إن عدم ظهور المتغيرات المفسرة الأخرى في النموذج ربما أنه لا يوجد علاقة واضحة بين الناتج الداخلي الخام السياحي والمتغيرات الأخرى في المدى الطويل، أو أن الإحصائيات المتحصل عليها خلال طول الفترة غير دقيقة، أو عدم تأثير الناتج الداخلي الخام الخاص بالسياحة بالمتغيرات المستقلة المتمثلة في الاستثمارات السياحية، عدد السياح، عدد الليالي السياحية .

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

المبحث الثالث: آفاق القطاع السياحي التنموي في الجزائر

على غرار القطاعات الاقتصادية الأخرى المتمثلة في الصناعة، الزراعة، الخدمات، الثقافة... إلخ، فالسياحة مصدرا للدخل الوطني مدعما للنمو الاقتصادي خاصة على المستوى المحلي، فالجزائر اهتمت لهذا القطاع اعتمادا على ما تملكه من قدرات تاريخية وحضارية وكذا البشرية ومن مقومات طبيعية، وذلك من خلال تدعيم السياحة المحلية وتحويل الجزائر من بلد مصدر إلى بلد مستقبل للسواح، وهذا ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في آفاق 2030، الذي يمثل مرجعا استراتيجيا طويل المدى للسياحة الجزائرية. ومفهوما تنمويا جديدا لها.

فهو جزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم (2025)، والمنصوص عليه في القانون رقم 20_01 الصادر بتاريخ 2001_12_12، الذي يتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، وهو المخطط الذي تستمد من خلاله الجزائر مشروعها السياحي الإقليمي في آفاق 2030.¹

1_ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر آفاق 2025:

يمثل المخطط التوجيهي للتنمية السياحية مرجعا استراتيجيا وجزءا من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم في آفاق 2025 (SDAT)، إذ يبرز مبعثي تنمية السياحة الجزائرية، لكي يُمكن الجزائر بالالتحاق بالدول الأخرى على الساحة الدولية اجتماعيا واقتصاديا في السنوات المقبلة. فقد تم تحديد خمسة أهداف كبرى لتنفيذ إستراتيجية وسياسة جديدة متمثلة في:

1_1 الاهتمام بالقطاع السياحي وجعله قطاع بديل للمحروقات.

2_1 جعل الجزائر كمقصد للسياح بامتياز تمشين صورتها .

3_1 تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى

4_1 الاهتمام بالتراث الثقافي والتاريخي والمحافظة عليهما،

5_1 الاهتمام بترقية السياحة والبيئة مع بعض.²

1 _ <http://www.skikdatourisme.com/ar> date de consultation : 24 -01-2018

2 _ <http://www.andt-dz.org/ar/?action=formunik&type=menu&idformunik=22> date de consultation :23 /01/2018

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

2_ الديناميكيات الخمس للمخطط التوجيهي للتنمية السياحية

يرتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات .

2_1 الديناميكية الأولى : مخطط الجزائر كوجهة سياحية تجلب فرص الاستثمار والمنافسة؛

2_2 الديناميكية الثانية : الأقطاب السياحية ذات الامتياز؛

2_3 الديناميكية الثالثة : مخطط الجودة السياحية؛

2_4 الديناميكية الرابعة : إقامة الشراكة بين القطاعين العام والخاص؛

2_5 الديناميكية الخامسة : مخطط تمويل السياحة من أجل دعم النشاطات السياحية، وجلب كبار

المستثمرين والمتعاملين.

3_ الأقطاب السياحية السبعة المتميزة :

لقد حدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم 7 مناطق سياحية كبرى وفقا للمقومات والمؤهلات الخاصة

بكل منطقة¹ :

3_1 القطب السياحي المتميز شمال شرق:

إذ يمثل المناطق التالية: سكيكدة، قالمة، عنابة، الطارف، سوق أهراس وتبسة، يتميز بأكثر من 300

كلم من الشريط الساحلي، و874.000 هكتار من مساحة الغابات، يعتبر قطبا مهما تركز عليه التنمية

السياحية جهويا، إذ يتوفر على إمكانيات كبيرة لتطوير السياحة على مستوى الجبال؛

3_2 القطب السياحي المتميز شمال وسط :

يشمل المناطق الآتية: الجزائر العاصمة، البليدة، تيبازة، الشلف، بومرداس، عين الدفلى، البويرة، المدية،

بجاية وتيزي وزو، يتموقع هذا القطب في وسط البلاد ويطل على واجهة البحر الأبيض المتوسط، إذ يمتد على

مسافة 615 كلم، أي بنسبة 51% من طول الشريط الساحلي الجزائري، فقد يخدم البنى التحتية التي تعتبر من

شروط التنمية السياحية، فقد يقدم خدمات متنوعة لأقطاب النشاطات الصناعية، وله إمكانيات تمكنه من

جذب أكبر عدد ممكن من السياح؛

1 _<http://www.andt-dz.org/ar/?action=formunik&type=menu&idformunik=22> date de

consultation :23 /01/2018

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

3_3 القطب السياحي المتميز شمال غرب :

يمثل المناطق التالية: تلمسان، وهران، عين تموشنت، مستغانم، سيدي بلعباس، معسكر وغيليزان، يتميز بالموقع الجغرافي الحيوي الذي يطل على السوق السياحية لأوروبا (إسبانيا)، تمتد مساحته حوالي 35000 كلم²، يتميز بنى تحتية متنوعة وحديثة، إذ يضم معدات معتبرة على الصعيد الوطني والدولي من خدمات، صناعة ثقيلة، وغيرها مما تمكنها تهيئة الفضاءات السياحية ؛

3_4 القطب السياحي المتميز جنوب شرق:

من مناطقه ما يلي: بسكرة، غرداية والوادي، تقدر مساحته 160000 كلم²، وعدد سكانه يقدر ب 1,5 مليون نسمة، ومن مناطقه الشهيرة غرداية التي تعد بوابة الصحراء، ومركزا هاما للسياحة ؛

3_5 القطب السياحي المتميز جنوب غرب :

يشمل المناطق التالية: أدرار وبشار، يغطي مساحة 603000 كلم²، تمثل كل من توات وغورارة قطبا تاريخيا وتراثيا على المستوى العالمي؛

3_6 القطب السياحي المتميز الكبير :

تمثل منطقة الهقار الواقع في منطقة إيليزي الذي يغطي مساحة 284618 كلم²، يحتوي على ثروات ثقافية وطبيعية، وآثار، فالمساحات الكبيرة منها تشمل لوحات الكهوف ذات القيمة التاريخية، فهذا التراث محمي من قبل الحضيرة الوطنية بالطاسيلي، إذ صنف من قبل منظمة اليونسكوسنة 1981 كتراث عالمي ؛

3_7 القطب السياحي المتميز الكبير :

يتمثل في الأهقار التي تبلغ مساحتها 456200 كلم²، من التراب الوطني، فهذا القطب يجاور ولاية تمنراست، فهو إقليم كبير وواسع، له عدة ثروات طبيعية وثقافية .

4_أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية :

بعد فشل سياسة الجزائر الترقية في مجال الاستثمار والخصوصية في سنوات التسعينيات، وبعد عودة الاستقرار الأمني والسياسي في البلاد، سعت الجزائر إلى إعادة بعث القطاع السياحي وقامت بإعداد خطة لتطوير القطاع المتمثلة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي يهدف إلى ما يلي :

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية
خلال الفترة (1983-2016)

- تقديم صورتها حول تطور القطاع السياحي على مستوى فترات زمنية على المدى القصير (2009) أو على المدى المتوسط (2015)، أو على المدى البعيد (2025)، في إطار التنمية المستدامة لجعل الجزائر مقصدا سياحيا¹؛
- تحديد شروط قابلية التجسيد، ووضعها حيز التنفيذ؛
- ضمان توازن الإنصاف الاجتماعي، وحماية البيئة؛
- المحافظة على الثروات الطبيعية، الثقافية والتاريخية والمحافظة عليها .

1 _<http://www.andt-dz.org/ar/?action=formunik&type=menu&idformunik=22> date de consultation :23 /01/2018

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

خلاصة:

تمثل الاستثمارات السياحية أساس التنمية الاقتصادية لما تجلبه من فوائد لاقتصاد في أي بلد وفي الجزائر خاصة، فمن خلالها يزيد عدد السياح الذي بدوره يقدم قيمة مضافة للإيرادات السياحية من خلال جلب العملة الصعبة إن كان أجنبيا أو العملة المحلية إن كان سائح جزائري، كما يزيد عدد الليالي السياحية من خلال الإقامة في المؤسسات السياحية التي بدورها توفر أيادي عاملة سياحية التي تساهم في الحد من مشكل البطالة، إلا أنها لم تحظ بالاهتمام من قبل السلطات المعنية بالقطاع، هذا ما جعل الجزائر بعيدة كل البعد عن مثلها في الدول المجاورة، وانعكس عليها سلبا في مساهمتها في الناتج الداخلي الخام للدولة، وفي التخفيف من حدة البطالة من خلال التشغيل.

لكن مؤخرا وبعبء أدركت الجزائر أن السياحة ضرورية في تنمية الاقتصاد، قامت بمبادرات من طرف السلطات العمومية لإحياء القطاع من جديد وتنميته.

فقد قامت بإعداد خطة امتدت إلى غاية 2010، ففي المرحلة الأولى من سنة 2001 إلى غاية 2005، كانت مرحلة تشجيع وتحضير للاستثمار السياحي والتحكم فيه، أما المرحلة الثانية فكانت من سنة 2006 إلى غاية 2010، فقد تخصصت في تقييم الإنجاز والبناء الفعلي للاستثمارات، ثم قامت السلطات بإعداد المخطط التوجيهي للتنمية السياحية 2025 الذي كان بموجبه تحديد الآفاق ووسائل بلوغها لجعل القطاع أكثر رواجاً في الاقتصاد الوطني.

حاولنا من خلال هذا الفصل القيام بدراسة قياسية للناتج الداخلي الخام السياحي الذي يساهم في التنمية الاقتصادية في الجزائر، وكيف يتأثر بالمتغيرات المستقلة المتمثلة في الإيرادات السياحية وعدد السياح الذين يتوافدون إلى الجزائر الذين يستفاد منه من خلال اقتناء العملة الصعبة، وزيادة حجم المبيعات للمؤسسات الفندقية وغيرها، إضافة إلى الزيادة في عدد الليالي السياحية التي توفرها المؤسسات الفندقية أي الاستثمارات السياحية المادية والمعنوية المتمثلة في الأفراد الشاغلين بها والتي تساهم هذه الأخيرة في التخفيض من البطالة وتقديم أفضل الخدمات التي تؤدي إلى جلب ورضا السائح المحلي والأجنبي.

الفصل الرابع: أثر الاستثمار السياحي في الجزائر على التنمية الاقتصادية - دراسة تحليلية قياسية خلال الفترة (1983-2016)

لكن ما لاحظناه في نتائج تقدير النموذج كان من الصعب علينا تفسير هذه الفرضيات وتطبيقها مع الواقع، حتى قمنا بإلغاء بعض المتغيرات المستقلة كعدد الليالي السياحية، عدد السياح، الاستثمارات السياحية، التي مكنتنا من الحصول على النموذج الأفضل و الخروج بنتيجة قياسية وإحصائية و اقتصادية.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة:

لم تعط الجزائر التفاتة للقطاع السياحي على الرغم من توفر المقومات السياحية وذلك راجع لعدم تخصص المسؤولين في القطاع ، والإمكانيات المادية والبشرية التي تمكنها من أن تكون مقصدا سياحيا يساهم في تنمية الاقتصاد وانتعاشه وذلك من خلال توفير فرص شغل، وجلب العملات الأجنبية، إضافة إلى الاهتمام بالاستثمارات المحلية والأجنبية.

والملاحظ أنه لم تتمكن من المنافسة الدولية في القطاع حيث نسبتها لا تقارب ما يعادل 2% من السياحة العالمية. وأن نسبة مساهمتها في الناتج الداخلي الخام لا تتعدى 2,14% و هذا راجع إلى أن معظم السياح في الجزائر يقيمون معظم عطلهم في منازلهم الخاصة أو عند أهاليهم ، إضافة إلى صرف أموالهم في السوق السوداء بدلا من البنوك أي أن الدولة لا تستفيد من مجيئهم إلا قليلا . كما أنها لا تلي احتياجات السياح، فالسبب راجع إلى نقص المقومات المادية كهيكل الاستقبال و نقص الجودة في الخدمات السياحية المقدمة، إضافة إلى قلة البنى التحتية كالطرق والموانئ وكذا المطارات وشبكة الاتصالات ، إضافة إلى انعدام وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك أو في الفنادق هذا ما يؤدي إلى مضايقة السائح. هذا كله بسبب العراقيل التي تواجهها الاستثمارات، لأن المسؤولين في القطاع ليسوا ذوي كفاءة، وأن الوزارة غير مستقرة فكل مرة يتغير الهيكل الوزاري وتتغير البرامج التنموية ، إضافة إلى نقص الوعي الثقافي لدى المجتمع الجزائري.

إلا أنه في السنوات الأخيرة بدأ الاهتمام بالقطاع وهذا نظرا لأهمية الاستثمار واعتباره موردا استراتيجيا هاما، ومؤشرا من مؤشرات التنمية الاقتصادية الوطنية التي تساهم في الناتج الداخلي الخام، فكلما زاد عدد الاستثمارات السياحية وتحسنت نوعية الخدمات فيها، زاد عدد السياح سواء المحليون أو الأجانب، وبالمقابل زيادة مناصب الشغل التي تخفف من حدة البطالة، كما اهتمت بمناطق التوسع السياحي على كامل القطر الوطني إذ قدرت ب 205 منطقة توسع.

فبعد وضع الجزائر المخطط التنموي للسياحة أفاق 2025، فهي تفكر بأن تكون بلدا سياحيا أكثر صدارة في السوق السياحية الدولية حسب المعايير الدولية، وأن تهتم بالبيئة والسياحة في آن واحد فكل منهما يكمل الآخر، بالإضافة إلى الاهتمام بالتراث التاريخي والثقافي والحفاظة عليهما.

وإجابة على الفرضيات السابقة فللاستثمارات السياحية علاقة وطيدة بالتنمية الاقتصادية، فكلما زادت الاستثمارات السياحية، زادت مناصب الشغل التي تخفف من حدة البطالة وتقلل من الآفات الاجتماعية، كما أنها تساهم في استقطاب السياح المحليين والأجانب من خلال الخدمات التي يقدمها العمال

المؤهلون، لإضافة العملة الصعبة للبلاد، و في نفس الوقت تزيد الإيرادات السياحية التي تقبض من طرف السياح المحليين و الأجانب والتي بدورها تساهم في الرفع من ميزان المدفوعات، وانتعاش الاقتصاد الوطني، وذلك بالتنسيق مع باقي القطاعات كقطاع النقل والاتصالات وغيرها.

كما لا ننسى دور الدولة أيضا في تقديم التحفيزات للمستثمرين حتى يزيد القطاع في نموها و تطورها اقتصاديا.

النتائج:

- عدم الاهتمام أكثر بالقطاع السياحي كقطاع تنموي، فقد كان التركيز في الاقتصاد الوطني أكثر على الصناعات المصنعة التي كانت بمثابة كارثة على الاقتصاد، فعدم الاستقرار الأمني والسياسي الذي عاشته الجزائر في سنوات التسعينيات أفرز انخفاضا في حجم الاستثمارات السياحية، وقلة زيارة السياح الأجانب إلى الجزائر مما انعكس سلبا على حجم إيراداتها؛
- نقص جودة الخدمات السياحية، وغياب التسويق السياحي للمنتوجات السياحية في الجزائر، كعدم الاهتمام بالإعلام والإشهار، هذا ما أدى إلى عدم القدرة على المنافسة في السوق السياحية الدولية ؛
- الصعوبات التي يتلقاها المستثمرون من خلال التسيير البيروقراطي، إلا مؤخرا تمكن المستثمرون من الاستفادة من المساعدات الحكومية كمنح القروض الاستثمارية والإعفاءات الضريبية التي تعتبر كمحفز للاستثمار ؛
- نقص مراكز التكوين والتأهيل مما أدى إلى افتقار هذا القطاع إلى عدم تقديم الخدمات ذات النوعية من قبل العمال للسياح؛
- فمقارنة لما نجده في الدول المجاورة كتونس والمغرب، فالجزائر تعرف ضعفا في الأداء بالنسبة لقطاع السياحة بالنسبة للاستثمارات المادية أوالبشرية.

اقتراحات:

- تعتبر السياحة مصدرا استراتيجيا وحيويا لتنمية الاقتصاد الوطني، وضرورة حتمية باعتبارها مصدرا مكملا لقطاع المحروقات، فعليها أن تسعى جاهدة بالبحث عن الظروف الملائمة التي تمكنها من الدخول إلى سوق المنافسة السياحية الدولية، ولهذا سيتم عرض بعض الاقتراحات:
- دعم الاستثمارات السياحية والاستثمارات المكملة لها كالبنى التحتية مثل شبكات النقل، الاتصالات ونظم المعلومات وغيرها؛

- توفير المناخ المناسب للاستثمار السياحي، وذلك بتقديم المساعدات والتسهيلات كالأستثمار في الأماكن ذات الجذب السياحي، وتقديم القروض للأستثمار والاعفاءات الضريبية، وخفض الرسوم الجمركية؛
- توفير ظروف الأمن والاستقرار للسياح، وحمائتهم من الاعتداءات التي ينجم عنها تشويه صورة البلاد؛
- نشر الوعي الثقافي والسياحي لدى المجتمع الجزائري؛
- الاهتمام بالصناعة التقليدية وتطويرها، وذلك من خلال تنظيم الصالونات المحلية وفي الخارج للتعريف بالمنتجات المحلية؛
- ترويج العرض السياحي بمختلف أنواعه، كالمنتوج السياحي، أنواع السياحة المتواجدة في البلاد، نوعية هياكل الاستقبال ونوعية الخدمات المقدمة فيها وغيرها؛
- الاستغلال الأمثل للمقومات السياحية، الطبيعية، الثقافية، التاريخية والحضارية مع المحافظة عليها؛
- التكوين والتدريب للعاملين بالقطاع من خلال رفع مستواهم التعليمي والمهني، من خلال تعليم اللغات الأجنبية والتقنيات المستخدمة في الدول السياحية المتواجدة الدول المتقدمة في مراكز خاصة كالمعاهد والجامعات، وذلك بفتح تخصصات في المجال السياحي والفندقي؛
- تنظيم ملتقيات في المعاهد والجامعات لتشجيع الدراسات والأبحاث حول العراقيل التي تواجه القطاع ومحاولة إيجاد الحلول التي تؤدي إلى تطويره وزيادة قدرته التنافسية.
- وما نستخلصه من البحث أننا قمنا بإعطاء صورة حقيقية حول السياحة الجزائرية، وما نطمح إليه هو التفاتة أصحاب القرار والمتخصصين في القطاع أن يتبنوا إستراتيجية تنمية تجعل من القطاع قطاع إنتاجي ونوعي مكمل للقطاعات الأخرى خاصة قطاع المحروقات.

قائمة المراجع

مراجع باللغة العربية:

مؤلفات:

1. ابراهيم اسماعيل الحديد، إدارة التسويق السياحي، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010.
2. ابراهيم خليل بظاظو، التخطيط والتسويق السياحي باستخدام GIS، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009.
3. أبورمانة، أسعد حامد، التسويق السياحي والفندقي والأسس العلمية، دار مكتبة الحامد للنشر، عمان، الأردن، 2000.
4. أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، مصر، 2010.
5. أحمد حسين عطير، حسن الرفاعي، محمود الديباسي، سراب إلياس، إدارة المنشآت السياحية، سلسلة السياحة والفندقة 5. دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، الأردن، 2002.
6. أحمد ماهر، عبد السلام أبوقحف، المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي الحديث، ط2، إسكندرية، مصر، 1999.
7. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2007.
8. أشرف عبد القادر وآخرون، النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة في الدول العربية، سياسات التنمية وفرص العمل دراسات قطرية. المركز العربي للأبحاث ودراسات السياسات، ط1، قطر، 2013.
9. أشواق بن قدور، تطور النظام المالي والنمو الاقتصادي. دار الراية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013.
10. أكرم عاطف رواشدة، السياحة البيئية (الأسس والمرتكزات). ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
11. أمين السيد أحمد لطفي، التحليل المالي لأغراض تقييم ومراجعة الأداء والاستثمار في البورصة. الدار الجامعية، مصر، 2007؛

12. إياد عبد الفتاح النصور، أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية مدخل مفاهيمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2008.
13. أيمن علي عمر، قراءات في سلوك المستهلك، الدار الجامعية، مصر، 2006.
14. براينيس عبد القادر، تسويق الخدمات والخدمات العمومية. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، 2014.
15. تامر ياسر البكري، إدارة المستشفيات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
16. جابر أحمد بسيوني، محمد محمود مهدي، التنمية الاقتصادية (مفاهيم _ نظريات _ تطبيقات)، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، ط1، مصر، 2012.
17. ح.ع - الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001.
18. ح.ع. الطائي، التسويق السياحي مدخل استراتيجي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2004.
19. ح.ع الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2001.
20. حاتم عبد الجليل القرنشاوي، الاستثمار في ظل العولمة - تطوير الإدارة العربية لجذب الاستثمار، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر، 2006.
21. حمد الغدير، رشاد الساعد، سلوك المستهلك (مدخل متكامل). دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
22. خالد محمد السواعي، "التجارة والتنمية"، دار المناهج، عمان، الطبعة الأولى 2006.
23. خالد مقابلة، علاء السراي، التسويق السياحي الحديث - سلسلة السياحة والفنادق (7)، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001.
24. خالد مقابلة، علاء السراي، التسويق السياحي الحديث - سلسلة السياحة والفنادق (7)، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2001.

25. خالد وهيب الراوي، الاستثمار_مفاهيم، تحليل، إستراتيجية. دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، الأردن، 1999.
26. دريد كامل آل شبيب، الاستثمار والتحليل الاستثماري، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009 .
27. دومنيك سلفادور، سلسلة ملخصات شوم في الإحصاء والاقتصاد القياسي، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، ط5، 2001.
28. زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
29. زيد عبوي، فن إدارة الفنادق والنشاط السياحي. دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2008.
30. سراب إلياس، حسن الرفاعي وآخرون، تسويق الخدمات السياحية . ط1، دار المسيرة، الأردن، 2002
31. سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية. الدار الجامعية، ط1، الاسكندرية، 2002.
32. شيخي محمد، طرق الاقتصاد القياسي، محاضرات و تطبيقات. دار حامد للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2012.
33. صبري عبد السميع، التسويق السياحي-أسس علمية وتجارب عربية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2007.
34. صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة. سلسلة دار الرضا، دمشق، 2004، ص 130 .
35. طلال كداوي، تقييم القرارات الاستثمارية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، .
36. ع. أبوعياش، ع. الطائي، التخطيط السياحي _ مدخل استراتيجي. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2003.
37. عادل عبد الله العنزي، حميد عبد النبي الطائي، التسويق في إدارة الضيافة والسياحة. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 16.
38. عبد السلام أبوالقحف، أساسيات التسويق، الجزء2. الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1996.

39. عبد العزيز ابونبعة، دراسات في تسويق الخدمات المتخصص-منهج تطبيقي. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
40. عبد الله عبد الكريم عبد الله، ضمانات الاستثمار في الدول العربية. دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010.
41. علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي. دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2013.
42. عمر جوابرة الملكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، بدون سنة النشر.
43. عمر هاشم محمد صدقة، ضمانات الاستثمار الأجنبية في القانون الدولي. دار الفكر الجامعي، ط1، مصر، 2008.
44. ماجد أحمد عطا الله، إدارة الاستثمار. دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011.
45. ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة. مطابع الولاء الحديثة، القاهرة، 2002.
46. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة. دار كنوز المعرفة العلمية لنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 1997.
47. مثنى الحورى، اسماعيل علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2001.
48. مثنى طه الحورى، إسماعيل محمد الدباغ، مبادئ السفر والسياحة. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، الأردن، 2001.
49. مثنى طه الحورى، اسماعيل محمد الدباغ، مبادئ السفر والسياحة. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2001.
50. محسن أحمد الخضيرى، التسويق السياحي. مكتبة مدبولي، مصر، 1989.
51. محمد الصيرفي، التخطيط السياحي. دار الفكر الجامعي، إسكندرية، مصر، ط1، 2007.
52. محمد الصيرفي، السياحة والبيئة. دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، مصر، 2007.
53. محمد عبد العزيز عجمية، التنمية الاقتصادية : دراسات نظرية وتطبيقية، الدار الجامعية، مصر، 2006.

54. محمد عبد العظيم أبوالنجا، التسويق المتقدم. الدار الجامعية، مصر، 2008.
55. محمد عبيدات، التسويق السياحي - مدخل سلوكي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2000.
56. محمد مطر، إدارة الاستثمارات (الإطار النظري، والتطبيقات العملية). مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999.
57. محمد ناجي حسن خليفة، النمو الاقتصادي النظرية والمفهوم . درالقاهرة، مصر، بدون تاريخ.
58. محمود الديماسي، سراب إلياس وآخرون، تخطيط البرامج السياحية _ سلسلة السياحة والفندقة 4. دار الميسرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2002، ص159.
59. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، سلوك المستهلك. دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، 2007.
60. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق الإعلامي مدخل استراتيجي، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2003.
61. محيي محمد مسعد، الانجاهات الحديثة في السياحة، المكتب الجامعي الحديث، إسكندرية، مصر، 2008.
62. مدحت القرشي، التنمية الاقتصادية (نظريات وسياسات وموضوعات). دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2007.
63. مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي. دار مجدلاوي للنشر، ط1، عمان، 1999.
64. مروان شموط، كنجوعبود كنجو، أسس الاستثمار. الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، مصر، 2008.
65. مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي. ط 1، المؤسسة الجامعية، عمان، 1999.
66. مصطفى كمال السيد طایل، القرار الاستثماري في البنوك الإسلامية . المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006.

67. منصورى الزين، تشجيع الاستثمار وأثره على التنمية الاقتصادية. دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
68. منير ابراهيم هندي، الفكر الحديث في مجال الاستثمار. مركز دلنا للطباعة، مصر، 1996.
69. موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة . مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2009 .
70. ميشيل تودارو، التنمية الاقتصادية . دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2006.
71. نزار عبد المجيد البروارى، أحمد محمد البرزنجي، استراتيجيات التسويق (المفاهيم، الأسس، الوظائف). دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، الأردن، 2008.
72. نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة والفندقة 1. دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2001.
73. نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، سلسلة السياحة والفندقة. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط 2، 2007.
74. نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة-سلسلة السياحة والفندقة 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط2001، 1.
75. هوشيار معروف، الاستثمارات والأوراق المالية . دار صفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009.
76. وليد الجيوسي، أسس التنمية الاقتصادية. دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 77 . محمد خير سليم أبوزيد، التحليل الإحصائي باستخدام برمجية (15-16) SPSS ; VERSION. دار جدير للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010.

معاجم:

79. زيد عبوي، معجم المصطلحات السياحية والفندقية "عربي- انجليزي". دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2006 .
80. علي بن هادية، بلحسن البليس، الجيلاني بن الحاج يحيى، القاموس الجديد للطلاب (معجم عربي مدرسي ألقابائي) . ط7، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
81. المصحف الشريف.

أطروحات:

1. كواش خالد مبارك، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية (حالة الجزائر). أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004.
2. كبداني سيد أحمد، "أثر النمو الاقتصادي على عدالة توزيع الدخل في الجزائر مقارنة بالدول العربية: دراسة تحليلية وقياسية"، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة تلمسان 2012_2013.

مقالات:

1. فراح رشيد، بودلة يوسف، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي. مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الثاني عشر، الجزائر، ديسمبر 2012.
2. يوسف ابوفارة، سمير ابوزنيد، النشاط الترويجي في البيئة الفندقية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، عدد 3، ديسمبر 2005.
3. شريط حسين الأمين، "فعالية التخطيط الإستراتيجي للتنمية السياحية في الجزائر". مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 14، الجزائر، 2015.

مداخلات :

1. زايد مراد، "السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني (حالة الجزائر) الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة". أيام (09_10 مارس 2010) جامعة محمد خيضر، بسكرة. الجزائر، 2010.
2. شبايكي حفيظة مليكة، ملتقى حول واقع السياحة في الجزائر. جامعة منتوري، قسنطينة، 27 سبتمبر 2001.
3. محمد محبوب الحداد، المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية. الملتقى الدولي الرابع، جامعة المصراة، كلية الاقتصاد، ليبيا، بدون تاريخ.

المطبوعات:

1. أوشن سمية، نظريات التنمية الاقتصادية . مطبوعة مقدمة لطلبة السنة الثانية- المجموعة الثانية في مقياس: التنمية المستدامة، كلية العلوم السياسية، جامعة قسنطينة 3، الجزائر، 2014 .

مذكرات:

1. جباري سعاد، تطبيق التسويق السياحي في الجزائر، دراسة حالة ولاية تمنراست، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة ابوبكر بلقايد، تلمسان، 2008-2009.

مراجع باللغة الأجنبية:

1. KAMYB SAMII Alexandre, **Stratégie de service -E.Busines s,supply chain** ,éditions DUNOD,Paris,France ,2001.
2. A-M LEBRUN, **Le rôle de la familiarité du contexte d'achat sur la tendance au comportement exploratoire et à la recherche de variété.** Revue Française du Marketing, n°186-2001/1.
3. MICHON Christian, **le Marketeur –fondements et nouveautés du marketing**, édition PEARSON EDUCATION, 2^{ème} édition, Paris, France, 2006.
4. LAPERT Denis, **le marketing des services**, DUNOD, Paris, France, 2005.
5. CAZES Georges, **Le tourisme international, mirage ou stratégie d'avenir ?**, édition HATIER, Paris, France ,1989.
6. N. MANKIW Gregory .“**Macro économie**”, 3^{ème} édition, De boeck, Paris, France 2003.
7. FROCHOT Isabelle, Patrick LEGOHEREL, **Le marketing du tourisme**, édition DUNOD, Paris, France, 2007.
8. MONIN J Michel, **la certification qualité dans les services-outil de performance client**, éditions AFNOR, France ,2001 .
9. LOZATO-GIOTART Jean –Pierre, BALFET Michel, **Management du tourisme**, édition PEARSON éducation, 2^{ème} édition, Paris France 2006.
10. CACCO Jean-Louis, **fondements d'économie du tourisme, Acteurs, Marché, Stratégies.** 1^{ère} édition, éditions DE Boeck université, 2007.
11. HOERNER Jean-Michel, **Géopolitique du tourisme**, éditions ARMAND COLIN, Paris, France, 2008.
12. BARMA J-L, **Marketing du tourisme et de l'hôtellerie** .éditions d'organisation, Paris, 1999.
13. LOZATO-GIOTART J-p, **Géographie du tourisme de l'espace consommé à l'espace maîtrisé.** éditions PEARSON, France, 2003.
14. BERGERY Line, **Qualité globale et tourisme**, éditions ECONOMICA, Paris, France, 2002.
15. LAVRA Nadine, **Fondements d'économie du tourisme**, 1^{ère} édition, les éditions de BOECK université, FRANCE, 2007.

16. KOTLER Philip– DUBOIS-KEVIN Bernard KELLER Lane – MANCEAU Delphine, **Marketing management**, éditions PEARSON Education, 12^{ème} édition, Paris, France 2006.

Articles :

17. LANQUAR Robert, **Le tourisme international**, série que sais-je, N°1694, presses universitaires de France , Paris ,France 1981.

18. X .Ragot, **la théorie de la croissance économique du long terme**, ENSAE, France, 2006.

19. ABOUGOUMAAH Naeim Hafez, **Marketing Arab and Foreign Perspectives** Designed &Printed by impressi the arab administrative development organization, 2006.

20. FISK Raymond p. - GROVE Stephen.j. -GOBY John K, **interactive services marketing**, HOUGHTON Mifflin,New York, USA,2000.

21. PELIER Karline, **“Propriété intellectuelle et croissance économique en France 1791-1945, une analyse économétrique du modèle de Romer”**, université Montpellier1, dans: <http://www.lameta.univ-montp1.fr/download/dt/wp2003-23.pdf>, date de consultation 15/01/2012.

المواقع الالكترونية:

1.

www.kau.edu.sa/files/0002132/subjects/edp1.doc date de consultation: 06-03-2016

2. http://bohothe.blogspot.com/2008/11/blog-post_28.html date de consultation : 14-03-2016

3. www.kau.edu.sa/files/0002132/subjects/edp1.doc date de consultation: 06-03-2016

4. <http://zianeprof.blogspot.com/2012/12/1.html> date de consultation : 14-03-2016.

5. [www .dimatanmia.assoc.co/t 314=topic](http://www.dimatanmia.assoc.co/t314=topic) date de consultation : 14-03-2016

6. [www .vb.elmstba.com /t208136.html](http://www.vb.elmstba.com/t208136.html) date de consultation :12-02-2017

7. <http://www.awsat.com/details.asp?section=43&article=487051&issue=10885>. date de consultation :04 /04/2015

8. <http://www.bilan.saison-ete2008.tourisme.gouv.fr.pdf.p3> date de consultation 28 /06/2013
9. http://academy.moe.gov.eg/training/tech/c61_pdf/c61_3pdf.p4 date de consultation 23 /03/2014
10. <http://www.awsat.com/details.asp?article=271210&issueno=9513> date de consultation : 08 /03/2014
11. <http://www.ejabat.google.com/ejabat/threat?tid=11469a25bc07cd> date de consultation : 30 /03/2013- .
12. <http://www.webreview.dz/article.php3?id-article=737>. date de consultation :08 /06/2014
13. <http://www.ibnbattutah.mactoobblog.com/671050> date de consultation : 02 /12/2011-
14. www.arabianacademy.net/viewcoursesdetailsfor student-ast?nid=25 date de consultation :02 /03/2012
15. <http://www.aawsat.com/details.asp?section=68&article=1880368&issueno=9030> date de consultation : 17 /02/2013
16. <http://www.9alam.com/forums/attachment.php?attachmentid=529&doc.p118> date de consultation : 02 /05/2014
17. <http://www.ammonnews.net/article.aspx?articleno=44109>. date de consultation : 14 /04/2015
18. <http://www.drkader.com/courses/consumer.behavior/01-stat.pdf.p> date de consultation : 30 /03/2013
19. <http://www.aawsat.com/details.asp?section=37&article=442269&issueno=10554>. date de consultation : 12 /04/2014
20. <http://www.c-ctm.com/vb/showthread.php?t=1222> date de consultation: 20 /04/2013
21. <http://www.aasat.com/details.asp?section=68&article=1880368&issueno=9030>. date de consultation : 02 /03/2015
22. <http://forum.hwaml.com/t139062.html> date de consultation : 31 /03/2015
23. [www.almaany.com /ar/dict/ar-ar/](http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/) date de consultation : 02 /06/2016
24. www.batuta.com date de consultation : 12-06-2013
25. http://sya7a.blogspot.com/2007/04/blog-post_08.html.: date de consultation : 02 /12/2013
26. http://tourw5.blogspot.com/2014/02/blog-post_8.html date de consultation : 02 /03/2015

27. <http://staging.alhayat.com/articles/64451591>: date de consultation : 07 /04/2015
28. <http://www.ingdz.com/vb/archive/index.php/t-49217.html> date de consultation : 02 /05/2015.
29. <http://www.feedo.net/lifestyle/traveltripsrelaxation/tourismalloverworld.htm> date de consultation :11 /04/2014
30. http://ar.wikipedia.org/wiki/%d8%a7%d9%84%d8%b3%d9%8a%d8%a7%d8%ad%d8%a9_%d8%a7%d9%84%d8%b9%d9%84%d8%a7%d8%ac%d9%8a%d8%a9 date de consultation : 01 /03/2014-
31. <http://www.ahlabah.com/32385716>. date de consultation : 02 /06/2013-
32. <http://www.moe.edu.kw/pages/sectors/07/.../std-ref%5travel.doc> date de consultation : 02 /09/2015 26-
33. <http://www.3bia.com/vb/3bia19364> date de consultation : 21 /09/2014
<http://www.arabtravelers.com/travel153591.html/> date de consultation : 02 /04/2013
34. <http://www.almrsal.com/post/215093-> date de consultation : 31 /01/2017
35. <http://www.online1.com/vb/t20383.html> date de consultation : 10 /02/2015
36. unwto.worldtourism.barometer date de consultation :03 /03/2015-
37. http://arabic.cnn.com/travel/2016/01/20/gallery-international-tourists-2015_ date de consultation :31 /01/2017
38. [http://www .arrivees.geotourisme.gouv.fr.stat.memento.pdf.p1](http://www.arrivees.geotourisme.gouv.fr/stat.memento.pdf.p1) date de consultation : 03 /03/2015-
39. <http://www.umbb.dz/bibumbb/theses/gestion/branji-aymen.pdf.p46>. date de consultation : 02 /04/2015
40. <http://forum.hwaml.com/t139062.html> date de consultation : 12 /05/2015
41. <http://vb.7lahm.com/t4055.html> date de consultation : 12 /05/2015
42. <http://classic.aawsat.com/details.asp?section=41&article=782110&issueno=13034#.vk68gnkg9dm> date de consultation : 20 /04/2014
43. <http://www.feedo.net/lifestyle/traveltripsrelaxation/tourismalloverworld.htm> date de consultation : 13 /03/2015
44. http://ar.wikipedia.org/wiki/%d8%a7%d9%84%d8%b3%d9%8a%d8%a7%d8%ad%d8%a9_%d8%a7%d9%84%d8%b9%d9%84%d8%a7%d8%ac%d9%8a%d8%a9

45. [www .lovelyosmile.com /msg_5253.html](http://www.lovelyosmile.com/msg_5253.html). date de consultation : 27 /02/2014
46. [www.ammonnews.net /article.aspx ?articleno=59339](http://www.ammonnews.net/article.aspx ?articleno=59339). date de consultation : 12 /08/2015
47. www.alarabiya.net/articles/2013/08/03/230115.html.
48. www.elaph.com/web/lifestyle/2014/9/939994.html date de consultation : 16 /05/2015 .
49. <http://www.moe.edu.kw/pages/ecurriculum/stage/elective/student/osra-2/02.pdf.p17> date de consultation :22 /06/2014
50. [http: arabianbusiness .com /business /travel_hospitaly /2013/jan/29/322006 #.uyd00alebe](http://arabianbusiness .com /business /travel_hospitaly /2013/jan/29/322006 #.uyd00alebe). المنظمة العالمية للسياحة، إحصائيات السياحة العالمية 2013، تاريخ الاطلاع: 2013/01/29 والموقع الالكتروني:
51. [http: arabianbusiness .com /business /travel_hospitaly /2013/jan/29/322006 #.uyd00alebe](http://arabianbusiness .com /business /travel_hospitaly /2013/jan/29/322006 #.uyd00alebe) date de consultation 29-01-2013
52. http://www .moe .edu.kw /pages_ecurrieulum/stage/electives/student/osra_2/02.pdf.p13date de consultation 02-02-2012
53. <http://www.moe.edu.kw/pages-ecurrieulum/stage/elective/student/osra-2/02.pdf.p15> date de consultation 02-02-212
54. www.moe.edu.kw/pages/ecurriculum/stage/elective/student/osra-2/01.pdf.p13
55. التنمية والتخطيط الاقتصادي: نظريات النمو والتنمية الاقتصادية
<http://qu.edu.iq/ade/wpcontent/uploads/2016/02/%D8%AA%D9%86%D9%85%D9%8A%D8%A9%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%13-03-2017> date de consultation AF%D9%8A%D8%A9.pdf.P45.
56. جلال خشيب، النمو الاقتصادي.
www.alukah.net date de consultation : 13-03-2016.
57. dspace.univ-tlemcen .dz/bitstream/112/3550/1/kebdani-sid-hmed.doc.pdf. Date de consultation: 06-03-2016
58. مقدم مصطفى، بحث حول النمو الاقتصادي www.startimes.com. date de consultation 13-03-2016.

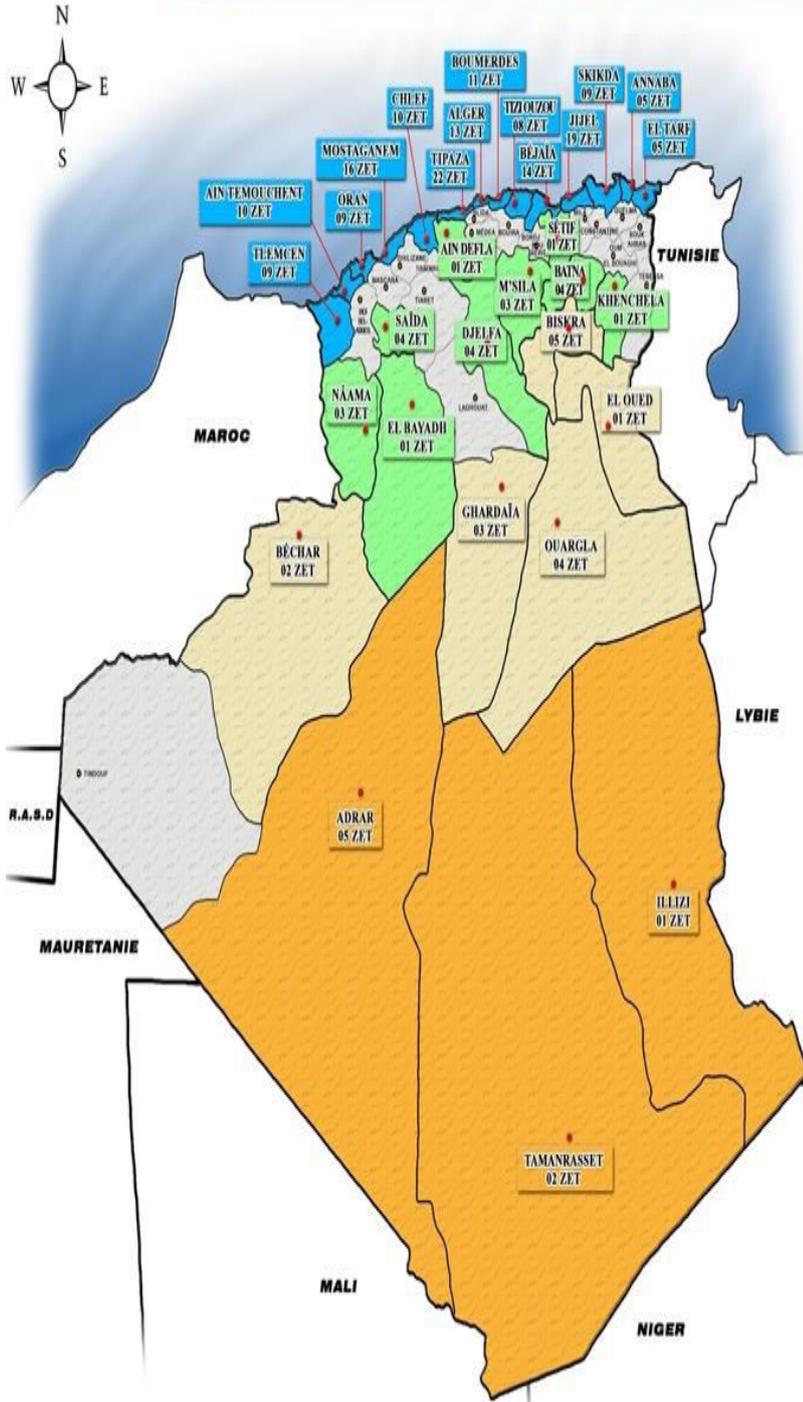
الجرائد باللغة الفرنسية:

1. L'Afrique du Sud attend beaucoup de la coupe du monde, EL WATAN ECONOMIE supplément hebdomadaire n°232 p13 du 22au28 février2010.

الملاحق

الملحق رقم (1) : مناطق التوسع السياحي في الجزائر

ETAT DES 205 ZONES D'EXPANSION ET SITES TOURISTIQUES



WILAYA	NOMBRE DE ZET	SUPERFICIE (HA)
TLEMCCEN	09	549,05
AIN TEMOUCHENT	10	1901
ORAN	09	1727
MOSTAGANEM	16	4724,8
CHLEF	10	1691,5
TIPAZA	22	1950
ALGER	13	2737,75
BOUMERDES	11	4738
TIZI OUIZOU	08	1973
BEJAIA	14	1254,5
JUJEL	19	4232
SKIKDA	09	2082
ANNABA	05	2436
EL TARF	05	5010
S/Total Zone Côtière	160	37 006,60
AIN DEFLA	01	40,64
SAIDA	04	966,3
SETIF	01	400
M' SILA	03	67
BATNA	04	2085,89
KHENCHELA	01	327,7028
DJELFA	04	147
EL BAYADH	01	33,8
NAAMA	03	2396,5
S/Total Hauts Plateaux	22	6 464,8328
BISKRA	05	272,2868
EL OUED	01	67
OUARGLA	04	72
GHARDAIA	03	226
BECHAR	02	149
S/Total Sud	15	786,2868
ADRAR	05	273,92
TAMANRASSET	02	68
ILLIZI	01	8 600,00
S/Total Grand Sud	08	8 941,92
TOTAL	205	53 199,6396

Source :www .andt-dz .org /ar date de consultation :22-09-2017 .

الملحق رقم (2): جدول ستودنت

LOI DE STUDENT AVEC k DEGRÉS DE LIBERTÉ
QUANTILES D'ORDRE $1 - \gamma$

k	γ										
	0.25	0.20	0.15	0.10	0.05	0.025	0.010	0.005	0.0025	0.0010	0.0005
1	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	127.3	318.3	636.6
2	0.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	14.09	22.33	31.60
3	0.765	0.978	1.250	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	7.453	10.21	12.92
4	0.741	0.941	1.190	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	5.598	7.173	8.610
5	0.727	0.920	1.156	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	4.773	5.893	6.869
6	0.718	0.906	1.134	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	4.317	5.208	5.959
7	0.711	0.896	1.119	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	4.029	4.785	5.408
8	0.706	0.889	1.108	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	3.833	4.501	5.041
9	0.703	0.883	1.100	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	3.690	4.297	4.781
10	0.700	0.879	1.093	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	3.581	4.144	4.587
11	0.697	0.876	1.088	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	3.497	4.025	4.437
12	0.695	0.873	1.083	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.428	3.930	4.318
13	0.694	0.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	3.372	3.852	4.221
14	0.692	0.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.326	3.787	4.140
15	0.691	0.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.286	3.733	4.073
16	0.690	0.865	1.071	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	3.252	3.686	4.015
17	0.689	0.863	1.069	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.222	3.646	3.965
18	0.688	0.862	1.067	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.197	3.610	3.922
19	0.688	0.861	1.066	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.174	3.579	3.883
20	0.687	0.860	1.064	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.153	3.552	3.850
21	0.686	0.859	1.063	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.135	3.527	3.819
22	0.686	0.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.119	3.505	3.792
23	0.685	0.858	1.060	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.104	3.485	3.767
24	0.685	0.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.091	3.467	3.745
25	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.078	3.450	3.725
26	0.684	0.856	1.058	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.067	3.435	3.707
27	0.684	0.855	1.057	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.057	3.421	3.690
28	0.683	0.855	1.056	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.047	3.408	3.674
29	0.683	0.854	1.055	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.038	3.396	3.659
30	0.683	0.854	1.055	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	3.030	3.385	3.646
40	0.681	0.851	1.050	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	2.971	3.307	3.551
50	0.679	0.849	1.047	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	2.937	3.261	3.496
60	0.679	0.848	1.045	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	2.915	3.232	3.460
80	0.678	0.846	1.043	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639	2.887	3.195	3.416
100	0.677	0.845	1.042	1.290	1.660	1.984	2.364	2.626	2.871	3.174	3.390
120	0.677	0.845	1.041	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617	2.860	3.160	3.373
∞	0.674	0.842	1.036	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	2.807	3.090	3.291

الملحق رقم (3): جدول ديرين واتسون

■ Durbin Watson 0.05 Table

Critical Values for the Durbin-Watson Statistic (d)										
Level of Significance $\alpha = .05$										
n	k = 1		k = 2		k = 3		k = 4		k = 5	
	d _L	d _U								
6	0.61	1.40								
7	0.70	1.36	0.47	1.90						
8	0.76	1.33	0.56	1.78	0.37	2.29				
9	0.82	1.32	0.63	1.70	0.46	2.13	0.30	2.59		
10	0.88	1.32	0.70	1.64	0.53	2.02	0.38	2.41	0.24	2.82
11	0.93	1.32	0.66	1.60	0.60	1.93	0.44	2.28	0.32	2.65
12	0.97	1.33	0.81	1.58	0.66	1.86	0.51	2.18	0.38	2.51
13	1.01	1.34	0.86	1.56	0.72	1.82	0.57	2.09	0.45	2.39
14	1.05	1.35	0.91	1.55	0.77	1.78	0.63	2.03	0.51	2.30
15	1.08	1.36	0.95	1.54	0.82	1.75	0.69	1.97	0.56	2.21
16	1.10	1.37	0.98	1.54	0.86	1.73	0.74	1.93	0.62	2.15
17	1.13	1.38	1.02	1.54	0.90	1.71	0.78	1.90	0.67	2.10
18	1.16	1.39	1.05	1.53	0.93	1.69	0.92	1.87	0.71	2.06
19	1.18	1.4	1.08	1.53	0.97	1.68	0.86	1.85	0.75	2.02
20	1.20	1.41	1.10	1.54	1.00	1.68	0.90	1.83	0.79	1.99
21	1.22	1.42	1.13	1.54	1.03	1.67	0.93	1.81	0.83	1.96
22	1.24	1.43	1.15	1.54	1.05	1.66	0.96	1.80	0.96	1.94
23	1.26	1.44	1.17	1.54	1.08	1.66	0.99	1.79	0.90	1.92
24	1.27	1.45	1.19	1.55	1.10	1.66	1.01	1.78	0.93	1.90
25	1.29	1.45	1.21	1.55	1.12	1.66	1.04	1.77	0.95	1.89
26	1.30	1.46	1.22	1.55	1.14	1.65	1.06	1.76	0.98	1.88
27	1.32	1.47	1.24	1.56	1.16	1.65	1.08	1.76	1.01	1.86
28	1.33	1.48	1.26	1.56	1.18	1.65	1.10	1.75	1.03	1.85
29	1.34	1.48	1.27	1.56	1.20	1.65	1.12	1.74	1.05	1.84
30	1.35	1.49	1.28	1.57	1.21	1.65	1.14	1.74	1.07	1.83

31	1.36	1.50	1.30	1.57	1.23	1.65	1.16	1.74	1.09	1.83
32	1.37	1.50	1.31	1.57	1.24	1.65	1.18	1.73	1.11	1.82
33	1.38	1.51	1.32	1.58	1.26	1.65	1.19	1.73	1.13	1.81
34	1.39	1.51	1.33	1.58	1.27	1.65	1.21	1.73	1.15	1.81
35	1.40	1.52	1.34	1.58	1.28	1.65	1.22	1.73	1.16	1.80
36	1.41	1.52	1.35	1.59	1.29	1.65	1.24	1.73	1.18	1.80
37	1.42	1.53	1.36	1.59	1.31	1.66	1.25	1.72	1.19	1.80
38	1.43	1.54	1.37	1.59	1.32	1.66	1.26	1.72	1.21	1.79
39	1.43	1.54	1.38	1.60	1.33	1.66	1.27	1.72	1.22	1.79
40	1.44	1.54	1.39	1.60	1.34	1.66	1.29	1.72	1.23	1.79
45	1.48	1.57	1.43	1.62	1.38	1.67	1.34	1.72	1.29	1.78
50	1.50	1.59	1.46	1.63	1.42	1.67	1.38	1.72	1.34	1.77
55	1.53	1.60	1.49	1.64	1.45	1.68	1.41	1.72	1.38	1.77
60	1.55	1.62	1.51	1.65	1.48	1.69	1.44	1.73	1.41	1.77
65	1.57	1.63	1.54	1.66	1.50	1.70	1.47	1.73	1.44	1.77
70	1.58	1.64	1.55	1.67	1.52	1.70	1.49	1.74	1.46	1.77
75	1.60	1.65	1.57	1.68	1.54	1.71	1.51	1.74	1.49	1.77
80	1.61	1.66	1.59	1.69	1.56	1.72	1.53	1.74	1.51	1.77
85	1.62	1.67	1.60	1.70	1.57	1.72	1.55	1.75	1.52	1.77
90	1.63	1.68	1.61	1.70	1.59	1.73	1.57	1.75	1.54	1.78
95	1.64	1.69	1.62	1.71	1.60	1.73	1.58	1.75	1.56	1.78
100	1.65	1.69	1.63	1.72	1.61	1.74	1.59	1.76	1.57	1.78
150	1.72	1.75	1.71	1.76	1.69	1.77	1.68	1.79	1.66	1.80
200	1.76	1.78	1.75	1.79	1.74	1.80	1.73	1.81	1.72	1.82

Where n = number of observations and k = number of independent variables

قائمة المحتويات

الصفحة	البيان
	إهداء، تشكرات
2_1	قائمة الجداول
4_3	قائمة الأشكال البيانية والملاحق
5	مقدمة عامة
12	الفصل الأول: النمو والتنمية الاقتصادية أسس ونظريات
13	تمهيد
14	المبحث الأول: النمو الاقتصادي وأساسياته
14	1. ماهية النمو الاقتصادي
14	1.1 مفهوم النمو الاقتصادي
14	2.1 أهمية النمو الاقتصادي
15	3.1 قياس النمو الاقتصادي
16	4_1 أنواع النمو الاقتصادي
16	2. نظريات النمو الاقتصادي
17	1_2 نظرية النمو قبل "سولو"
22	2.2 النظرية النيوكلاسيكية في النمو
31	3.2 النظريات الحديثة للنمو
42	المبحث الثاني: التنمية الاقتصادية ونظرياتها
42	1. ماهية التنمية الاقتصادية
42	1.1 مفهوم التنمية الاقتصادية
43	2.1 عوامل التنمية الاقتصادية

45	3.1 أهداف التنمية الاقتصادية
45	4.1 مستلزمات التنمية الاقتصادية
47	2. الأسس الثلاث للتنمية الاقتصادية
48	1.2 الأساس السياسي والتشريعي
48	2.2 الأساس الاجتماعي والثقافي
48	3.2 الأساس الاقتصادي والمالي
49	3. نظريات التنمية الاقتصادية وسياساتها
50	1.3 نظريات النمو (قبل الحرب العالمية الثانية)
54	2.3 نظريات التنمية الاقتصادية بعد الحرب العالمية الثانية
60	3.3 نماذج التغيير الهيكلي
61	4.3 نظرية ثورة التبعية الدولية
63	5.3 نظرية الثورة النيوكلاسيكية المعاكسة
64	6.3 النظريات المعاصرة للتنمية الاقتصادية
65	المبحث الثالث: السياحة والتنمية الاقتصادية
65	1. الأهمية الاقتصادية للسياحة
65	1.1 خلق فرص عمل
65	2.1 تدفق رؤوس الأموال
66	3.1 تحسين ميزان المدفوعات
66	4.1 نقل التقنيات
66	5.1 زيادة الدخل القومي
68	6.1 تطور البنى التحتية
69	خلاصة
70	الفصل الثاني: اقتصاديات السياحة

71	تمهيد
72	المبحث الأول: ماهية السياحة
72	1. السياحة وتطورها
72	1.1 نشأة السياحة
72	2.1 العصور التاريخية لتطور السياحة
77	3.1 مفهوم السياحة
80	4.1 أركان السياحة
81	2. تقسيمات السياحة والعوامل المؤثرة عليها
81	1.2 تقسيمات السياحة
95	2.2 خصائص السياحة
97	3.2 السياحة والتنمية الاقتصادية
98	4.2 المؤشرات الأساسية للسياحة
99	3. سلوك السائح
99	1.3 مفهوم السائح
101	2.3 تقسيم السياح وفقا لبعدهم عن مكان السياحة
101	3.3 تصنيف السياح وفقا للمنظمة العالمية للسياحة (OMT)
103	4.3 دراسة السلوك الفردي للمستهلك السياحي
110	4. حقوق وواجبات السائح
110	1.4 حقوق السائح
111	2.4 واجبات السائح
112	المبحث الثاني : الخدمات السياحية وتسويقها
112	1. الخدمة السياحية
112	1.1 ماهية الخدمة
117	2.1 الخدمات السياحية

121	3.1 الفرق بين الخدمة السياحية والمنتج السياحي
122	2. التسويق السياحي
123	1.2 مفهوم التسويق السياحي
124	2.2 أهداف التسويق السياحي
125	3.2 خصائص التسويق السياحي
127	3. المنتج السياحي
127	1.3 مفهوم المنتج السياحي
127	2.3 تصنيفات المنتج السياحي
128	3.3 المزيج التسويقي السياحي
130	المبحث الثالث: البيئة التسويقية السياحية والسوق السياحية
130	1. عناصر البيئة التسويقية السياحية
130	1.1 البيئة التسويقية السياحية الجزئية
134	2.1 البيئة التسويقية السياحية الكلية
136	2. نظام المعلومات التسويقي السياحي وبحوث التسويق
136	1.2 نظام المعلومات التسويقي السياحي
138	2.2 وظائف نظام المعلومات التسويقي السياحي
140	3. بحوث التسويق السياحي
143	خلاصة
144	الفصل الثالث : الاستثمار السياحي وأهميته الاقتصادية في الجزائر
145	تمهيد
146	المبحث الأول : مفاهيم عامة حول الاستثمار وطبيعته
146	1. ماهية الاستثمار
146	1.1 مفهوم الاستثمار
149	2.1 أنواع الاستثمار

151	3.1 تصنيفات الاستثمار
153	4.1 خصائص الاستثمار
155	5.1 محفزات الاستثمار
156	2. أهداف الاستثمار، أهميته والعوامل المؤثرة عليه
158	1.2 أهداف الاستثمار
159	2.2 أهمية الاستثمار
161	3.2 العوامل المؤثرة على الاستثمار
164	3. اتخاذ القرار الاستثماري وأهميته
164	1.3 اتخاذ القرار الاستثماري
165	2.3 أسس اتخاذ القرار الاستثماري
166	3.3 مراحل اتخاذ القرار الاستثماري
168	المبحث الثاني : الاستثمار السياحي أسس ومفاهيم
168	1. ماهية الاستثمار السياحي
168	1.1 مفهوم الاستثمار السياحي
168	2.1 أنواع الاستثمار السياحي
170	2. أهداف الاستثمار السياحي
172	3. مقومات الاستثمار السياحي
172	1.3 موارد التراث الثقافي
172	2.3 موارد التراث الطبيعي
172	4. العوامل المشجعة للاستثمار السياحي
173	1.4 التسهيلات السياحية
173	2.4 الاستقرار والأمن السياحي
173	3.4 الموارد البشرية المؤهلة
174	4.4 البيئة الاقتصادية والنظام الضريبي

174	5.4 حجم السوق
174	6.4 الإعلام والتسويق السياحي
175	المبحث الثالث : الأهمية الاقتصادية للاستثمار السياحي في الجزائر
175	1. بيئة الاستثمار السياحي في الجزائر
175	1.1 المقومات السياحية في الجزائر
177	2.1 البنية التحتية
177	2. الإطار التشريعي للاستثمار السياحي في الجزائر
178	1.2 التجربة التشريعية الجزائرية في مجال الاستثمار
179	2.2 مقومات الاستثمار السياحي
181	3.2 التحفيزات التشريعية المقدمة للمستثمر السياحي
183	3. الضمانات القانونية المقدمة للمستثمر السياحي
183	4. مؤشرات القطاع السياحي بالجزائر
183	1.4 الحظيرة الفندقية في الجزائر
184	2.4 الطلب السياحي في الجزائر
185	5. مساهمة القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري
185	1.5 مساهمة القطاع السياحي في الناتج الإجمالي الخام
186	2.5 مساهمة القطاع السياحي في ميزان السياحة
187	3.5 مساهمة القطاع السياحي في التشغيل
187	4.5 مساهمة القطاع السياحي في الاستثمار
187	6. الاستثمار السياحي وأهميته الاقتصادية في الجزائر
188	1.6 واقع الاستثمارات المختلفة في الجزائر
188	2.6 توفير فرص العمل
190	7. انعكاسات سياسة الاستثمار على التنمية بشكل عام في الجزائر
190	1.7 الادخار_ الاستثمار (صعوبة تحويل موارد من الادخار إلى الاستثمار)

190	2.7 انعكاسات سياسة الاستثمار على التجارة الخارجية وعلى الميزان التجاري
192	خلاصة
193	الفصل الرابع : الاستثمار السياحي في الجزائر ومدى مساهمته في التنمية الاقتصادية
194	تمهيد
196	المبحث الأول: الاستثمار السياحي وعلاقته بالتنمية الاقتصادية
196	1. دور الاستثمار في التنمية الاقتصادية بشكل عام
196	1.1 الاستثمار وزيادة رأس المال
196	2.1 الاستثمار واستغلال موارد المجتمع
196	3.1 مساهمة الاستثمار في تمويل التنمية الاقتصادية
197	4.1 دور الاستثمار في معالجة الاختلالات في الاقتصاد الوطني
198	2. قانون الاستثمار السياحي الجزائري ومزاياه
198	1.2 قانون الاستثمار السياحي الجزائري
199	2.2 مزايا قانون الاستثمارات
199	3.2 الامتيازات المقدمة للمستثمرين
200	3. المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر
201	4. مؤشرات السياحة في الجزائر
203	1.4 دراسة تطور قيم متغيرات الدراسة
214	المبحث الثاني: دراسة قياسية للنتائج الداخلي الخام السياحي بالجزائر في الفترة ما بين 2016_1983
214	1. تحديد النموذج
215	2. تحديد عينة الدراسة
215	3. تحليل وصفي لمتغيرات الدراسة
215	1.3 سبب اختيار المتغيرات
215	4. تحديد النموذج القياسي الأمثل

216	1.4 تقدير النموذج الخطي
219	2.4 تصحيح النموذج الخطي
224	3.4 تقدير النموذج الأسي
233	4.4 تفسير الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة (variance VIF Inflation Factor)
234	5.4 نمذجة الناتج الداخلي الخام السياحي مع كل متغير مستقل على حدى
240	5. مقارنة القيم الفعلية والقيم المقدرة باستخدام النموذج الأسي
241	6. تقييم النموذج المقدر
241	1.6 اختبار التوزيع الطبيعي
242	2.6 اختبار تجانس التباين لـ بروش باقان قودفراي و وايت
244	3.6 تحليل النتائج المتوصل إليها
245	المبحث الثالث : آفاق القطاع السياحي التنموي في الجزائر
245	1. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر آفاق 2025
246	2. الديناميكيات الخمس للمخطط التوجيهي للتنمية السياحية
246	1.2 الديناميكية الأولى
246	2.2 الديناميكية الثانية
246	3.2 الديناميكية الثالثة
246	4.2 الديناميكية الرابعة
246	5.2 الديناميكية الخامسة
246	3. الأقطاب السياحية السبعة المتميزة
246	1.3 القطب السياحي المتميز شمال شرق
246	2.3 القطب السياحي المتميز شمال وسط
247	3.3 القطب السياحي المتميز شمال غرب
247	4.3 القطب السياحي المتميز جنوب شرق
247	5.3 القطب السياحي المتميز جنوب غرب

247	6.3 القطب السياحي المتميز الكبير
247	7.3 القطب السياحي المتميز الكبير
247	4. أهداف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
249	خلاصة
251	الخاتمة العامة

الملخص:

تهدف الدراسة إلى إبراز أهمية الاستثمار السياحي في الجزائر ، واعتباره مصدرا تنمويا اقتصاديا من خلال التكامل بين المؤشرات الأساسية للسياحة التي تعمل على ترقية القطاع السياحي و جعله قطاعا بديلا لقطاع المحروقات. إذ توصلنا إلى أن الاستثمار السياحي يساهم في الدخل الإجمالي الخام بتوفير الإيرادات السياحية ، واستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح لجلب العملة الصعبة والتخفيف من حدة البطالة وذلك بتوفير مناصب شغل. ولكن بالرغم من وجود المقومات السياحية في الجزائر ، إلا أنها لم تحقق الكفاءة المتوقعة بسبب العراقيل التي تواجهها الاستثمارات السياحية من قبل السلطات المختصة، ونقص ثقافة المجتمع الجزائري.

الكلمات المفتاحية:

التنمية الاقتصادية، النمو الاقتصادي، السياحة، السائح، الاستثمار السياحي.

Résumé :

L'étude vise à souligner l'importance de l'investissement touristique en Algérie et à le considérer comme une source de développement économique à travers l'intégration des indicateurs de base du tourisme qui font la promotion du secteur touristique et en font un secteur alternatif du secteur des hydrocarbures. Nous avons conclu que l'investissement touristique contribue au revenu brut en fournissant des recettes touristiques, en attirant le plus grand nombre possible de touristes pour apporter de devises et réduire le chômage en fournissant des emplois.

Malgré la présence de composants touristiques en Algérie, elle n'a pas atteint l'efficacité attendue en raison des obstacles rencontrés vers les investissements touristiques par les autorités compétentes, et l'absence d'une culture et la conscience de la société algérienne.

Mots clé :

Le développement économique, la croissance économique, le tourisme, le touriste, l'investissement touristique.

Abstract :

The study aims to highlight the importance of tourism investment in Algeria and to consider it as a source of economic development through the integration between the basic tourism indicators that promote the tourism sector and make it an alternative sector for the hydrocarbons sector. We concluded that tourism investment contributes in the gross income by providing tourism revenues, attracting as many tourists as possible to bring in hard currency and reduce unemployment by providing jobs.

Despite the presence of tourist components in Algeria, it has not achieved the expected efficiency due to the obstacles encountered by the competent authorities to tourism investments, and the lack of culture and awareness of Algerian society.

Key words:

Economic development, economic growth, tourism, tourist, investment tourism.