الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

المرجع : ...../2019

فرع: علوم التسيير

التخصص: إدارة مالية

مذكرة بعنوان:

ترقية القطاع السياحي كمدخل لتحقيق التنويع الاقتصادي دراسة مقارنة بين الجزائر- تونس والمغرب

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير (ل.م.د)

تخصص " إدارة مالية "

إعـداد الطلبة:

- بوزراع حياة
- بورافة مروة

تحت إشراف:

الأستاذ(ة): كافي فريدة

لجنة المناقشة

اسم ولقب الأستاذ	الجامعة	الصفة
د. طويل حدة	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	رئيسا
د. كافي فريدة	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	مشرفا ومقررا
أ. بوزاهر صونيا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	مناقشا

السنة الجامعية 2019/2018

الملخص:

يعتبر موضوع السياحة من أهم المواضيع التي اهتمت بها العديد من دول العالم، باعتبار أن القطاع السياحي قطاعا أساسيا في بعض الدول وبديلا ناشئا في دول أخرى، فصناعة السياحة هي الثروة التي لا تنضب، لذلك أولت العديد من الدول اهتماما كبيرا بهذا القطاع باعتباره يشكل مصدرا هاما لجذب العملة الصعبة وقوة دافعة لعجلة التنمية الاقتصادية وغيرها. لذلك هدفت هذه الدراسة إلى إظهار مدى مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنويع الاقتصادي في كل من الجزائر، تونس والمغرب، ولإدراك ذلك يستوجب الوقوف على مختلف مقومات هذا القطاع لتوضيح ما أمكن من الحقائق حول واقع السياحة في هذه البلدان، وذلك من خلال تقييم الاستراتيجيات التي اعتمدتها هذه الدول لترقية قطاعها السياحي.

وقد خلصت الدراسة إلى أن عدم الاستغلال الكفء للمقومات السياحية لا يسمح بالنهوض بالقطاع، بالإضافة إلى أن الاستراتيجيات يشترط فيها الفعالية، وهذا ما يبدو واضحا من خلال المساهمة الايجابية في الناتج المحلي الإجمالي، خلق مناصب شغل جديدة وتحسين ميزان المدفوعات، في كل من تونس والمغرب، على عكس الجزائر التي لا تزال بعيدة عن النهوض بقطاعها السياحي.

الكلمات المفتاحية: السياحة، التنمية السياحية، التنويع الاقتصادي، الاستراتيجيات السياحية، التنمية الاقتصادية.

Abstract:

The subject of tourism is one of the most important topics of concern to many countries of the world, considering that the tourism sector is a basic sector in some countries and an emerging alternative in other countries**.** The tourism industry is the inexhaustible wealth; so many countries have paid great attention to this sector as it is an important source of attracting foreign currency and a driving force for economic and other development. Therefore, this study aimed to show the contribution of the tourism sector to economic diversification in Algeria, Tunisia and Morocco, In order to realize this, it is necessary to identify the various elements of this sector to clarify the facts about the reality of tourism in these countries, by evaluating the strategies adopted by these countries to upgrade their tourism sector. The study concluded that the lack of efficient exploitation of tourist elements does not allow for the advancement of the sector. In addition, strategies require efficiency. This is evident through the positive contribution to gross domestic product, the creation of new jobs and the improved balance of payments in Tunisia and Morocco, Unlike Algeria, which is still far from promoting its tourism sector.

Keywords: tourism, tourism industry, economic diversification, development, economic development**.**

إهـــــــداء

الحمد لله الذي وفقني لهذا العمل

و الصلاة و السلام على رسول الله صل الله عليه و سلم

أهدي ثمرة جهدي إلى من قال فيهما الرحمان

"وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا"

أطال الله في عمرهما وألبسهما تاج الصحة والعافية

إلى سندي في الحياة إخوتي الأعزاء دمتم لي دخرا وفخرا وسندا

"صفاء، عامر وجابر"

إلى من تقاسمت معي إنجاز هذا العمل "حياة" وعائلتها الكريمة

إلى كل الأهل و الأصدقاء و الزملاء في الدراسة و العمل

إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد ولو بدعاء

مـروة

الإهداء

الحمد لله رب العالمين حمدا يليق بجلاله وكمال وعظيم سلطانه،

والصلاة والسلام على من أنزل عليه القرآن فقام به حق قيام سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وسلم تسليما كثيرا.

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى من قال فيهما عزوجل "وبالوالدين إحسانا" إلى من طاعتهما من طاعة ربي،

إلى أعز مخلوقين، إلى رمز التضحية والوفاء، إلى تاج رأسي، إلى ينبوع الحنان،

إلى والدية الكريمين أطال الله في عمرهما.

إلى من تقاسمت معهن الحياة مرها وحلوها ليندة وزوجها عبد العزيز وأبنائها عصوم، مريم،

نسيمة وزوجها عبد الحليم وأبنائها علي، أيهم، يحي، أفنان

إلى أحب الناس في قلبي أشقائي بوجمعة وزوجته سميرة وابنته أريج، محمد، معاذ، لقمان

إلى من تقاسمت معي هذا العمل"مروة" وعائلتها الكريمة

إلى كل زملائي وزميلاتي في الدراسة والعمل

إلى كل من ساعدني على إنجاز هذه المذكرة

إلى كل من ذكرهم قلبي ونسيهم قلمي

إلى كل من فتح المد كرة لتكون مرشدا في بحثه.

حيـــــاة

شكـــــر وتقديـــــر

الشكر لله أولا وآخرا، ابتداء وانتهاء

شكرا وحمدا يليق بجلال وجهه وعظيم سطانه

نشكره وقد أنار لنا درب العلم والمعرفة ووفقنا في إنجاز هذا البحث.

كما نتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذة الفاضلة الدكتورة "كافي فريدة" على إشرافها

على هذا العمل وتوجيهاتها القيمة.

نشكر أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة مذكرتنا.

نشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل المتواضع من قريب أو من بعيد.

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
(1-1)	مراحل الصناعة السياحية والقطاعات المتدخلة	27
(1-2)	أنواع التنويع الاقتصادي	51
(2-2)	محددات التنويع الاقتصادي	52
(3-2)	معامل جيني	56
(1-3)	نسبة مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الاجمالي في الجزائر للفترة (2010- 2016)	95
(2-3)	مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في تونس للفترة (2010-2016)	96
(3-3)	مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب للفترة (2010-2016)	97
(4-3)	مقارنة نسب مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لكل من الجزائر، تونس والمغرب	98
(5-3)	مقارنة نسب مساهمة القطاع السياحي في التشغيل لكل من الجزائر، تونس والمغرب	101
(6-3)	مقارنة رصيد الميزان السياحي لكل من الجزائر، تونس والمغرب	104

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(1-3)	تطور عدد الفنادق والأسرة في الجزائر خلال الفترة (2000- 2016)	80
(2-3)	تطور عدد الفنادق والأسرة في تونس خلال الفترة (2000-2016)	81
(3-3)	تطور عدد الفنادق والأسرة في المغرب خلال الفترة (2000-2016)	82
(4-3)	الأهداف المادية وفق الإستراتيجية السياحية الجزائرية للفترة (2008- 2025)	83
(5-3)	مقارنة التقديرات المستهدفة مع المحققة في مؤشر التدفقات السياحية الدولية الوافدة إلى الجزائر (2008- 2015)	84
(6-3)	مقارنة طاقات الإيواء المستهدفة مع المحققة في الجزائر للفترة (2008-2015)	84
(7-3)	مقارنة حجم المداخيل السياحية المستهدفة مع المحققة في الجزائر للفترة (2008- 2015)	85
(8-3)	الأهداف الكمية وفق الإستراتيجية السياحية التونسية للفترة (2001-2016)	87
(9-3)	مقارنة التقديرات المستهدفة مع المحققة للخطة الخماسية التونسية للفترة (2010-2015)	88
(10-3)	مقارنة طاقات الإيواء المستهدفة مع المحققة في تونس سنة 2015	89
(11-3)	مقارنة الليالي السياحية المستهدفة مع المحققة في تونس سنة 2015	89
(12-3)	الأهداف الكمية والنقدية للإستراتيجية السياحية المغربية للفترة (2010-2020)	91
(13-3)	تقييم الإنجازات المحققة في مؤشر السياحة الدولية في المغرب للفترة (2010-2015)	92
(14-3)	تقييم المنجزات المحققة في مؤشر طاقة الإيواء بالمغرب للفترة (2010-2015)	92
(15-3)	تقييم المنجزات المحققة في مؤشر الليالي السياحية في المغرب سنة 2015	93

(16-3)	مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي بالجزائر للفترة (2010- 2016)	**94**
(17-3)	مساهمة الإيرادات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بتونس للفترة (2010-2016)	**95**
(18-3)	مساهمة الإيرادات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بالمغرب للفترة (2010-2016).	**97**
(19-3)	مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التشغيل خلال الفترة (2010-2016)	**99**
(20-3)	مساهمة القطاع السياحي التونسي في التشغيل خلال الفترة (2010-2016)	**100**
(21-3)	مساهمة القطاع السياحي المغربي في التشغيل خلال الفترة (2010-2016)	**100**
(22-3)	تطور رصيد الميزان السياحي الجزائري خلال الفترة (2010- 2016)	**102**
(23-3)	تطور رصيد الميزان السياحي التونسي خلال الفترة (2010- 2016)	**102**
(24-3)	تطور رصيد الميزان السياحي المغربي خلال الفترة (2010- 2016)	**103**

قائمة المختصرات

الاختصار	أصل الإختصار	معناه باللغة العربية
SNAT	Le Schema Nationale D’aménagement Territoire.	المخطط الوطني لتهيئة الإقليم
SDAT	Le Schema Directeur D’aménagement Territoire.	المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية
SWOT	Strength Weaknes Opportunitie Threats	نقاط القوة ، نقاط الضعف ،الفرص و التهديدات.

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
ملخص باللغة العربية والإنجليزية	أ
الإهداء	ب
الشكر والتقدير	ث
قائمة الأشكال	ج
قائمة الجداول	ح
قائمة المختصرات	د
فهرس المحتويات	ذ
مقدمـــــة	**1**
الفصـــــل الأول: مدخل مفاهيمي للسياحة وترقية القطاع	**41-8**
المبحث الأول: مدخل عام للسياحة	**10**
المطلب الأول: ماهية السياحة	**10**
المطلب الثاني: مقومات السياحة وأهم العوامل المؤثرة فيها	**14**
المطلب الثالث: دوافع وأنماط السياحة	**15**
المبحث الثاني: أسس، مؤشرات وصناعة السياحة	**20**
المطلب الأول: أسس السياحة	**20**
المطلب الثاني: مؤشرات السياحة	**24**
المطلب الثالث: صناعة السياحة	**25**
المبحث الثالث: ترقية القطاع السياحي	**29**
المطلب الأول: التنمية السياحية	**29**
المطلب الثاني: التنمية السياحية المستدامة	**33**
المطلب الثالث: آثار السياحة والمشاكل التي تواجهها	**36**
الفصل الثانـــي: التنويـــع الاقتصـــادي: مقاربة نظرية	**68-42**
المبحث الأول: الإطار النظري للتنويع الاقتصادي	**44**
المطلب الأول: مفهوم التنويع الاقتصادي، خصائصه وأهميته	**44**
المطلب الثاني: شروط التنويع الاقتصادي وأنواعه	**49**
المطلب الثالث: محددات التنويع الاقتصادي وأسباب اللجوء إليه	**51**
المبحث الثاني: ميكانيزمات التنويع الاقتصادي	**53**

المطلب الأول: مؤشرات وطرق قياس التنويع الاقتصادي	**53**
المطلب الثاني: آليات التنويع الاقتصادي	**57**
المطلب الثالث: عوامل نجاح التنويع الاقتصادي وعوائقه	**61**
المبحث الثالث: القطاع السياحي كإستراتيجية لتحقيق التنويع الاقتصادي	**63**
المطلب الأول: أثر السياحة في الناتج المحلي الإجمالي والمستوى العام للأسعار	**63**
المطلب الثاني: أثر السياحة على ميزان المدفوعات	**64**
المطلب الثالث: أثر السياحة على التشغيل وإعادة توزيع الدخل	**65**
الفصل الثالث: مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنويع الاقتصادي في الجزائر، تونس والمغرب - دراسة مقارنة-	**105-69**
المبحث الأول: المقومات السياحية لكل من الجزائر، تونس والمغرب	**71**
المطلب الأول: المقومات السياحية الطبيعية	**71**
المطلب الثاني: المقومات السياحية التاريخية والحضارية (الأثرية)	**75**
المطلب الثالث: المقومات السياحية المادية	**79**
المبحث الثاني: إستراتيجيات ترقية القطاع السياحي في الجزائر، تونس والمغرب	**82**
المطلب الأول: إستراتيجية ترقية القطاع السياحي في الجزائر (SDAT2025)	**82**
المطلب الثاني: إستراتيجية ترقية القطاع السياحي في تونس (2001-2016)	**86**
المطلب الثالث: إستراتيجية ترقية القطاع السياحي في المغرب (رؤية 2020)	**90**
المبحث الثالث: دراسة مقارنة عن مساهمة القطاع السياحي في اقتصاد كل من الجزائر، تونس والمغرب	**94**
المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي	**94**
المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في التشغيل	**99**
المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في ميزان المدفوعات	**102**
الخاتمـــــة	**106**
قائمة المراجع	**111**
الملاحق	**121**

عرفت اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية قفزة انتقالية نتيجة التحولات الاقتصادية العالمية الجديدة، هذه التغيرات والتحولات جعلت الدول تعيد ترتيب قطاعاتها حسب درجة أهميتها ومساهمتها في تحقيق التنمية الاقتصادية، ومن بين القطاعات التي ساهمت في تحقيق ذلك قطاع الخدمات الذي يعتبر حاليا من أهم القطاعات الاقتصادية المنافسة للقطاعات الأخرى كالقطاع الصناعي والقطاع الزراعي، حيث أصبح يعد كبديل لتعويض النقص أو الضعف في هذين القطاعين، وتعتبر الخدمات أو ما يسمى بالقطاع الثالث من أضخم القطاعات درا للمال على اقتصاديات الدول خاصة في المجال السياحي.

تعتبر السياحة جزء مهما من تجارة الخدمات، حيث تعد من أسرع القطاعات نموا في الاقتصاد العالمي في الوقت الراهن، فهي بذلك تعد صناعة قائمة بذاتها، فقد أصبحت واحدة من اكبر الصناعات في العالم سيما منذ منتصف القرن العشرين، حيث تنافس صناعة البترول والذهب من حيث المداخيل المعتبرة التي تم تحقيقها في هذه الصناعة على المستوى العالمي، وتعتمد عليها الكثير من الدول في الحصول على العملات الصعبة،باعتبار السياحة ركنا أساسيا في دعم ميزان المدفوعات نتيجة للعائدات السياحية المحققة في الميزان السياحي، كما تساهم في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي، إضافة إلى توفير مناصب الشغل المباشرة وغير المباشرة نظرا لعلاقتها التشابكية الأمامية والخلفية مع الكثير من القطاعات الاقتصادية كالنقل، والمطاعم وباقي الخدمات الأخرى. وتعتبر المقومات والإمكانيات السياحية(الطبيعية، التاريخية والمادية) أحد أهم الركائز الأساسية للعرض السياحي في أي دولة، فكلما كانت هذه المقومات أكثر تميزا وتنوعا كلما ساعد ذلك في عملية جذب السياح، وبالتالي زيادة الطلب السياحي في تلك الدول.وبهذا أصبح القطاع السياحي يشكلدعامةأساسيةللاقتصادالوطني، لهذا سارعت العديد من الدول لتقديم مختلف التسهيلات والإمكانيات ووضع الاستراتيجيات والخطط لتنمية وترقية هذا القطاع، بهدف تحقيق التنمية الاقتصادية وبالتالي تحقيق تنويع اقتصادي جيد.

والتنويع الاقتصادي موضوع ذو أهمية كبيرة لدوره الرئيسي في تعزيز النمو الاقتصادي ومساهمته في زيادة إنتاجية العوامل وتنويع الإيرادات وخلق القيمة المضافة، وعليه تسعى معظم الدول إلى تطبيق إستراتيجية التنويع الاقتصادي وإنجاحها من خلال تبني حزمة من السياسات والمشاريع الاقتصادية المتنوعة في مختلف القطاعات، أهمها قطاع السياحة باعتباره بديل أمثل لتنويع مصادر الإيرادات خصوصا وأنه قطاع يدر إيرادات بالعملة الصعبة، وقادر على خلق مناصب الشغل، لدى فالقطاع السياحي يلعب دورا بارزا في دعم النمو الاقتصادي.

وهذا ما دفع بلدان المغرب العربي (بلدان المقارنة) إلىالاهتمام بتنمية القطاع السياحي، كونها تمتلك من المقومات ما يؤهلها لذلك،وحتى تكون السياحة محرك للتنمية يجب انتهاج إستراتيجيةالتواصل والاستمرار أي العمل على تحقيق تنمية سياحية مستدامة، وقد قامت كل من الجزائر، تونس والمغرب بوضع إستراتيجيات وطنية لتنمية القطاع السياحي، تهدف هذه الإستراتيجيات إلى تفعيل أداء القطاع السياحي في

الاقتصاد الوطني، ومحاولة الرفع من نسبة مساهمة هذا القطاع في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

الإشكالية:

تتمحور إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما دور ترقية القطاع السياحي في تحقيق التنويع الاقتصادي في كل من الجزائر، تونس والمغرب؟

وسعيا منا للإجابة على هذه الإشكالية المطروحة ارتأينا إلى تقسيمها إلى تساؤلات فرعية كالتالي:

1- ما المقصود بالسياحة؟ وكيف تتم ترقية القطاع؟

2- هل يعدالقطاع السياحي بديلا استراتيجيالتحقيق التنويع الاقتصادي؟

3- هل للجزائر، تونس والمغرب مقومات واستراتيجيات سياحية تمكنها من تحقيق التنويع الاقتصادي؟

أ- الفرضيات:

للإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا على جملة من الفرضيات تتمثل فيمايلي:

1- يلعب قطاع السياحة دورا مهما في عملية التنمية الاقتصادية وإهماله يؤدي إلى ضعف الاقتصاد الوطني؛

2- القطاع السياحي بديل استراتيجيلتحقيق التنويع الاقتصادي؛

3- تمتلك الجزائر، تونس والمغرب إمكانيات سياحية تمكنها من النهوض بقطاعها السياحي، بغية ترقيته وتحقيق التنويع الاقتصادي وفقا لاستراتيجيات التنمية السياحية.

ب- أسباب اختيار البحث:

من أهم أسباب اختيار الموضوع مايلي:

- محاولة تسليط الضوء على قطاع السياحة كونه قطاعحساس،ويعتبر من أحدث الصناعات المهتم بها في العصر الحديث، نظرا لما يدره من موارد مالية خصوصا بالعملة الأجنبية؛

- أهمية قطاع السياحة في تحقيق التنويع الاقتصادي، ومحاولة التقليل على الاعتماد الكلي على قطاع المحروقات بالنسبة للجزائر من جهة، ومن جهة أخرى إبراز مدى مساهمة هذا القطاع في بناء اقتصاد قوي يعول عليه في كل من تونس والمغرب؛

- الاستفادة من تجارب الدول موضوع المقارنة" تونس والمغرب" والنتائج التي حققتها كل دولة نتيجة اهتمامها بتنمية القطاع السياحي؛

- الرغبة والميل الشخصي للبحث في موضوع القطاع السياحي.

ت- أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- ✓ إبراز أهمية القطاع السياحي في اقتصاديات الدول وما تحققه من تنمية سياحية مستدامة؛
- ✓ توضيح آليات التنويع الاقتصادي وأهم مؤشراته وطرق تقييمه؛
- ✓ إبراز المقومات السياحية التي تتميز بها دول المقارنة؛
- ✓ معرفة ودراسة محاور الاستراتيجيات السياحية التي اعتمدتها دول المقارنة وتقييمها من خلال عدة مؤشرات؛
- ✓ مقارنةمساهمة قطاع السياحة في: الناتج المحلي الإجمالي، التشغيل وميزان المدفوعات من خلال رصيد الميزان السياحي التجاري بين دول المقارنة وفقا لاستراتيجياتها المطبقة.

ث-أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تحاول تسليط الضوء على واقع القطاع السياحي في الجزائر، تونس والمغرب الذي يعتبر كالبديل لتحقيق التنويع الاقتصادي، وذلك من خلال مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، زيادة خلق مناصب الشغل، تحسين ميزان المدفوعات وغيرها.

كما تبرز أهمية هذا البحث في تماشيه مع العناية الكبيرة التي توليها كل من الجزائر، تونس والمغرب، في سبيل ترقية قطاعها السياحي ومحاولتهم الواعية لاستغلال المقومات السياحية الهائلة التي تميزهم، بالإضافة إلى معرفة مدى نجاعة الإستراتيجيات الموضوعة من طرف كل دولة من أجل النهوض بقطاعها السياحي.

ج-حدود الدراسة:

- **الحدود المكانية:** يختص هذا البحث بتناول ترقية القطاع السياحي كمدخل لتحقيق التنويع الاقتصادي في كل من الجزائر، تونس والمغرب من خلال دراسة مقارنة.
- **الحدود الزمانية:** انحصرت الدراسة خلال الفترة(2000-2016).

ح-منهج الدراسة المتبع:

لإنجاز البحث والإجابة على الإشكالية الرئيسية المطروحة والتساؤلات الفرعية، فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي فيما يخص الجزء النظري وهو المنهج الذي يلائم طبيعة الموضوع، أما فيما يخص الجانب التطبيقي فقد اعتمدنا على المنهج المقارن والأسلوب الإحصائي، مستعينين بمجموعة من المصادر المتنوعة، وتتمثل هذه المراجع بشكل أساسي في الكتب المرجعية في الموضوع، مذكرات ماجستير وأطروحات دكتوراه، ملتقيات وطنية ودولية فيما يخص اقتصاد السياحة، إحصائيات منشورة من قبل هيئات محلية ودولية، كوزارات السياحة، الديوان الوطني للإحصائيات، خطط وبرامج واستراتيجيات التنمية السياحية في كل من الجزائر، تونس والمغرب.

خ- الدراسات السابقة:

من الدراسات التي تناولت الموضوع وتمكنا من الاعتماد عليها تتمثل في:

❖ **الدراسة الأولى:** أطروحة دكتوراه للباحثة "زير ريان" بعنوان: "**مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي، دراسة مقارنة الجزائر، تونس والإمارات**"، علوم تجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، (2018).

- **إشكالية الدراسة:** تحاول الباحثة من خلال دراستها لهذا الموضوع، إبراز الأهمية الاقتصادية التي يؤديها التسويق السياحي من خلال مساهمته في السياحة في الوطن العربي، وقد قامت الباحثة بدراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والإمارات، ولهذا انبثقت إشكالية الدراسة من التساؤل التالي: كيف يمكن للتسويق السياحي أن يساهم في تطوير السياحة في الوطن العربي؟
- **النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة:** تتمثل نتائج هذه الدراسة كالآتي:

-تشير كل المؤشرات السياحية إلى ضعف مردود القطاع السياحي الجزائري مقارنة بتونس والإمارات، خاصة ماتعلق بالناتج المحلي الإجمالي واليد العاملة في القطاع.

- إن نجاح كل من تونس والإمارات المتحدة في تحقيق التنمية السياحية يرجع أساسا إلى أخذها بمبدأ التخطيط الاستراتيجي لتحقيق التكامل بين جميع القطاعات.
- أبدت الإماراتاهتماما كبيرا بتطوير البنية التحتية السياحية والارتقاء بمستوى الخدمات في القطاع الفندقي والنقل وتوفير بيئة استثمارية مشجعة لإطلاق مشروعات إستراتيجية كبرى، وتعزيز الشراكة بين القطاع العام والخاص، ويعود ضعف أداء القطاع السياحي في الجزائر إلى ضعف الاستثمار في هذا القطاع، والتأخر في إنجاز المشاريع المقررة من خلال المخططات الوطنية.

❖ **الدراسة الثانية:** أطروحة دكتوراه للباحث "ساعد بوراوي" بعنوان: "**تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي(الجزائر، تونس والمغرب)-دراسة مقارنة-**، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1.(2017).

- **إشكالية الدراسة:** تتمحور إشكالية هذا البحث حول تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي، وهذا من خلال دراسة حالة بلدان المغرب العربي في كل من الجزائر، تونس والمغرب، ولمعرفة ذلك أكثر يبرز التساؤل الرئيسي لهذه الإشكالية وهو: ماهو تأثير الاستثمارات الأجنبية على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي(الجزائر، تونس والمغرب)؟
- **النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة:** توصلت الدراسة إلى ما يلي:
- اتجهت السياسات السياحية المطبقة في تونس والمغرب إلى توفير منتوجات سياحية تنافسية على مستوى أسواقها، في الوقت الذي تعاني منه الجزائر من تخلف في هذا الميدان، وليست لها القدرات التنافسية التي تمكنها من الولوج إلى ساحة السياحة الدولية والحصول على المنافع التي حققتها العديد من دول المنطقة كالمغرب وتونس،

- يلاحظ ركود وتراجع للاستثمارات السياحية ولا سيما الجانبية منها، على الرغم من القوانين والتشريعات المحفزة لاستقطابها، وترجع الفجوة المعاينة بين الاستثمارات المرخصة والمنفذة إلى الطبيعة الطاردة لمناخ الاستثمار السياحي في الجزائر بسبب كثرة المشاكل والعراقيل.

❖ **الدراسة الثالثة:** أطروحة دكتوراه للباحث"عوينان عبد القادر" بعنوان: "**السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات(2000- 2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية"SDAT2025**"، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر03، (2013).

- **إشكالية الدراسة:** يحاول الباحث من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على حال القطاع السياحي في الجزائر مبرزا إمكانياتها التي تسمح لها بالنهوض بهذا القطاع، بالإضافة إلى تشخيص مختلف معوقاتها، وهذا في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، ولهذا انبثقت إشكالية الدراسة من التساؤل التالي: في ظل الوضعية الحالية التي يوجد عليها القطاع السياحي في الجزائر، ماهي الآليات والسبل الكفيلة لدفع عجلة القطاع السياحي في الجزائر، بغية استغلال الإمكانيات السياحية المتوفرة في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025؟
- **النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة:** تتلخص نتائج هذه الدراسة كالأتي:
- القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيفا ودون المستوى المطلوب، ولم يرقى إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه، رغم توفر الإمكانيات خاصة الطبيعية منها، التي يمكن أن تجعل من الجزائر بلدا مستقطبا للسياح.
- اعترض قطاع السياحة في الجزائر عقبات وعراقيل حالت دون النهوض به وتطويره ، واختلفت هذه العراقيل وتنوعت في شتى المجالات وأهمها الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية بعد الاستقلال، والوضع الأمني الذي مرت بها الجزائر فترة التسعينات.

❖ **الدراسة الرابعة:** دراسة بنين بغداد وبنين عبد الرحمان2016 بعنوان:"السياحة كبديل لتفعيل التنويع الاقتصادي في الجزائر"مقال منشور في مجلة الدراسات الاقتصادية المتقدمة الصادرة عن جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي.

تطرق هذا المقال إلى موضوع السياحة كبديل لتفعيل التنويع الاقتصادي في الجزائر، من خلال نقاط محورية نوردها فيما يلي:

- مفهوم وأهمية السياحة والتنمية السياحية؛
- متطلبات التنويع الاقتصادي وأبعاده؛
- التنمية السياحية كبديل اقتصادي في الجزائر.

النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة : وقد تم التوصل إلى مايلي:

- أن للتنمية السياحية دورا هاما في تفعيل التنويع الاقتصادي من خلال البرامج التنموية التي من شأنها أن تدفع العجلة الاقتصادية إلى الأمام والخروج من الاقتصاد المعتمد على المورد الوحيد إلى الاقتصاد ذي التنويع الاقتصادي.
- يساهم قطاع السياحة في تحقيق مداخيل جديدة للعملة الصعبة وبالتالي تزايد الإيرادات، بالإضافة إلى توفير مناصب شغل جديدة والحد من البطالة.

❖ **الدراسة الخامسة:**

Mohamed Nasser Hamidato, BaqaasAlssafiah, Economic diversification in Algeria, Global Journal of Economic and Business,No 2, Science Reflection (SR), 2017.

تطرق هذا المقال إلى موضوع التنويع الاقتصادي في الجزائرمن خلال النقاط التالية:

- احتلال موضوع التنويع الاقتصادي حيزا كبيرا في أدبيات الحكومات ومتخذي القرار.
- الخلل الكبير الذي أثر في النمو الاقتصادي العالمي نتيجة تتابع الأزمات جعل من سوق النفط أحد ضحاياه وبالتالي الدول الريعية أكثر المتأثرين حاليا.
- **النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة:** وقد تم التوصل إلى مايلي:
- الاقتصاد الجزائري اقتصاد ريعي يعتمد على الصناعات الاستخراجية بصورة كبيرة.
- بوادر التوجه نحو التنويع الاقتصادي بدأت تلوح غير أن الإصلاحات مازالت سطحية إذ يجب تعديل بنية الاقتصاد للتكيف مع المتغيرات الجديدة.
- التنويع الاقتصادي هو هدف لكل الدول والحكومات للخروج من التركيز الاقتصادي.

يكمن الفرق بين الدراسات السابقة ودراستنا كون أن الدراسة التي قمنا نحن بها تهتم أولا بترقية القطاع السياحي من خلال تنميته، ثم تبيان دور هذا القطاع في تحقيق التنويع الاقتصادي.

- **خطة وهيكل الدراسة:**

للإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول تسبقهم مقدمة وتليهم خاتمة.

الفصل الأول: مدخل مفاهيمي للسياحة ودورها في التنمية، تندرج تحته ثلاثة مباحث أساسية، المبحث الأول كمدخل عام إلى السياحة يبين ماهية السياحة، مقوماتها وأبرز أنماطها، أما المبحث الثاني فقد تناول أسس، مؤشرات وصناعة السياحة، في حين يركز المبحث الثالث عن ترقية القطاع السياحي عن طريق إعطاء مفهوم للتنمية السياحيةوإبراز استراتيجياتهاومنها تحقيق تنمية سياحية مستدامة عن طريق مؤشراتها ومبادئها، ثم لنختم المبحث بأهم نتائج السياحة وأبرز المشاكل التي تواجهها.

الفصل الثاني: التنويع الاقتصادي: مقاربة نظرية، قسم إلى ثلاثة مباحث، تناولنا في المبحث الأولالإطار النظري للتنويع الاقتصادي، من خلال إعطاء مفهوم للتنويع الاقتصادي وأهميته، إبراز أنواع التنويع وأهدافه،

ثم التطرق إلى أسباب ودوافع التنويع، أما المبحث الثاني فقد ركز على ميكانيزمات التنويع من خلال مؤشراته وطرق قياسه بالإضافة إلى إبراز أهم آليات تنويعه من خلال أهم القطاعات البديلة له، لنختم هذا المبحث بإعطاء أهم العوامل والسبل التي أدت إلى تحقيق التنويع بكل نجاح، بالإضافة إلى إبراز أهم العوائق التي منعت من تحقيق التنويع الاقتصادي، أما المبحث الثالث فقد تناول القطاع السياحي كإستراتيجية لتحقيق التنويع الاقتصادي مبرزا في ذلك أثر القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي والمستوى العام للأسعار، أثر السياحة على ميزان المدفوعات، أثر السياحة على التشغيل وإعادة توزيع الدخل.

الفصل الثالث: مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنويع الاقتصادي في الجزائر، تونس والمغرب دراسة مقارنة– تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث رئيسية، حيث تناولنا في المبحث الأول المقومات السياحية لكل من الجزائر، تونس والمغرب،من خلال إبراز مقوماتها السياحية الطبيعية والتاريخية والمادية، أما المبحث الثاني فيتناول استراتيجيات ترقية القطاع السياحي في كل دولة من دول المقارنة، في حين تناول المبحث الثالث دراسة مقارنة عن مساهمة القطاع السياحي في اقتصاد كل من الجزائر، تونس والمغرب.

د– **صعوبات الدراسة:**

إن أي بحث علمي لا يخلو من صعوبات ومن أهم الصعوبات التي واجهتنا في دراستنا ما يلي:

1– الظروف التي مر بها المركز الجامعي (إضراب الأساتذة والموظفين، إضراب الطلبة...)؛

2– تضارب الإحصائيات المتعلقة بتقييم الاستراتيجيات في بعض الأحيان خصوصا الإحصائيات الصادرة عن الديوان الوطني للإحصائيات والمجلس العالمي للسفر والسياحة الخاصة بالجزائر، بالإضافة إلى صعوبة الحصول على المعلومات الإحصائية الخاصة بالمغرب وعدم توفر مراجع خاصة بها يعتمد عليها.

الفصل الأول:

مدخل مفاهيمي للسياحة وترقية القطاع

تمهيد الفصل الأول:

لقد عرفت ظاهرة السفر منذ القدم، فقد كانت بسيطة وبدائية في مظاهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها، ثم تطورت هذه الظاهرة البسيطة حتى أصبحت اليوم نشاطا له أسسه ومبادئه خاصة بعد التقدم التكنولوجي في مجال النقل والاتصالات، بالإضافة إلى ارتفاع الدخول وتحسين ظروف العمل وارتفاع مستوى التعليم والثقافة وغيرها. وعليه فقد أصبحت السياحة نشاط يتعلق بالسفر والبقاء لفترة خارج المكان المعتاد، كما أن السفر يكون إما لدافع التسلية والترفيه أو لدوافع أخرى تختلف من سائح لآخر، هذا ما ينتج عنه تعدد أنواع السياحة منها الدينية، العلاجية، الترفيهية، البيئية...الخ.

فالسياحة بذلك أصبحت تعد أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية في العالم، فهي قادرة على جلب مداخيل هامة من العملة الصعبة وامتصاص البطالة وترقية مناطق بأكملها، ولهذا فكثير من الدول جعلت هذا القطاع حجر أساس اقتصادها الوطني، خصوصا بعد أن أصبح ينظر إلى السياحة على أنها صناعة ومصدر دخل أساسي في كثير من دول العالم، وهي كأي نشاط له آثار وانعكاسات إيجابية أو سلبية سواء على الناحية الاقتصادية، الاجتماعية أو البيئية. كما أن السياحة اعتبرت أحد الركائز أو الأدوات الأساسية التي يعتمد عليها في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

وعليه فقد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث رئيسية على الشكل التالي:

المبحث الأول: مدخل عام للسياحة

المبحث الثاني: أسس، مؤشرات وصناعة السياحة

المبحث الثالث: ترقية القطاع السياحي

المبحث الأول: مدخل عام للسياحة

تعتبر السياحة ظاهرة إنسانية قديمة، لأن الإنسان منذ زمن بعيد وهو في حركة دائمة بين السفر والتنقل بحثا عن أمنه واستقراره ومحبا للحصول على العلم والمعرفة، لذا فقد تعددت مفاهيم السياحة لتعدد أغراض وأسباب السفر والتنقل، وظل مفهومها قيد التوسع والتجدد حتى وصل إلى العصر الحالي الذي يشهد العديد من التطورات الهائلة التي ساعدت على انتشار السياحة، وبروز خصائص جديدة لها ومن ثم تعدد أنواعها.

المطلب الأول: ماهية السياحة

لقد تنوعت تعاريف السياحة وتعددت وذلك نظرا لتطور مفهومها من فترة إلى أخرى، واختلاف وجهة النظر إليها بين الباحثين والهيئات والمنظمات الدولية، إذ هناك من ينظر للسياحة على أنها ظاهرة اجتماعية، ومنهم من يرى أن السياحة ظاهرة اقتصادية.

أولا: تعريف السياحة

هناك عدة تعاريف للسياحة إلا أن أول من قام بوضع تعريف محدد للسياحة هو العالم الألماني "جوير فورويلر" " **Guyer Freuler**" حيث يرى أن السياحة " ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من حاجتنا المتزايدة إلى الراحة وتغيير الجو المحيط بنا، ومولد إحساس محبب بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والمتعة من خلال الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة بها".[1]

وتعرف أيضا أنها عملية انتقال وقتية يقوم بها عدد كبير من سكان الدول المختلفة من خلال التنقل من محل إقامتهم إلى أماكن أخرى، داخل حدود بلدهم (تسمى سياحة داخلية) أو إلى بلدان أخرى (تسمى سياحة خارجية).[2]

أما الاقتصادي النمساوي "**شوليرن شراتنهومن**" "**Schullard H V**" عرف السياحة على أنها:" الاصطلاح الذي يطلق على أي عملية من العمليات الاقتصادية التي تتعلق بانتقال وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة ترتبط بها ارتباطا مباشرا ".[3]

ويعرف مؤسس البحث السياحي، الباحث "**هونزكيز**" **Hunziker**" السياحة بأنها: "مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر، وعلى إقامة مؤقتة لشخص خارج مكان إقامته الاعتيادية، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي".[4]

---

[1]_علاء إبراهيم العسالي، **السياحة في الوطن العربي التاريخ–المخاطر–المهددات**، دار أمجد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2016، ص 10.

[2]_عصام حسن السعيدي، **إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر**، دار الراية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص15.

[3]_عشي صليحة، **الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب**، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد تنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2011، ص 31.

[4]_ حشماوي محمد، بوقلاشي عماد، **الاهتمام بالمورد البشري في القطاع السياحي كمدخل من مداخل تحقيق التنمية السياحية في الجزائر**، مجلة المناجر، العدد 01، المدرسة التحضيرية في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، دراية الجزائر، د س، ص5.

أما **المنظمة العالمية للسياحة** فعرفت السياحة بأنها :"نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من مكان الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن عام كامل، لغرض من أغراض السياحة المعروفة ماعدا الدراسة والعمل".

كما تعرفها **الأكاديمية الدولية للسياحة** بأنها: "اصطلاح يطلق على الرحلات الترفيهية، وعلى هذا الأساس هي مجموعة الأنشطة الأساسية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات الترفيهية، وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح".[1]

ويعرفها **مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي** :"ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 12 شهرا، بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية، والسياحة كالطائر لها جناحان يتمثلان في السياحة الداخلية والخارجية".[2]

من خلال التعاريف السابقة نستنتج بأن السياحة: "هي سفر أو انتقال شخص من مكان إقامته الأصلي إلى مكان آخر، بغرض الترفيه عن النفس أو العلاج أو الرياضة أو لأغراض أخرى، شرط أن لا تكون مدة الإقامة أقل من ليلة واحدة ولا تزيد عن سنة واحدة، كما يجب أن لا يكون هذا التنقل بغرض العمل بأجر."

ثانيا: خصائص السياحة

تأسيسا على التعاريف السابقة للسياحة يتضح أنها تشمل كافة الأنشطة، التي تتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة للسياح، فإن هذه التعاريف تؤكد خصائص السياحة التالية:

1- **السياحة منتج غير مادي:** تتسم الخدمات السياحية بأنها خدمات غير ملموسة، وغالبا ما يصعب إبراز أو تسليط الضوء على المنافع والتسهيلات الموجودة في فندق أو مطعم معين، ذلك لأن هذه المنافع ربما تكون مترابطة مع شخصية وكفاءة الطاقم أو العاملين في المنشأة السياحية والفندقية.[3]

2- **موسمية الخدمات السياحية:** والتي تتصف بالموسمية في العمل، حيث هناك زيادة على العمل في أشهر معينة، كموسم الذروة وفيه تكون نسبة الأشغال عالية، أما موسم الكساد وهو انخفاض الخدمات ونسبته إلى أدنى مستوى في عدة أشهر من السنة أيضا.

---

[1] _ بشيرة عالية، **السياحة الجزائرية ودورها في كشف معوقات التنمية الاجتماعية للبناء السوسيو ثقافي**، مذكرة ماجستير، تخصص علم الاجتماع الثقافي، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر2، 2009، ص74.

[2] _ عوينان عبد القادر، **السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات(2000-2025)في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025**، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر3، 2013، ص9.

[3] _ مروان محمد أبو رحمة وآخرون، **مبادئ التسويق السياحي والفندقي**، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص69.

3- **المرونة في الخدمات:** حيث أن استجابة القطاع السياحي للمتغيرات البيئية تكون كبيرة، فالظروف السياسية والاقتصادية لها تأثير واضح على زيادة أو انخفاض عدد السياح.[1]

4- **المنتج السياحي غير قابل للتخزين:** لذلك يجب مواجهة التقلبات بتخفيض الأسعار والرفع من جودة الخدمات، لزيادة الطلب على المنتج السياحي.

5- **السياحة صادرات غير منظورة:** فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر، فهي تعتبر واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه، وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي "الدولة المضيفة " لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى التي تتطلب بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها تكاليف نقلها.

6- **المنتج السياحي منتج مركب:** فهو مزيج من عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض، وتؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى في المجتمع. فالسياح يستهلكون مجموعة من السلع والخدمات منها التي تبيعها المنشآت السياحية كالإقامة، الإطعام، النقل، والهدايا، ومنها ما يتعلق بالتي تبيعها المنشآت الأخرى (التجارية مثلا).[2]

7- إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي والموارد السياحية (الطبيعية، التاريخية والآثار)لا تباع إلا من خلال السياحة، وهذا المنتج لا يباع إلا في وجود سلع وخدمات مساعدة التي تتمثل في الهياكل السياحية (الخدمات، المرافق، المياه، الكهرباء، الغاز...الخ) منشآت الإقامة.

8- ارتباط صناعة السياحة كنشاط إنتاجي يقدم خدمات ذات طبيعة خاصة بقضايا التنمية الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية في كثير من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء.

9- **الاختلاف:** يمتاز المنتج السياحي بخاصية الاختلاف لأنه من المستحيل عمليا إنتاج منتجين سياحيين متطابقين لأنه سيكون هناك دوما اختلاف في الجودة، حتى لو افترضنا تطابق الخصائص المادية للخدمة السياحية المقدمة.[3]

---

[1] _ عصام حسن السعيدي، **التسويق والترويج السياحي والفندقي دراسة للتسويق السياحي في الدول العربية**، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 56.

[2] _ كواش خالد، **أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر**، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، فرع التخطيط، جامعة الجزائر، 2004، ص ص 20-22.

[3] _ محمد عبيدات، **التسويق السياحي مدخل سلوكي**، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، عمان، 2008، ص18.

ثالثا: أهداف السياحة

من بين أهداف السياحة نذكر منها ما يلي:

1- أهداف سياسية: وهي التي ترمي لتحسين علاقات الاتصال بين الدول لتحقيق الاستقرار الداخلي والخارجي.

- ✓ **فبالنسبة للاستقرار الداخلي:** تساهم السياحة في تحقيق الأمن والحماية للمناطق المعرضة للخطر، وذلك بإنشاء مشروعات سياحية وتعميرها بالسكان، وبعث الحيوية فيها من خلال توفير المتطلبات الضرورية للحياة.
- ✓ **أما بالنسبة للاستقرار الخارجي:** وهو كسر التوترات وسوء العلاقات بين الدول، إذ أن التبادل الدولي السياحي يخلق تعاطف الشعوب بالاحتكاك فيما بينهم وهذا ما قد تحترمه الحكومات المتضاربة، فيساعد على الاستقرار السياسي بين هذه الدول.

2- أهداف اجتماعية: بما أن القطاع السياحي يعتبر القطاع الإنتاجي الثالث بعد الصناعة والزراعة فهو يحقق لنا:

- ✓ **تشغيل اليد العاملة:** وذلك بخلق مناصب شغل نظامية أو حرة، مما يساعد في القضاء على الكثير من الانحرافات والجرائم الناتجة عن الفراغ وعدم العمل.
- ✓ **إعادة توزيع السكان:** وذلك من خلال إعمار مناطق جديدة عن طريق تهيئة هذه المناطق بإنشاء الفنادق والمناطق الضرورية وتجميع السكان، مما يؤدي إلى إعادة توزيع السكان حولها، هذا بدوره يؤدي إلى إعادة توطين حضاري قد يغير رسم الخريطة الجغرافية.
- ✓ **المساهمة في الرفع من المستوى المعيشي:** عن طريق زيادة الدخل الفردي الذي يتسبب فيه قطاع السياحة.[1]

3- أهداف اقتصادية: وتتمثل في:[2]

- ✓ تحقيق وتدعيم إيرادات الخزينة العمومية؛
- ✓ زيادة الدخل الفردي والوطني؛
- ✓ تحسين وضعية ميزان المدفوعات؛
- ✓ تحريك دواليب التنمية الاقتصادية؛
- ✓ المساهمة في تنشيط القطاعات الأخرى؛
- ✓ توسيع الاستثمار في القطاع السياحي من خلال عوائده؛

---

[1] _ مفاتيح يمينة، **أثر الابتكار السياحي على التمنية السياحية حالة إقليمي الأهقار بالجزائر ودوز بتونس**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق استراتيجي والابتكار، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2018، ص ص 68، 69.

[2] _ خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص 23.

✓ تشجيع الصناعة السياحية.

المطلب الثاني: مقومات السياحة وأهم العوامل المؤثرة فيها

تحتاج السياحة مجموعة من المقومات تجمع بين المقومات الطبيعية التي تشكل الوعاء الأساسي لقيام السياحة، وكذلك المقومات المادية لتوفير الخدمات الأساسية للسياح وتلبية احتياجاتهم المختلفة، كما أن للسياحة عوامل مختلفة تؤثر فيها فهناك عوامل داخلية وعوامل خارجية.

أولا: مقومات السياحة

تعتمد السياحة على مجموعة من المقومات أهمها:[1]

1- **المقومات الطبيعية:** وتمثل كل الظروف المناخية وتمايز الفصول، مناطق دافئة، حمامات معدنية، مناطق صحراوية ...الخ، أي كل مظاهر جذب السياح؛

2- **المقومات التاريخية، الأثرية والثقافية:** وتتمثل في الجوانب التاريخية: كالآثار، المعالم، الشواهد، الأطلال، الفنون الشعبية بطبوعها المختلفة، الثقافات والعادات لدى السكان؛

3- **المقومات المادية والخدماتية:** وتتمثل في مدى توافر البنى التحتية، كالمطارات، النقل البري والجوي، ومدى توفر مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران...الخ، ومدى توافر الخدمات المكملة كالبريد، الإطعام، الفنادق، المقاهي، مراكز الترفيه والتسلية؛

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

ثانيا: العوامل المؤثرة في السياحة

هناك العديد من العوامل التي تتأثر بها السياحة نذكر منها:

1- **العوامل الداخلية المؤثرة على السياحة المحلية:** تتضمن العوامل الداخلية المؤثرة على السياحة المحلية مجموعة من العوامل التي قد تؤدي إما إلى نتائج إيجابية أو سلبية كما يلي:[2]

✓ **وزارة السياحة:** دورها هو التخطيط والإشراف على عمليات وأنشطة التسويق السياحي والمشاركة في الأنشطة والمؤتمرات السياحية، وإبراز ما يتمتع به البلد من منتجات سياحية التي تشبع وتلبي كافة الأذواق حسب أنواع ومستويات السياحة؛

✓ **الفنادق والمطاعم:** إن الفنادق والمطاعم يعتبران العنصر المهم في التسويق السياحي من خلال فئاته من خمس نجوم إلى نجمة واحدة، وتتباين أسعارها بين المرتفع لخمس نجوم إلى المنخفض السعر لنجمة

[1] _ هواري معراج، **السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري**، مجلة الباحث، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2004، ص22.

[2] _ عصام حسن السعيدي، **التسويق والترويج السياحي والفندقي دراسة للتسويق السياحي في الدول العربية**، مرجع سبق ذكره، ص ص 33، 34.

واحدة. ويجب على إدارات الفنادق أن تقوم بالتعاون مع الهيئة المختصة المركزية لإعادة تصنيف هذه الفنادق لتتناسب مع قدرات روادها وذوي الدخل المتوسط؛

- ✓ **الخدمات المساعدة كالنقل الجوي والبري:** إن أجور خدمات النقل الجوية والبرية مرتفعة بالمقارنة مع الخدمات الأخرى. وهنا يجب إتباع سياسة الانفتاح للأجواء في البلد واستقطاب خطوط دولية أخرى، وتعديل قوانين النقل وذلك لتسهيل حركة السياح وتشجيعهم على الوفود؛
- ✓ **عامل الاستقرار السياحي والاقتصادي:** يعتبر الاستقرار السياحي والاقتصادي عنصرين مهمين وميزة إضافية من أجل التعاون الكامل بين المؤسسات داخل البلد؛
- ✓ **إدارة الأماكن السياحية:** يجب التفكير بتأجير بعض الأماكن السياحية لإدارتها من قبل مؤسسات متخصصة وهذا يؤثر على تنشيط السياحة؛
- ✓ **عوامل اجتماعية وتشريعية:** تتمثل في المجتمع وكيفية إعداده لاستقبال السياح الأجانب، كما يجب وضع تشريعات تتناسب مع دخول السياح؛
- ✓ **السياحة المختارة:** السياح هم الذين يختارون المكان الذي يرغبون فيه.

2- **العوامل الخارجية المؤثرة على السياحة المحلية:** تتضمن مجموعة من العوامل من أهمها:[1]

- ✓ **منافسة الدول المجاورة:** تؤثر الدول المجاورة على السياحة المحلية وذلك عندما تمتلك هذه الدول مقومات سياحية أقوى من المقومات السياحية التي تمتلكها تلك الدولة؛
- ✓ **المدركات الحسية للسياح عن المنطقة:** الحقيقة أن المدركات الحسية للسياح عن المنطقة ليست إيجابية أحيانا. ذلك أن أي حدث (ومهما كان نوعه) يقع في البلدان العربية يؤثر سلبا على تدفق السياح الأجانب على البلدان العربية ولا يؤثر بنفس الدرجة على دول أخرى، وربما يرجع السبب في هذا إلى تأثير التسويق؛
- ✓ **الخدمات المساندة في الأسواق الخارجية الحالية والمحتملة:** وهي تلك الخدمات التي تقدم بهدف إثارة ولفت انتباه السياح، مثل المعارض والندوات والمؤتمرات ...الخ؛
- ✓ **الترويج الخارجي للسياحة:** له دور أساسي في جذب السياح للمنطقة وهو المرآة العاكسة للسياحة في البلد.

[1] _ محمد عبيدات، مرجع سبق ذكره، ص ص34-36.

المطلب الثالث: دوافع وأنماط السياحة

كثيرة هي الدوافع التي ساعدت على الرقي بالنشاط السياحي إلى ما هو عليه في عالمنا المعاصر، حيث أن الانتشار والتوسع الهائل لهذه الظاهرة بين مختلف المجتمعات لم يكن وليد فراغ، بل كان دافعه مجموعة من الأسباب تولدت عنها أنماط عديدة للسياحة.

أولا: دوافع انتشار وتوسع السياحة

ونذكر منها ما يلي:

- استمرار عملية التباين في الثقافات وأنماط الحياة، والعادات والتقاليد، فهو يعد مؤشرا جيدا لاحتمال زيادة الطلب على السياحة؛
- الأهمية الاقتصادية المتزايدة لقطاع السياحة على الصعيد العالمي، ومستويات معدلات النمو التي تحققها، والتي تتجاوز في بعض المجتمعات معدلات نمو القطاعات الأخرى؛
- توفير فرص عمل جديدة باعتبارها قطاع يعتمد على الصناعات والخدمات مما يساعد على خلق تنمية للاقتصاد؛
- ارتباط السياحة بالجوانب المتعلقة بنوعية حياة الأفراد، حيث توفر لهم فرص أخذ قسط من الراحة بعيدا عن التعقيدات والضغوطات في الحياة اليومية والعمل واعتبار السياحة حق أساسي في البلدان المتقدمة؛
- اهتمام الدول الأقل نموا بالسياحة واعتبارها حل ممكن لظاهرة الفقر في مجتمعاتهم، دفعها ذلك إلى صياغة استراتيجيات سياحية موجهة ل "صالح الفقراء" في نظرها، واعتمدت على مشاركة السكان المحليين لإنجاح هذه الاستراتيجيات، للاستفادة من الأنشطة الاقتصادية الناتجة عنها.[1]
- سهولة السفر العالمي خاصة في البلدان المتقدمة والمتاح لجميع الطبقات في مجتمعاتهم، يعود ذلك إلى انتشار شركات الطيران والنقل المختلفة، وانخفاض تكاليفها، مما أجج الطلب على السياحة في الألفية الجديدة ما قد يعتبر تكرارا محتملا لظهور أشكال جديدة للسياحة الجماعية؛
- الإنفاق المرتفع للمستهلك في البلدان المتقدمة على قطاع السفر والسياحة، الذي يتجاوز غالبا الإنفاق على شؤون أخرى، يرجع ذلك إلى زيادة الدخول في هذه البلدان نتيجة لمستويات النمو التي تعرفها؛
- التطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده العالم، فالأنترنيت على سبيل المثال جعلت حجز المنتجات السياحية أمرا سهلا.[2]

---

[1]- مروان صحراوي، **التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي حالة الجزائر**، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2012، ص ص 22-24.

[2]-زيد منير سليمان، **الاقتصاد السياحي**، دار الراية، الأردن، 2008، ص 17.

ثانيا: أنماط السياحة

تتعدد أنماط السياحة تبعا للدوافع والرغبات والأسباب المختلفة، حيث يمكن أن نجد أنواع مختلفة للسياحة وفقا للمعايير المختلفة للتصنيف على النحو التالي:

1- التصنيف وفقا للدافع أو الهدف:

يعد تصنيف الأنواع المختلفة للسياحة وفقا للهدف من الرحلة الأكثر شيوعا واستخداما بالنسبة للنشاط السياحي بوجه عام، وتنقسم وفقا لهذا التصنيف إلى الأنواع التالية:

- **السياحة الدينية:** هي قيام الفرد بالانتقال من مكان إقامته إلى الأماكن المقدسة في دولته ذاتها، أو الانتقال إلى دولة أخرى، كزيارة المسجد أو الأضرحة أو أماكن العبادة، وبهذا النوع من السياحة يقوى الوزع الديني وينعش الجانب الروحي.[1]
- **السياحة الترفيهية:** من أقدم أنواع السياحة وأكثرها انتشارا، حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا لحركة السياحة الترفيهية، لما يتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الجذابة للسياح، وتكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر، ويطلق عليها هنا الهوايات مثل صيد السمك، الغوص، التزلج والذهاب إلى المناطق الصحراوية والجبلية.
- **السياحة العلاجية:** تكمن في هذا النوع من السياحة الحاجة إلى العلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند الأفراد وتمارس بهدف الشفاء التام أو التخفيف من الآلام، فهذا النوع من السياحة يتضمن انتقال الأشخاص إلى أماكن أخرى بهدف الاستفادة من العناصر الطبيعية التي وهبها الله لهذه المناطق في مجال العلاج والاستشفاء، ومن أهم هذه العناصر: توفر المياه المعدنية والكبريتية، بالإضافة إلى توفر رمال ذات طبيعة خاصة، وعليه فالسياحة العلاجية حسب العناصر الطبيعية المستخدمة في العلاج تنقسم إلى نوعين:

1- السياحة العلاجية المناخية: ويتم العلاج عن طريق المناخ وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال أو قرب البحار وغيرها.

2- السياحة العلاجية المعدنية: ويتم هنا العلاج باستخدام المياه المعدنية والكبريتية والينابيع أو الرمال.

- **سياحة المؤتمرات:** ارتبط هذا النوع من السياحة بالتطورات الكبيرة في العلاقات الاقتصادية، السياسية، الثقافية والاجتماعية بين معظم الدول، ونجدها ترتبط ارتباطا وثيقا بسياحة المعارض وكذا المهرجانات، ويعتمد النهوض السياحي في هذا القطاع على توافر عوامل عدة مثل اعتدال المناخ، توافر

[1]_صلاح داود سلمان، عبد الستار عبود كاظم، **دور اقتصاديات السياحة في تحقيق التنمية المستدامة(مدينة بغداد أنموذجا)**، مجلة الأستاذ، العدد 4، كلية التربة ابن رشد للعلوم الإنسانية، جامعة بغداد، 2016، ص355.

المرافق ووسائل الاتصالات، وجود الفنادق، القاعات المجهزة لعقد المؤتمرات، المطارات الدولية، موقع المدينة كمنتج سياحي يوفر مناخا ملائما لمثل هذه المؤتمرات.[1]

- **السياحة الثقافية (السياحة الأثرية والتاريخية):** يهتم بهذا النوع من السياحة شريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم، وذلك بهدف إشباع حاجاتهم للمعرفة وتوسيع دائرة المعلومات الحضارية والتاريخية لديهم، فضلا عن الاستمتاع بالحضارات القديمة كالحضارات الفرعونية، الإغريقية والرومانية والحضارات الإسلامية والمسيحية على مر التاريخ والعصور.[2]
- **السياحة الرياضية:** يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها، ومنها دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم المختلفة.
- **السياحة البيئية (الطبيعية):** وهي السفر والانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاستمتاع والدراسة والتقدير بروح المسؤولية للمناطق الطبيعية وما يصاحبها من مظاهر ثقافية تقليدية، وبتعبير آخر هي السفر من أجل زيارة المحميات الطبيعية، والتي تهدف جميعها إلى المحافظة على الموروثات السياحية البيئية والطبيعية، وكل عناصرها من مصادر المياه المعدنية ونباتات وحيوانات وطيور وغابات وفق خطة إستراتيجية بعيدة المدى تعمل على خلق سياحة شاملة رفيقة بالبيئة.

2- التصنيف وفقا للنطاق الجغرافي:

يتم تقسيم السياحة وفقا إلى المنطقة الجغرافية إلى:

- **السياحة الداخلية:** معناها انتقال الأفراد داخل البلد نفسه أي انتقال المواطنين بين المناطق المختلفة داخل حدود بلادهم، ويطلق عليها اسم السياحة المحلية، ويعتبر هذا النوع مهم جدا لأن نموها يعتبر أساس قيام السياحة الخارجية.
- **السياحة الخارجية:** معناها انتقال السياح الأجانب إلى بلد ما خارج موطنهم الأم، ويطلق عليها أيضا اسم السياحة الدولية، وهذا النوع من السياحة تبحث عنه أغلب دول العالم وتعمل على تشجيعه وهذا لما له من أهمية اقتصادية واجتماعية.[3]

كما توجد أنواع أخرى للسياحة نذكر منها :

- **السياحة الشاطئية:** تعتمد على استغلال الشواطئ للاصطياف والاستجمام، وتوفر المناخ الملائم والاستقرار السياسي والاجتماعي في البلد. ومن التجارب الرائدة تجربة اسبانيا التي أصبحت محط أنظار

[1]_صلاح زين الدين، **دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر**، المؤتمر العلمي الدولي حول: القانون والسياحة، كلية الحقوق- جامعة طنطا-مصر، 26 و27 أفريل، 2016، ص 9.

[2]_عصام حسن السعيدي، مرجع سبق ذكره، ص ص 142-144.

[3]_علاء إبراهيم العسالي، مرجع سبق ذكره، ص ص 62، 63.

الكثير من الدول النامية مثل مصر، تونس والمغرب.... وكان تفوق تونس في المنطقة العربية وإفريقيا قبل تغيير نظام الحكم ناتج عن حسن استغلالها لمقوماتها السياحية خاصة الشواطئ.

- **السياحة الصحراوية:** يقصد بها كل إقامة في محيط صحراوي، من خلال كل الموارد الطبيعية، التاريخية والثقافية. تعد الصحاري بعظمتها وهدوئها واتساعها قطبا سياحيا لجذب الكثير من السياح الذين يفضلونها. فصحراء الجزائر تتميز بمناظرها الجميلة، وواحاتها الغنية بنباتاتها المتميزة وحيواناتها المتعددة والمختلفة. والتي اعترف بها خبراء دوليين مثل الهقار في تمنراست، غرداية... وهي غير مستغلة ولم ترتق إلى مستوى مكانتها.[1]
- **سياحة الغوص:** وهى سياحة لها علاقة مباشرة بالسياحة الشاطئية في المناطق الساحلية، ويشترط قيام مثل هذا النوع من السياحة توافر كنوز رائعة بهذه المناطق الساحلية وتوافر مقومات الغوص بها مثل: الشعب المرجانية، الأسماك الملونة، المياه الدافئة طوال العام، خلجان وينابيع.
- **سياحة المعاقين:** وهي السياحة التي تخص شريحة المعاقين، وهي تعمل على تشجيع فئة المعاقين على مختلف أشكال السياحة وتوفير كافة التسهيلات والاحتياطات المطلوبة لهم.[2]
- **السياحة البديلة:** تمثل بديلا عن السياحة الجماعية التي كانت سببا مباشرا في تدمير البيئة في العديد من الدول السياحية، فهذا النوع يهتم بالتوازن الايكولوجي وحماية البيئة وتفادي الآثار السلبية الناجمة عن تنمية سياحية غير مخططة التي تضر بالبيئة.[3]

[1] _لجنف منيرة، معيوف هدى، **دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة**، مؤتمر دولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة الواقع والمأمول، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف –ميلة، 30 و31 أكتوبر، 2018، ص 4.

[2] _خديجة عزوزي، **التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانيات والأفاق– دراسة حالة ولاية قالمة**، أطروحة دكتوراه، شعبة تجارة دولية وتنمية مستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8ماي 1945 قالمة، 2014، ص 28.

[3] _Christiane Gagnon et Serge Gagnon, **L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce** De la conservation au développement viable des territoires, presses de l'Université du Québec, Canada, 2011, p117

المبحث الثاني: أسس، مؤشرات وصناعة السياحة

تبنى السياحة كغيرها من العلوم الأخرى على مجموعة من الأسس التي تتكامل فيما بينها لقيام هذا النشاط، وتقديمها بمؤشرات واضحة المعالم من أجل جعلها ذات فعالية في اقتصاديات البلدان السياحية، كل هذا من شأنه أن يجعل من السياحة صناعة من بين الصناعات الأكثر حداثة وعصرنة في العالم المعاصر.

المطلب الأول: أسس السياحة

للسياحة عدة أسس تقوم عليها وتتمثل في:

أولا: الطلب السياحي:

يعتبر الطلب السياحي كرغبة لدى الشخص ذات أهداف متعددة قد تكون مادية أو معنوية، ثم تتحول هذه الرغبة إلى تصرف مادي في شكل انتقاله وسفره من مكان إقامته إلى الجهة المقصودة. ومن أحد التعاريف الواردة للطلب السياحي أنه: "مجموع الاتجاهات والرغبات وردود الفعل اتجاه منطقة معينة. وطالما أن هذه الرغبة في السفر هي دافع مكتسب ومتأخر نوعا ما في سلم الدوافع النفسية، إذ يأتي دوره بعد الدوافع الأصلية التي تقوم على أساسيات بيولوجية متعلقة بحياة الإنسان، مثل الجوع، العطش، الملبس والمسكن، فإن الدافع إلى السفر يخضع لمؤشرات متنوعة تؤدي إلى وجود متغيرات متعددة في آراء الناس".

إذن فالطلب السياحي ينشأ نتيجة دوافع نفسية وروحية لدى الشخص اتجاه منطقة معينة، والذي يتأثر بعدد من العوامل منها، ارتفاع مستويات المعيشة، تحسن ظروف العمل على المستوى العالمي وما نتج عنه من استفادة القوى العاملة بالعطل وأوقات الفراغ، بالإضافة إلى التطورات التكنولوجية في وسائل النقل والاتصال، وعوامل أخرى ساهمت في نمو الطلب السياحي، وانعكس هذا على نمو الحركة السياحية الدولية في العالم.[1]

وللطلب السياحي خصائص يمتاز بها:[2]

1- **المرونة:** ويقصد بها قابلية التغيير نتيجة الظروف والمؤثرات المختلفة التي تحدث، منها الظروف الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية التي تشهدها الدول المستقطبة للسياح؛

2- **الموسمية:** أي ارتباط الطلب السياحي بمواسم معينة يزداد فيها إلى درجة كبيرة في المواسم الدينية كأوقات الحج والعمرة وفترات أعياد الميلاد، وقد تكون مرتبطة بالظروف والأحوال المناخية مثل فصل

[1] _سماعيني نسيبة، **دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر**، مذكرة ماجستير، تخصص إستراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014، ص ص 31، 32.

[2] _ العابد سميرة، لعراف فايزة، **صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض**، ملتقى وطني حول: فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، يومي 19 و20 نوفمبر، 2012، ص 19.

الصيف والشتاء، وكذلك ترتبط بمواسم اجتماعية لبعض الفئات والشرائح حيث ينشط الطلب في فترات الإجازة.

ثانيا: العرض السياحي والمنتج السياحي

يعرف العرض بكمية السلع والخدمات المتواجدة في السوق وبسعر معطى. أما العرض السياحي فيعتبر عاملا جوهريا في جذب الحركة السياحية أو ما يسمى بالطلب السياحي. وقد تم تعريف العرض السياحي على أنه:" خليط من العناصر غير المتجانسة التي تؤخذ مستقلة عن بعضها البعض لتشكل العرض السياحي الوطني أو الدولي". بمعنى أن العرض السياحي يتضمن كل ما يمكن عرضه من مغريات ووسائل جذب للسياح، ومن ثم تنمية الحركة السياحية.

وينظر إليه أيضا بأنه: "كل المستلزمات التي يجب أن تتوفر في المواقع السياحية من خدمات وسلع لإغراء السياح المحتمل استقبالهم في هذه المواقع في فترات زمنية معينة."[1]

وفي هذا السياق صنف المنتج السياحي إلى ثلاث عناصر أساسية:

- **المقومات الطبيعية:** وتشمل الشواطئ والسواحل البحرية والنهرية، الجبال، السهول والوديان، المناخ، الموقع الجغرافي، العيون المعدنية والكبريتية، الرمال الدافئة.
- **المقومات الصناعية:** وتشمل القرى والمدن السياحية، الآثار التاريخية، المعالم الثقافية والحضارية، العروض التمثيلية، النوادي والمكتبات، المشغولات اليدوية.
- **الخدمات والمرافق والتسهيلات السياحية:** وتشمل الإقامة، المواصلات، المستشفيات، البنوك، ووسائل الاتصال وشركات السياحة والمنشآت الرياضية والترفيهية الثقافية والمسرح.

وللعرض السياحي خصائص يختص بها:

1- **عدم المرونة أو الجمود:** تأتي عدم المرونة من عدم قابلية العرض السياحي للتغيير طبقا لأذواق ورغبات وميول واتجاهات السائحين.

2- **استقلالية العناصر المكونة للعرض السياحي عن بعضها:** من الملاحظ أن العناصر الثلاثة المكونة للعرض السياحي تستقل كل منها عن الأخرى، حيث نرى أن المقومات الطبيعية مستقلة عن المقومات الصناعية وهذه الأخيرة مستقلة عن الخدمات والتسهيلات السياحية.

3- **السلعة السياحية لا تنتقل إلى المستهلك:** تتميز السلعة السياحية التي تمثل العرض السياحي بأنها لا تنتقل إلى مستهلكيها كما هو الحال في السلع المادية الملموسة، ولكن المستهلكين هم الذين ينتقلون إلى مواقع تواجد السلعة للاستفادة منها في عين المكان.[2]

ثالثا: التسويق السياحي

[1] _سماعني نسيبة، المرجع السابق، ص 33 .

[2] _ العابد سميرة ، لعراف فايزة، مرجع سبق ذكره، ص 21.

يقصد بالتسويق السياحي ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به هيئات ومؤسسات داخل الدولة وخارجها، للتعرف على الأسواق السياحية الحالية والمحتملة والتأثير فيها لتنمية الحركة السياحية الدولية القادمة منها، كما يعتبر السوق السياحي سوق الخدمات السياحية فهو ذلك المكان الذي يتقابل فيه الطلب السياحي بالعرض السياحي.

ويتضمن التسويق السياحي تسويق المنتج السياحي والتعريف به داخليا وخارجيا في أسواق الدول المصدرة للسياحة، عبر قنوات منظمة من أجل إثارة الدوافع المختلفة لدى السائحين لرفع حجم الطلب على المنتج السياحي للدول المستقطبة للسياحة. وفي الواقع فإن عملية تنشيط التسويق السياحي تتوقف على مدى قوة المنتج السياحي لمنطقة ما، وعلى دور الإعلام والإشهار بكل أنواعه في تزويد السائح بالمعلومات حول المنطقة السياحية من حيث تعريفه بمقوماتها الطبيعية والمادية، والبحث عن أسواق سياحية جديدة لرفع مستوى العرض السياحي، ومن ثم ترقية المنتج السياحي لتوسيع نطاق الأسواق السياحية، وإحداث نمو في الحركة السياحية الدولية، إضافة إلى وجود متغيرات عديدة كالعلاقات بين الدول المصدرة للسياحة والدول المستوردة لها.

رابعا: الإيرادات السياحية

تمثل الإيرادات السياحية مصدرا مهما للعملات الأجنبية لكثير من الدول المتقدمة والنامية التي أولت اهتماما لقطاعها السياحي، وتعرف الإيرادات السياحية على أنها: "كافة ما تحققه الدول من إيرادات السائحين وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي إلى جانب ما يحققه الأفراد، الشركات الوطنية، المؤسسات العمومية والخاصة في مجال السياحة، الفنادق، الطيران والملاحة نظير ما يؤدونه من الخدمات السياحية المختلفة." [1]

والملاحظ أن هذه الإيرادات تتأثر بمجموعة من العوامل والمتغيرات منها:[2]

- قوة المنتج السياحي لمنطقة ما على جذب السياح؛
- مستوى الخدمات السياحية المختلفة المقدمة للسياح؛
- أسعار السلع والخدمات السياحية؛
- حجم الإمكانيات الطبيعية والمادية المتوفرة في الدول السياحية؛
- قدرة السائح على الإنفاق؛
- العلاقات السياسية بين الدول المستقطبة للسياح والدول المصدرة لهم، إضافة إلى هذه المتغيرات فإن الإيرادات السياحية تتأثر بالتغيرات في الحركة السياحية، عدد الليالي السياحية وهذين المتغيرين يتأثران عكسيا بالظروف الأمنية والسياسية والاقتصادية السائدة في البلدان السياحية.

[1] _ سماعني نسيبة، مرجع سبق ذكره، ص ص 35- 38.

[2] _ مفاتيح يمينة، مرجع سبق ذكره، ص75.

ويعود ارتفاع حجم الإيرادات السياحية الدولية أساسا إلى نمو الحركة السياحية على المستوى العالمي، وذلك نتيجة ارتفاع مستويات دخول الأفراد وتحسن ظروف المعيشة وظروف العمل وتطور مستوى التسهيلات السياحية التي ترافق المنتج السياحي، كمشروعات البنية التحتية ومؤسسات الإقامة ومشروعات النقل، كما يتوقف تحقيق هذه الإيرادات على حجم وأهمية الاستثمارات المخصصة للقطاع السياحي ضمن الاستثمارات الإجمالية في المناطق السياحية.

خامسا: الإنفاق السياحي

لا شك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد حجم الإنفاق العام على السلع والخدمات، وبالتالي ارتفاع معدل الادخار مما ينشط الصناعات والخدمات المرتبطة بصناعة السياحة، ويتولد عن ذلك اتساع نطاق هذه الصناعات أو الخدمات لأن كل استثمار جديد يعني إنفاقا جديدا والذي ينشأ عنه دخلا جديدا.

وتختلف النظرة إلى الإنفاق السياحي باختلاف وضعية الدولة المعنية من هذا الإنفاق، أي إذا كانت الدولة مستقبلة للسياح فإن إنفاق هؤلاء يعد بمثابة عائدات سياحية لهذه الدولة ويدون في جانب التحصيلات لميزان مدفوعاتها وهنا تعد صفقات دائنة، وفي الحالة العكسية فإن إنفاق السياح يعد بمثابة مدفوعات تتحملها الدولة المعنية، وهي صفقات مدينة تدون في جانب المدفوعات من هذا الميزان للبلد المعني.

سادسا: الاستثمار السياحي

هو المجال الذي يسمح بخلق ثروة جديدة وتجديد الثروات القائمة، وهو أحد المراحل الرئيسية في الدورة الاقتصادية التي تتمثل في: الإنتاج، التوزيع، الاستهلاك، الادخار والاستثمار. وتؤكد الدراسات الاقتصادية بأن ارتفاع معدلات الادخار تساعد على ارتفاع معدلات الاستثمار والذي يؤدي إلى معدل نمو أكبر والعكس بالعكس.

وأوضح الاقتصادي " أ. لويس" الحائز على جائزة نوبل في الاقتصاد أن التحول الحاسم في حياة المجتمعات لا يبدأ مع احترامها للثروة، ولكن عندما تضع هذه المجتمعات في المقام الأول الاستثمار المنتج، ومن ثم ما يترتب على ذلك من ثروة.

ويعتبر الاستثمار السياحي جزء من الاستثمارات الإجمالية للدولة وهو ما يخصص من رؤوس الأموال لتمويل مشاريع القطاع السياحي وقد تعددت المفاهيم الواردة في تحديد ماهية الاستثمار تبعا لتعدد أهدافه وأنواعه، ويعد الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة التي تتيح فرصا استثمارية قادرة على المنافسة في سوق السياحة العالمية، ذلك أن رواج صناعة السياحة يؤثر بشكل مباشر على اقتصاديات الدول ونمو الصناعات.

والاستثمارات السياحية شأنها شأن أي نشاط استثماري من قطاعات أخرى تبحث عن ركيزتين أساسيتين لمباشرة نشاطها في أي مكان، وتتمثلان في الضمانات والحوافز، كتوفير الاستقرار السياحي الذي

يشكل مناخا ملائما للاستثمار إلى جانب محفزات عديدة أهمها القوانين والتشريعات المتعلقة بالاستثمار المحلي أو الأجنبي، وأيضا توافر بنية تحتية ملائمة وانتشار وعي سياحي بين مختلف شرائح المجتمع.[1]

المطلب الثاني: مؤشرات السياحة

تتعدد المؤشرات التي يمكن أن يبني عليها الحكم في ازدهار أو كساد قطاع السياحة في بلد ما مثل إجمالي عدد السائحين، إجمالي الليالي السياحية وإجمالي العائد السياحي. هّذا بالإضافة إلى حجم ونوع المنشآت من شركات سياحية وفنادق وعدد الغرف وعدد العاملين في قطاع السياحة، مدى تنوع الأنشطة السياحية وتنوع جنسيات السائحين فيها ...الخ .

وسوف نعرض هنا أهم المؤشرات:

- إجمالي عدد السياح
- إجمالي الليالي السياحية
- تنوع جنسيات السائحين

1. **إجمالي عدد السياح:** يعد مؤشر عدد السائحين من أهم المؤشرات في تقدير حجم النشاط السياحي في أي دولة من الدول، حيث يمكن على أساس هذا المؤشر تحديد مدى إسهام السياحة في الاقتصاد القومي.
2. **عدد الليالي السياحية:** يشير هذا المؤشر إلى عدد الليالي السياحية التي يقضيها السائح في البلد المضيف، ويرتبط هذا المؤشر بمتوسط إقامة السائح في هذا البلد، وفي هذا الشأن تبرز مسألة أسعار السلع والخدمات، وحجم الأماكن السياحية ونوعها، والعلاقة بين البلد المضيف والدول المجاورة له.

   كل هذه الأمور لها علاقة محورية بعدد الليالي السياحية، وبقسمة عدد الليالي على السائحين نحصل على متوسط عدد الليالي التي يقضيها السائح، وهذا العدد يختلف باختلاف الظروف الأمنية المحلية والظروف السياسية المحلية والإقليمية والدولية.
3. **جنسيات السائحين:** يشير مؤشر السائحين الأجانب إلى درجة النمو والتطور السياحي في البلد المضيف، فكلما ازداد تنوع جنسيات السائحين دل ذلك على درجة عالية من النمو والتطور في حركة السياحة، فمما لا شك فيه أن لكل سائح ميوله الخاص في طريقة السكن، وسيلة الانتقال ونوع النشاط المفضل لديه ...الخ.

   فالسائح العربي مثلا يهتم عادة بالسكن الخاص (فيلات أو شقق مفروشة)، كما يهتم بالترفيه والذهاب إلى السينما، والسائح الغربي له اهتمامات أخرى، فيسكن في الفنادق أو القرى السياحية، كما يقبل عدد كبير من السياح الغربيين على السياحة الثقافية الأثرية؛ كما أنه يوجد تنوع كبير بين الجنسيات السياحية، فكلما كان هناك اهتمام بالسكن الخاص والفنادق الثابتة والعائمة والسياحة الثقافية

[1] _ سماعيني نسيبة، مرجع سبق ذكره، ص ص 36- 39.

والترفيهية وباقي أنواع السياحة، وكذلك المنتجعات العلاجية والمطارات الداخلية لاستقبال الطيران العارض مع منح التيسيرات لشركات الطيران الأجنبية ...الخ، يؤدي ذلك إلى ازدهار الحركة السياحية وإرضاء كافة الجنسيات الوافدة.[1]

المطلب الثالث: صناعة السياحة

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

أولا: تعريف صناعة السياحة

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

ثانيا: محددات صناعة السياحة

لقيام صناعة سياحية فعالة يتطلب الوقوف على إبراز أهم محدداتها كالآتي:[3]

- **عرض خدمات الإقامة:** يتميز هذا العرض بالتنوع الكبير، فبالنسبة لأماكن الإقامة هناك الفنادق بمستويات متعددة، القرى السياحية، البيوت والمساكن المجهزة والمعروضة للسياح، دور الشباب ...الخ؛
- **عرض مناطق الجذب الطبيعية والتاريخية:** وتتمثل في إبراز وتهيئة الشواطئ المميزة بجمالها الطبيعي أو المناطق الجبلية التي تمتاز بهدوئها وثرائها الطبيعي من الأشجار والزهور والطيور والحيوانات النادرة، بالإضافة إلى الصحاري والبراري...الخ؛

كما أن هناك مناطق جذب تاريخية كالآثار الإغريقية في اليونان أو الرومانية بإيطاليا أو الفرعونية في مصر، لكن وجود هذه المقومات في منطقة ما لا يعني أنها أصبحت في عداد العرض السياحي ما لم يتم تأهيلها بإعداد بنية أساسية وخدمات سياحية تكميلية تربطها بالطرق المؤدية لها، وتوفير كامل متطلبات الاستراحة بها؛

- **عرض المغريات السياحية المستخدمة:** وتنقسم إلى مغريات عرضية أو متكررة مثل المعارض التجارية، المؤتمرات العلمية، المهرجانات، المسابقات الرياضية (كالألعاب الأولمبية، كأس العالم...الخ)، ومغريات دائمة مثل حديقة والت ديزني في فلوريدا، ومدن الملاهي في كثير من الدول السياحية (فرنسا، ايطاليا واسبانيا)؛

---

[1] _ محمد الصيرفي، **تنشيط المبيعات السياحية**، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر، 2010، ص ص 22-24.

[2] _ صالح سراي ونبيل بن مرزوق، **مساهمة الصناعة السياحية في التنمية الاقتصادية في الجزائر- رؤية إستراتيجية-**، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد الخامس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2014، ص3.

[3] _ بن سهلة ثاني توفيق، **أثر المنظومة البنكية في الجزائر في ترقية الاستثمار في القطاع السياحي**، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2016، ص ص 35، 36.

- **عرض خدمات النقل:** ومنها النقل الجوي، البحري والبري، ويقاس عرض الخدمات الخاصة بالنقل بعدد المقاعد المتاحة في خطوط الطيران، عدد الرحلات، المحطات والشبكات التي تغطيها شركات الطيران، عدد المطارات الدولية والوطنية، المحطات البحرية وشبكات الطرق الداخلية، السكك الحديدية، ويعتبر النقل أحد الشروط الأساسية للسياحة، إذ بدون السفر لا وجود للسياحة؛
- **البنية الأساسية العامة:** وتتمثل في التجهيزات، المنشآت والمرافق العامة التي يستفيد منها القطاع السياحي مثل المطارات، الموانئ، الطرق، الحدائق العامة، الملاهي، المستشفيات والأمن، بالإضافة إلى الوكالات السياحية منشآت الدعاية والإعلام السياحي والشرطة السياحية...الخ؛
- **مقومات الضيافة:** وتتمثل في الوضع الاجتماعي للمقصد السياحي من درجة ثقافة الناس وحسن الضيافة والمعاملة الجيدة للسياح وعدم وجود روح الاستغلال للسائح، وضمن هذا المسعى لا بد من توافر المورد البشري الكفء (الأيدي العاملة الماهرة المتدربة) التي ترعى شؤون السائحين.

ثالثا: مراحل الصناعة السياحية

مراحل الصناعة السياحية تعبر عن المراحل الأساسية للخدمة السياحية حسب الطلب عليها وتقديمها للسائح كما يرد في الشكل التالي:

الشكل(1_1): مراحل الصناعة السياحية والقطاعات المتدخلة

المصدر: بوزاهر نسرين، **ترقية العرض السياحي الوطني في ظل المشاريع التنمية المستدامة للسياحة–منطقة الزيبان–**، أطروحة دكتوراه، فرع نقود وتمويل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016، ص 101.

يوضح الشكل السابق أهم مراحل الصناعة السياحية وجميع القطاعات المشاركة فيها:[1]

- **في البداية:** تتدخل صناعة الإعلام وذلك لتوصيل المعلومات اللازمة للسائح المحتمل، وهذا لمحاولة إقناعه من حيث التكلفة ونوعية المنتج السياحي ونوعية الخدمات المرافقة ...الخ؛
- **المرحلة الثانية:** تتدخل صناعة الوكالات السياحية والاتصالات والعلاقات مع الأقاليم الموردة للسياح وهذا لتحويل الطلب السياحي من محتمل إلى طلب سياحي حقيقي، وذلك للقيام باختيار الوجهة والحجز بأسهل طريقة ممكنة لكسب ثقة السائح منذ البداية؛
- **المرحلة الثالثة:** يتدخل قطاع النقل الذي يعتبر شريان الاقتصاد السياحي، فبواسطته يتواجد المنتوج السياحي والمستهلك في المكان والوقت المناسبين، وفي هذه المرحلة ينتقل السائح من بلده إلى مكان العرض السياحي؛
- **في المرحلة الرابعة:** يتدخل قطاع الفنادق وكل الخدمات المرافقة له، وتكون هذه المساعدة مباشرة أو غير مباشرة وذلك لتوفير الإقامة المريحة للسائح. هذه المرحلة تابعة للمرحلة السابقة حيث يتم الفصل بينهما لإبراز أهمية الطلب على السلع الغذائية في المناطق ذات النشاط السياحي، وتتدخل في هذه المرحلة جميع القطاعات المنتجة للسلع الاستهلاكية؛
- **المرحلة الخامسة:** يتدخل قطاع النقل والاتصال وتقريبا كل الصناعات وهذا بهدف تنظيم التظاهرات الثقافية وتوفير الراحة والاستجمام وكل السلع الكمالية المرافقة لعملية الاستجمام، وفي هذه المرحلة يتم كسب السائح للآجال الطويلة وطبع صورة إيجابية على السياحة في منطقة معينة وهذا كله بميزة الخدمات وتفردها بالنسبة لمناطق أخرى؛
- **أما المرحلة السادسة:** يتدخل قطاع النقل والاتصالات وهذا في نهاية النشاط وذلك لضمان عودة السائح إلى بلده في أحسن الظروف وبمستوى مناسب من الخدمات؛

المراحل السابقة ليست دورية وإنما تكون مستمرة وهذا لتفادي السياحة الموسمية وخلق طلب سياحي حقيقي على مدار السنة بما يتناسب مع عناصر السياحة المتوفرة في الإقليم.

[1] _ بوزاهر نسرين، **ترقية العرض السياحي الوطني في ظل المشاريع التنمية المستدامة للسياحة–منطقة الزيبان–**، أطروحة دكتوراه، فرع نقود وتمويل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016، ص 102.

المبحث الثالث: ترقية القطاع السياحي

قبل التطرق لمفهوم التنمية السياحية يجب أولا التعريف بالترقية السياحية" يقصد بها مجموعة الإجراءات الهادفة لجلب متعاملين جدد او حماية الزبائن المعتادين من خلال اقناع وترغيب السياح في التوافد على المناطق السياحية من خلال تقديم التسهيلات والإغراءات، والاستمرار في ذلك".[1]

تعتبر التنمية السياحية من أحد أنواع التنمية، إذ يعتبر هذا النوع من التنمية معاصرا في العديد من دول العالم، إلا أن التنمية السياحية قد تهمل بعض الجوانب كالجانب البيئي مثلا، ولهذا جاءت التنمية السياحية المستدامة كأداة لإدارة الموارد البيئية لخدمة المجتمعات مع الحفاظ عليها.

المطلب الأول: التنمية السياحية

إذا كان مفهوم التنمية الاقتصادية هي استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة في المجتمع أحسن استخدام ممكن بحيث تدر أكبر عائد، فإن مفهوم التنمية السياحية هو تعظيم الدور الذي يمكن أن يقوم به النشاط السياحي في نمو الاقتصاد الوطني من حيث تحسين ميزان المدفوعات، زيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية ...الخ.

أولا: تعريف التنمية السياحية:

هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها، وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوبا علميا يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت، ومن هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية.

إن التنمية السياحية تأتي بعد عملية بحث ودراسة شاملة، اجتماعية اقتصادية وعلمية في إطار تخطيط متكامل من أجل تنمية سياحية مستدامة.[2]

من خلال التعريف السابق للتنمية السياحية يتضح لنا أن التخطيط السياحي مهم وضروري بالنسبة للتنمية السياحية، ونظرا لهذه الضرورة والأهمية نورد تعريف للتخطيط السياحي.

- **تعريف التخطيط السياحي:** يعرف بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة. ويقتضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنتظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي، لذا يجب أن يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين جميع الجهات المنظمة للقطاع السياحي، سواء كانت حكومية أو مقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات).[3]

---

[1] _ بوزاهر نسرين، مرجع سبق ذكره، ص 92.

[2] _ عصام حسن السعيدي، مرجع سبق ذكره، ص 133.

[3] _علاء إبراهيم العسالي، مرجع سبق ذكره، ص 145.

كما تعرف التنمية السياحية على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة. وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.[1]

ثانيا: جوانب التنمية السياحية

يمكن إجمال أهم جوانب التنمية السياحية في جانبين رأسي وأفقي كما يلي:

- **التنمية الرأسية في مجال السياحة:**

وتشمل على مجموعة من العناصر التي يعد تحقيقها تحقيقا للتنمية السياحية وهي:[2]

– الاهتمام بالعنصر البشري وتدريبه، تأهيله وإعداده بما يتناسب والمتغيرات العالمية بصفة عامة وفي المجال السياحي بصفة خاصة، وإنشاء الكليات والمعاهد المتخصصة لإدارة الفنادق؛

– تطوير وتشجيع الدراسات المتعلقة بالتسويق والترويج السياحي وكيفية التواجد الدائم في الأسواق العالمية، وحسن عرض وتوفير قاعدة بيانات خاصة بالقطاع السياحي؛

– توفير الخبرات والاستشارات اللازمة لتطوير القطاع السياحي بصفة خاصة ودائمة ومستمرة؛

– تشجيع وتدعيم القطاع الخاص للتوسع في مشروعات التنمية السياحية؛

– إصدار القرارات والقوانين المشجعة والمحفزة للعمل في مجال الاستثمار السياحي؛

– إصدار قرارات داعمة ومشجعة للطيران وتخفيف أو إلغاء رسوم التأشيرات ورسوم الإقلاع تدعيما لحركة الطيران القادمة إلى البلاد؛

– التطوير الدائم لأدوات التسويق والترويج السياحي، والبحث عن أدوات جديدة للتنشيط السياحي بالنشرات، الكتيبات والمطويات؛

– إعداد الخرائط والأدلة والفهارس الخاصة بالمناطق الأثرية والفنية، والبيانات الخاصة بكيفية الوصول والتعامل والاتصال بالنسبة للسياح؛

– وضع الخطط الطويلة الأجل للتواجد الدائم في المعارض والأسواق السياحية؛

– التنسيق والتعاون بين كافة الجهات والإدارات والأجهزة العاملة في مجال السياحة؛

– وضع الميزانيات المالية المناسبة لتحقيق كل تلك الأهداف وتدعيمها بصفة مستمرة.

- **التنمية الأفقية في مجال السياحة:** وتشمل على ما يلي:

– الاهتمام بمشروعات البنية الأساسية تسهيلا لإتمام المشروعات السياحية؛

---

[1] _ زيد منير سليمان، **السياحة في الوطن العربي**، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص43.

[2] _ رفيق بودربالة، **دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية دراسة تحليلية مقارنة بين الجزائر والأردن**، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017 ، ص ص 76-78.

- تشجيع إقامة القرى السياحية والفنادق الكبرى والمتوسطة لاستيعاب كافة المستويات والأذواق المختلفة؛
- إقامة المراكز السياحية المتكاملة ونشرها بالقرب من المناطق السياحية؛
- تنويع المنتج السياحي وإضافة أنماط سياحية جديدة للخارطة السياحية؛
- تجهيز وتخصيص الأراضي اللازمة لإقامة المشروعات السياحية وتوفيرها بأسعار رمزية؛
- ترميم وإصلاح المناطق ذات الآثار المختلفة وعرضها عرضا جذابا؛
- توفير مناطق سياحية جديدة تشجع على الاستثمار السياحي؛
- تشغيل القوى العاملة والإسهام في إيجاد الوظائف المناسبة لها؛
- تطوير الإطار المؤسس والهيكلي لقطاع السياحة لتحسين كفاءته وقدرته التنافسية؛
- تدعيم وتشجيع المشروعات المشتركة مع القطاع الخاص لاستغلال الفرص الاستثمارية المتاحة؛
- تطوير الوسائل الخاصة بالاتصالات.

ثالثا: أهداف التنمية السياحية

إن التنمية السياحية تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وتنقسم هذه الأخيرة إلى قسمين: [1]

- **أهداف عامة:** وهي تشمل كل ما تسعى التنمية السياحية إلى تحقيقه بصفة عامة مثل:
  - زيادة فرص العمل والتغلب على البطالة؛
  - زيادة الدخل السياحي الإجمالي؛
  - تحقيق نمو سياحي متوازن؛
  - تدعيم الآثار الاقتصادية للسياحة؛
  - الحفاظ على تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحية في مواجهة المنافسة الدولية؛
  - تنمية البنية الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة للزوار والمقيمين بالدولة.

ومهما تعددت واختلفت الأهداف من دولة إلى أخرى إلا أنها تجمعها خصائص معينة وهي:

- أن تكون أهدافا واقعية يمكن تحقيقها بالاستخدام الأمثل للموارد الفنية، المادية والبشرية المتاحة؛
- أن تكون أهدافا شاملة تشمل كل ما يراد تحقيقه من نتائج؛
- أهدافا مرنة لكي تتسع لاحتواء المشاكل الطارئة، والتي لم تؤخذ في الحسبان عند وضع خطة التنمية السياحية.

- **أهداف محددة:** وتمثل هذه الأهداف تفصيلا وتحديدا للأهداف العامة السابقة، حيث تحدد بنسب مئوية يراد تحقيقها سنويا أو في مدة أقل، وهي بذلك تسهل عملية قياس معدلات الأداء، ولبلوغ

[1] _ ساعد بوراوي، **تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب)**، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد دولي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2017، ص ص 51-53 .

الأهداف السابقة هناك مجموعة من المحاور التي تمثل الإطار المتكامل الذي يجب أن تسير عليه سياسات التنمية السياحية بمختلف الدول وتتمثل في المحاور التالية:

- **زيادة عدد السياح:** تسعى الدول من خلال سياسات التنمية السياحية إلى زيادة عدد السياح الوافدين إليها؛
- **زيادة متوسط مدة الإقامة:** يعد متوسط مدة الإقامة من المعايير الفعالة في قياس مستوى النشاط السياحي في أي بلد، إذ يعبر عن مدى قبول المنتج السياحي من قبل السائحين. ويتم ذلك من خلال تحسين وتطوير المناطق السياحية التقليدية، وخلق مناطق جديدة تكون مزودة بكافة المستلزمات وبأسعار تنافسية لما يقدمه الآخرون، وعليه يتحقق الرضا النفسي للسياح مما يرفع من متوسط مدة إقامتهم بدولة العرض السياحي؛
- **زيادة متوسط الإنفاق اليومي للسائح:** يلعب متوسط الإنفاق اليومي للسائح دورا هاما في تعظيم أو تقليل الناتج الاقتصادي من السياحة، وهذا يتوقف على عدة عوامل يتعلق بعضها بالسائح نفسه، في حين يتعلق بعضها الآخر بمدى توافر مجالات الإنفاق التي تجذب السياح، فالعرض هنا يخلق الطلب ويؤثر فيه، كما تدفع نوعية الطلب إلى تطوير نوعية المنتج السياحي، وتعمل مختلف الدول إلى الرفع من مستوى إنفاق السائح اليومي من خلال التركيز على جذب السائحين ذوي الدخول المرتفعة أو العمل على حث الطلب وذلك عن طريق:
  - إعداد مختلف المناطق السياحية وتهيئيها بمراكز البيع.
  - الاهتمام بكافة مجالات إنفاق السياح من الإقامة، الإطعام، المواصلات...الخ.
- **الزيادة المستمرة في استخدام الموارد الوطنية:** أي أنه في عمليات البناء وإدارة الكيان السياحي تستخدم السلع والخدمات المحلية، فجل الدول السياحية تحرص على استخدام مواردها المحلية عند إقامة وتشييد وصيانة مكونات العرض السياحي بها؛
- **المساهمة الفعالة في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية:** تتميز صناعة السياحة الناتجة في أي دولة سياحية بقدرتها على التفاعل مع مشاكل المجتمع ومساهمتها في حل مختلف المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدولة، وكذلك الحال بالنسبة لسياسة التنمية السياحية، إذ لا نحكم على نجاح أو فشل تجربة التنمية السياحية بالدولة من خلال عدد السياح أو الليالي السياحية، بل من خلال دورها في حل مشكلات اجتماعية واقتصادية كخلق فرص عمل متزايدة ومستقرة وتنمية مناطق نائية، أي تحقيق تنمية إقليمية متوازنة فضلا عن دورها التقليدي في دعم ميزان المدفوعات وتوفير العملات الصعبة.

المطلب الثاني: التنمية السياحية المستدامة

نظرا لارتباط السياحة بشكل أساسي بالبيئة، فقد وجب الاهتمام والتركيز بمبدأ الاستدامة في السياحة من خلال إبراز مؤشراتها، مبادئها وتحديد متطلباتها، لكن قبل ذلك يجب التطرق أولا إلى إعطاء تعريف بسيط حول التنمية المستدامة.

- **تعريف التنمية المستدامة:** يقصد بالتنمية المستدامة عملية استخدام الموارد الطبيعية بطريقة عقلانية، بحيث لا يتجاوز هذا الاستخدام للموارد معدلات تجددها في الطبيعة وبالذات في حالة الموارد غير المتجددة، أما بالنسبة للموارد المتجددة، فإنه يجب الترشيد في استخدامها، إلى جانب محاولة البحث عن بدائل لهذه الموارد، لتستخدم رديفا لها لمحاولة الإبقاء عليها لأطول فترة زمنية ممكنة.[1]

أولا: تعريف التنمية السياحية المستدامة

تعرف التنمية السياحية المستدامة بأنها "تنمية يبدأ تنفيذها بعد دراسة علمية كاملة ومخططة داخل إطار التخطيط المتكامل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، داخل الدولة ككل أو داخل أي إقليم من الدولة تتجمع فيه مقومات التنمية السياحية من عناصر جذب طبيعية وحضارية."[2]

ويعرف **Cooper & Archer** عام 1993 أن التنمية السياحية المستدامة هي: "التنمية التي تقابل وتشجع احتياجات السائح والمجتمعات المضيفة الحالية مع ضمان استفادة الأجيال المستقبلية، كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية، مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الايكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة السياحية."

كما عرفها الاتحاد الأوربي للبيئة والمنتزهات القومية عام 1993 على أنها: " نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية."[3]

مما سبق يمكن القول بأن التنمية السياحية المستدامة هي التنمية التي تعمل على تحقيق رفاهية ورغبات الأجيال الحاضرة سواء كانوا سياح أو سكان محليين مع الحفاظ على قدرة المحيط الطبيعي وما يزخر به من كل مقومات الجذب الطبيعي السياحي في استيفاء حق الأجيال المستقبلية.

---

[1] _ عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنط، **التنمية المستديمة فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها**، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص ص 25،26.

[2] _ توفيق بودربالة، مرجع سبق ذكره، ص 123.

[3] _ عباس زهرة، رحماني مريم، **التحول إلى المدن الذكية كوجهات لتحقيق لتنمية السياحية المستدامة عرض تجارب مجموعة من الدول**، مؤتمر علمي دولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة–الواقع والمأمول، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، يومي 30و31 اكتوبر، 2018، ص4.

ثانيا: مؤشرات قياس التنمية السياحية المستدامة

هناك العديد من المؤشرات تستخدم في مختلف الدول والتي تعمل في إطار مبادرة المنظمة العالمية للسياحة المستدامة، حيث قسمت إلى ثلاثة مجموعات أساسية تختلف كل مجموعة عن الأخرى كما يلي: [1]

1-المؤشرات البيئية: وتبنى هذه المؤشرات على مدى ضغط النشاط البشري على البيئة والتأثير عليها في المقصد السياحي، وإذا تجاوزت المنطقة السياحية الطاقة الاستيعابية الخاصة بها، فإنها تفرز عادة مجموعة من الأضرار تتولى أنواع من المؤشرات قياسها:

- **مؤشر معالجة النفايات:** سواء كانت صلبة أو سائلة؛
- **مؤشر كثافة استخدام التربة:** يقيس إما معدل كثافة السياح إلى السكان المحلين أو معدل المساحة الذي تحتله البيئة الأساسية للسياحة إلى إجمالي المساحة؛
- **مؤشر كثافة استخدام المياه:** يقيس حجم استخدام السياح للمياه إلى حجم استخدام السكان المحلين أو حجم استخدام السياح للمياه إلى الحجم الكلي المتاح من المياه الصالحة للشرب؛
- **مؤشر حماية الجو من التلوث:** ويقيس مدى تلوث الهواء خلال فترات مختلفة من السنة للمواسم السياحية.

معنى ذلك أن التنمية السياحية التي تكتسب صفة الاستدامة تستوجب العمل على عدم تجاوز الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي للحفاظ على نوعية البيئة ومستوى الإشباع لدى الزائرين.

2 – المؤشرات الاجتماعية: وترتكز هذه المؤشرات على واقع الانعكاس المتعاظم للنشاط السياحي على الوسط الاجتماعي وتوجد عدة مؤشرات رئيسية لقياس المؤشرات السياحية على الجانب الاجتماعي وهي:

– **مؤشر الانعكاس الاجتماعي:** ويقيس تأثير السياحة على الظروف المعيشية لسكان الموقع السياحي من حيث التوظيف والتعليم ...الخ؛

– **مؤشر رضا السكان المحلين:** ويحدد مستوى رضا السكان المحلين بالمشاريع السياحية والتجاوب معها.

– **مؤشر الأمن:** ويقيس مدى انعكاس عنصر الأمن على تدفق السياح ويقاس بمدى تطور الجريمة في وسط سكان المقصد السياحي؛

– **مؤشر الصحة العامة:** ويعكس مدى تطور النشاط السياحي على مستوى صحة السكان المحليين، ويقاس بعدد الأطباء والممرضين إلى عدد السكان أو عدد المصابين بالأمراض إلى عدد السكان.

[1] _ معطى الله خير الدين، **التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانات والآفاق دراسة حالة ولاية قالمة**، أطروحة دكتوراه، تخصص تجارة دولية وتنمية مستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08ماي 1945 قالمة، 2015، ص 98 .

3- المؤشرات الاقتصادية:

وتتعلق هذه المؤشرات بقياس تأثير النشاط السياحي على الوسط المحلي ومن أهم هذه المؤشرات نجد مؤشر العملة الصعبة، مؤشر العمالة، مؤشر الدخل ومؤشر الاستثمار، نسبة المساهمة في الناتج المحلي وميزان المدفوعات.

ثالثا: مبادئ التنمية السياحية المستدامة

إن منهجية التنمية السياحية المستدامة ترتكز على مجموعة من المبادئ يمكن استغلالها من أجل التقليل من الآثار السلبية والمحافظة على الموارد الطبيعية، وتتمثل هذه المبادئ في ما يلي:[1]

1. يجب أن يكون التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها جزء من استراتيجيات الحماية أو التنمية المستدامة للإقليم أو الدولة، ويجب أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بشكل متداخل وموحد يتضمن إشراك وكالات حكومية مختلفة، ومنظمات خاصة، ومواطنين سواء كانوا مجموعات أم أفراد لتوفير أكبر قدر من المنافع؛
2. يجب أن تتبع هذه الوكالات، المنظمات، والجماعات، المبادئ الأخلاقية وأن تتحلى بالمسؤولية الاجتماعية التي تحترم ثقافة وبيئة واقتصاد المنطقة المضيفة، والطريقة التقليدية لحياة المجتمع وسلوكه.
3. يجب إجراء البحوث البيئية والاجتماعية في المناطق السياحية، للتقليل من الآثار السياحية السلبية، وأن تتوفر الدراسات والمعلومات عن طبيعة السياحة، وتأثيراتها على السكان والبيئة الثقافية قبل وأثناء التنمية، حتى يمكنهم المشاركة والتأثير على اتجاهات التنمية المستدامة؛
4. يجب أن تهتم السياحة بعدالة توزيع المكاسب بين المستثمرين في مجال السياحة وأفراد المجتمع المضيف، من أجل تلبية احتياجات السكان المحليين، والمحافظة على عاداتهم وتقاليدهم، من خلال توفير مشاريع استثمارية لهم مثل الصناعات الحرفية التقليدية ووسائل نقل السياح، فضلا عن العمل كمرشدين سياحيين؛
5. يجب أن يتم عمل تحليل متداخل للتخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي قبل المباشرة لأي تنمية سياحية أو أي مشاريع أخرى، بحيث يتم الأخذ بالمتطلبات البيئية للمجتمع؛
6. التوعية والتثقيف البيئي والسياحي من خلال توعية السكان المحليين أولا بأهمية البيئة والمحافظة عليها ودمجهم في العملية التنموية، وكذلك توعية وتثقيف السياح بأهمية المحافظة على المناطق الطبيعية الأثرية التاريخية، مع الحرص على وجود اللوحات الإرشادية التي تؤكد على ذلك؛

[1] _ توفيق بودربالة، مرجع سبق ذكره، ص 123.

7. تحديد القدرة الاستيعابية للمنطقة السياحية، بحيث يحدد عدد السياح الوافدين بدون ازدحام واكتظاظ، حتى لا يؤثر ذلك بالبيئة الطبيعية والاجتماعية من جهة، وعلى السياح من جهة أخرى، فيرون بيئة جذابة توفر لهم الخدمات والأنشطة السياحية؛

8. يجب أن يتم تنفيذ برنامج للرقابة والتدقيق والتصحيح أثناء جميع مراحل تنمية وإدارة السياحة، بما يسمح للسكان المحليين وغيرهم الانتفاع من الفرص المتوفرة والتكيف مع المتغيرات التي ستطرأ على حياتهم.

رابعا: متطلبات التنمية السياحية المستدامة

حتى يمكن تحقيق تنمية سياحية مستدامة تضمن التوافق والتكامل بين مختلف رغبات ونشاطات السياح وبين إبراز انعكاس ايجابي على مختلف الجوانب البيئية، الاجتماعية والاقتصادية للبلد المضيف، نقدم مجموعة من الإجراءات والوسائل بهدف تطبيقها وهي:[1]

1- سن القوانين والتشريعات ذات العلاقة بحماية البيئة، على أن نأخذ في الاعتبار ضرورة النظر لمكونات البيئة السياحية كوحدة واحدة لأي نظام بيئي متكامل غير قابل للتجزئة؛

2- وجود مراكز دخول في المواقع السياحية لتنظيم حركة السياح وتسهيل المراقبة الحذرة لسلوكهم تجاه البيئة السياحية، إيجاد أنظمة وقوانين تضمن السيطرة على أعداد السياح الوافدين وتوفير الأمن والحماية بدون إحداث أضرار بيئية؛

3- تحديد الفترة الاستيعابية للمواقع السياحية، بحيث يحدد أعداد السياح الوافدين من المنطقة السياحية وتفادي الازدحام خاصة في المناطق الأثرية والتاريخية، حتى لا يؤثر ذلك على البيئة الطبيعية والثقافية ويعرضها للضرر؛

4- نشر الوعي السياحي والثقافة البيئية بين السكان المحليين، فغالبا ما يكون هؤلاء سببا في التخريب والتدمير البيئي لدواعي مادية مع الحرص على وجود اللافتات الإرشادية التي تؤكد على سلامة ذلك؛

5- تشجيع إقامة المشاريع التي توفر الدخول للسكان المحليين، مثل الصناعات الحرفية والتقليدية والعمل كمرشدين سياحيين.

تعاون كل القطاعات ذات العلاقة بالقطاع السياحي لإنجاح إقامة المحميات الطبيعية والتراثية وإدارتهم من قبل كوادر بشرية مؤهلة، واعتماد السياحة البيئية كوسيلة ملائمة لتسويقها وكنمط من الأنماط السياحية التي يمكن من خلاله تحقيق التنمية السياحية الشاملة والمستدامة.

[1] - بوزاهر نسرين، مرجع سبق ذكره، ص77.

المطلب الثالث: آثار السياحة والمشاكل التي تواجهها

رغم تباين الآثار الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لصناعة السياحة بتباين أنواعها وأنشطتها المختلفة، إلا أن الدلائل العملية لتجارب الدول تشير إلى التزايد الملحوظ في الدور الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في قضايا التنمية.

أولا: **آثار السياحة:** وتتمثل فيما يلي.

1-الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة:

تعد السياحة صديقة المجتمع، فهي تقوم على الاستفادة الكاملة مما هو متاح في المجتمع من موارد وأفراد، وهي سياحة مؤثرة في المجتمع ومتأثرة به بشكل واضح وصريح.

1-1- الآثار الايجابية: تتمثل الآثار الايجابية للسياحة في ما يلي:[1]

- السياحة وسيلة اجتماعية لتنمية الثقافات بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية؛
- الدعم المالي لصيانة المتاحف والمرافق الثقافية المختلفة مثل: المسارح، تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية، كونها عناصر جذب سياحي للسكان المحليين والزوار من الخارج؛
- خلق روح الوحدة بين المجتمعات المختلفة، وهذا هدف هام ورئيسي لتطوير السياحة المحلية أو الداخلية في كثير من دول العالم؛
- تعتبر السياحة وسيلة التقاء الشعوب مع بعضها البعض، إذ توفر الاحتكاك المباشر بين هذه الشعوب وبالتالي انفتاح الشعوب على العالم؛
- المحافظة على عناصر التراث الثقافي في المنطقة أو الإقليم السياحي.

1-2- الآثار السلبية: تتمثل الآثار السلبية للسياحة في ما يلي:[2]

- قد تؤدي السياحة إلى حدوث خلل اجتماعي، من خلال تأثير العادات والتقاليد للسياح الأجانب على الدول التي تتميز أسرها بالمحافظة؛
- ينشأ سوء الفهم والتناقض بين السكان المحليين والسياح نتيجة اختلاف اللغة، العادات، القيم، المعتقدات، أنماط السلوك، وتصادم في الثقافة؛
- تساهم السياحة في انتشار مشكل المخدرات والمسكرات والجرائم بأشكالها، رغم أنها قد لا تكون السبب الرئيسي في تفشي مثل هذه المشكلات؛
- يتأثر السكان المحليين من الشباب بالسياح في الملابس وأنماط الحياة والمعيشة دون تفهم لهذه الأنماط مع عدم إمكانية مسايرتها نظرا لغياب القدرة المالية.

[1] _ مروان أبو رحمة، **مبادئ السياحة**، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 44.

[2] _ سليم محمد خنفر، علاء حسين السرابي، **صناعة الفنادق إدارة ومفاهيم**، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 147.

2- الآثار الاقتصادية للسياحة:

للسياحة آثار اقتصادية مختلفة منها ما هو ايجابي ومنها ما هو سلبي.

2-1- الآثار الايجابية: وتتمثل فيما يلي:[1]

- توفير مناصب شغل جديدة مما يؤدي إلى خفض معدلات البطالة؛
- تحقيق التطور الاقتصادي والرفاهية من خلال زيادة الدخل الوطني وتحسين وضعية ميزان المدفوعات وتنشيط قطاع التجارة، والصناعات التي لها علاقة بالسياحة، زيادة الاستثمار المحلي والأجنبي في القطاع السياحي؛
- زيادة الإيرادات الحكومية عن طريق الضرائب والرسوم وما ينجم عنه من تطوير للمجتمعات المحلية ودعم الاقتصاد بشكل عام؛
- تعمل السياحة على تطوير خدمات تحتية من وسائل النقل والمواصلات، بالإضافة إلى إقامة المطارات، الموانئ وكذلك شق الطرقات؛
- تحسين ميزان المدفوعات نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة والناتجة عن الفرق بين الإيرادات والنفقات (بالعملة الصعبة)؛
- دعم الأنشطة الاقتصادية الأخرى في قطاعات الزراعة والصناعة والخدمات، وذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات الزراعية والصناعية، وكذلك يزداد الطلب على منشآت النوم ومرافق الخدمات المختلفة.

2-2-الآثار السلبية: وتتمثل في ما يلي:[2]

- ارتفاع أسعار السلع والخدمات من خلال زيادة طلب السياح على المنتجات المحلية للبلد المضيف، مما يؤثر سلبا على القدرة الشرائية للأفراد المحليين؛
- باعتبار أن النشاط السياحي موسمي في أغلب الأحيان، فإن الطلب على المنشآت السياحية ينخفض خارج الموسم السياحي، وبالتالي تضطر هذه الأخيرة إلى تسريح عدد من العمال خلال فترات الركود، وهذا ما ينعكس سلبا على الاقتصاد؛
- قد تخلق السياحة مشكل للاقتصاد الوطني الذي يعتمد كثيرا على الإيرادات السياحية، بسبب تعرضه للأزمات المختلفة (اقتصادية، أمنية ...الخ)؛
- تساهم السياحة في خلق تشتيت العمالة إذا كانت السياحة تجذب عددا كبيرا من العمالة من القطاعات الاقتصادية الأخرى مثل: الزراعة والثروة السمكية كونها توفر رواتب أعلى وظروف عمل أفضل؛

---

[1]_عادل عبد الله العنزي، حميد عبد النبي الطائي، **التسويق في إدارة الضيافة والسياحة**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص ص136،137.

[2]_ سليم محمد خنفر، علاء حسين السرابي، مرجع سبق ذكره، ص 148.

- يقل دور السياحة في توفير عملات صعبة إذا كان جزء كبير من المواد والخدمات المستخدمة لأغراض السياحة متعددة من الخارج.

3- <u>الآثار البيئية للسياحة</u>

للسياحة تأثيرات بيئية مختلفة حسب الظروف المختلفة التي تتعرض لها.

3-1- الآثار الايجابية: وتتمثل في:[1]

- يتميز المشروع السياحي عن باقي الصناعات بنظافته وأناقته وقوامه الجميل، والذي نادرا ما يسيء إلى الطبيعة نتيجة تميزه باستغنائه عن المدخنة التي يتميز بها المشروع الصناعي، وما ينجر عنه من مشكل التلوث؛
- تعمل السياحة على حماية البيئة عن طريق قيام بعض الحكومات بالتخطيط السياحي في إطار حماية الغابات والثروة الحيوانية من الانقراض والزوال، كذلك المحافظة على البيئة البحرية من التلوث وأيضا حماية المناطق الزراعية من زحف الرمال؛
- تلعب المشروعات السياحية دورا في تحسين الوضع الصحي للبيئة المحلية عن طريق ردم المستنقعات، إبادة الحشرات وإقامة مجمعات سياحية في مناطق قد تكون مكبات ترمى فيها الأنقاض؛
- خلق حالة من الوعي السياحي البيئي على مختلف المستويات، بحيث قامت الدول بسن قوانين للمحافظة على المرافق الأثرية وحمايتها وصيانتها.

3-2- الآثار السلبية: على الرغم من اعتبار السياحة صناعة نظيفة، إلا أن للنشاط السياحي ممارسات خاطئة يمكن حصر بعضها كالآتي:[2]

- تؤدي بعض مشاريع التنمية السياحية كبناء الطرق السريعة، المجمعات السياحية والمطاعم لإقامة السياح وتناول غذائهم إلى الإساءة بنظافة وجمال الطبيعة، بسبب ترك النفايات والأوساخ؛
- تسبب كثرة أعداد السياح في موقع سياحي صغير إلى زيادة حدة الازدحام والاختناقات السكانية والمرورية، وما تلحقه من أضرار ببعض المعالم الطبيعية نتيجة لذلك؛
- للنشاط السياحي مخلفات تلوث مصادر المياه والهواء ناتجة عن بناء الفنادق والمركبات السياحية...الخ؛
- يحدث في بعض الأحيان أن ارتفاع أثمان الأرض بسبب السياحة، يؤدي إلى التنافس على الأراضي الزراعية، وهذا ما يؤدي إلى انخفاض في المساحات الخضراء المزروعة وفي المراعي، علاوة على قلة المنتجات الزراعية والقضاء على تنوع الغطاء النباتي؛
- بعض الأنماط السياحية مثل سياحة الصيد تلحق الضرر الكبير في الحيوانات، مما يؤدي إلى قلتها وربما انقراض بعض أنواعها؛

---

[1] _ مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، **اقتصاديات السفر والسياحة**، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص ص 207، 208.

[2] _ خديجة عزوزي، مرجع سبق ذكره، ص 110.

- تضرر المناطق التاريخية والأثرية نتيجة التصرفات غير المسؤولة للسياح من خلال التخريب المقصود وغير المقصود للمواقع السياحية، بالإضافة إلى تهريب وسرقة الآثار.

ثالثا–المشاكل التي تواجه السياحة:

تشكو السياحة من جملة من المشاكل أهمها:[1]

- **نقص المقومات السياحية الذاتية:** قد يعاني بلد ما من نقص الموارد السياحية الطبيعية، التاريخية والثقافية، هذا ما يشكل عائقا أمام تطوير السياحة لهذا البلد؛
- **تراجع الوعي السياحي:** لا تزال بعض البلدان تعاني من نقص الوعي بالأهمية المختلفة للسياحة من جميع النواحي (اقتصادية، اجتماعية وثقافية)؛
- **نقص البنى الأساسية للسياحة:** هناك الكثير من بلدان العالم تشتكي من نقص الهياكل الأساسية لإقامة سياحة ناجحة؛
- **غياب الاستثمارات السياحية:** تعاني العديد من الدول من غياب المشاريع الاستثمارية السياحية، وخاصة البلدان النامية منها، فرغم توفر الإمكانيات الطبيعية لدى هذه الدول، إلا أنها لا تستطيع الحصول على التمويل اللازم لمشاريعها السياحية؛
- **الأمن السياحي:** يعتبر توفير الأمن وسلامة السياح من الأمور الهامة والأساسية، التي لا بد من توفرها في البلد السياحي، إذ أن المشاكل المتعلقة بسلامة السياح تؤثر سلبا على سمعة البلد المضيف.

[1] _ عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 34.

خلاصة الفصل الأول:

من خلال ما تم تقديمه في هذا الفصل، نجد بأن السياحة قد قدمت لها تعاريف مختلفة و أنواع عديدة اختلفت باختلاف الدوافع والحاجات التي تجعل الأفراد ينتقلون من مكان إلى آخر، حيث شهدت نموا سريعا ومتزايدا في العالم وأصبحت تحتل موقعا متميزا في اقتصاديات الدول، خصوصا وما تزخر به معظم دول العالم من اختلاف وتميز في المقومات السياحية التي تدفع قطاع السياحة بالنهوض واستغلال كل الإمكانيات والموارد السياحية المتاحة.

فالسياحة أصبحت أحد أكبر وأهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في العالم المعاصر، لما لها من أهمية كبيرة في دعم عملية التنمية الاقتصادية ، حيث تعد صناعة السياحة سلاح ذو حدين ليس فقط في الأمد القصير لكن في الأجل المتوسط والطويل، لذا وجب تبني فلسفة جديدة في الحقل السياحي لكي نضمن زيادة المنافع الاقتصادية والاجتماعية وعدم القضاء على نظام القيم والتقاليد السائدة في المجتمع حتى لا يفقد المجتمع هويته، ويحافظ على إرثه الثقافي الحضاري لضمان الاستدامة السياحية.

وقد أدركت الكثير من الدول القيمة الحقيقية لقطاع السياحة في دعم الدخل الوطني وميزان المدفوعات، وخلق مناصب عمل مباشرة وغير مباشرة، فلم يعد قطاع ترفيهي فحسب بل أصبح صناعة وطنية مهمة، خصوصا وان هذا القطاع من بين القطاعات التي تدر إيرادات مالية بالعملة الصعبة، لذلك وجب تطوير هذا القطاع الاستراتيجي على المستوى الاقتصادي، الثقافي، الاجتماعي والبيئي.

الفصـــل الثانـــــي:

التنويـــع الاقتصـــــادي:

مقاربة نظرية

تمهيد الفصل الثاني:

يعد التنويع الاقتصادي أحد أهم الأهداف والأولويات التي تسعى لتحقيقه معظم دول العالم، كونه يعد مسألة اقتصادية الطابع تحرك القوى الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في البلد، خاصة تلك التي تعتمد على المورد الواحد في تمويل اقتصادها، ما يجعل من اقتصادها معرض للتقلبات والتغيرات التي تحدث سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي. فسياسة التنويع الاقتصادي تقوم على وضع ميكانيزمات وآليات تعمل على دعم بعض القطاعات الأساسية التي تتبناها كل دولة، وذلك حسب ما تراها من أجل أن تدر عليها موارد مالية تمكنها من الحصول على الدعم المالي وتنوع مصادر تمويل الاقتصاد، كما يتم تقييم هذا التنويع من خلال الاستناد على مؤشرات تساعد على قياسه وتحديد درجته وفقا للأداء الاقتصادي، وحسب درجة التركز الاقتصادي، وما مدى نجاحه أو فشله في إنعاش الاقتصاد.

فالتنويع الاقتصادي أضحى يعد خيار ضروري لخلق قاعدة اقتصادية متنوعة لا تتركز على مورد وحيد، وإنما موزعة على مجموعة قطاعات تتشارك فيما بينها لتحقيق زيادة في الناتج المحلي الإجمالي ونمو مستدام. وعليه فإن قطاع السياحة يعد من أهم القطاعات المعول عليها في تحقيق تنويع اقتصادي فعال، وذلك لما له من مساهمات كبيرة في تحقيق موارد مالية معتبرة والقضاء على بعض المشاكل الاقتصادية والمساهمة في خلق مناصب العمل الدائمة والمؤقتة، بالإضافة إلى تدفق رؤوس الأموال الأجنبية وبالتالي الحصول على العملة الصعبة وهو ما يساهم في تحسين ميزان المدفوعات، والمساهمة في الناتج المحلي الإجمالي وتحسين الدخل الوطني.

ونظرا لأهمية التنويع الاقتصادي وما مدى تأثير القطاع السياحي على تحقيق ذلك، سوف نتطرق في هذا الفصل إلى دراسة ثلاثة مباحث تتمثل فيما يلي:

المبحث الأول: الإطار النظري للتنويع الاقتصادي

المبحث الثاني: ميكانيزمات التنويع الاقتصادي

المبحث الثالث: القطاع السياحي كإستراتيجية لتحقيق التنويع الاقتصادي

المبحث الأول: الإطار النظري للتنويع الاقتصادي

يعد التنويع الاقتصادي خيار تنموي استراتيجي، فهو يساهم في تطور مختلف القطاعات الإنمائية الإنتاجية وضمان الرقي الاقتصادي، الأمر الذي جعل معظم الدول توليه اهتماما كبيرا في إطار مخططاتها التنموية الرامية إلى تحقيق التنمية الشاملة والمستدامة، خاصة في ظل التغيرات والمستجدات التي تشهدها الساحة الدولية حتى تضمن استمرار نموها وتطورها.

المطلب الأول: مفهوم التنويع الاقتصادي، خصائصه وأهميته

يعتبر التنويع الاقتصادي الحل الأمثل للدول التي تعتمد على مصدر وحيد للدخل، لتنويع مصادر دخلها وبالتالي تنويع اقتصادها، لما له من خصائص وأهمية معتبرة في تحقيق النمو والاستقرار المنشود.

أولا: تعريف التنويع الاقتصادي

تختلف الرؤى التي ينظر بها إلى التنويع الاقتصادي، فهناك من يربط التنويع بالإنتاج وبمصادر الدخل، في حين يربطه آخرون بهيكل الصادرات السلعية، وهذا ما أدى إلى تعدد واختلاف تعاريف التنويع الاقتصادي.

فحسب الاقتصادي **Jean Claude Berthéleny** "نقول عن اقتصاد ما أنه متنوع إذا كان الهيكل الإنتاجي موزع على أكبر عدد ممكن من الأنشطة الاقتصادية مختلفة عن بعضها البعض وذلك من حيث طبيعة السلع والخدمات المنتجة".

كما يلخص **المعهد العربي للتخطيط** تعريف التنويع الاقتصادي بأنه "الرغبة في تحقيق عدد أكبر لمصادر الدخل الرئيسية والتي من شأنها تعزيز قدرات الدولة ضمن التنافسية العالمية، وذلك عبر محاولات رفع القدرات الإنتاجية في قطاعات متنوعة، وهو يقوم على الحاجة إلى الارتقاء بواقع عدد من هذه القطاعات تدريجيا يمكن أن تحل محل المورد الوحيد".[1]

التنويع الاقتصادي هو سياسة تنموية تهدف إلى التقليل من نسبة المخاطر الاقتصادية ورفع القيمة المضافة، وتحسين مستوى الدخل وذلك عن طريق توجيه الاقتصاد نحو قطاعات أو أسواق متنوعة أو جديدة عوض الاعتماد على سوق أو قطاع أو منتج واحد بمعنى آخر، التنويع الاقتصادي يمكن أن يشار فيه إلى تنويع مصادر الناتج المحلي الإجمالي، أو تنويع مصادر الإيرادات في الموازنة العامة، أو تنويع الأسواق الخارجية.[2]

---

[1] _ إلياس شاهد، عبد النعيم دفرور، **السياحة كمقوم للتنويع الاقتصادي في الجزائر في ظل تذبذبات أسعار النفط**، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 06، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2017، ص112.

[2] _ ريغي سارة، بلعربي محمد، **دور تبني التسويق السياحي في المقاولاتية وأثره على التنويع الاقتصادي_ دراسة حالة للإقامة السياحية آغلانباراديس بغرداية**، المؤتمر الدولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة "الواقع والمأمول"، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، يومي 30 و 31 أكتوبر، 2018، ص 7.

كما يعرف التنويع الاقتصادي على أنه "تقليل الاعتماد على المورد الوحيد والانتقال إلى مرحلة تمتين القاعدة الاقتصادية، الصناعية والزراعية وخلق قاعدة إنتاجية، وهو ما يعني بناء اقتصاد وطني سليم يتجه نحو الاكتفاء الذاتي في أكثر من قطاع. وبالمعنى الواسع فالتنويع الاقتصادي يعني أنه على البلد أن ينتج لتصدير قائمة واسعة من السلع والخدمات".[1]

كما يمكن تعريفه بأنه "الحد من الاعتماد الشديد على صادرات ومداخيل قطاع المحروقات، وتطوير اقتصاد غير نفطي واستحداث صادرات غير نفطية ومصادر غير نفطية للإيرادات".[2]

من خلال التعاريف السابقة نصل إلى أن التنويع الاقتصادي هو: إقامة ركائز لاقتصاد حقيقي مكون من عدة مصادر للدخل، وذلك من خلال توسيع القاعدة الإنتاجية وزيادة مساهمة القطاعات الإنتاجية سواء كانت سلعية أو خدمية في الناتج المحلي الإجمالي، وزيادة الصادرات وتنويعها، وهذا لتقليل المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها الاقتصاد في حالة اعتماده على قطاع واحد(مورد وحيد) وتخليص هذا الأخير من الاعتماد على صادرات ومداخيل هذا القطاع لوحده.

ثانيا: خصائص التنويع الاقتصادي

تتمثل أهم خصائص التنويع الاقتصادي فيما يلي:[3]

1- التنويع الاقتصادي هو عملية احترازية:

إن اعتماد الاقتصاد على إنتاج وتصدير سلعة واحدة رئيسية كمصدر وحيد للدخل وتمويل التنمية يشكل خطرا يهدد مصيره، لاسيما إذا كان هذا الاقتصاد يعتمد بشكل متزايد ومفرط على إنتاج وتصدير المواد الخام الأولية، هذه الأخيرة غالبا ما يكون أجل نضوبها محدودا، كما تتعرض عوائدها باستمرار للتقلبات والتذبذبات الحادة، وبالتالي فالتنويع الاقتصادي يتضمن معنى التحرر من الاعتماد على سلعة رئيسية واحدة؛

2- التنويع الاقتصادي هو عملية تدريجية:

يتضمن مفهوم التنويع الاقتصادي عمليا بناء قاعدة اقتصادية صلبة مدعمة ذاتيا، متنوعة المقومات، متكاملة القطاعات ومتشابكة الوحدات، قادرة على توفير فرص للمواطنين، إنتاج احتياجاتهم، وتمكن من إيجاد مصادر دخل جديدة ومتجددة لتمويل الميزان التجاري، الميزانية العامة وتحقيق الفائض الاقتصادي الذي يمكن من تحمل أعباء تمويل الاستثمارات المادية والبشرية اللازمة لاستمرار عملية التنمية؛

3- التنويع الاقتصادي هو عملية نسبية لتحول الاقتصاد الوطني:

---

[1] _ بلعما أسماء، بن عبد الفتاح دحمان، **استراتيجية التنويع الاقتصادي في الجزائر على ضوء بعض التجارب الدولية**، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 01، معهد الحقوق والعلوم السياسية –المركز الجامعي تمنراست، 2018، ص332.

[2] _Hazem Shayah, **Economic Diversification by Boosting Non- Oil Exports** (Case of UAE), Journal of Economics, Business and Management, VOL 3, No 7, July2015, p 735.

[3] _ طبابيبة سليمة ولرباع الهادي، **التنويع الاقتصادي خيار استراتيجي لاستدامة التنمية**، مؤتمر دولي حول: التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير – جامعة فرحات عباس– سطيف–، يومي 7و8 أفريل، 2008، ص ص 5، 6.

يتكون الاقتصاد الوطني من قطاعات رئيسية تربطها علاقات متداخلة ومتشابكة، وهو ما يشكل منطلقا لإحداث تحولات بنيوية في الهيكل الاقتصادي وتحديد الأهمية النسبية للأنشطة الرئيسية بمختلف فروعها، بالإضافة إلى تشخيص قدرات الاقتصاد من خلال الأنماط الإنتاجية المتعددة، كما تحتل التغيرات الهيكلية حيزا في السياسات الاقتصادية وبرامج التنويع المنتهجة في المجتمع والاقتصاد بصفة خاصة، وتتجلى أهمية ذلك في كون هذه التغيرات ترتبط بشكل واضح بالنمو الاقتصادي، الذي ينبغي تحقيقه في كل رحلة من مراحل تطور المجتمع، حيث تتميز كل مرحلة بالمحافظة على توازنات معينة؛

4- التنويع الاقتصادي هو عملية تراكمية لزيادة مساهمة القطاعات الاقتصادية المختلفة في الناتج والإنتاجية:

التنويع هو عملية تهدف إلى توازن البنية الهيكلية للاقتصاد، وذلك عندما تتحقق حالة التوازن في المساهمة النسبية للقطاعات الاقتصادية في توليد الناتج المحلي الإجمالي والدخل الوطني، الأمر الذي يترتب عنه أيضا ارتفاع الإنتاج كما ونوعا وصولا إلى مرحلة التراكم وتحقيق الاكتفاء الذاتي، كما يتضمن التنويع الاقتصادي تصحيح الهيكل الجغرافي للناتج والإنتاجية، أي تحقيق مبدأ التوازن الجهوي والإقليمي، مما يؤدي إلى الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة في كل المناطق، وخلق حلقة من التكافؤ في النمو بين الأقاليم المختلفة لتوفير الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي؛

5- التنويع الاقتصادي وسيلة لتحقيق التنمية الاقتصادية:

إن تحقيق التنمية يتضمن حدوث تغيرات نوعية في جوانب عديدة كتراكيب الإنتاج، نسب مساهمة المدخلات المختلفة في العملية الإنتاجية، كيفية تخصيص الموارد المتاحة وتوزيعها بين القطاعات، بالإضافة إلى الانتقال من إنتاج وتصدير المواد الأولية إلى تصنيعها عن طريق تطوير الصناعة التحويلية، والتي تعد عاملا أساسيا في دفع التنمية إلى الأمام، دون التركيز على قطاع معين أو سلعة رئيسية واحدة كمصدر للدخل، وبالتالي فإن نجاح التنمية وتحقيق التقدم الاقتصادي والاجتماعي مرهون بمدى نجاح التنويع الاقتصادي الذي يحدث في الهيكل الاقتصادي؛

6- توسيع المشاركة في جهود التنمية:

إن التنويع الاقتصادي هو تلك العملية التي تتيح مجالا واسعا لترسيخ أسس سليمة لإقامة نظام اقتصادي مختلط يتصف بالتنوع، الاستقرار والكفاءة، ويتضمن مبادئ وأهداف واضحة منها تحقيق التكامل والتماسك الاقتصادي والاجتماعي، ويلعب دورا محوريا وايجابيا في عملية التنمية، وهذا النظام لا يتحقق إلا من خلال إعطاء دور هام ومميز للقطاع الخاص للمساهمة في تنفيذ المشروعات التنموية على المستوى المحلي والإقليمي، وذلك لتحقيق أهداف عديدة منها:

- توسيع مشاركة القطاع الخاص في التنمية إلى أقصى حد ممكن وفي كل المجالات خاصة في النشاطات التي تتناسب مع مؤهلات وقدرات هذا القطاع كالمشروعات الصغيرة والمتوسطة؛

- فتح المجال لإبداعات القطاع الخاص ودوره في تعبئة المدخرات الوطنية التي تصب في مصلحة المجتمع ككل؛

غير أن إسناد دور هام للقطاع الخاص لا يعني إغفال دور القطاع العام الذي يقود التنمية ذاتها، ويتولى توجيهها ومتابعتها خاصة في المجالات التي تتطلب قدرات استثمارية ضخمة وبرامج مكثفة طويلة الأجل.

ثالثا: أهداف وأهمية التنويع الاقتصادي

يهدف التنويع الاقتصادي إلى إيجاد قطاعات إنتاجية جديدة أو تطوير القطاعات الضعيفة أو ما يسمى تقليص حجم الاعتماد المفرط على قطاع واحد في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، وتتجسد أهداف وأهمية التنويع الاقتصادي فيما يلي:[1]

- التقليل من نسبة المخاطر الاقتصادية والقدرة على التعامل مع الأزمات والصدمات الخارجية، مثل تقلبات أسعار المواد الأولية كالنفط، أو الجفاف بالنسبة للمواد الزراعية والغذائية، أو تدهور النشاط الاقتصادي في الأسواق العالمية خاصة في الدول الشريكة كالدول الأوروبية بالنسبة للدول العربية؛
- تحسين وضمان استمرار وتيرة التنمية من خلال تطوير قطاعات متعددة ومتنوعة كمصدر للدخل والعملة الأجنبية ولإيرادات الميزانية العامة، ورفع قيمتها المضافة في الناتج المحلي الإجمالي وتشجيع الاستثمار فيها؛
- تحقيق الاكتفاء الذاتي من السلع والخدمات، وزيادة الصادرات والتقليل من واردات السلع الاستهلاكية؛
- التخفيض من حدة البطالة، من خلال زيادة فرص عمل جديدة وبالتالي تحسين مستوى معيشة الأفراد؛
- بناء اقتصاد مستدام للأجيال الحالية والمستقبلية، بعيدا عن النفط مع تشجيع القطاع الخاص والاستثمار الأجنبي؛
- تمكين القطاع الخاص من لعب دور مهم وأكبر في العملية الاقتصادية وتقليص دور الدولة والسلطات العمومية؛
- توزيع الاستثمار على قطاعات متنوعة كالزراعة، الصناعة والخدمات؛
- الزيادة والحفاظ على القدرة التفاوضية للدولة في التجارة الخارجية؛
- إعداد اقتصاديات تنافسية من أجل الاندماج الفعال في الاقتصاد العالمي؛
- البحث عن الاستقرار السياسي، الاقتصادي والاجتماعي؛
- التوجه نحو ترسيخ البعد الحضاري للمجتمع من إنجاح التنويع الاقتصادي.

[1] _ خالد الخطيب، بصري ريمة، **التنويع الاقتصادي كبديل استراتيجي للخروج من التبعية النفطية: دراسة قطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة 2000-2014**، ملتقى دولي حول: أزمة النفط: سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة باجي مختار عنابة، يومي 14و15 أكتوبر، 2017، ص 11.

من جهة أخرى يمكن التمييز بين أهداف التنويع الاقتصادي حسب الأفق الزمني:[1]

فعلى المدى القصير، قد يكون الهدف هو التوسع وتعزيز عائدات القطاع الرئيسي (البترول مثلا)، وبالتالي زيادة نصيب هذا القطاع في كل من الناتج المحلي الإجمالي والعائدات التصديرية؛

أما على المدى الطويل، فالهدف هو استخدام العوائد المكتسبة عن القطاع الرئيسي في إحداث تنمية اقتصادية مرتكزة على التنويع والتوجه نحو الاستثمار في قطاعات أخرى. أي أن القطاع الرئيسي قد يتم الاعتماد عليه ليصبح وسيلة لإحداث التنويع الاقتصادي.

بالإضافة إلى الأهداف السابقة الذكر هناك أهداف أخرى تتعلق بالدول النفطية ومنها ما يلي:[2]

- **التخلص من التبعية لمصادر عملة أجنبية محدودة وموارد ملوثة وناضبة:** إن الدول التي تعتمد في إيراداتها من العملة الأجنبية على مصادر محدودة تتعرض إلى تقلبات كبيرة في مداخيلها بتقلبات أسعارها، أما بالنسبة للنفط والمحروقات فهي مورد طاقوي ملوث وناضب ومتقلب الأسعار، بالإضافة إلى الأثر السلبي السابق فهو مورد ملوث يؤثر سلبا على الأرض وهو ما يتعارض مع التوجه العالمي نحو التنمية المستدامة، وكونه مورد ناضب يهدد بشدة اقتصاديات هذه البلدان واستقرارها وأمنها الاجتماعي في حال لم تتجه نحو التنويع وتقليل الاعتماد عليه قبل نضوبه؛
- **التخلص من لعنة الموارد:** لعنة الموارد هي قضية ذات صلة قوية وحيوية بالتنويع الاقتصادي، حيث إنّ هناك تأثيراً مباشراً وغير مباشر للاعتماد على النفط يتضح من خلال محدودية تنويع الصادرات، وانخفاض مساهمة التصنيع فيها، وانخفاض درجة تطور المنتوج وغيرها. وعادة ما تشهد البلدان المصدرة للنفط بصورة عامة بعد نمو صادراتها النفطية تقلبات اقتصادية شديدة تتمثل في انهيار النمو في مرحلة ما بعد الطفرة النفطية، مما يؤدي إلى ركود طويل الأمد وإلى انخفاض دخل هذه البلدان، وذلك بسبب زيادة الطلب على عملة البلد النفطي وهذا ما يرفع قيمتها أكثر من اللازم فتحصل نتيجتان: الأولى تتمثل في انخفاض أسعار السلع الأجنبية والثانية فقدان الصناعيون والمزارعون الوطنيون (داخل البلد) لقدراتهم التنافسية في أسواق العالم، فتنخفض الاستثمارات داخل البلد وبالتالي تقليص خلق فرص عمل جديدة؛
- **توقيف استنزاف مخزون رأس المال:** يعتبر استخراج النفط نوعا من استنزاف مخزون رأس المال، بينما يعتبر التنويع خلقا للدخول من مجموعة عناصر الإنتاج المختلفة ومن موارد متجددة.

---

[1] _ **بوشول** السعيد، ندير غنية، **إستراتيجية التنويع الاقتصادي للدول المصدرة للنفط دراسة حالة المملكة العربية السعودية**، ملتقى دولي حول: أزمة النفط :سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، يومي 14و15 أكتوبر، 2017، ص3.

[2] _بوعروج لمياء، كورتل نجاة، **صناعة السياحة في الجزائر كخيار للتنويع الاقتصادي بين الإمكانيات والواقع**، مؤتمر دولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة "الواقع والمأمول"، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، يومي 30 و31 أكتوبر، 2018، ص 5.

المطلب الثاني: شروط التنويع الاقتصادي وأنواعه

لكي تكون عملية التنويع الاقتصادي ناجحة وفعالة لابد أن تتسم بشروط، كما أن للتنويع الاقتصادي أشكال عديدة بحيث شمل في مجمله شقين رئيسيين: الأول يتمثل في تنويع الهيكل الإنتاجي والبنى التحتية، في حين يتعلق النوع الثاني بالسوق والتجارة الخارجية أي تنويع الصادرات من خلال تنويع وعائها، ويمكن أن نميز بين نوعين رئيسيين للتنويع الاقتصادي.

أولا: شروط التنويع الاقتصادي

حتى تكون عملية التنويع ناجحة لابد من توفر شروط معينة من بينها ما يلي:[1]

1- **إصلاح الإطار العام لإدارة الاقتصاد الكلي (سياسة جانب الطلب):** لكي يكون التنويع الاقتصادي ناجحا لابد من إصلاح الإطار العام لإدارة الاقتصاد الكلي وخاصة إطار تعزيز الاستقرار في الاقتصاد الكلي المرتكز على الربط بالدولار، ويتمثل هذا الإطار في مجموعة السياسات الاقتصادية المستخدمة لإدارة الطلب الكلي وتتمثل في السياسة المالية والسياسة النقدية وسياسة سعر الصرف ومراجعة نظام الربط من جهة المكسب مقابل التكلفة؛

2- **تنويع القاعدة الإنتاجية:** بالتوازي مع إصلاح الإطار العام لتعزيز الاستقرار في الاقتصاد الكلي لابد من إصلاحات تمس جانب العرض أيضا، إذ لابد من تنويع القاعدة الإنتاجية بعيدا عن قطاع المحروقات، والصناعات المصاحبة له وتنويع مصادر الدخل وهياكل الإنتاج من خلال تنمية رأس المال البشري وإصلاح القطاعين العام والخاص.

ثانيا: أنواع التنويع الاقتصادي

للتنويع الاقتصادي نوعين رئيسيين:

1-تنويع الهيكل الإنتاجي:

من منظور الاقتصاد الجزئي، تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى تنويع إنتاجها من خلال إنتاج سلع جديدة دون التخلي عن السلع الأصلية، مما يجعل الهيكل الإنتاجي المحلي لبلد ما أكثر تنوعا وذو قاعدة اقتصادية عريضة وتنافسية، أي الاعتماد على عدد كثير من الأنشطة المختلفة. فالتنويع الإنتاجي يكون متعلقا بشكل خاص بتحقيق مكاسب الإنتاجية، و ينطبق على الاقتصاديات القائمة على الموارد المنحصرة في إنتاج وتصدير المنتجات الأولية، بهدف التهيؤ للدخول في فضاءات جديدة للإنتاج، وبالتالي يمكن أن يساعد في الحد من الاعتماد على مجموعة محدودة من الأنشطة الإنتاجية، وتفادي الظواهر غير المرغوب فيها. والتنويع الإنتاجي يمكن أن يعمل على تسهيل التغير الهيكلي نحو أنشطة ذات مستويات أعلى من التكنولوجيا والمهارات، وبالتالي التنمية بمعناها الأكثر شمولية.

[1]_خالد راشد الخاطر، **تحديات انهيار أسعار النفط والتنويع الاقتصادي في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر، 2015، ص ص 28،29.

أما من منظور الاقتصاد الكلي، فإن تنويع الهيكل الإنتاجي يعني مساهمة مختلف القطاعات الاقتصادية في خلق الثروة وتوليد الناتج والدخل الوطني من خلال مساهمة كل من قطاع الخدمات، القطاع الفلاحي والصناعي في بلوغ مستوى التنويع المرغوب فيه.[1]

2-تنويع السوق والتجارة الخارجية (الصادرات):

يعد تنويع السوق والتجارة الخارجية من الأولويات التي تطمح إليها كل الدول، إذ أن الاعتماد المفرط على سوق واحد أو عدد قليل جدا من الأسواق يحمل مساوئ واضحة على الاقتصاد الوطني، حيث أن الانخفاض في الطلب يمكن أن يؤثر عكسيا على الاقتصاد على عكس ما لو كان هناك مزيجا متنوعا يسمح ذلك وجود طلب أكثر استقرار في الأسواق الأخرى. وعلاوة على ذلك هناك وفرات خارجية يمكن جنيها من خلال الوصول إلى أسواق جديدة بمنتجات جديدة والتي تمكن البلد من تحقيق القدرة التنافسية الصناعية وفتح منافذ تصدير محتملة. فتنويع الأسواق يقلل من التعرض للصدمات الخارجية، ويعمل على تخفيف سرعة الطلب والمنافسة الجديدة، وعلاوة على ذلك فإن التصدير إلى أكثر من بلد مؤشر على قدرة البلد على المنافسة دوليا.[2]

إن النظر إلى درجة تنويع المنتجات وتنويع الأسواق معا يعطي صورة متكاملة على مدى المخاطر الجسيمة المحيطة بالهيكل الإنتاجي والتصديري لبلد ما، وفي معظم الحالات فإن هيكل الإنتاج الأكثر تنوعا أفضل من ذلك الذي يعتمد على عدد قليل من السلع وخاصة السلع الأولية، ونفس الشيء فإن الاعتماد على عدد كبير من المنتجات المصدرة ووجهات التصدير بشكل عام هو أفضل من التركيز على القليل.[3]

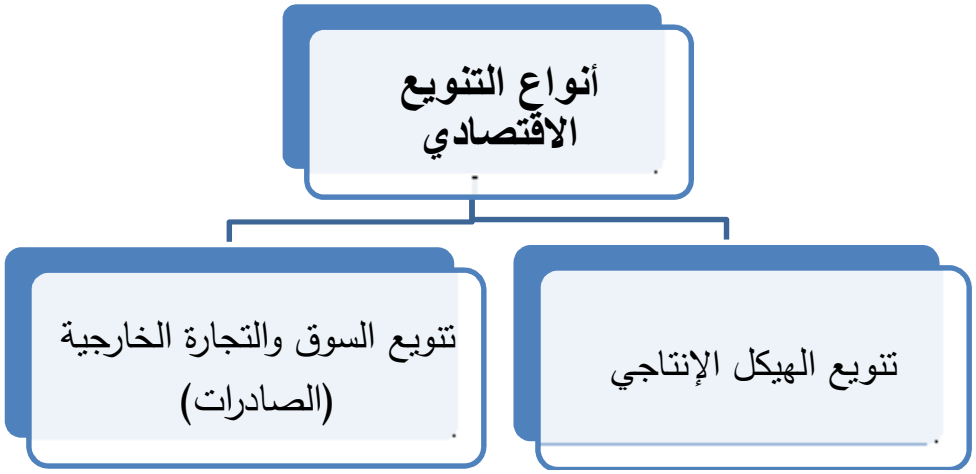
---

[1] _ زرموت خالد، **التنويع الاقتصادي في الجزائر في ظل التحديات الراهنة**، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، العدد03، مخبر الصناعات التقليدية، جامعة الجزائر3، 2017، ص 1187.

[2] _ باهي موسى، شعابنية سعاد، **التنويع الاقتصادي كخيار تنموي مستدام لمواجهة " لعنة النفط " في البلدان العربية المصدرة للنفط**، ملتقى وطني حول: المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات التنويع الاقتصادي في ظل انهيار أسعار النفط، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، يومي 25و26 أفريل، 2017، ص12.

[3] _شليحي الطاهر، بن موفق زروق، **المنظور الاستراتيجي لعملية التنويع الاقتصادي في الدول النامية**، مجلة الحقيقة، العدد04، جامعة أحمد دراية أدرار، 2018، ص 198.

الشكل (2-1): أنواع التنويع الاقتصادي



المصدر: من إعــداد الطالبتيــن بالاعتماد على:

1- زرموت خالد، **التنويع الاقتصادي في الجزائر في ظل التحديات الراهنة**، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، العدد03، مخبر الصناعات التقليدية، جامعة الجزائر3، 2017، ص 1187.

2_ باهي موسى، شعابنية سعاد، **التنويع الاقتصادي كخيار تنموي مستدام لمواجهة " لعنة النفط " في البلدان العربية المصدرة للنفط**، ملتقى وطني حول: المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات التنويع الاقتصادي في ظل انهيار أسعار النفط، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، يومي 25و26 أفريل، 2017، ص12.

المطلب الثالث: محددات التنويع الاقتصادي وأسباب اللجوء إليه

بالرغم من أن التنويع الاقتصادي يلعب دورا مهما في النمو والتطور الاقتصادي، إلا أن تحقيقه يبقى مرتبطا ورهينا بمجموعة من المتغيرات والمحددات التي تلعب دورا مهما في نسبة نجاحه أو فشله، كما أن اللجوء إلى التنويع الاقتصادي له أسباب عديدة وقد تختلف من دولة لأخرى.

أولا: محددات التنويع الاقتصادي:

حتى يتحقق التنويع الاقتصادي من الضروري توفر بيئة ملائمة ومحددات رئيسية، والتي تتمثل حسب تقرير اللجنة الاقتصادية لإفريقيا بالأمم المتحدة حول التنويع لسنة 2006، في أنه توجد هناك خمس فئات من المتغيرات التي تؤثر على عملية التنويع الاقتصادي وهي: [1]

- **العوامل المادية**: الاستثمار ورأس المال البشري؛
- **السياسات العامة**: السياسات المالية والتجارية والصناعية؛
- **متغيرات الاقتصاد الكلي**: سعر الصرف والتضخم والتوازنات الخارجية؛
- **المتغيرات المؤسسية**: الحوكمة والبيئة الاستثمارية والوضع الأمني؛

الوصول إلى الأسواق: القضاء على الحواجز الجمركية وغير الجمركية والحصول على التمويل.

[1]_ مناصرية خولة، محمد خيضر، **نحو إطار متكامل للتنويع الاقتصادي في الجزائر على ضوء التجربة الإماراتية**، ملتقى دولي حول أزمة النفط: سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة باجي مختار عنابة، يومي 14و15 اكتوبر، 2017، ص ص5،6.

الشكل (2-2): محددات التنويع الاقتصادي

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على: مناصرية خولة، محمد خيضر، **نحو إطار متكامل للتنويع الاقتصادي في الجزائر على ضوء التجربة الإماراتية**، ملتقى دولي حول أزمة النفط :سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة باجي مختار عنابة، يومي 14و15 أكتوبر، 2017، ص ص 5،6.

وهكذا فإن غياب قطاع خاص حيوي وقوة عاملة ماهرة ومتطورة، وبيئة مؤسسية وقانونية، بالإضافة إلى عدم الاستقرار في الاقتصادي الكلي كارتفاع معدلات التضخم لا يساعد على خلق مناخ ملائم لعملية التنويع الاقتصادي، كما أن نجاح عملية التنويع يتطلب توفر الخدمات المساندة والأساسية مثل التعليم والتدريب والخدمات الصحية، كما يتطلب توفر بنية تحتية متطورة من خدمات الاتصالات والمواصلات والمنافع العامة وغيرها.

ثانيا: أسباب اللجوء إلى التنويع الاقتصادي

تنوعت وتعددت أسباب لجوء الدول إلى التنويع الاقتصادي ومن بين هذه الأسباب نذكر ما يلي:

1- خشية نضوب الثروة وانخفاض العوائد الناتجة عن استغلال المورد الناضب، لذلك كان لابد من الاعتماد على مصادر اقتصادية بديلة غير ناضبة وإيجاد تدفقات أخرى جديدة للدخل لضمان تحقيق النمو الاقتصادي المستدام؛

2- التغيرات التي تحدث في الأسواق الدولية (الأسواق النفطية خاصة) على المدى المتوسط: تتوقع وكالة الطاقة الدولية انخفاضا لأسعار النفط، مما سيؤثر سلبا على اقتصاديات الدول العربية النفطية، وترجع أسباب هذا الانخفاض خاصة إلى الزيادة السريعة في إنتاج النفط في الولايات المتحدة والعراق، وكذلك إلى تطوير مصادر بديلة للغاز على الصعيد العالمي والتي من شأنها أن تؤثر على أسعار النفط؛

3- نمو استهلاك النفط محليا في العديد من الدول المنتجة له: يشهد استهلاك النفط في الدول العربية ارتفاعا متزايدا بلغ حوالي5 % سنويا في الدول الخليجية، يرجع هذا إلى كل من التطور الديموغرافي وإلى

نمط التنمية الصناعية في هذه البلدان والتي تشهد تزايد في نسبة البطالة، فنمط التنمية الاقتصادية الذي يعتمد القطاعات الإستخراجية والصناعية لا يخلق فرص عمل كثيرة.[1]

4- السعي لخلق فرص عمل جديدة في قطاعات جديدة؛

5- يؤدي عدم استقرار أسعار النفط وتذبذب الطلب العالمي عليه إلى تقلبات مهمة في حصيلة الصادرات النفطية، الإيرادات الحكومية، الإنفاق العام ومن ثم في مستوى الناتج المحلي الإجمالي ومعدلات نموه؛

6- يعيق تقلب مستويات الدخل الوطني الناجم عن اضطراب الإيرادات النفطية، الاستقرار في مستويات الاستثمار، فرص العمل، سوق العمل ومن ثم يعرقل تنفيذ خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية التي تحتاج إلى مصادر تمويلية ثابتة ومستقرة.[2]

المبحث الثاني: ميكانيزمات التنويع الاقتصادي

إن التنويع الاقتصادي هدف ضروري تسعى لتحقيقه معظم الدول، من خلال تبني إستراتيجية دعم بعض القطاعات الرئيسية التي تمكنها من تحصين الاقتصاد وإعطائه مرونة تامة للتكيف مع تغير الظروف، والوقوف على قياس هذا التنويع من خلال بعض المؤشرات، مما تسمح لهذه الدول من تقييم مدى النجاح أو الفشل في ما إذا كان هناك تنويع اقتصادي محقق أم لا.

المطلب الأول: مؤشرات وطرق قياس التنويع الاقتصادي

للتنويع الاقتصادي مؤشرات سنذكر أهمها، كما يمكن قياسه لتحديد درجته.

أولا: مؤشرات قياس التنويع الاقتصادي

هناك عدة مؤشرات لقياس التنويع الاقتصادي منها:[3]

1.معدل ودرجة التغير الهيكلي: وتدل عليهما النسبة المئوية لإسهام القطاعات المختلفة في الناتج المحلي الإجمالي، إضافة إلى زيادة أو انخفاض إسهام هذه القطاعات مع الزمن، ومن المفيد أيضا قياس معدلات النمو الحقيقية للناتج المحلي الإجمالي حسب القطاع، حيثما توفرت لنا البيانات الخاصة بذلك؛

2.درجة عدم استقرار الناتج المحلي الإجمالي وعلاقتها بعدم استقرار سعر النفط: حيث أن التنويع الاقتصادي يفترض فيه أن يحد من عدم الاستقرار هذا مع مرور الزمن؛

---

[1] _هواري أحلام، **تجارب الدول النفطية لتنويع اقتصادياتها والدروس المستفادة لإصلاح الاقتصاد الجزائري**، ملتقى دولي حول أزمة النفط: سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، يومي 14و15 أكتوبر، 2017، ص 7.

[2] _ نوي حياة، بشكر إلهام، **دور الاستثمارات الأجنبية المباشرة في تحقيق التنويع الاقتصادي في ماليزيا والدروس المستخلصة منها**، ملتقى دولي حول أزمة النفط: سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة باجي مختار عنابة، يومي 14و15 أكتوبر، 2017، ص5.

[3] _ Mohamed Nasser Hamidato , Baqaas Alssafiah, **Economic diversification in Algeria**, Global Journal of Economic and Business,No 2, Science Reflection (SR), 2017, p 77.

3.تطور إيرادات النفط والغاز كنسبة من مجموع إيرادات الحكومة: لأن أحد أهداف التنويع هو تقليل الاعتماد على إيرادات النفط، ومن المؤشرات الأخرى وتيرة اتساع قاعدة الإيرادات غير النفطية عبر الزمن، إذ أن ذلك يدل على النجاح في إيجاد مصادر جديدة للإيرادات غير النفطية؛

4.نسبة الصادرات غير النفطية إلى مجموع الصادرات والعناصر المكونة للصادرات غير النفطية: وبصفة عامة يدل الارتفاع المضطرد للصادرات غير النفطية على ازدياد التنويع الاقتصادي، مع العلم أن التغيرات قصيرة الأجل في الأسواق الدولية في هذا المؤشر تكون مضللة، إذ يمكن أن تترتب عن تقلبات أسعار النفط وصادراته؛

5.تطور إجمالي العمالة بمجملها القطاعي: هذا المقياس يعكس ويعزز تغيرات التكوين القطاعي للناتج المحلي الإجمالي؛

6.تغيير ما للقطاع العام والخاص من إسهام نسبي في الناتج المحلي الإجمالي: وهذا المؤشر هام لأن التنويع الاقتصادي يعني ضمنيا إسهام القطاع الخاص في النشاط الاقتصادي الإجمالي.

ثانيا: طرق قياس التنويع الاقتصادي

إن المؤشرات السابقة تدل على مدى التنويع الاقتصادي في الدولة، إلا أنها لا تعطينا درجة التنويع بدقة، وذلك لتشتت واختلاف المؤشرات المستعملة في معرفة مدى التنويع، ولإجراء عمليات مقارنة فيما يخص مدى التنويع الاقتصادي سواء بين الدول المختلفة أو في نفس الدولة خلال فترات مختلفة، يجب الاعتماد على مؤشر وحيد يقيس مدى التنويع الاقتصادي.

1) مقياس هرفندل –هيرشمان (Herfindal-Hirshman):[1]

يعد معامل هرفندل–هيرشمان من أكثر المؤشرات استخداما في قياس التنويع الاقتصادي، يعتمد على قياس تركيبة وبنية ومدى تنوع عدد من المتغيرات وهي: الناتج المحلي الإجمالي، الإيرادات، الصادرات، العمالة وتراكم رأس المال.

ويعبر عن هذا المقياس من خلال المعادلة التالية:

$$H.H = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^{N}(Xi/X)^2 - \sqrt{\frac{1}{N}}}}{1 - \sqrt{\frac{1}{N}}}$$

[1]_ نوي نبيلة، **التنويع الاقتصادي والنمو المستدام في الدول النفطية –حالة الجزائر–**، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 35، جامعة زيان عاشور الجلفة، د س، ص 4.

حيث أن:

H.H: مؤشر هرفندل –هيرشمان

Xi: قيمة المتغير في النشاط i.

X: القيمة الإجمالية للمتغير في جميع النشاطات.

N: عدد مكونات الناتج (عدد القطاعات التي يتكون منها التركيب الهيكلي المدروس).

تتراوح قيمة معامل **H.H** بين الصفر والواحد**($0 \leq H.H \leq 1$)**

- إذا كان $H.H=0$ فإن هناك تنوعا كاملا للاقتصاد.
- أما إذا كان $H.H=1$ فإن مقدار التنوع يكون معدوما.

بمعنى كلما اقتربت قيمة معامل H.H من الواحد كان ذلك دليلا على ضعف التنويع الاقتصادي.

2) **مقياس فلاديمير كوسوف:** يأخذ هذا المؤشر الصيغة التالية:[1]

$$\mathbf{cos} = \frac{\sum_{i=1}^{n} \boldsymbol{\alpha i} \times \boldsymbol{\beta i}}{\sqrt{\sum_{i=1}^{n} \boldsymbol{\alpha i^2}} \times \sqrt{\sum_{i=1}^{n} \boldsymbol{\beta i^2}}}$$

حيث أن:

Cos: مؤشر فلاديمير كوسوف، كلما أصبحت قيمة (Cos =0) يعني ذلك حصول تغيرات هيكلية في الاقتصاد المعني، و العكس في حال الابتعاد الكبير عن هذه القيمة يدل على نقص تلك التغيرات الهيكلية.

αi: الأهمية النسبية لكل قطاع في مجمل الناتج المحلي الإجمالي في فترة الأساس.

βi: الأهمية النسبية لكل قطاع في مجمل الناتج المحلي الإجمالي في فترة المقارنة.

3) **معامل التركز(معامل جيني):** [2]

يستند إلى حساب مدى تركز الظاهرة المدروسة أو توزيعها بشكل عادل أو متساو بدل تركزها. ويعد مؤشر جيني من أفضل مؤشرات التركز وأبسطها، تم تطوير مؤشر جيني من قبل جيني سنة 1912، ويرتبط ارتباطا وثيقا بتمثيل عدم المساواة في الدخل من خلال منحنى لورينز.

على وجه الخصوص فإنه يقيس نسبة المنطقة بين منحنى لورينز وخط التوزيع (منطقة التركيز) إلى منطقة تركيز قصوى. ويعرف معامل جيني على منحنى لورينز، على أنه نسبة المساحة المحصورة بين منحنى لورينز ووتر المثلث لإجمالي مساحة المثلث.

---

[1] _ بوعبدلي ياسين، **البدائل التنموية في الاقتصاد الجزائري خارج قطاع المحروقات–الطاقات المتجددة بديلا–** أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر 3، 2017، ص 22.

[2] _ قويدري محمد، **إستراتيجية النمو والتنويع الاقتصادي في الدول النفطية "حالة اندونيسيا"**، ملتقى دولي حول: أزمة النفط: سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة جامعة باجي مختار–عنابة–، يومي 14 و15 أكتوبر2017، ص ص 5، 6.

الشكل (2-3): معامل جيني

المصدر: قويدري محمد، **إستراتيجية النمو والتنويع الاقتصادي في الدول النفطية "حالة أندونيسيا"**، ملتقى دولي حول: أزمة النفط: سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة جامعة باجي مختار-عنابة، يومي 14 و15 أكتوبر، 2017، ص ص 5،6.

ويأخذ الصيغة التالية:

$$G=1-\sum_{K=1}^{n}(X_K-X_{k-1})(Y_K+Y_{K+1})$$

حيث أن:

X_K : التكرار التجميعي النسبي التصاعدي للمتغير الكلي (الحصة القطاعية من الناتج المحلي الإجمالي.

Y_K: يمثل التكرار التجميعي النسبي التصاعدي (عدد القطاعات).

N: عدد القطاعات

تتراوح قيمة مؤشر جيني بين الصفر (الذي يمثل المساواة التامة في توزيع الظاهرة) والواحد الصحيح (الذي يمثل عدم المساواة التامة). وتكون عدم المساواة عالية جدا إذا زادت قيمة المؤشر عن 0,7، وعالية إذا تراوحت قيمة المعامل بين 0,5 و0,7، ومتوسطة إذا تراوحت بين 0,35 و0,5، وضعيفة إذا انخفضت عن 0,35.

أما المتغيرات التي تطبق عليها مؤشرات التنويع فهي عديدة منها: الناتج المحلي الإجمالي، الصادرات، الواردات، الإيرادات الحكومية، إجمالي تكوين رأس المال الثابت، وقوة العمل...الخ. كما وضعت هيئة الأمم المتحدة للتنمية والتجارة في محاولتها لتحديد الدول الأقل نموا معيارا لتنويع الاقتصاد يتكون من العناصر التالية:

- مقدار إسهام القطاع الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي؛
- نسبة إسهام العمل في الصناعة؛
- مقدار الاستهلاك الفردي من الكهرباء؛

- مقدار التركز في الصادرات.[1]

المطلب الثاني: آليات التنويع الاقتصادي

وتتمثل في أهم القطاعات البديلة للتنويع الاقتصادي، حيث اتبعت مختلف البلدان توجهات متباينة بخصوص الإستراتيجية المناسبة لتحقيق التنويع الاقتصادي ومن ثم التنمية الاقتصادية، فمنها من ركزت على تنمية القطاع الزراعي وتطويره، ومنها من اهتمت بتطوير القطاع الصناعي باعتباره قائدا ورائدا في التنمية الاقتصادية، ومنها ما عمدت إلى الربط بينهما، ومنها من لجأت إلى الاهتمام بقطاعات أخرى مثل قطاع الخدمات وما تضمه من قطاعات مختلفة من بينها القطاع المصرفي، قطاع السياحة إلى جانب ذلك من مختلف القطاعات الخدمية.

أولا: القطاع الصناعي

تعتبر الصناعة الركيزة الأساسية لكل تطور ونمو اقتصادي لأي بلد من بلدان العالم، وتتميز أي دولة من الدول بمستوى تطورها في الصناعة، وتصبح المقارنة على هذا الأساس، ويمكن تعريف القطاع الصناعي انطلاقا من هذا المبدأ على أنه "وحدة رئيسية وكبيرة في الاقتصاد الوطني والمتكون من عدد متزايد من الفروع والمشاريع الصناعية التي تستخرج المواد الخام من الطبيعة وتحويلها إلى سلع مادية وطاقة للاستهلاك الإنتاجي والشخصي، وخدمات ذات طبيعة صناعية تهدف إلى المحافظة على قيمة استعماله أو إعادة تصنيعه".[2]

فالقطاع الصناعي مجموعة من المشاريع الصناعية، يتكون من نوعين رئيسيين من الصناعة هما:

1- **الصناعات التحويلية:** هي القطاع الذي يشتمل على إنتاج كل السلع التي تتطلب التأثير على هيئة المواد الأولية أو شبه المصنعة وتحويلها إلى منتجات جديدة ذات قيمة مضافة، وهي تشتمل على الصناعات الاستهلاكية كافة مثل الصناعات النسيجية، الغذائية، الدوائية، الميكانيكية،... وكذلك إنتاج السلع الوسيطة ووسائل الإنتاج من مكائن، عتاد وآلات.

2- **الصناعات الاستخراجية:** هي الصناعة الرئيسية في معظم البلدان النامية، وتشتمل على استخراج النفط والغاز ومناجم المعادن كالحديد والفوسفات والنحاس والقصدير...الخ ومقالع الأحجار.[3]

وتظهر أهمية القطاع الصناعي للاقتصاد كما يلي:[4]

- **تعزيز الروابط مع القطاع الزراعي ومع بقية القطاعات:** حيث أن الصناعة توفر العديد من السلع المصنعة كمستلزمات إنتاج للزراعة، وفي نفس الوقت فإنها تستخدم المحاصيل الزراعية كمواد خام، فتطور

---

[1]_ بن يوب فاطمة، **تنمية الصادرات غير النفطية كبديل للتنويع الاقتصادي في الجزائر**، ملتقى دولي حول: أزمة النفط: سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار-عنابة-، يومي 14و15 أكتوبر، 2017، ص 7.

[2]_عبد الغفور حسن كنعان المعماري، **اقتصاديات الإنتاج الصناعي**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 13.

[3]_أحمد عارف العساف، محمود حسين الوادي، **التخطيط والتنمية الاقتصادية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص123.

[4]_ مدحت القريشي، **التنمية الاقتصادية نظريات وسياسات وموضوعات**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص ص 170-172.

الصناعة يعمل على تعزيز الروابط بينها وبين القطاع الزراعي لما في ذلك من منفعة للقطاعين معا وللاقتصاد الوطني ككل. كما يجهز القطاع الصناعي العديد من السلع المصنعة إلى القطاعات الاقتصادية الأخرى مثل: قطاع النقل وقطاع إنتاج الطاقة وقطاع الإسكان...الخ، وبذلك فإن زيادة الإنتاجية والنمو في الصناعة تنتقل آثارهما إلى القطاعات الاقتصادية الأخرى وبالتالي إلى الناتج المحلي الإجمالي؛

- **يساهم في تعزيز الصادرات وتنميتها:** إن القطاع الصناعي ينتج مختلف أنواع السلع المصنعة منها ماهو للسوق الداخلي ومنها ما هو للتصدير، والفائض عن الحاجة المحلية يمكن أن يوجه للتصدير، الأمر الذي ينعكس ايجابيا على الميزان التجاري وميزان المدفوعات، ويوفر العملات الأجنبية للاستفادة منها في توفير مختلف أنواع السلع التي يحتاجها الاقتصاد الوطني؛
- **يساهم في توفير فرص العمل واكتساب المهارات:** نظرا لحاجة القطاع الصناعي المتنامية إلى القوى العاملة، فان التوسع فيه من شأنه أن يوفر فرص العمل للعاطلين عن العمل وبالتالي خلق وزيادة الدخول لهم، أيضا يساهم في رفع مستوى إنتاجية العمل ومنه رفع معدلات النمو في الناتج القومي. كما يعمل القطاع الصناعي في تكوين المهارات وتدريب العاملين واكتسابها الخبرة التي تساعد على رفع مستوى إنتاجية العمل سواء في الصناعة أو في القطاعات الاقتصادية الأخرى؛
- **رفع مستوى التكنولوجيا:** إن تطور القطاع الصناعي من شأنه أن يعزز ويرفع مستوى التكنولوجيا في البلد، سيما وأن قطاع الصناعة يتميز عن بقية القطاعات في اعتماده على العلم والتكنولوجيا؛
- **تحقيق الاستقرار الاقتصادي:** إن تطور وتوسع القطاع الصناعي من شأنه أن يساهم في تعزيز الاستقرار الاقتصادي، إذ أنه يساعد على تقليل الاعتماد على تصدير المواد والسلع الأولية، والتي تخضع إلى التقلبات في عوائد صادراتها، وزيادة الأهمية النسبية للصادرات من السلع المصنعة، كما أن أسعار السلع المصنعة أعلى من أسعار المواد والسلع الأولية، الأمر الذي ينعكس على الناتج المحلي الحقيقي وعلى ميزان المدفوعات ونسب التبادل التجاري. وعليه فإن تطور الصناعة يعمل على تجنب التقلبات وأثارها السلبية على الاقتصاد؛
- **يساهم في تحقيق التغير الهيكلي في الاقتصاد الوطني:** حيث أن النمو والتوسع الصناعي يعمل على تنويع وتوسيع الإنتاج والدخل في الاقتصاد الوطني، فإن ذلك يساهم في إحداث التغيرات الهيكلية المرغوبة في الاقتصاد والقضاء على التشوهات في الهيكل الاقتصادي الذي تعاني منه معظم الاقتصاديات المتخلفة؛
- **يساهم في عملية التحديث والتحولات:** إن تطور الصناعة في البلد وتقدمها التكنولوجي يساهم في إحداث التحولات في جميع نواحي الحياة الاجتماعية والثقافية والنفسية ويرفع من مستوى المعيشة، والعمل على تحقيق التحديث المطلوب والذي يعتبر من ضمن مستلزمات التنمية الاقتصادية، ومصاحبا لها.

ثانيا: القطاع الزراعي

يعتبر القطاع الزراعي قطاعا مهما في النشاطات الاقتصادية في كثير من دول العالم، حيث أن لهذا القطاع دورا رئيسيا في تطوير الاقتصاد القومي لمعظم هذه الدول، وتتمثل أهمية القطاع الزراعي في التنمية

الاقتصادية في أن عناصر الإنتاج الزراعي ومنتجاتها في الشقين النباتي والحيواني تشكل محورا مهما في اقتصاد الدول المتقدمة، بينما تعاني كثيرا من الدول النامية التي ليس للقطاع الزراعي أهمية ملموسة في اقتصادها من صعوبات كبيرة في مجال نموها الاقتصادي.[1]

وتبرز أهمية القطاع الزراعي في ما يلي:

- **توفير الغذاء للمواطنين:** إن الزراعة مصدر لإنتاج الغذاء وتأمين حاجات السكان المتزايدة من المواد الغذائية.
- **توفير فرص العمل وارتفاع أجور العاملين** : إن تطوير القطاع الزراعي سيزيد من توفير فرص العمل ويرفع من مستوى معيشة السكان ويخفف من تيار هجرة المجتمع الريفي نحو المدن، كما أن ارتفاع أجور العاملين فيها سينمي باقي القطاعات الأخرى، لأن العاملين فيها سيزيد طلبهم على المنتجات الصناعية وتزيد مدخراتهم فتزداد الاستثمارات؛
- **زيادة الطلب على منتجات القطاع الصناعي:** يعمل تطوير القطاع الزراعي وتحديثه على زيادة الطلب على منتجات القطاع الصناعي (آلات، تجهيزات، معدات وغيرها) وعلى مستلزمات الإنتاج كالأسمدة والأدوية وغيرها من المواد ذات العلاقة، مما يدعو إلى التوسع في الاستثمارات الصناعية وخلق فروع صناعية جديدة لتوفير احتياجاتها.[2]
- **المساهمة في وفرة النقد الأجنبي:** حيث تلعب الزراعة دورا متميزا في تأمين النقد الأجنبي من خلال أولا الحد من صرف هذا النقد على الإستيرادات الزراعية الأجنبية إذا ما تجمعت الزراعة المحلية على توفير بدائلها، وثانيا زيادة النقد الأجنبي من خلال زيادة الصادرات الزراعية إلى الخارج؛
- **العمل على توسيع نطاق السوق:** فالتوسع في الإنتاج الزراعي من شأنه زيادة مدا خيل المزارعين مما يترتب عليها تقوية الطلب الفعال في عموم الاقتصاد الوطني فهي من جهة تزيد من الطلب على السلع الزراعية الاستهلاكية وبالوقت نفسه تزيد من الطلب على المنتجات الصناعية الأخرى، مما يشجع على قيام صناعات محلية متنوعة.[3]
- **توفير الموارد المالية لخزينة الدولة:** إن نمو وتوسيع القطاع الزراعي يساهم في زيادة دخول المزارعين والعاملين في هذا القطاع، وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة عوائد الحكومة من الضرائب المفروضة على الأرض وعلى دخول المزارعين، وهكذا فإن تطور القطاع الزراعي من شأنه أن يوفر الموارد المالية للدولة لكي تستخدمها في المجالات التنموية المختلفة؛
- **دور الزراعة في تمويل التنمية الصناعية:** إن أهمية القطاع الزراعي تنبع من مساهمته الكبيرة في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، فالبلدان التي حققت تقدما اقتصاديا كبيرا اعتمدت في مراحل نموها

---

[1] _علي جدوع الشرفات، **مبادئ الاقتصاد الزراعي**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 339.

[2] _إسماعيل محمد بن قانة، **اقتصاد التنمية (نظريات . نماذج . استراتيجيات)**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 191.

[3] _أحمد عارف العساف، محمود حسين الوادي، مرجع سبق ذكره، ص ص 125، 126.

الأولية على فائض الإنتاج الزراعي لتمويل التنمية وخاصة القطاع الصناعي، مثل الثورة الصناعية في أوروبا الغربية أدت إلى تطوير القطاع الزراعي ورفع إنتاجيته لكي يواجه متطلبات التصنيع، كما أن تجربة الاتحاد السوفيتي في التصنيع استندت على الثورة الزراعية وانتزاع الفائض الزراعي في تمويل التنمية الصناعية.[1]

ثالثا: القطاع المصرفي

يحتل القطاع المصرفي مركزا حيويا في النظم الاقتصادية والمالية بما له من تأثير إيجابي على التنمية الاقتصادية، ومن خلال تعبئة المدخرات الكافية، والتوزيع الكفء لهذه المدخرات على الاستثمارات المختلفة، وكلما نما واتسع هذا النشاط زادت تبعا لذلك حسابات البنوك وتعددت خدماتها، ويصبح من الأهمية إبراز الدور الذي تلعبه في التنمية الاقتصادية وفي تطور وتقدم الدول اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا، حيث تقوم بتمويل التنمية الاقتصادية بتقديم القروض والسلفيات والتسهيلات الائتمانية المختلفة، معتمدة على مواردها الخارجية من الودائع وعلى موارد أخرى داخلية وذاتية تتمثل في رأسمالها واحتياطاتها ومخصصاتها وأرباحها.[2]

رابعا: القطاع السياحي

أصبحت السياحة وما تستند إليه من إرث تاريخي وحضاري في عالم اليوم تلعب دورا مهما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والمساهمة في تنويع مصادر الإيرادات في العديد من بلدان العالم المتقدم والنامي، وتشير الدلائل الإحصائية والمؤشرات الاقتصادية والاستقراء التاريخي إلى أن السياحة ستكون أحد الركائز الأساسية المكونة لاقتصاديات الخدمات في القرن الحادي والعشرين، وأن هناك ثلاث صناعات سوف تقود اقتصاديات الخدمات في هذا القرن وهي الاتصالات اللاسلكية وتكنولوجيا المعلومات والسفر.

إذ تشير الإحصائيات الصادرة عن مجلس السياحة والسفر العالمي إلى أن قطاع السياحة يسهم بشكل مباشر وغير مباشر بأكثر من 10% من الناتج المحلي الإجمالي، وكذلك في التكوين الرأسمالي العالمي والإيرادات الضريبية.

إضافة إلى أن الدور المهم الذي يمكن أن يلعبه قطاع السياحة في تعزيز وتقوية الاقتصاد المحلي على المستوى الكلي، فللسياحة أدوار تنموية تنويعية ومزايا في جوانب اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية أخرى.[3]
(ولقد تم التطرق لقطاع السياحة بشكل مفصل في الفصل الأول).

---

[1] _مدت القريشي، مرجع سبق ذكره، ص 168.

[2] _صلاح الدين حسن السيسي، **القطاع المصرفي.. والاقتصاد الوطني القطاع المصرفي وغسيل الأموال**، مكتبة الأسرة ، القاهرة، 2003، ص13.

[3] _عاطف لافي مرزوك، عباس مكي حمزة، **التنويع الاقتصادي.مفهومه وأبعاده في بلدان الخليج وممكنات تحقيقه في العراق**، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 31، جامعة الكوفة، 2014، ص ص71،72.

المطلب الثالث: عوامل نجاح التنويع الاقتصادي وعوائقه

العديد من الدول أقدمت على تنويع اقتصادياتها وتنويع هياكلها الإنتاجية وصادراتها، البعض منها نجح في ذلك، بينما فشل البعض الأخر، وفيما يلي سوف يتم عرض أهم العوامل والسبل التي أدت إلى تحقيق التنويع بكل نجاح، بالإضافة إلى إبراز أهم العوائق التي منعت من تحقيق التنويع الاقتصادي.

أولا: عوامل نجاح التنويع الاقتصادي

وتتمثل في ما يلي:[1]

1- إعادة الاعتبار للدولة التنموية:

إن الدور الذي تلعبه الدولة التنموية لا يقتصر فقط على تحقيق معدلات نمو مرتفعة للناتج المحلي، وإنما إحداث تحولات جذرية في هيكل الإنتاج المحلي، وفي علاقاتها بالاقتصاد الدولي، فعملية التنمية تتضمن تغيرات نوعية في جوانب عديدة: تغيرات في تراكيب الإنتاج، هيكل مساهمات المدخلات المختلفة في العملية الإنتاجية، كيفية تخصيص الموارد المتاحة وتوزيعها بين القطاعات المختلفة؛

2- **تفعيل دور القطاع الخاص:**

يلعب القطاع الخاص دورا لا يستهان به في عملية التنويع الاقتصادي، كونه يهدف بالأساس إلى تحقيق الربح وضمان الاستمرارية، ما يجعله في بحث دائم ومستمر على كيفيات وتقنيات توسيع الإنتاج بأقل التكاليف وأكثر جودة، حتى يرقى إلى مستوى رغبات الأسواق الداخلية والخارجية على حد سواء؛

3- **برامج الإصلاح الاقتصادي:**

تعد برامج الإصلاح الاقتصادي محرك أساسي لعملية التنويع، ذلك أن استمرار تبني وانتهاج هذه البرامج سواء على الصعيد المالي، النقدي، التجارة الخارجية كلها آليات من شأنها دفع عملية التنويع الاقتصادي؛

4- **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:**

تشكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مدخلا مهما من مداخل النمو الاقتصادي وآلية من آليات التنويع، من خلال ما تقدمه للسوق المحلي كما الخارجي من منتجات، الأمر الذي يحد من اللجوء للاستيراد فضلا عن إنعاش الصادرات؛

5- **التوجه الفعال لاستغلال مصادر الطاقة المتجددة:**

يعتمد الاقتصاد الجديد على الطاقة الشمسية التي لا تنضب، وعلى المصادر المتجددة التي تنتج عن التحولات الطبيعية لهذا المصدر الطاقوي، ومن بين هذه الطاقات نذكر الطاقة الكهرومائية، الطاقة الريحية، الطاقة الشمسية، الطاقة الحرارية الأرضية، طاقة الكتلة الحيوية؛

[1] _طبابيية سليمة، لرباع الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 5.

6- تعزيز الاستثمار الأجنبي المباشر:

حيث يعمل على دفع عجلة النمو ومواكبة التطور التكنولوجي والاندماج في الاقتصاد العالمي، وهذا يتوقف على مدى جاذبية الحوافز الجبائية والجمركية الممنوحة للمستثمر الأجنبي، إضافة إلى كفاءة الأجهزة الإدارية المكلفة بتنظيم الاستثمار الهادف إلى خلق التنويع الاقتصادي .[1]

ثانيا: عوائق التنويع الاقتصادي

إن من بين العوائق التي تحد من سرعة تحقيق التنويع الاقتصادي في بعض الدول وقد تؤدي إلى فشله نذكر منها ما يلي:[2]

1- غياب الاستقرار السياسي في بعض الدول، وهو ما جعل مسألة الحفاظ على الأمن في بعضها وتأمين الحدود في البعض الآخر يستنزف موارد مالية ضخمة في بعض الأحيان، والتي كان من الممكن استغلالها في تمويل مشاريع التنويع الاقتصادي والعملية التنموية؛

2- الافتقار إلى قاعدة تكنولوجية محلية من جهة، وصعوبة نقل وتوطين التكنولوجيا من جهة أخرى؛

3- ندرة الموارد الزراعية وموارد المياه الطبيعية في بعض الدول، وهو ما حد من نجاح فرص تعزيز دور القطاع الزراعي في بناء التنويع الاقتصادي؛

4- عدم توفير الموارد البشرية المحلية المدربة والمؤهلة من جهة، والإفراط في الاعتماد على العمالة الأجنبية من جهة أخرى، خاصة في ظل الارتفاع الكبير لتكاليفها؛

5- تراجع سوق رأس المال في الكثير من الدول، مما حد من دورها وإمكانياتها في تمويل مشاريع التنويع ضمن القطاعين العام والخاص؛

6- القيود المعروضة على الاستثمار الأجنبي، والافتقار إلى المناخ الملائم والضمانات القانونية لهذا الاستثمار؛

7- تعاني العديد من الدول الأحادية الاقتصاد من عدم وجود توافق كبير بين نوعية مخرجات التعليم والتكوين واحتياجات الاقتصاد الوطني من العمالة؛

8- يعود السبب في فشل مخططات تنويع الاقتصاد –المعلن عنها كهدف استراتيجي في البلدان النفطية منذ سبعينيات القرن الماضي – إلى ضعف التحولات الهيكلية التي تمت في هذه البلدان.

9- تعاني جل الاقتصاديات النفطية من عدة اختلالات على مستوى المتعاملين الاقتصاديين وعلى مستوى المؤسسات، والتي تضاف إلى الإخفاقات التقليدية للأسواق وعدم كفاءة القطاع الخاص في تحقيق النمو والقيام بالتصنيع في الاقتصاديات الريعية.[1]

---

[1] _ نعيمة أوعيل، **واقع الاستثمار الأجنبي المباشر في ظل التغيرات الاقتصادية في الجزائر1998-2005**، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2016، ص73.

[2] _ ريم مرزوقي، **التنويع الاقتصادي كخيار استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة دراسة حالة التجارب الدولية خلال الفترة 1990_2015**، مذكرة ماستر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، 2017، ص 24.

المبحث الثالث: القطاع السياحي كإستراتيجية لتحقيق التنويع الاقتصادي

يلعب قطاع السياحة دورا كبيرا في كثير من الدول لما يدره من إيرادات مالية كبيرة ولما يوفره من فرص لخلق الثروة والقضاء على كثير من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية، وقد وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة، وعلى رأسها النفط.

المطلب الأول: أثر السياحة في الناتج المحلي الإجمالي والمستوى العام للأسعار

يتولد عن القطاع السياحي أثار ايجابية في الناتج المحلي، إذ يعتبر قطاع السياحة أكبر قطاع مكون للناتج المحلي في كثير من الدول غير النفطية، كما أن لهذا القطاع تأثير على المستوى العام للأسعار.

أولا: أثر السياحة في الناتج المحلي الإجمالي

إن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي وبالاعتماد على ناتج المطاعم والفنادق والذي يعبر عن النشاط السياحي. حيث يميل الباحثون إلى الاعتراف بأن السياحة تدعم الناتج المحلي الإجمالي وذلك للاعتبارات التالية:

- إن السياحة تعتبر من الأنشطة التي لا تتطلب معدلا كبيرا من النقد الأجنبي اللازم لاستيراد المعدات والتجهيزات، بالمقارنة مع القطاع الصناعي، فمثلا إذا كان المصنع يحتاج إلى نقد أجنبي بقيمة معينة فإن المشروع السياحي لا يتطلب إلا نصف هذه القيمة فقط، وهذا يدعوا إلى إعطاء الأولوية للقطاع السياحي في خطط التنمية؛

- إن الحاجة إلى استخدام التكنولوجيا المتقدمة تكون بدرجة أقل في القطاع السياحي عنه في القطاع الصناعي، وهنا يكون اعتماد الدولة على الخارج بدرجة أقل، وبالتالي التخلص من التبعية التكنولوجية وما تسببه من مشكلات؛

- إن نصيب العامل من الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي يكون أقل مقارنة بالقطاع الصناعي مع ما هو معروف من ندرة الموارد الاستثمارية التي ينبغي الحرص على ترشيد استخدامها خاصة في الدول النامية؛

فإحصائيات المجلس العالمي للسياحة والسفر تشير إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تصل إلى 10% على المستوى العالمي، بالإضافة إلى ذلك يعتبر قطاع السياحة

[1]_ بوطلاعة محمد، بن دييش نعيمة، **ميكانيزمات تفعيل التنويع الاقتصادي في الجزائر في ظل تداعيات أزمة النفط_إمكانية الاستفادة من تجارب دولية**، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد 2، جامعة طاهري محمد – بشار–، 2018، ص309.

من أكبر القطاعات المكونة للناتج المحلي في كثير من الدول غير البترولية، كما أن بعض الدول المصدرة للبترول أعطت للسياحة أهمية كبرى كقطاع رئيسي في الاقتصاد.[1]

ثانيا: أثر السياحة على المستوى العام للأسعار

يؤدي رواج صناعة السياحة في منطقة معينة إلى تزايد معدلات الإنفاق السياحي فيها، مما ينتج عنه في النهاية ارتفاع متباين المستوى في أسعار السلع والخدمات المتاحة في المنطقة، فالمنتجات والسلع المعروضة في أسواق المنطقة السياحية تميل أسعارها إلى الارتفاع مع تزايد إقبال السياح عليها وخاصة أن تجار التجزئة يسعون إلى تحقيق هامش ربح كبير أثناء فترات الذروة التي تتخلل الموسم السياحي لتعويض انخفاض حصيلة المبيعات خلال باقي أشهر السنة؛ ويعاني من مثل هذه الأسعار المرتفعة السكان المحليين للمنطقة السياحية، وتنطبق نفس الحقيقة على سيارات الأجرة ووسائل النقل التقليدية وإيجار المساكن والمحلات وخاصة ذات الموقع المتميز وكذلك بالنسبة لأسعار الأراضي الخاصة بإقامة المشاريع السياحية.[2]

المطلب الثاني: أثر السياحة على ميزان المدفوعات

يعرف ميزان المدفوعات على أنه سجل منظم لحقوق الدولة وديونها بالنسبة للدول الأخرى الناشئة عن المبادلات المختلفة خلال فترة زمنية معينة، وللسياحة أثر في ميزان المدفوعات فهي تساهم كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة المستقبلة للسياح، ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية والإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من السائحين كمصاريف الإقامة في الفنادق، استخدام وسائل النقل، الإنفاق الاستهلاكي الضروري للحياة، رسوم التأشيرات المفروضة على السياح... الخ، بالإضافة إلى خلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى.[3]

لذا فإن السياحة تعتبر مصدرا من مصادر الدخل الأجنبي، فتقاس أهميتها الاقتصادية بحجم تأثيرها على ميزان مدفوعات الدولة، والنشاط السياحي يمثل جزء من الصادرات غير المنظورة كالملاحة، التأمين والمعاملات البنكية ويتحدد هذا التأثير بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية أو ايجابية، فإذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري سلبية وكان التأثير الصافي للميزان السياحي ايجابيا فإنه قد يغير العجز في الميزان التجاري إلى فائض أو يخفف منه على الأقل، أما إذا كانت النتيجة الصافية للميزان التجاري إيجابية وكان التأثير الصافي للميزان السياحي إيجابيا سيعزز هذا التأثير تلك النتيجة الإيجابية في الميزان التجاري، وبالتالي سوف ينعكس التأثير إيجابيا على

[1] _ عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص64.

[2] _ كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص ص 86،87.

[3] _ حميدة بوعموشة، **دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012، ص37.

ميزان مدفوعات الدولة،[1] يقصد بالقيمة الصافية للميزان السياحي صافي العملية الحسابية لما تحققه الدولة من إيرادات سياحية بما فيها عائدات السياحة الوافدة إلى دولة المقصد السياحي (السياحة القادمة) والمصروفات السياحية بما فيها الإنفاق على السياحة الخارجية (سياحة المواطنين خارج بلدهم).[2] ولهذا تشكل السياحة مصدرا هاما من مصادر العملات الأجنبية الذي تسعى دول العالم إلى الحصول عليها، وهنا تزداد أهمية الدخل السياحي في ميزان المدفوعات خاصة في الدول النامية لعدة أسباب أهمها:[3]

– تدعم السياحة ميزان المدفوعات لهذه الدول أكثر من أي قطاع آخر حيث أن القدرة على المنافسة في مجال السياحة بالنسبة للدول النامية هو أكبر من القدرة على المنافسة في مجال الصادرات السلعية مع الدول المتقدمة لأن أسعار المنتجات السياحية في الدول المتخلفة يمكنها أن تنافس مثيلاتها في الدول المتقدمة بعكس الحال في السلع المصنعة؛

– إن التسربات الحاصلة في العملة الصعبة نتيجة للاستثمار في السياحة أو نتيجة واردات هذا القطاع يمكن استرجاعها وبأكثر قيمة وفي وقت أقصر مقارنة مع معظم الصناعات الأخرى؛

– إن معدل التغير في الصناعة السياحية هو أقل منه في الصناعات الأخرى، وهذا ما يلائم الدول النامية والتي لا تستطيع في أغلب الأحيان مواكبة التطورات الهائلة والسريعة في القطاعات الأخرى نتيجة التطور التكنولوجي في الدول المتقدمة؛

– إن صناعة السياحة لا تتطلب معدلا كبيرا من النقد الأجنبي إلى إجمالي الاستثمارات لاستيراد السلع والتجهيزات الخاصة بالنشاط السياحي.

وعلى أية حال فقدوم الزوار الأجانب يسهم في تنشيط ميزان المدفوعات في البلدان التي تستضيفهم بما أنهم يدخلون إلى هذه البلدان عملات أجنبية، كما أن تنقل المواطنين المقيمين إلى الخارج في إطار السياحة يؤدي إلى خروج العملات ما يؤثر سلبا على ميزان المدفوعات.

المطلب الثالث: أثر السياحة على التشغيل وإعادة توزيع الدخل

يمثل قطاع السياحة مصدرا رئيسيا في خلق مناصب الشغل سواء مباشرة أو غير مباشرة، كما يساهم في إعادة توزيع الدخل.

أولا: أثر السياحة على التشغيل

إن مساهمة السياحة في التشغيل يعد مؤشرا هاما في الدور الاقتصادي لقطاع السياحة، وهذا نظرا لتنوع فرص العمل التي يوفرها القطاع باعتباره متعدد ومتشعب النشاطات والفروع، وللسياحة علاقات عديدة مع

[1] _ يحيى سعيدي، سليم العمراوي، **مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية –حالة الجزائر–**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، كلية بغداد، 2013، ص 102.

[2] _أعمر سعيد شعبان، محمد الطاهر قادري، **تجربة دولية جوارية في السياحة كنموذج للمقارنة - الجزائر وتونس-**، مجلة دراسات، العدد29، جامعة عمار ثليجي الأغواط، 2017، ص218.

[3] _ زهير بوعكريف، **التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة– دراسة حالة الجزائر–**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة منتوري قسنطينة، 2012، ص24.

القطاعات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية كالقطاع الصناعي، الزراعي والنقل، فهي تساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في خلق العديد من مناصب الشغل بالمنطقة التي تنشأ فيها المرافق والمركبات السياحية (الفنادق مثلا) والمرافق المكملة لها،[1] لأنه بمجرد إنشاء فندق سياحي يسع لـ 200 سرير ومطعم ومقهى بـ300 مكان يؤدي إلى خلق 60 منصب عمل دائم داخل هذه المرافق بهدف القيام بتقديم الخدمات الفندقية والقيام بالصيانة والتسيير والحراسة والإدارة من جهة، أما من جهة أخرى فإن عملية إنجاز فندق مثلا بجميع مراحله تتطلب العديد من الموظفين، المختصين، الخبراء والعمال البسطاء وذلك من الدراسة الأولية إلى عملية الإنجاز إلى عملية التهيئة والتأثيث والتجهيز الداخلي للفندق، وهذا ما يؤدي إلى إتاحة فرص عمل غير مباشرة عن طريق استعمال منتجات القطاعات الأخرى، وعليه فإن السياحة نشاط يعتمد على اليد العاملة بالدرجة الأولى التي تساهم في تخفيض نسبة البطالة في البلد السياحي.[2]

ولإبراز دور السياحة في تحديد حجم ونوعية القوى العاملة لابد من إلقاء الضوء على المتغيرات المؤثرة في ذلك:[3]

- حجم رأس المال المستثمر في قطاع السياحة والذي يخلق فرص جديدة للعمل في هذا القطاع وفي الخدمات القائمة عليه؛
- نوعية فرص العمل التي توفرها صناعة السياحة والتي تتباين بين العمالة غير الماهرة وأصحاب الكفاءات والخبرات؛
- نوعية الخبرات المتوفرة في الدولة السياحية ومستوى أدائها؛
- التغيير الذي تحدثه العمالة في الخريطة الوطنية للقوى العاملة وتوزيعها على الأنشطة الاقتصادية والخدمات المختلفة؛
- عدد العاملين الفعليين في صناعة النقل والسفر لارتباطها الوثيق بأنشطة السياحة.

لذلك يمكن تصنيف القوى العاملة المرتبطة بصناعة السياحة إلى أربع فئات رئيسية تتمثل في:[4]

- **العاملون الدائمون بصورة مباشرة:** وهم الفئة التي ترتبط وظائفهم بإنفاق السياح المترددين على المنشآت السياحية ومرافق خدماتهم كالفنادق ومراكز الترفيه والمطاعم المرتبطة بها، وكلاء السياحة والسفر ومنظمو الرحلات السياحية؛
- **العاملون في السياحة بصورة غير مباشرة:** هم فئة العاملون بالخدمات المرتبطة بأنشطة السياحة أي مجمل مناصب العمل الناتجة عن النشاطات والقطاعات التي لها علاقة مع القطاع السياحي؛

---

[1] _خلوط عواطف، عيسى نبوية، **أثر السياحة على النمو الاقتصادي بدول المغرب العربي (الجزائر، المغرب، تونس)**، مجلة دراسات، العدد1، جامعة عمار ثليجي الأغواط، 2018، ص50.

[2] _ حميدة بوعموشة، مرجع سبق ذكره، ص271.

[3] _ كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص 85.

[4] _ زهير بوعكريف، مرجع سبق ذكره، ص 25.

- **العاملون المنجذبون إلى السياحة كقوى إضافية مؤقتة نتيجة لطبيعتها المتزايدة:** وهم غالبا سكان المنطقة السياحية ويعملون خلال فترة الذروة في المواسم السياحية؛
- **العاملون في قطاعات مختلفة ويستفيدون من صناعة السياحة:** وهي مجمل مناصب العمل غير السياحية بطبيعتها، لكنها تنتج سلعا وخدمات تستهلك من طرف السياح مثل الزراعة، الحرف، التغذية والصحة ويسمى كذلك بالعمل المحرض.

كما أن العمل في القطاع السياحي يكون حسب المدة فنجد:[1]

- العمل الدائم والذي تكون مدته طوال السنة؛
- العمل الموسمي ويحتوي على:
  - عمل يخص موسما واحدا تكون مدته من 4 إلى 6 أشهر؛
  - عمل يخص موسمين وتكون مدته من 6 إلى 8 أشهر؛
  - عمل يخص فترة قصيرة وتكون مدته من 15 إلى 30 يوم.

ثانيا: أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل

تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية المناطق السياحية التي تتوفر بها مزايا طبيعية ومناخية كالشواطئ، الجبال، منابع المياه والبحيرات وغالبا ما تكون هذه المناطق محرومة من الإعمار وتحتوي عادة على فئات فقيرة وهشة، فامتداد السياحة إلى هذه المناطق البعيدة يعيد التوازن إليها نتيجة الاستثمارات التي تصطحب الدخول في المشاريع السياحية، وبالتالي خلق وزيادة دخل المنشآت والأفراد في هذه المناطق نتيجة نشوء نشاطات فرعية تقوم على السياحة، ويترتب على ذلك إعادة توزيع الدخل بين المدن ومراكز العمران والتنمية الرئيسية وبين مراكز السياحة الجديدة وينتج عن ذلك إيقاف تيار الهجرة إلى المدينة نتيجة تحسين البنية التحتية ومستوى الخدمات الحضرية وإيجاد فرص العمل.[2]

[1] _ كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص86.

[2] _ براجي صباح، عمران الزين، **دور السياسة السياحية الجزائرية في تحقيق التنويع الاقتصادي: تحليل أثر قطاع السياحة على المؤشرات الكلية للاقتصاد الجزائري**، مجلة الأفاق للدراسات الاقتصادية، العدد 4، جامعة العربي التبسي تبسة، 2018، ص141.

خلاصة الفصل الثاني:

مما سبق يتبين لنا أن التنويع الاقتصادي هدف استراتيجي يمكن كل دولة من الخروج من حالة الانحسار لمصدر دخل محدود، وتخفيض الاعتماد على قطاع معين أو سلعة رئيسية وحيدة في الحصول على الإيرادات، وذلك بإقامة قاعدة اقتصادية صلبة، متنوعة المقومات والنشاطات، متكاملة القطاعات ومتشابكة الوحدات، توفر الاستقرار الداخلي للاقتصاد وحمايته من الصدمات الخارجية، خصوصا في ظل الأزمات والاختلالات التي يشهدها العالم اليوم. وكذلك يمكن لأي دولة من أن تقوم بتحديد مستوى ودرجة التنويع الاقتصادي الذي وصلت إليه، سواء داخل اقتصادها أو مقارنة مع باقي الدول، وذلك من خلال تطبيق بعض المؤشرات الاقتصادية (مؤشر هرفندل_هيرشمان، مؤشر فلاديمير كوسوف ومعامل جيني) في تحديد ذلك، وهذه المؤشرات تطبق أيضا على مختلف القطاعات التي تعتمد عليها كل دولة في تنويع اقتصادها.

فالتنويع الاقتصادي لم يعد مقتصرا فقط على القطاعات المعروفة قديما، كقطاع الزراعة أو الصناعة، فقد تمكنت بعض القطاعات من الولوج في دائرة التنويع الاقتصادي كقطاع السياحة الذي عرف تطورا كبيرا خلال السنوات الأخيرة، فقد أضحى هذا القطاع ينافس الصناعات الكبيرة في إيراداتها، لما شهده من تطور ونمو سريع بسبب الدعم والاهتمام الكبيرين من طرف الحكومات ليكون من الصناعات الكبيرة في العالم، فالقطاع السياحي يمكنه أن يلعب دورا مهما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وذلك من خلال مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي، تشغيل الأيدي العاملة المباشرة وغير المباشرة، حيث يعد القطاع الأكبر الذي يشغل نسبة أكبر من اليد العاملة، بالإضافة إلى مساهمته في تحسين وتوازن ميزان المدفوعات كونه يعمل على إدخال العملة الصعبة.

الفصل الثالث:

مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنويع الاقتصادي في الجزائر، تونس والمغرب

- دراسة مقارنة-

تمهيد الفصل الثالث:

يتناول هذا الفصل دراسة القطاع السياحي لدول المغرب العربي "الجزائر، تونس والمغرب" من خلال إبراز المقومات السياحية التي يتمتع بها كل بلد، متمثلة في المقومات الطبيعية، المقومات التاريخية والحضارية، بالإضافة إلى المقومات المادية والتي تختلف من بلد لآخر، هذه الإمكانيات التي مكنت كل بلد إلى السعي بالنهوض بقطاع السياحة والاعتماد عليه كقطاع يساهم في تحقيق التنويع الاقتصادي، وهذا من خلال درجة أهمية هذا القطاع حسب أهداف كل بلد في تحقيق ما هو مسطر له وفقا للاستراتيجيات الموضوعة.

وتتعد الأهداف المطلوب تحقيقها من خلال وضع استراتيجيات، فمنها أهداف ذو طبيعة كمية مثل عدد الوافدين من السياح الأجانب، وعدد طاقات الإيواء الفندقي ممثلة في عدد الأسرة وعدد الليالي السياحية وحجم العمالة المستهدفة في الخطة، كما قد تكون تلك الأهداف ذات طبيعة نقدية مثل قيمة الإيرادات السياحية المحققة أو صافي الميزان السياحي، وأيضا مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لكل من الجزائر، تونس والمغرب.

فبالاعتماد على الاستراتيجيات المعمول بها في كل من الجزائر، تونس والمغرب، وبالإضافة إلى ما تم تحقيقه من أهداف وفقا لما هو مسطر له، سوف نبرز مكانة وأهمية القطاع السياحي في اقتصاد كل بلد على حدى، وهذا عن طريق إجراء دراسة مقارنة بين الدول محل الدراسة من خلال تقييم مساهمة القطاع السياحي في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي، مساهمته في امتصاص البطالة وتوفير مناصب الشغل، باعتبار أن قطاع السياحة يعد من أكبر القطاعات استقطابا لليد العاملة كونه قطاع خدمي، إضافة إلى مدى مساهمته في تحسين ميزان المدفوعات لكل بلد من خلال تأثير الميزان السياحي التجاري في ميزان المدفوعات وكذا العمل على جذب العملة الصعبة.

وبناء على ما تمت الإشارة إليه تطرقنا في هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث رئيسية تتمثل في ما يلي:

المبحث الأول: المقومات السياحية لكل من الجزائر، تونس والمغرب

المبحث الثاني: استراتيجيات ترقية القطاع السياحي في الجزائر، تونس والمغرب

المبحث الثالث: دراسة مقارنة عن مساهمة القطاع السياحي في اقتصاد كل من الجزائر، تونس والمغرب.

المبحث الأول: المقومات السياحية لكل من الجزائر، تونس والمغرب

إن المقومات السياحية تمثل تلك الإمكانيات الطبيعية والتاريخية والمادية التي يتوفر عليها أي بلد والتي هي بمثابة الركائز الأساسية للطلب السياحي، ويعتبر التميز بين الدول في مدى توافر هذه الموارد والمقومات شرطا ضروريا وأحد العوامل الرئيسية المحددة للطلب السياحي في أغلب الأحيان، أما الخدمات السياحية تعتبر شرطا لتحقيق الجذب السياحي المطلوب. وهذا ما سنلاحظه من خلال إبراز المقومات السياحية لكل من الجزائر، تونس والمغرب.

المطلب الأول: المقومات السياحية الطبيعية

تتوفر دول المغرب العربي الثلاثة كغيرها من الدول الأخرى على مقومات سياحية طبيعية على درجة من الأهمية تتمثل في الموقع الجغرافي الهام، الثروات الحموية الهائلة، المناخ المتعدد، وغيرها من الإمكانيات السياحية الطبيعية التي سنتناولها في النقاط الآتية.

أولا: المقومات السياحية الطبيعية في الجزائر

يعد موقع الجزائر ذا أهمية إستراتيجية، فهو جسر اتصال ومحور التقاء بين أوروبا وإفريقيا، وبين المغرب العربي والشرق الأوسط، وممرا حيويا للعديد من طرق الاتصال العالمية، برا وبحرا وجوا. تقع الجزائر في وسط شمال غرب القارة الأفريقية، يحدها من الشرق تونس وليبيا، ومن الغرب المملكة المغربية والصحراء الغربية، ومن الجنوب النيجر، مالي وموريتانيا، ومن الشمال البحر الأبيض المتوسط. وتعتبر الجزائر الدولة الأولى إفريقيا وعربيا من حيث المساحة، حيث تتربع على مساحة تقدر بـ 2.381.741 كلم². يبلغ امتدادها الشمالي الجنوبي 1900 كلم، أما امتدادها الشرقي الغربي فيبلغ مابين 1200 كلم على خط الساحل.

1) التضاريس: تمتد تضاريس الجزائر في المنطقة الشمالية من الأطلس الصحراوي حتى البحر المتوسط، مساحتها تقدر بحوالي 381.741 كلم²، أي حوالي 16% فقط من مساحة الجزائر، وهي عبارة عن سلسلتين جبليتين كبيرتين ممتدتين من الشرق إلى الغرب، تتمثلان في سلسلة الأطلس التلي المتواجد بها سلسلة من السهول (سهل عنابة، بجاية، متيجة، وهران، تلمسان، قسنطينة ...)، أعلى الجبال ارتفاعا بها جبال جرجرة التي يبلغ ارتفاعها عند قمة لالة خديجة 2328 م، كما توجد جبال أخرى (الونشريس، تلمسان، بابور، قمة الشريعة ...)، أما سلسلة الأطلس الصحراوي تمتد موازية للأطلس التلي، وهي كتلة جبلية مترابطة قديمة التكوين، أهم جبالها: جبال الأوراس التي يبلغ ارتفاعها عند قمة الشيليا 2326م، القصور، عمور الحضنة، أما الهضاب فيتراوح ارتفاعها بين 500م-800م، يختلف اتساعها بين الشرق والغرب يبلغ اتساعها في الغرب 150 كلم وتتقلص إلى 50 كلم في الشرق. ويتنوع الغطاء النباتي حسب الظروف المناخية وخصائص التربة السائدة في الجزائر، حيث ينتشر نحو 3300 صنف نباتي منها 640 من الأصناف النادرة عالميا.[1]

[1] _ الهادي قطش، عبد الرحمان أحمد ادريس، **أطلس الجزائر والعالم**، دار الهدى، عين مليلة-الجزائر، 2009، ص ص 34-36.

وتتخلل جبال الجزائر وغيرها شعابا ومنابع مائية وحيوانات وطيور بمختلف الأشكال والألوان التي صنفت في شكل حظائر وطنية ومحميات نذكر منها: الحظيرة الوطنية لجرجرة بتيزي وزو، الحظيرة الوطنية لثنية الحد بتيسمسيلت، الحظيرة الوطنية لبلازما ببانتة، الحظيرة الوطنية للشريعة بالبليدة، الحظيرة الوطنية للقالة بالطارف والحظيرة الوطنية لتازا بجيجل.[1]

2) المناخ: يمتاز مناخ الجزائر بتنوعه وذلك لاتساع المساحة واختلاف التضاريس وهو ينقسم إلى ثلاثة أقسام متمايزة: **مناخ متوسطي:** على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب، ودرجة حرارة متوسطة، **مناخ شبه قاري:** في مناطق الهضاب العليا يتميز بموسم طويل وبارد ورطب، **مناخ صحراوي:** في مناطق الجنوب والواحات ويتميز بموسم طويل وحار من شهر ماي إلى شهر سبتمبر، أما باقي أشهر السنة فتتميز بمناخ متوسطي دافئ، هذا ما يزيد من حركة السياح في هذا الفصل.[2]

3) الصحراء: تمتد الصحراء جنوب الأطلس الصحراوي وتأخذ 84% من مساحة البلاد، أي حوالي 02 مليون كلم²، أغلب تكويناته صخور قديمة بركانية، تمتاز بالرتابة والانبساط، وتتشكل من جبال تتمثل في **كتلة الهقار والتاسيلي،** توجد بها أعلى قمم الجزائر (قمة تاهات 2918م)، والتي تعتبر أول محمية صحراوية مصنفة عالميا، بالإضافة إلى أهم المحطات السياحية الصحراوية نجد: الوادي، غرداية، عاصمة واد ميزاب المنفردة بهندستها المعمارية شكلا وطرازا بالإضافة إلى واحات الساورة. ومن أجمل الواحات: تاغيت، بني عباس، تيميمون، عاصمة القرارة.[3]

4) الثروة الحموية المعدنية: توجد بالجزائر العديد من المنابع المعدنية بخاصيات علاجية مؤكدة، تبين حسب الدراسة التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يرتكز أغلبها في شمال البلاد، وبالنسبة للحمامات المعدنية نجد : حمام بوغرارة، بوحجي، بوحنيفية، ريغة، حمام الشلالة، حمام قرقرور، حمام الصالحين.[4]

واعتمادا على ما تم عرضه من مقومات طبيعية يمكن حصر 6 مناطق سياحية في الجزائر تتمثل في: منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي، منطقة السلسلة الأطلسية، منطقة الهضاب العليا، منطقة الأطلس الصحراوي، منطقة واحات شمال الصحراء، منطقة الصحراء الكبرى.[5]

---

[1] _ خديجة عزوزي، مرجع سبق ذكره، ص ص 191، 192.

[2] _ مفاتيح يمينة، مرجع سبق ذكره، ص ص 3، 4.

[3] _ رابح حميدة، نصر الدين ساري، **السياحة الداخلية في الجزائر: تشخيص للوضع الراهن ونظرة للآفاق المستقبلية**، مؤتمر دولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة–الواقع والمأمول–، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، يومي 30 و31 أكتوبر، 2018، ص5.

[4] _ رفيق بودربالة، مرجع سبق ذكره، ص ص 161،162.

[5] _ خالد كواش، **مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، 2004، ص 222.

ثانيا: المقومات الطبيعية في تونس

تشغل تونس موقعا ممتازا في منطقة المغرب العربي رغم صغر مساحتها (163610 كلم²)، مقارنة بالأقطار المغاربية الأخرى، وعلى الرغم من ذلك فهي تتوفر على كنوز طبيعية، أثرية، تاريخية ومادية جعلتها من بين أهم البلدان في المنطقة العربية والمغاربية في مجال السياحة.

توجد تونس في أقصى الشمال الشرقي من القارة الإفريقية، يحيط بها حوض البحر المتوسط من الجهتين الشمالية والشرقية، وتمتد سواحلها على أكثر من 1300 كلم. حيث يساعد موقع تونس ذو الطبيعة المتنوعة بين شواطئ وجبال وصحراء على جعلها نقطة جذب رئيسية يزورها أكثر من ستة ملايين سائح سنويا، إضافة إلى أن موقعها الاستراتيجي على الحوض الجنوبي للبحر الأبيض المتوسط يجعلها نقطة اتصال مهمة بين أوروبا والعالم العربي وإفريقيا.[1]

1- التضاريس: تتنوع تضاريس تونس بين الجبال والغابات والشواطئ والصحراء، إلا أن تضاريسها قليلة الارتفاع مقارنة بمثيلتها في الجزائر والمغرب، ويمثل جبل "الشعابني" أعلى قمة بها (ارتفاعه 1544 م)، بالإضافة إلى جبل "زغوان" يوجد به معبد يطلق عليه "معبد الماء"، يحتوي على مغارات أثرية، بالإضافة إلى جبال خمير ومقعد وغيرها، وتتخلل جبال تونس سهول منها: سهل طبرقة، بنزرت، مكنة، وسهول أخرى، كما تتوفر على سبخات منها سبخة الكلبية، سيدي الهاني. وبها أيضا العديد من الأنهار والأودية أهمها: وادي مجردة، مليان إضافة إلى أودية أخرى.[2]

2- الصحراء: تشكل صحراء تونس 22% من مساحة البلاد وتتميز بطبقاتها الرسوبية وبكثرة السهول والهضاب، وواحاتها التي تشبه إلى حد ما واحات الجزائر والمغرب، مثل الواحات الواقعة شمال غرب شط الجريد، توزر ودوز، وتعتبر بوابة المشرق العربي وامتدادا للصحراء الكبرى التي تتوغل جنوبا في إفريقيا.

إن غنى وجمال الطبيعة في تونس الممزوج بين البحر، الجبال، السهول والصحراء كان من العوامل الأساسية التي ساعدت على تطوير السياحة بهذا البلد والنهوض ببعض الأنماط السياحية، كسياحة الشواطئ والسياحة الجبلية والصحراوية مما جعلها قطبا سياحيا على الرغم من صغر مساحتها.

3- المناخ: تتميز تونس بمناخ متوسطي يقسم البلاد إلى ثلاثة مناطق حسب الحرارة والتساقطات وهي إقليم تلي رطب، إقليم سباسبي شبه جاف بالوسط وإقليم صحراوي جاف.[3]

4- الثروة الحموية المعدنية: توجد العديد من المنابع المعدنية تتوفر على خصائص علاجية هامة، عرفت تطورا من خلال استغلال المحطات الاستشفائية والحمامات التقليدية، حيث تستقطب المحطات المعدنية

---

[1] _ زير ريان، **مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي دراسة مقارنة الجزائر تونس الإمارات**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق سياحي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018. ، ص ص 264، 265.

[2] _ عشي صليحة، **الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب**، مذكرة ماجستير، تخصص اقتصاد تنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2004، ص 46.

[3] _ مفاتيح يمينة، مرجع سابق، ص07.

والحمامات التقليدية العديد من السياح سنويا. ويتميز قطاع الاستشفاء بالمياه المعدنية بتونس بمؤهلات معتبرة تتمثل في نوعية المياه المعدنية والكفاءات المهنية المختصة في العلاج بالمياه المعدنية، التجهيزات الطبية والشبه الطبية العصرية وجودة الخدمات المقدمة، وقد نجحت تونس في العلاج بالمياه المعدنية، واقتحام تجربة أخرى تتمثل في العلاج بمياه البحر التي أصبحت تشكل علاج مثاليا لعدد من الأمراض الصحية والنفسية والعصبية.[1]

ثالثا: المقومات السياحية الطبيعية في المغرب

يقع المغرب في شمال غرب إفريقيا، تقدر مساحته بـ 710850كلم²، يتمتع بموقع جغرافي هام، حيث يتميز بوجهتين بحريتين المحيط الأطلسي في الغرب والبحر الأبيض المتوسط في الشمال، مما جعله يمتلك شريط ساحلي يمتد على طول 3500 كلم، بحيث تسمح له توفير أنماط سياحية تتماشى وهذه الإمكانيات كالسياحة الشاطئية، النزهة وصيد الأسماك وغيرها.

1- التضاريس: يتخلل المغرب سلاسل جبلية تشمل سلسلة الأطلس الكبير، إذ يمثل جبل "طوبقال" أعلى قمة به على ارتفاع 4165م، وهي أعلى قمة جبلية في الوطن العربي، جبال الريف التي تعرف بالأطلس الساحلي على شكل أقواس واسعة، إلى جانب ذلك سلسلة الأطلس الوسطى، أشهر جبالها جبل بريلات وغيرها من الجبال التي تتميز بكثرة البحيرات والشلالات، كما توجد جبال الأطلس الصغير والذي تتخلله عديد السهول: كسهل وادي درع، مكناس.[2]

2- الصحراء: تشمل أراضي المغرب على صحراء تمتد وراء سلسلة الأطلس الصغير جنوبا(61.5% من المساحة الإجمالية للبلاد)، تتميز بجفافها وبرمالها وواحاتها المتناثرة عبر مساحتها الصحراوية، كما تعتبر أحد المنتوجات السياحية التي يسعى المغرب إلى تطويرها وتحسين مستوى الخدمات بها، ومن أشهر واحاتها واحات ورزازات، تغمرت وبوغرفة.

3- المناخ: ينقسم مناخ المغرب إلى قمسين: الشمال الغربي يسوده مناخ متوسطي يمتاز بالرطوبة والدفء شتاء والجفاف والحرارة صيفا، أما الجنوب الشرقي فيسوده مناخ صحراوي يتميز بالحرارة والجفاف.[3]

4- الثروة الحموية المعدنية: تشكل الحمامات المعدنية في المغرب المقومات السياحة الاستشفائية التي يفضلها الكثير من السياح من داخل البلاد وخارجها، ويعتبر "حمام مولاي يعقوب" نموذجا للكثير من الحمامات المعدنية المنتشرة في البلاد، تحتوي مياهها على جميع الخصائص المتعارف عليها دوليا، كما

[1] _ مفاتيح يمينة، مرجع سبق ذكرة، ص ص 8، 9.

[2] _ ماي علي، **دور التسويق في تطوير القطاع السياحي دراسة مقارنة: الجزائر، تونس والمغرب**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص علوم تجارية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018، ص 82.

[3] _ https:// ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%BA%D8%B1%D8%A8 جغرافيا المغرب. .visit20/05/2019,13h15 .

تتوفر على الإمكانيات السياحة العلاجية بهذه المياه، حيث تملك عدة مرافق حديثة كقاعات الترويض الطبي والدلك المائي، والحمام البخاري.[1]

المطلب الثاني: المقومات السياحية التاريخية والحضارية (الأثرية)

تزخر كل من الجزائر، تونس والمغرب بموروث حضاري وتاريخي غني وعريق، تعود جذوره إلى أعماق التاريخ، حيث تتميز فيما بينها بخصائص تجعل كل منها تنفرد بها عن الأخرى.

أولا: المقومات السياحية التاريخية والحضارية في الجزائر

كانت الجزائر قديما مفترق طرق استراتيجي ومقصد لمختلف الحضارات التي غزتها. ولا تزال المدن الجزائرية تحتفظ بالآثار الفينيقية، النوميدية والرومانية التي ساهمت في إثراء موروثها التاريخي والحضاري.

1- المدن السياحية والمواقع التاريخية:

توجد العديد من المدن السياحية والمواقع التاريخية التي تحوي أكبر عدد من الآثار التي تم الحفاظ عليها بشكل جيد لدرجة أننا لا نتخيل بأنها قد مرت عليها آلاف السنين ولازالت محافظة على جمالها فنجد:[2]

- **موقع تيمقاد: ثاموقادي** المصنف سنة 1982 ضمن التراث العالمي لليونسكو، والذي تم به اكتشاف آثار كبيرة مدفونة تحت التراب، وحدد تاريخ إنشاء هذه المدينة بـ 100 سنة بعد الميلاد؛
- **تيبازة:** وهي من المدن الرومانية العتيقة، بها المعبد الملكي الموريتاني المسمى أيضا قبر المسيحية منذ القرن الثاني قبل الميلاد والمصنف سنة 1982 ضمن التراث العالمي لليونسكو؛
- وعلى بعد 30 كلم من قسنطينة يوجد **موقع تيديس** وهي مدينة نوميدية صغيرة تخفي العديد من الآثار الخاصة بهذه الحقبة، وليس بعيد عنها توجد **سيرتا** ثم مدينة **عنابة** المعروفة **بهيبون؛**
- **الجنوب الجزائري:** يحتوي العرق الكبير على العديد من المواقع لفترة ما قبل التاريخ، وتشير النقوشات على الصخور المكتشفة **بواحة تاغيت** إلى وجود حضارات قديمة هامة. وبورقلة يوجد موقع **سدراتة** العاصمة القديمة للإباضيين المسماة الماجدة نظرا لرخائها. بتمنراست تم اكتشاف **قبر الملكة تين هينان** ملكة التوارق. ويعرف الجنوب أيضا **بجبل غارة الجنون** حيث نميز حيوانات أليفة ومتوحشة هذه الرسومات توجد منذ ما يقارب 2700 سنة قبل عصرنا، وهي إحدى أجمل الجداريات في الصحراء.

بالإضافة إلى مواقع مصنفة كمناطق للتراث العالمي حسب منظمة اليونسكو تتمثل في: موقع جميلة، الطاسيلي (من أروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية)، قلعة بني حماد، وادي ميزاب (تم تسجيله كتراث عالمي سنة 1982) وحي القصبة العريق (تم تسجيله تراثا عالميا سنة 1992م).[3]

---

[1] _ عشي صليحة ، **الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب**، أطروحة دكتوراه، مرجع سبق ذكره، ص 58.

[2] _ **وزارة السياحة والصناعات التقليدية**، على الموقع: https://www.mta.gov.dz تاريخ التصفح يوم: 18|05|2019، على الساعة: 21:00.

[3] _ فضيلة بوطورة وآخرون، **دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة بين التجربة الأردنية والمقومات السياحية الجزائرية**، مؤتمر دولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة–الواقع والمأمول–، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، يومي 30 و 31 أكتوبر، 2018، ص5.

2- المتاحف: يوجد بالجزائر الكثير من المتاحف، تدل على الثراء الذي تزخر به الجزائر الضارب في عمق التاريخ والحضارة، نذكر البعض منها: المتحف الوطني سيرتا(بقسنطينة)، المتحف الوطني زبانة (بوهران)، المتحف الوطني للمجاهد(بالجزائر العاصمة)، المتحف الوطني للمنمنمات والزخرفة وفن الخط (بالعاصمة الجزائرية)، المتحف الوطني للفن الحديث والمعاصر(بالعاصمة الجزائرية)، المتحف الجزائري للآثار القديمة والفنون الإسلامية(أول متحف من نوعه في الجزائر وإفريقيا)، متحف هيبون(بعنابة).[1]

3- التراث الثقافي الشعبي: تعتبر الصناعة التقليدية والحرف جزء هاما من الثقافة المادية في الجزائر إذ تلعب دورا مهما في ترقية السياحة، أشهرها: صناعة الفخار، صناعة الحلي الفضية والذهبية، صناعة الزرابي، التطريز. وبالنسبة للتظاهرات الثقافية فقد عملت مصالح وزارة السياحة على تثمينها وتأهيلها وإدماجها ضمن إستراتيجية تنمية القطاع السياحي لأنها رافد من روافد السياحة الثقافية التي تلقى رواجا سياحيا واهتماما على المستوى الدولي.[2] وقد تمكنت الجزائر من إدراج ستة عناصر من تراثها غير المادي من طرف اليونسكو، تتمثل في: أهليل قورارة، الطقوس والمهارات الحرفية المرتبطة بصناعة فستان الزفاف التلمساني، الممارسات والخبرات المتصلة بإمزاد التورارق، في الجزائر ومالي والنيجر، الزيارة السنوية إلى ضريح سيدي عبد القادر بن محمد، طقوس واحتفالات "السبيبة" في واحات جانيت، الجزائر، "السبوع"، وهي الزيارة السنوية إلى زاوية سيدي الحاج بلقاسم، قورارة.[3]

ثانيا: المقومات السياحية التاريخية والحضارية في تونس

تعتبر تونس من البلدان الحاضنة لجمال الطبيعة ولأقدم المعاقل العلمية والحضارية، مما جعلها نقطة جذب سياحي.

1- المدن السياحية والمواقع التاريخية:

- **تونس العاصمة:** عرفت إشعاعا كبيرا بفضل مدارسها وقصورها وأضرحتها ومعالمها العديدة والمختلفة، من معالمها: جامع الزيتونة، أسواقها العتيقة، تربة الباي، حي القصبة، ...الخ.
- **توزر:** إحدى واحات البلاد الأكثر شهرة بغابات النخيل الرائعة وبجودة تمورها، وفيها واحد من أجمل ملاعب الغولف، هذا وتشتهر بصناعة المنسوجات ذات الجودة العالية، ويعتبر المرقوم والكليم من أشهر أنواع السجاد في المنطقة.
- **جربة:** الجزيرة الأسطورة، وهي جزيرة رملية واسعة منبسطة أقرب منها إلى الواحة، ما جعلها موقعا مميزا لدى السياح، بالإضافة إلى بنيتها الأساسية المتطورة، إذ يوجد بها مطار عالمي وطرقات عصرية، وما جعلها عنوان للسياحة الراقية فنادقها الفاخرة ومطاعمها، عمارتها الفريدة ومساجدها المتنوعة.

---

[1] _ صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، **السياحة في الجزائر بين: الواقع والمأمول**، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 02، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2017، ص 58.

[2] _ مروان صحراوي، مرجع سبق ذكره، ص ص 112،113.

[3] _ **وزارة الثقافة**، إستخبار، أجندة شهرية ، ماي 2016، ص 7.على الموقع الاكتروني https://www.m-culture.gov.dz/mc2/ar/index.php

- **القيروان:** غنية بمآثر تاريخية ومعالم متميزة باعتبارها حاضنة التاريخ العربي، ومن معالمها مسجد عقبة بن نافع، وتحتضن أيضا مكتبات أهمها بيت الحكمة، كما يوجد بها بعض الأضرحة مثل ضريح سيدي الصحبي وجامع الأبواب الثلاثة والتي تعتبر من أهم المزارات الدينية.
- **المنستير:** غنية بالآثار التاريخية كالمعابد والأضرحة والأنفاق والكهوف المحفورة في الصخر، وتتوفر فيها مقومات السياحة الناجحة، الفنادق الفاخرة، مطار بورقيبة الدولي، ميناء الترهة الجديد وقصر المؤتمرات.
- **سوسة:** تعرف سوسة باسم الجوهرة، تشتهر بقلعتها المطلة على البحر، المدينة القديمة، سورها الخارجي والجامع الكبير، بالإضافة إلى معالم أخرى مثل متحف دار القضاء الشرعي القديم.[1]
- **الحمامات:** مدينة عتيقة، تتمحور على واجهة بحرية جذابة جعلتها قطبا سياحيا، من الآثار الموجودة بالحمامات مدرسة الأرديكو، دار سيباستيان والمقبرة البحرية.
- **طبرقة:** تشتهر المدينة بشواطئها الساحلية الجميلة، والشعاب المرجانية، حيث تعتبر ثاني أشهر مدينة في تصدير المرجان في العالم، من أبرز آثارها التاريخية القلعة الجنوبية، الإبر أو الصخور المدببة.[2]

2-المتاحف: تزخر حضارة تونس التي تمتد إلى أكثر من ثلاثة آلاف سنة بنحو 30 ألف معلم وموقع أثري، ومن هذه المتاحف متحف باردو الوطني (أكبر متحف في تونس، تم إدراجه من طرف اليونسكو ضمن قائمة التراث العالمي)، متحف دار عبد الله، متحف الموسيقى العربية والمتوسطية، متحف قرطاج الوطني، متحف سوسة، متحف الخزف، المتحف الأثري والمتحف الوطني للفن الإسلامي".[3]

3-التراث الثقافي الشعبي: إن ما تتوفر عليه تونس من تراث طبيعي بكل أشكاله البيولوجية والجيولوجية المتميزة، والتراث الثقافي والحضاري بكل معالمه ومبانيه التاريخية والأثرية وماله من قيمة جمالية وعلمية يثريه أيضا رصيدها من عادات وتقاليد غنية ومتنوعة تعبر عن موروثها الحضاري والثقافي. إضافة إلى تلك المهرجانات الثقافية كمهرجان المالوف، جربة، دوز، الجاز، القصور الصحراوية"، فضلا عن منتوجات الصناعة التقليدية اليدوية، مثل صناعة الأواني النحاسية، الفخار، النسيج بتنوع أشكاله، صناعة الجلود والحلي البربري الأصيل، والزخرف في شكل أواني وتحف مختلفة التي تظل من مقومات الجذب السياحي عبر مرور الزمن.[4]

---

[1] _ زيد منير سليمان، **السياحة في الوطن العربي**، مرجع سبق ذكره، ص ص 239- 243.

[2] _ عشي صليحة، **الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب**، أطروحة دكتوراه، ص97.

[3] _ عشي صليحة، **الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب**، مذكرة ماجستير، ص49.

[4] _ زير ريان، مرجع سبق ذكره، ص 271.

ثالثا: المقومات السياحية التاريخية والحضارية في المغرب

يتوفر المغرب إلى جانب الثروة الهائلة من المقومات الطبيعية التي يتربع عليها على تراث ثقافي وتاريخي يدل على أصالة الحضارة المغربية.

1- المدن السياحية والمواقع التاريخية: وتتمثل فيما يلي:[1]

- **الرباط:** تزخر مدينة الرباط بأقدم مسجد فيها، وكذا قصبة الشالة والصومعة، بالإضافة إلى ضريح "محمد الخامس" الذي تجمع هندسته ونقوشه والتحف التي يشتمل عليها بين الأصالة والحداثة في مشهد واحد.
- **الدار البيضاء:** من أهم أماكنها السياحية مسجد الحسن الثاني الذي يعتبر فلسفة معمارية حضارية، بالإضافة إلى نافورة ماء موسيقية ملونة؛
- **فاس:** مدينة أثرية قديمة بها أقدم جامعة عربية إسلامية، إضافة إلى المدارس العتيقة كالبوعنانية ذات الساعة الشمسية، ومدرسة الصفارين التي تعبر عن روعة الهندسة المعمارية الأندلسية المغربية؛
- **مكناس:** من أعظم آثارها باب المنصور الضخم المشهور بنقوشه الفسيفسائية، القصر الملكي بأساوره العتيقة، ضريح مولاي إسماعيل، مسجد بريمة والقصر الجامعي، مدينة وليلى التي أسسها الرومان؛
- **طنجة:** بوابة المغرب التي تمثل جنة السياح وقبلتهم من مختلف أنحاء العالم، تجمع بين السهل والجبل إلى جانب شاطئ رملي من أجمل شواطئ العالم، ومن معالمها التاريخية حديقة المندوبية؛
- **مراكش:** توجد بها معالم متوغلة في التاريخ كالمدرسة القرآنية، جامع الكتبية بمنارته الشهيرة، المساجد القديمة كالقصبة، بالإضافة إلى القصور من أشهرها قصر البديع، قصر الباهية.

2- المتاحف: للمغرب رصيدا هاما من المتاحف وتحظى بإقبال واسع من المهتمين بالسياحة الثقافية ومن أهم هذه المتاحف: المتحف الأثري بالرباط، متحف الفنون المعاصرة بطنجة، المتحف الوطني للخزف، بالإضافة إلى ذلك هناك متحف الأسلحة بمدينة فاس وهو يعرض مختلف أنواع الأسلحة التي عرفها وشهدها المغرب، هذا إلى جانب وجود متاحف عديدة كمتحف البطحاء، المتحف الأثري بالعرائش وغيرها.

3- التراث الثقافي الشعبي: إن تراث المغرب غني بالعادات والتقاليد التي تعبر عن أصالة هذه المنطقة، كصناعة السجاد المغربي المتميز، صناعة النحاس، الجلد، الطرز وصناعة الحرير، كما تولي المغرب أهمية كبيرة للتراث اللامادي والذي يتمثل في المهرجانات والأعياد، كمهرجان فاس للموسيقى، المهرجان الدولي بمراكش ومهرجان أغادير للموسيقى العربية.[2]

[1] _ زيد منير سليمان، **السياحة في الوطن العربي**، مرجع سبق ذكره، ص ص 256-262.

[2] _ ماي علي، مرجع سبق ذكره، ص86.

المطلب الثالث: المقومات السياحية المادية

بالإضافة إلى المقومات الطبيعية والتاريخية والحضارية التي تتميز بها كل من الجزائر، تونس والمغرب، هناك إمكانيات مادية تساعد في تثمين ثروات ومقومات الجذب السياحي متمثلة في الطاقة الفندقية، شبكة الاتصالات، وشبكة النقل.

أولا: المقومات السياحية المادية في الجزائر

تتمثل المقومات المادية السياحية في توفير خدمة فندقية متميزة وبنية تحتية ملائمة تسهل على السائح الحصول على خدمات سياحية ملائمة.

1. **شبكـــة النقـــل:** وتتكون من:

- ✓ **النقل البري وشبكة السكك الحديدية:** لدى الجزائر118.306 كلم من الطرق، منها 30.000 كلم طريق وطني، و26.626 كلم طريق ولائي، و62.100 كلم طريق بلدي، طريق سيار شرق–غرب بطول 1720 كلم مع الطرق الجانبية والمنشآت الفنية، يربط بين الحدود المغربية والحدود التونسية، أما شبكة السكة الحديدية فتقدر ب 2.150 كلم، وهذه الشبكة مجهزة بأكثر من 200 محطة تغطي خاصة شمال البلاد، منها: 299 كلم سكك مكهربة، 305 كلم سكك مزدوجة، 1085 كلم سكك ضيقة، وتضم: قطار فائق السرعة قطار إقليمي سريع يربط بين الدوائر والولايات الداخلية، الترامواي بسعة 6 شبكات.[1]
- ✓ **النقل الجوي:** للجزائر 124 مطار، 4 منها كبرى، أكبرها مطار هواري بومدين الدولي ومطار عنابة الدولي، ويستقطب 6 ملايين مسافر سنويا.
- ✓ **النقل البحري:** لدى الجزائر عدة مرافئ مملوكة للدولة بشركتين SNTM-CNAN في العاصمة، عنابة، أرزيو، بجاية، جيجل، مستغانم، وهران وسكيكدة. أشدها حركية ميناء أرزيو.[2]

2. **الاتصالات:** شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية، تمتاز بتقديم خدمات محلية ودولية، حيث ترتبط الجزائر بعدة كوابل وبخطوط هرتزية مع كل من فرنسا، ايطاليا، المغرب وتونس، كما يوجد بالجزائر عدد من المحطات الأرضية للاتصالات بالأقمار الصناعية، وتدعمت بخدمات المعلومات والربط التكنولوجي بشبكة الانترنت الدولية، كما عرفت الجزائر انفتاحا على الأسواق الدولية وتحرير قطاع الاتصالات.[3]

3. **الطاقة الفندقية:** تساعد على جذب السياح وإيوائهم وتقدم لهم العديد من الخدمات لراحتهم، وتعتبر أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم القطاع السياحي للبلد، فقد عرفت طاقات الإيواء تطورا ملحوظا وهذا ما يثبته الجدول الموالي.

---

[1] http://ar.m.wikipedia.org/wiki. /%D8%A9%D6%90%D9%75%D5%BA%D8%B1%D7%A8. 24/05/2019. 10h 00.

[2] _ سمير بوختالة وآخرون، **واقع وأفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر ودوره في التنمية الاقتصادية**، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 6، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2017، ص 51.

[3] _ زهير بوعكريف، مرجع سبق ذكره، ص 126.

الجدول (3- 1): تطور عدد الفنادق والأسرة في الجزائر خلال الفترة (2000- 2016)

البيان / السنوات	2000	2010	2013	2014	2015	2016
عدد الفنادق	827	1152	1176	1185	1195	1231
عدد الأسرة بالآلاف	76042	92377	98804	99605	102244	107420

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات الديوان الوطني للإحصاء الجزائري على الموقع الإلكتروني: https://www.ons.dz

إن المتتبع لتطورات الحظيرة الفندقية الوطنية في الجزائر، يجدها أن في الأمس القريب عرفت عجزا في هياكل الاستقبال، ويعود ذلك إلى تهميش القطاع بشكل رهيب وعدم الاهتمام به من طرف الوزارة الوصية، واعتباره قطاع غير حيوي أو ثانوي وذلك بحكم وجود قطاع المحروقات، لكن مع السياسة الجديدة المتبعة من قبل الحكومة بدأت في إعطاء ثمارها وهذا من خلال تزايد عدد مؤسسات الإيواء السياحي، بمختلف أصنافها بين أواخر سنتي 2013و2014، وفي سنة 2016 من الجدول أعلاه نلاحظ تزايد ملحوظ لكل من عدد الفنادق والأسرة لتصل إلى أرقام جد هائلة 1231 و107420 على التوالي.

ثانيا: المقومات السياحية المادية في تونس

تمتلك تونس مقومات مادية سياحية تتمثل في النقل، السكك الحديدية، الفنادق.

1- شبكة النقل: وتتمثل فيما يلي:[1]

- **النقل البري وشبكة السكك الحديدية:** تمتلك تونس شبكة من الطرقات البرية بطول 31000 كلم، ومن المقرر إنشاء طريق سريع بطول 50 كلم، وكذلك طريق يربط تونس والمغرب لأن الوافدين من المغرب يأتون في الغالب عن طريق البر، أما خطوط السكك الحديدية طولها 2167 كلم، وهناك خط يربطها بالجزائر؛
- **النقل الجوي:** تغطي الخطوط التونسية 28 بلد وأكثر من 44 مدينة منها أكبر المدن الأوروبية، يوجد عدد من شركات الطيران التونسية الخاصة وهناك أيضا عدد من المطارات أهمها: مطار الصفاقص الدولي، توزر نفطة الدولي، طبرقة الدولي وقابس مطماطة الدولي، كما يوجد أيضا مطار تونس قرطاج الدولي؛
- **النقل البحري:** توجد مجموعة من الموانئ بتونس منها ما هو تجاري وما هو مخصص أساسا للقطاع السياحي، مثل ميناء سيدي بوسعيد، القنطاوي وقمرت، وتحتوي هذه الموانئ على وحدات نزل وفنادق وخدمات سياحية مقدمة أساسا للزوار المحليين والأجانب.

2- الطاقة الفندقية: إن وعي الحكومة التونسية بأهمية القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، أدى بها إلى توفير الهياكل السياحية اللازمة لاستقبال السياح وزيادة توافدهم.

والجدول الموالي يوضح عدد الفنادق والأسرة في تونس خلال الفترة (2000-2016).

[1] _ ماي علي، مرجع سبق ذكره، ص 91.

جدول (3-2): تطور عدد الفنادق والأسرة في تونس خلال الفترة (2000-2016)

البيان / السنوات	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
عدد الفنادق	736	856	861	846	847	848	862	824
عدد الأسرة بالآلاف	197.5	241.5	242.1	242	240.2	240	241.4	235

المصدر: الديوان الوطني التونسي للسياحة.على الموقع الالكتروني :
http://www.tourisme.gov.tn/ar/le-ministyore/etablissements-sous-tutelle/office-national-du-tourisme-tunisien.html

الملاحظ من خلال الجدول أنه يوجد تطور في طاقات الإيواء بالمؤسسات السياحية خلال الفترة (2000-2010) إذ وصلت نسبة التطور إلى 16.30%بالنسبة للفنادق، في حين بلغت 22.28% بالنسبة لعدد الأسرة، أما فيما يخص الفترة (2010-2016) فالملاحظ من خلال الجدول وجود تذبذب في تطور طاقة الإيواء، فهناك تراجع في تطور عدد الفنادق بنسبة 3.74% أما بالنسبة لعدد الأسرة فكان التراجع بنسبة 2.69%، كل هذا راجع إلى الأوضاع السياسية والأمنية بالبلاد التي أثرت على عملية التنمية السياحية، كما يرجع كذلك الأمر إلى ظهور بعض المشاكل بالمؤسسات الفندقية كتقادمها بالإضافة إلى مشكل المديونية، مما حتم على الحكومة التونسية القيام بعمليات تأهيلها وإعادة تصنيفها من أجل المحافظة على جودة الخدمات المقدمة للسياح.

ثالثا: المقومات السياحية المادية في المغرب

1- شبكة النقل: وتنقسم إلى:[1]

- **النقل البري والسكك الحديدية:** يمتلك المغرب شبكة طرقات بحوالي 57847 كلم بين طرق ثانوية، ورئيسية و1800 كلم من الطرق السريعة، أما السكك الحديدية فيبلغ طولها 1907 كلم، منها 53% قطارات كهربائية و47% قطارات تعمل بالمحروقات، 97 محطة قطار، وقد اشترت الحكومة المغربية 14 قطار سريع سنة 2010 في محاولة لربط مدينة طنجة، الدار البيضاء ومراكش؛
- **النقل الجوي:** أولى له المغرب عناية كبيرة من خلال تجهيز أسطوله الجوي بأحدث التجهيزات، وتوفير مطارات دولية، فقد وضع خطة للإنعاش والنقل الجوي، وكذا السماء المفتوحة "OPEN SKY؛
- **النقل البحري:** يمتلك المغرب عدد معتبر من الموانئ منها 11 ميناء تجاري و11 ميناء للصيد والتجارة الداخلية و5 موانئ ترفيهية مخصصة للسياحة.

2- **الاتصالات:** يملك المغرب أكثر من 3516000 خط هاتفي ثابت، وقد بلغ عدد المشتركين بالهاتف المحمول 36554000مشترك، في حين بلغ عدد المشتركين في الانترنت 3182000 مشترك.[2]

[1] _ ماي علي، مرجع سبق ذكره، ص ص 99، 100.

[2] _ حسين بن العارية، محمد مدياني، **صناعة السياحة في الجزائر والمغرب -فرص وتحديات-**، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد1، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، 2018، ص 176.

3- الطاقة الفندقية: أولت الحكومة المغربية أهمية كبيرة لتوفير هياكل استقبال جديدة، مما انعكس على تطوير مقوماتها السياحية وعلى رأسها طاقة الإيواء، والجدول الموالي يوضح ذلك.

جدول (3-3): تطور عدد الفنادق والأسرة في المغرب خلال الفترة (2000-2016)

البيان / السنوات	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
عدد الفنادق	526	2171	2188	2770	3019	3200	3509	-
عدد الأسرة	95180	174019	187874	200091	211974	221611	231334	242624

المصدر: ماي علي، **دور التسويق في تطوير القطاع السياحي دراسة مقارنة: الجزائر، تونس والمغرب**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص علوم تجارية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018، ص 95.

من خلال الجدول نلاحظ وجود نمو مستمر لعدد الفنادق والأسرة، والملاحظ أن الزيادة كانت معتبرة خلال الفترة (2000-2010) أين بلغت نسبة زيادة عدد الفنادق 312.74%، في حين بلغت نسبة زيادة عدد الأسرة 82.8%، أما خلال الفترة (2010-2015) فقد حققت نسبة نمو أقل مقارنة بالفترة السابقة لكنها مقبولة حيث قدرت بـ61.63% بالنسبة لعدد الفنادق و32.93% بالنسبة لعدد الأسرة، ونسبة 39.42% للفترة (2010- 2016).

المبحث الثاني: إستراتيجيات ترقية القطاع السياحي في الجزائر، تونس والمغرب

يتناول هذا المبحث عرضا تفصيليا لاستراتيجيات التنمية السياحية التي تبنتها دول المغرب العربي- موضوع الدراسة- من أجل ترقية قطاعها السياحي وجعله واحدا من أهم القطاعات المولدة للنمو الاقتصادي ومحركا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية في هذه البلدان.

المطلب الأول: إستراتيجية ترقية القطاع السياحي في الجزائر (SDAT 2025)

نظرا لما تتوفر عليه الجزائر من مقومات سياحية طبيعية، تاريخية وحضارية، فقد اعتزمت على منح قطاع السياحة المكانة الملائمة له، حيث قررت الحكومة وضع إطار استراتيجي مرجعي متمثل في المخطط التوجيهي للتنمية السياحية" SDAT2025".

أولا: تقديم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT"*:

المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT" هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية "SNAT"*، والذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون 01-02 المؤرخ في 12ديسمبر 2001، والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة. فهو بذلك يشكل الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر على المدى القصير 2009، المدى المتوسط 2015 والمدى الطويل 2025.[1]

[1] _عيساني عبد الفتاح، **دور التخطيط السياحي في ترقية الخدمات السياحية في الجزائر_دراسة حالة وكالة تيمقاد للسياحة والسفر**، مذكرة ماجستير، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر_باتنة، 2015، ص 105.

*SDAT : SCHEMA DIRECTEURE D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE .
*SNAT: SCHEMA NATIONALE D'AMENAGEMENT TERRITOIRE.

- **الأهداف الأساسية:** جاء المخطط التوجيهي لتحقيق خمسة أهداف أساسية تتمثل في:[1]
  - ❖ جعل السياحة قطاع مساهم في تنمية الاقتصاد وكبديل للمحروقات؛
  - ❖ ضمان إشراك القطاعات الأخرى، كقطاع الأشغال العمومية، قطاع الفلاحة وقطاع الثقافة؛
  - ❖ التوفيق بين الترقية السياحية والبيئة؛
  - ❖ تثمين التراث التاريخي، الثقافي والديني؛
  - ❖ تحسين صورة الجزائر بصفة دائمة.
- **الأهداف المادية:** يمكن تلخيص الأهداف المادية للمخطط التوجيهي للسياحية في الجدول التالي.

جدول (3-4): الأهداف المادية وفق الإستراتيجية السياحية الجزائرية للفترة (2008-2025)

السنة	2007	2015	2025
عدد السياح	1.7 مليون	2.5 مليون	11 مليون سائح
عدد الأسرة	84869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم	150000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	%1.7	%3	%5
ايرادات (مليون دولار)	250	2000-1500	10500إلى 13500
مناصب الشغل	200000	400000 منصب شغل	902000 منصب شغل
تكوين (مقاعد بيداغوجية)	51200	91600	142800

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة، الكتاب رقم 02، **المخطط الاستراتيجي- الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية-**، 2008، ص 18. على الموقع الالكتروني:
http://sudhorizons.dz/ar/2016-04-28_21-34-23/5001-2016-09-13-14-46-21

من خلال الجدول نلاحظ أن هده الإستراتيجية تهدف إلى جلب11 مليون سائح سنة 2025، أي ما يعادل 6.47 ضعف ما كان محقق سنة 2007، أما عدد الأسرة فإن مستوى التطور المستهدف حدد بـ1.76 ضعف ما هو محدد حاليا، أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكانت هذه الاستراتيجية تهدف إلى تطويره بـ 1,3 مرة نهاية الفترة 2015 و2.94 مرة نهاية سنة 2025، في حين هدفت إلى الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة 2007، أما في مطلع 2025 فقد طمحت الجزائر إلى تحقيق زيادة في حدود 42 إلى 54 مرة، أما بالنسبة لمناصب الشغل فهدفت هذه الاستراتيجية إلى توفير 400000 منصب شغل سنة 2015 و 902000 سنة 2025، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعد بيداغوجي.

[1] http://www.mtg. gov.dz. تاريخ التصفح يوم: 24|05|2019، على الساعة: 18:36

ثانيا: تقييم محتوى الإستراتيجية وفقا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحة:

يتم تقييم محتوى الإستراتيجية وفقا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحة" SDAT" بناء على المؤشرات السياحية، وهي كما يلي:

1- تقييم مؤشر السياحة الدولية الوافدة إلى الجزائر

تسعى الجزائر إلى جذب أكبر عدد ممكن من السياحة الدولية الوافدة، حيث استهدفت عدد السياح في نهاية 2015 بعدد يقدر ب 2.5 مليون سائح، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول(3-5): مقارنة التقديرات المستهدفة مع المحققة في مؤشر التدفقات السياحية الدولية الوافدة إلى الجزائر (2008- 2015)

السنة / البيان	2008.....2015		نسبة الإنجاز
	المستهدف	المحقق	
التدفقات السياحية الدولية الوافدة	2.5 مليون سائح	1.7 مليون سائح	%68

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية على الموقع الالكتروني:
http :www.mta.gov.dz

الملاحظ من خلال أرقام الجدول أن نسبة التحقق لم تتجاوز 100%، بين مستوى التدفقات السياحية الوافدة المستهدفة في البرنامج المسطر وبين المحققة فعلا، حيث استهدفت الجزائر تحقيق 2.5 مليون سائح في نهاية 2015 بعدما حققت فعلا 1.7 مليون سائح خلال سنة 2015، أي بمتوسط نمو سنوي يقدر بـ4.7%، وبالنظر إلى نسبة الإنجاز نجدها قد حققت نسبة 68%، بالرغم من أنها نتائج إيجابية إلا أنها تبقى بعيدة عن الرقم المستهدف بنسبة 32%، ويعود سبب التأخر في نسبة التحقيق لعدد السياح هو غياب الفعالية في تنفيذ برامج الإستراتيجية السياحية، بالإضافة إلى نقص المراقبة والمتابعة لهاته البرامج، ضف إلى ذلك هيمنة القطاعات الأخرى في جانب التمويل والمتابعة على حساب قطاع السياحة الذي يبقى مهمشا إلى حد ما.

2- تقييم مؤشر طاقة الإيواء: يتم تقييم طاقات الإيواء في الجزائر ضمن الإستراتيجية السياحية لمخطط التهيئة السياحية "SDAT2025"، من خلال الجدول التالي.

جدول (3- 6): مقارنة طاقات الإيواء المستهدفة مع المحققة في الجزائر للفترة (2008- 2015)

السنة / البيان	2008.....2015		نسبة الإنجاز
	المستهدف	المحقق	
طاقات الإيواء بالأسرة (ألف سرير)	159.869	102.244	%63.95

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.على الموقع الالكتروني:
http :www.mta.gov.dz

من خلال الجدول نلاحظ أنه لم يتم الوصول إلى الرقم المستهدف سنة 2015 وهو تحقيق 159.869 سرير، حيث بلغت نسبة الانجاز63.95% في نهاية 2015، ويعود هذا التباين في التأخر

المسجل في العديد من المشاريع الفندقية والمنتجات السياحية ضمن البرنامج المسطر، بالإضافة إلى قدم العديد من طاقات الإيواء في الفنادق وعم تأهيلها.

3- تقييم حجم المداخيل السياحية: يعد حجم المداخيل السياحية من أهم المؤشرات السياحية نظرا لكونه يشكل مصدرا مهما ومتنوعا للدخل الوطني، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول(3-7): مقارنة حجم المداخيل السياحية المستهدفة مع المحققة في الجزائر للفترة(2008-2015)

السنة / البيان	2008.....2015		المبلغ المحقق خلال 2015
	المحقق	المستهدف	
حجم المداخيل السياحية (مليون دولار)	250	2000-1500	250

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية.على الموقع الالكتروني:
http :www.mta.gov.dz

تعكس أرقام الجدول مدى التباين الكبير الحاصل في حجم المداخيل المتوقعة والمحققة خلال الفترة (2008-2015)، إذ نلاحظ بأن المبلغ المحقق فعلا خلال سنة 2015 كان يقدر بـ 250 مليون دولار، في حين كان المبلغ المسطر ضمن الإستراتيجية ما بين 1500-2000 مليون دولار، حيث لم تحقق أهداف المخطط السياحي في الجزائر النتائج المتوقعة لحجم المداخيل السياحية، وهذا راجع لضعف نسبة تدفق السياح الأجانب (المداخيل بالعملة الصعبة) مقارنة بالسياح المحليين.

ثالثا: المشاريع ذات الأولوية لتنمية القطاع السياحي: أهم مشاريع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية:[1]

- فنادق السلسلة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر ب 29.286 سرير؛
- عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي؛
- إطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز.

وقد تم توزيع هذه المشاريع بأعداد متفاوتة على كل قطب سياحي، نظرا لما يحتويه كل قطب من مقومات وإمكانيات سياحية مختلفة ومتنوعة، بالإضافة إلى نوع المنتوج السياحي المراد دعمه والنهوض به.

- المشاريع السياحية المطلوب تطويرها: وفقا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية فتتمثل المنتوجات السياحية المراد تطويرها فيما يلي: الفندقة، المطاعم، المنتجعات، الحمامات المعدنية، السياحة الساحلية، الجبلية والصحراوية، تطوير وتنويع المنتجات السياحية، تطوير الجودة، العلامة التجارية، منح العلامات.[2]

[1] _ وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة، الكتاب رقم 02، **المخطط الاستراتيجي- الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الولوية-**، 2008، ص 18.على الموقع الاكتروني
http://sudhorizons.dz/ar/2016-04-28_21-34-23/5001-2016-09-13-14-46-21

[2] _www. Andi. Dz/ index. Php/ ar/ secteure- du-tourisme. على الساعة: 10:54. تاريخ التصفح يوم: 30|05| 2019.

المطلب الثاني: إستراتيجية ترقية القطاع السياحي في تونس (2001-2016)

تعد تونس من بين الدول التي اهتمت بقطاع السياحة، ولهذا عمدت إلى وضع خطط واستراتيجيات وحرصت على نجاحها واستمرارها على أبعد مدى.

أولا: تقديم إستراتيجية التنمية السياحية (2001-2016)

تعد تونس من أوائل الدول الإفريقية في مجال التنمية السياحية، إذ راهنت منذ البداية على السياحة الدولية، وباشرت أعمال التنمية في منتصف الستينيات بوضع مشروع طموح، وقد حققت نجاحا كبيرا تؤكده الزيادة الملحوظة في عدد السياح (من 1.6 مليون سائح سنة 1980 إلى 5.057 مليون سنة 2000)، بالإضافة إلى زيادة الدخل السياحي، وبغية الحفاظ على المكتسبات المحققة وتطويرها عمدت الحكومة إلى إدراج إستراتيجية للتنمية السياحية تمتد على مدى 15 سنة، بدأ تنفيذها سنة 2001.

- **الأهداف العامة للتنمية السياحية:** لقد تم اعتماد ثلاثة أهداف رئيسية ضمن المخطط الوطني للتنمية السياحية تتمثل في التنافسية، المردودية والاستدامة، وذلك بالاعتماد على مصفوفة *swot، وكل هدف مبني مباشرة على عدة إستراتيجيات تهدف إلى التغلب على نقاط ضعف القطاع.

1- تحقيق التنافسية: هذا الهدف يسمح بزيادة تنافسية السياحة التونسية كمنطقة جذب سياحي من الطراز الدولي، وتكوين صورة سياحية حقيقية عن طريق الأعمال الفعلية التي تؤدي إلى تنمية منتوج السياحة، حيث أن المنافسة في السوق الأوروبية أصبحت تتوسع باتجاه وجهات أخرى كمنطقة البحر الكاريبي، المحيط الهندي وجنوب آسيا، كوجهات منافسة لدول البحر الأبيض المتوسط، باستخدام خطة تخفيض أسعار النقل الجوي، وعليه فقد استدعى العمل من أجل تحقيق هدف التنافسية إدراج ثلاثة إستراتيجيات أساسية وهي:

أ- إستراتيجية إنشاء قطب جذاب وإطلاق مواضيع جديدة عن السياحة التونسية.

ب-إستراتيجية تنويع المنتجات السياحية المعروضة.

ج-إستراتيجية إدخال نظرة تسويقية جديدة.[1]

1- تحقيق المردودية: وهو رفع جدري لمستوى الفعالية التي تضمن مستوى عالي من الرضا للسياح، وهذا ما يجعل القطاع أكثر مردودية، ولهذا فقد تم اعتماد ثلاثة إستراتيجيات لتحقيق هذا الهدف وهي:

أ- إستراتيجية تحويل المحطات الشاطئية التونسية إلى وجهات ذات تنافسية.

ب-إستراتيجية تحسين جدري للتكفل بالزوار ولوحات الإشارة في الأماكن السياحية.

ج-إستراتيجية الإسراع في تنمية الموارد البشرية من أجل تشجيع الإنتاجية.[2]

---

[1] _ أعمر سعيد شعبان، محمد الطاهر قادري، مرجع سبق ذكره، ص ص 212، 213.

[2] _ عيساني عامر،عيساني ربيع، **التجربة السياحية (الجزائر-تونس)-دراسة تقييمية-(2001-2014)**، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد10، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة- الحاج لخضر-، 2016، ص 372.

* SWOT:Strenght نقاط القوة، Weakness: نقاط الضعف ، Opportunitie: الفرص، Threats:التهديدات

حيث تمثل نقاط القوة والضعف عوامل داخلية، أما الفرص والتهديدات فهي عوامل خارجية.

2- تحقيق الاستدامة: إن هدف الاستدامة حدد إجمالا في الاستخدام الكفء للموارد والبحث في إمكانية استدامتها، بالاستعمال الأمثل دون إحداث أي تأثيرات سلبية تؤدي إلى الانخفاض الدائم من قدراتها، وقد اعتمدت أربع إستراتيجيات لتحقيق هدف الاستدامة.

أ- إستراتيجية تسيير جدي للمحيط.

ب-إستراتيجية تعزيز قدرات الهيئات والمتعاملين في القطاع.

ج-إستراتيجية تحسين الهياكل القاعدية.

د-إستراتيجية إدخال برامج ومنتوجات تكميلية متجددة.[1]

-**الأهداف الكمية:** اعتمدت تونس في تقدير التدفقات المستهدفة على اثنين من السيناريوهات:

السيناريو A: يفترض هذا السيناريو وجود مخطط وطني للتنمية السياحية، تظهر ملامحه من خلال اعتماده على معدل نمو مرتفع.

السيناريو B: يفترض هذا السيناريو عدم وجود مخطط وطني للتنمية السياحية، مع تبني معدل نمو منخفض.[2]

الجدول الموالي يبين التقديرات المرصودة ضمن السيناريوهين A و B.

الجدول(3-8): الأهداف الكمية وفق الإستراتيجية السياحية التونسية للفترة (2001-2016)

البيان / السنوات		1999 تدفق حقيقي	2001	معدل نمو سنوي 1999-2001	2006	معدل نمو سنوي 2001-2006	2011	معدل نمو سنوي 2006-2011	2016	معدل نمو سنوي 2011-2016
السياح الوافدين (ألف سائح)	السيناريو A	4832	5303	%4.8	6653	%5.09	8238	%4.8	10130	%4.5
	السيناريو B	4832	5304	%4.8	6305	%3.7	7319	%3.2	8399	%2.9
الليالي السياحية (ألف ليلة)	السيناريو A	33151	37782	%6.9	47997	%5.4	60003	%5	74130	%4.7
	السيناريو B	33151	37782	%6.9	45448	%4.05	53380	%3.4	61888	%3.1
احتياجات الأسرة (ألف سرير)		192	-	-	253.6	-	303.5	-	359.6	-

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على:

1_ عيساني عامر،عيساني ربيع، **التجربة السياحية (الجزائر-تونس)-دراسة تقييمية-(2001-2014)**، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد10، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة- الحاج لخضر-، 2016، ص373.

2_ أعمر سعيد شعبان، محمد الطاهر قادري، **تجربة دولية جوارية في السياحة كنموذج للمقارنة _الجزائر وتونس_**، دراسات مجلة دولية علمية محكمة، العدد29، جامعة عمار ثليجي الأغواط، 2017، ص216.

[1] _ أعمر سعيد شعبان، محمد الطاهر قادري، مرجع سبق ذكره، ص213.

[2] _ حميدة بوعموشة، مرجع سبق ذكره، ص ص 96-98.

من خلال الجدول نلاحظ أن تقديرات عدد السياح الوافدين إلى تونس في تزايد مستمر وفقا للسيناريو B,A لكن بمعدل نمو متناقص، حيث وصل خلال الفترة (2006–2011) إلى 4.8%و 3.2% على الترتيب، أما فيما يخص تقدير عدد الليالي السياحية فقد سجلت تزايد مستمر إذ وصلت قيمة الزيادة خلال الفترة (2001-2016) إلى 36348 ليلة سياحية بالنسبة للسيناريوA، و24106 ليلة سياحية بالنسبة للسيناريو B، لكن بمعدل نمو متناقص طوال الفترة لكلا السيناريوهينA,B، وبالنسبة لتقدير احتياجات عدد الأسرة فنلاحظ ارتفاع مستمر خلال الفترة(2006- 2016)، إذ بلغت الزيادة 106 ألف سرير.

أما فيما يخص تقدير حجم العمالة في إطار مخطط التنمية السياحية على امتداد الفترة (2001–2016)، فقد تم ضبط الاحتياجات من الموارد البشرية في حدود 5000 عون جديد سنويا.

ثانيا: تقييم الإستراتيجية التونسية من خلال مقارنة الأهداف المحققة بالأهداف المخططة

نقوم بتقييم هذه الإستراتيجية عن طريق مؤشرات سياحية وهي كما يلي:

1- تقييم مؤشر السياحة الدولية الوافدة: بالنظر إلى النتائج المحققة في تونس، يمكننا إجراء عملية مقارنة بين التقديرات المبدئية من جهة والانجازات المحققة من جهة أخرى، والجدول الموالي يوضح ذلك.

جدول(3-9): مقارنة التقديرات المستهدفة مع المحققة للخطة الخماسية التونسية للفترة(2010-2015)

البيان	سنة 2010		نسبة الإنجاز	سنة 2015		نسبة الإنجاز
	مستهدف	محقق		مستهدف	محقق	
تدفقات السياح(ألف سائح)	7.509	7.828	%104	8.942	5.359	%60

المصدر: ساعد بوراوي، **تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي(الجزائر، تونس والمغرب) دراسة مقارنة**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017، ص194.

نلاحظ من خلال الجدول، أن إستراتيجية التنمية السياحية وحسب مؤشر السياحة الدولية الوافدة إلى تونس، حققت نجاح خلال سنة 2010 بنسبة 104 % عما هو مستهدف في الخطة، أما بالنسبة لسنة 2015 فلم تحقق تونس سوى ما نسبته 60% مما كان مستهدف، ويرجع السبب في ذلك إلى الظروف الأمنية التي مرت بها تونس بدء من سنة 2011، التي اتسمت بالاحتجاجات الاجتماعية بدأت بتغيير نظام الحكم، وما تلاها من عمليات إرهابية أدت إلى مقتل بعض السياح الأوروبيين.

2-تقييم مؤشر طاقات الإيواء (حسب عدد الأسرة): ويتم تقييم هذا المؤشر من خلال الجدول الموالي.

جدول (3-10): مقارنة طاقات الإيواء المستهدفة مع المحققة في تونس سنة 2015

السنة / البيـــان	سنة	2015	نسبة الانجاز(%)
	مستهدف	محقق	
طاقة الإيواء بالأسرة (الآلاف)	268.7	206.7	%76.92

المصدر: ساعد بوراوي، **تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) دراسة مقارنة**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017، ص199.

من خلال الجدول نلاحظ أن التقديرات المستهدفة لسنة 2015 كانت 268.7 ألف سرير، في حين أن المحقق فعلا خلال هذه السنة لا يتجاوز 206.7 ألف سرير، وهو ما يمثل بنسبة 76.92% مما هو مستهدف، ويرجع هذا إلى الوضع المتدهور الذي تعيشه تونس، والذي أدى إلى إغلاق مؤسسات الإيواء السياحي التي بلغت 823 وحدة، منها 270 فندق تم غلقه.

2- تقييم مؤشر الليالي السياحية: يتم تقييم هذا المؤشر للمرحلة الثانية (رؤية 2020) في الجدول الموالي.

جدول (3-11): مقارنة الليالي السياحية المستهدفة مع المحققة في تونس سنة 2015

البيان / السنوات		سنة	2015	نسبة الإنجاز
الليالي السياحية (مليون ليلة سياحية)	السيناريو A	70.6	35.5	%50
	السيناريو B	59.8	35.5	%59.36

المصدر: ساعد بوراوي، **تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي(الجزائر، تونس والمغرب) دراسة مقارنة**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017، ص205.

بالنسبة لمؤشر الليالي السياحية، حسب السيناريوA والذي يفترض نمو مرتفع، فإن تونس لم تحقق سوى نصف ما كان مخطط له إذ أن المستهدف هو الوصول إلى 70.6 مليون ليلة سياحية، أما عند افتراض تطبيق السيناريوB، الذي يفترض نمو منخفض فإن نسبة الإنجاز كانت أفضل فوصلت إلى 59.36%، ويرجع السبب في عدم تحقيق نسب عالية إلى تردي الوضع الأمني، وهذا ما أدى إلى تقليص مدة الإقامة للأجانب نتيجة التخوف من العمليات الإرهابية، وتصنيف تونس ضمن منطقة الخطر العالي من طرف العديد من الوكالات السياحية في العالم.

المطلب الثالث: إستراتيجية ترقية القطاع السياحي في المغرب (رؤية 2020)

بفضل الديناميكية التي أحدثتها إستراتيجية التنمية السياحية رؤية 2010 تمكن قطاع السياحة في المغرب من مواجهة تحديات كبرى جعلته يتموقع كأساس لاقتصاد البلاد، ومع هذا فإن الوعي المتزايد بالبيئة التنافسية التي تطبع القطاع السياحي، خصوصا على مستوى الحوض المتوسطي، أدى إلى الإعلان عن الرؤية الجديدة للسياحة آفاق 2020.

أولا: تقديم الاستراتيجة السياحية المغربية رؤية 2020:

ترتكز الاستراتيجة السياحية المغربية "رؤية 2020" على تعزيز وتسريع ديناميكية النمو التي انطلقت مع رؤية 2010، وذلك برفع تحديات تتمثل في جعل المغرب من بين أفضل الدول السياحية في العالم، والوصول إلى تنمية سياحية مستدامة في أفق 2020.

- الأهداف الأساسية (العامة) لرؤية 2020: تم صياغة الأهداف الأساسية لرؤية 2020 بعد مراجعة وتقييم الأهداف المخططة والمحققة في رؤية 2010، وترمي رؤية 2020 إلى ضمان استمرارية وتعزيز إنجازات رؤية 2010 وتحديد أهداف جديدة مع التركيز على محوريين أساسيين، يتمثلان في دعم الشراكة بين القطاعيين العام والخاص وإدراج مفهوم جديد يكمن في التنمية الجهوية المستدامة. وتكمن أهدافها في:

-جعل المغرب قوة سياحية تنافسية في السوق العالمي؛

-الرقي بالمغرب في أفق 2020 ليصبح ضمن الوجهات السياحية العشرين الأولى على المستوى العالمي؛

-جعل المغرب مرجعا في السياحة المستدامة، ولا سيما في حوض بالبحر الأبيض المتوسط؛

-تحسين البنيات التحتية وإخراجها في رونق دولي؛

- مضاعفة حجم القطاع السياحي (انطلاقا من رؤية 2010)؛

-مضاعفة عدد الرحلات السياحية الدولية وجذب حصة من السياح من الأسواق الصاعدة؛

- مضاعفة عدد الرحلات السياحية الداخلية ثلاث مرات.[1]

[1] ساعد بوراوي، مرجع سبق ذكره، ص 88.

الأهداف المادية: تبين الأهداف المادية التي يسعى إليها المغرب نهاية سنة 2020 في الجدول الموالي.

جدول (3-12): الأهداف الكمية والنقدية للإستراتيجية السياحية المغربية للفترة (2010-2020)

السنة	2010 محقق	2015 المستهدف	2020 المستهدف
عدد السياح	9.2 مليون	13.711مليون	20 مليون
الإيرادات السياحية السنوية	56.10 مليار درهم	85 مليار درهم	140 مليار درهم
عدد الأسرة	178.000 سرير	256.400سرير	372.300 سرير
عدد الليالي السياحية (المبيتات)	18 مليون ليلة	27.7 مليون ليلة	54 مليون ليلة
عدد الرحلات المحلية	1.850.000	3.930.000	5.752.000
عدد الوظائف المستحدثة (عمالة مباشرة)	449.283	645.147	914.706
مساهمة السياحة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي (بمليون درهم)	59.900	93.493	148.518
التكوين	12.300 شاب	-	130.000 شاب

المصدر: المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، على الموقع الالكتروني:

نلاحظ من المعطيات الواردة في الجدول، أن الأهداف المادية لرؤية 2020 طموحة وتستهدف تحقيق نسب نمو مرتفعة في المؤشرات السياحية الرئيسية، ومنها الوصول إلى 20 مليون سائح نهاية 2020، بالإضافة إلى مضاعفة عدد الليالي السياحية لتصل 54 مليون ليلة سنة 2020 وهو ما يمثل ثلاث أضعاف ما هو محقق سنة 2010، والملاحظ كذلك أن هذه الإستراتيجية تهدف إلى مضاعفة كل من عدد الرحلات، عدد الوظائف، وأيضا مضاعفة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي ليصل سنة 2020 إلى 148.518 مليون درهم.

ثانيا: تقييم الإستراتيجية المغربية من خلال مقارنة الأهداف المحققة بالأهداف المخططة

يتم التقييم من خلال استخدام أهم المؤشرات السياحية التي يمكن قياسها كميا.

1- تقييم مؤشر السياحة الدولية الوافدة: يتم تقييم هذا المؤشر من خلال الإنجازات المحققة في إطار رؤية 2010، وتقييم الخطة المرحلية 2015/2010، والجدول الموالي يوضح ذلك.

جدول (3-13): تقيم الإنجازات المحققة في مؤشر السياحة الدولية في المغرب للفترة (2010-2015)

البيان	رؤية السياحة 2010		نسبة الانجاز	رؤية السياحة 2020		نسبة الانجاز
	مستهدف	محقق		مستهدف 2015	محقق 2015	
تدفقات السياح (ألف سائح)	10.000	9.200	%92	13.711	10.176	%74

المصدر: ساعد بوراوي، **تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي(الجزائر، تونس والمغرب) دراسة مقارنة**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017، ص195.

نلاحظ من خلال الجدول أن المغرب بالنسبة لهذا المؤشر قد حققت نسبة إنجاز عالية 92% مما كان مستهدف في رؤية 2010، أما في نهاية سنة 2015 فقد تراجع أداء هذا المؤشر مقارنة بما كان عليه في سنة 2010، فلم يحقق إلا نسبة 74% مما هو مستهدف في رؤية 2020. والتراجع الملاحظ في حجم التدفقات السياحية الدولية الواردة إلى المغرب خلال المرحلة من 2010-2015، كان سببه الظروف الاجتماعية والأمنية التي شهدتها منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا عموما، وفرنسا بوجه الخصوص بعد الاعتداءات الإرهابية التي مست التراب الفرنسي، وهي أول دولة مصدرة للسياح إلى السوق المغربي.

2- تقييم مؤشر طاقات الإيواء (حسب عدد الأسرة): ويتم تقييم هذا المؤشر من خلال الجدول الموالي.

جدول (3-14): تقييم المنجزات المحققة في مؤشر طاقة الإيواء بالمغرب للفترة (2010-2015)

البيان	رؤية السياحة 2010		نسبة الانجاز	رؤية السياحة 2020		نسبة الانجاز
	مستهدف	محقق		مستهدف 2015	محقق 2015	
طاقة الإيواء بالأسرة (ألف سرير)	230	178	%77	256.4	230.6	%89.93

المصدر: ساعد بوراوي، **تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) دراسة مقارنة**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017، ص 200.

يتبين من خلال الجدول أن المغرب قد حققت نسب إنجاز معتبرة خلال المرحلتين الأولى والثانية، حيث حققت نسبة 77% من طاقات الإيواء المستهدفة في خطة السياحة رؤية 2010، وحقق نسبة 89% مما هو مستهدف سنة 2015 (رؤية2020)، وهذا راجع إلى أن المغرب تراهن على أن تكون ضمن العشرين وجهة سياحية الأولى في العالم، ومرجعا في السياحة المستدامة.

3- تقييم مؤشر الليالي السياحية: تقييم هذا المؤشر للمرحلة الثانية (رؤية 2020) في الجدول الموالي.

جدول (3-15): تقييم المنجزات المحققة في مؤشر الليالي السياحية في المغرب سنة2015

البيان	رؤية السياحة 2020		نسبة الانجاز
	مستهدف 2015	محقق 2015	
الليالي السياحية (مليون ليلة)	27.7	18.4	%66.42

المصدر: ساعد بوراوي، **تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي(الجزائر، تونس والمغرب) دراسة مقارنة**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2017، ص 200.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن مؤشر الليالي السياحية في المغرب حقق نسبة انجاز تصل إلى 66.42% وبهذا فهي لم تحقق ما كان مستهدف (27.7 مليون ليلة سياحية)، وبقي هذا الرقم بعيد عن طموح الخطة بـ9.3 مليون ليلة سياحية، ويفسر هذا الفشل النسبي في تحقيق هذا الهدف، إلى تراجع وتيرة السياحة الدولية خلال الخمس سنوات الأخيرة، وهذا راجع إلى نفس الظروف المذكورة سابقا.

ثالثا: البرامج السياحية المرافقة لرؤية 2020 (المشاريع)

في إطار تنفيذ أهداف الإستراتيجية السياحية رؤية 2020، تم وضع ستة برامج مهيكلة تتمحور حول الثقافة والشواطئ والطبيعة، وتركز هذه البرامج على السياحة المستدامة وعلى تحقيق قيمة مضافة عالية بالإضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية الموجهة للمغاربة المقيمين في الداخل، وتتمثل هذه البرامج في:[1]

-المخطط الأزرق 2020 الذي يتمحور حول عرض الشواطئ؛

-البيئة/التنمية المستدامة ويهدف إلى تعزيز الموارد الطبيعية والقروية مع الحفاظ عليها، كما يرمي البرنامج إلى توفير مرافق سياحية راقية تحافظ على البيئة؛

-التراث والموروث التاريخي الذي يهدف إلى تعزيز الهوية الثقافية للمغرب، وكخطوة أولى سيتم إنشاء متحفين كبيرين متحف إفريقيا بطنجة، متحف تاريخ المغرب بمكناس؛

-برنامج السياحة الداخلية "بلادي" الذي من شأنه أن يساعد على تلبية تطلعات المغاربة من خلال تقديم منتوج مناسب، كما تتضمن أيضا رؤية"2020" برنامجا وطنيا للابتكار والتنافسية يتمحور حول دعم محدد للمقاولات السياحية الصغرى والمتوسطة؛

-المآوى السياحية ذات القيمة العالية ويهدف هذا البرنامج إلى جعل المغرب وجهة دولية جديدة للسياحة الصحية والترفيهية، وذلك باستقطاب سياحة الأعمال، وهذا بتشييد مراكز المؤتمرات وفضاء للمعارض، وتمثل حديقة العرض العالمية لمراكش وحديقة العرض لطنجة المشاريع الرئيسية الأولى لهذا البرنامج؛

-التنشيط والترفيه يهدف إلى إنشاء حدائق ترفيهية مستوحاة من أكبر المراجع العالمية في الترفيه، كمحطة السينما المرتقبة **بورزازات**، خلق حديقة موضوعاتية بمراكش حول ثقافة المغرب على شكل مركب مصغر.

[1] _ وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي، المخطط الأزرق 2020، الأوراش الكبرى للسياحة، على الموقع الالكتروني: http www.tourisme.gov.ma/ar

المبحث الثالث: دراسة مقارنة عن مساهمة القطاع السياحي في اقتصاد كل من الجزائر، تونس والمغرب

يظهر الدور الكبير والأهمية المعتبرة لقطاع السياحة في تحقيق التنويع الاقتصادي، من خلال مساهمتها الإيجابية في كل من الناتج المحلي الإجمالي، معالجة مشكل البطالة وتوفير مناصب الشغل وتحسين ميزان المدفوعات، وهذا ما سنعرضه في هذا المبحث لكل من دول الجزائر، تونس والمغرب.

المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي

يعتبر قطاع السياحة من القطاعات المكونة للناتج المحلي الإجمالي، وبشكل ملحوظ في عدد من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء. وتشير إحصائيات منظمة السياحة العالمية إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى 10%.

أولا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي

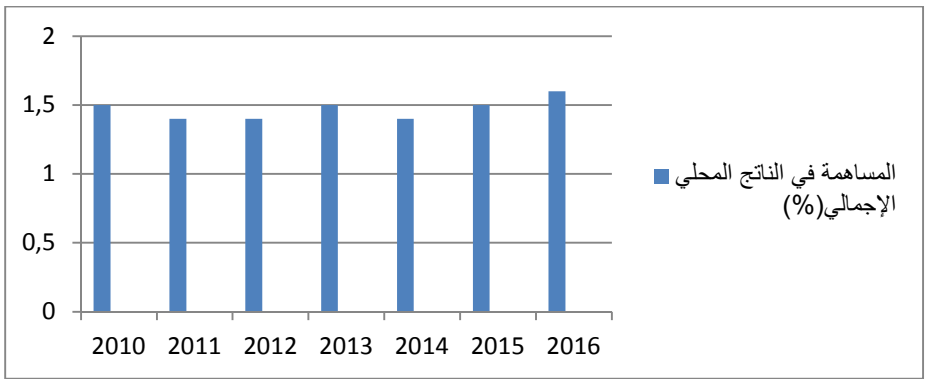
الجدول (3-16): مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر للفترة (2010 -2016)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
المساهمة (مليار دينار جزائري)	987.4	951	981.1	1058.3	1020.8	1098.4	1142.5
نسبة المساهمة %	1.5	1.4	1.4	1.5	1.4	1.5	1.6

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات وزارة السياحة والصناعات التقليدية. على الموقع الالكتروني:
http :www.mta.gov.dz

من خلال الجدول نلاحظ أن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر لفترة الدراسة جد ضعيفة، حيث في سنة 2016 سجلت أعلى قيمة (1142.5 مليار دينار جزائري وأقل قيمة بـ 951 مليار دينار جزائري سنة 2011، ولم تعرف مساهمة كبيرة، وللتوضيح أكثر نستعين برسم بياني يمثل لنا نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي.

الشكل (3-1): نسبة مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر للفترة (2010- 2016)



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على معطيات الجدول السابق.

من خلال الرسم البياني نلاحظ أن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للفترة (2010- 2016) أخذت نسبا ضعيفة، حيث لم تتجاوز نسبته في المتوسط 1.5%، وقد سجلت أعلى نسبة سنة 2016 بـ 1.6% وأدنى نسبة 1.4% سجلت خلال السنوات 2011، 2012 و2014، ويعود السبب في ذلك إلى اعتماد الجزائر على إيرادات قطاع المحروقات بشكل كلي في تحقيق التنمية الاقتصادية، وهذا ما يمنع من تسجيل تحسن في أداء القطاع السياحي. وتبقى نسبة المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي ضعيفة مقارنة بما هو مسطر في المخطط (بلوغ نسبة 3% في سنة 2015)على عكس ما كان محقق خلال نفس السنة 1.5%.

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي التونسي في الناتج المحلي الإجمالي

النمو المستمر للإيرادات السياحية يؤثر إيجابا في الناتج المحلي الإجمالي، كما يوضح الجدول التالي.

الجدول(3-17): مساهمة الإيرادات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بتونس للفترة (2010-2016)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
المساهمة (مليار دينار تونسي)	13.699	11.054	12.325	11.979	12.582	10.772	10.675
نسبة المساهمة (%)	9.93	7.73	8.70	8.44	8.76	6.65	6.57

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على:

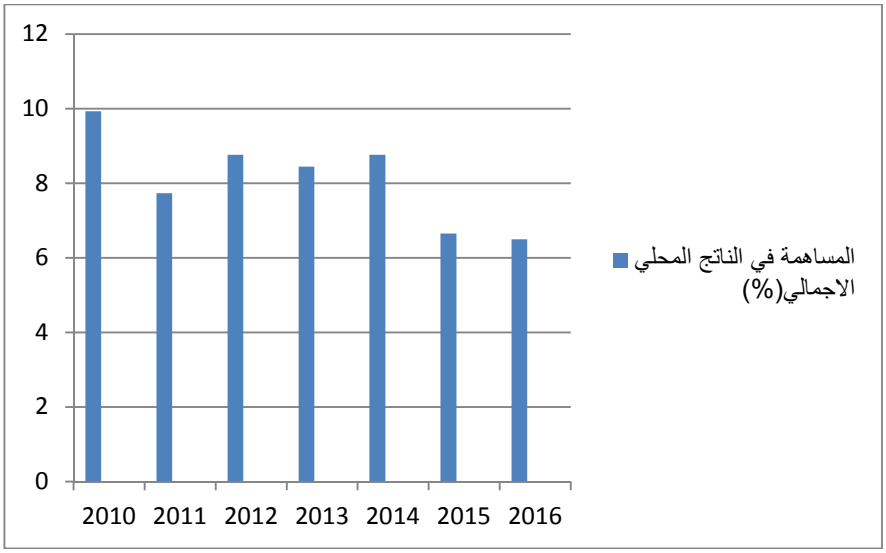
1-قاعدة بيانات العالم أطلس knoema على الموقع الإلكتروني http://ar.knoema.com/atlas

2- AbderrahmanAbdelkader ,AStandard Study of the Tourism Sector in Achieving Economic Growth in Tunisia for the period (1995-2017), journal of economics and Administrative Sciences,2019, vol.25,No.110.p 323.

نلاحظ من خلال الجدول أن المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي التونسي عرفت تغير من سنة إلى أخرى بين النمو والتدهور، فبالمقارنة مع سنة 2010 نجد أن المساهمة في تراجع وخاصة في السنتين

الأخيرتين من الدراسة، وهذا التراجع ناجم عن الظروف السياسية التي مرت بها تونس خلال فترة الدراسة. ولتوضيح مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي نقوم بتمثيل نسب المساهمة في البيان الموالي.

شكل (3-2): نسبة مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في تونس للفترة (2010-2016)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول السابق

الملاحظ من الشكل أن نسبة المساهمة المباشرة للقطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لتونس تعد ذات مستوى جيد مقارنة بمتوسط مساهمة القطاع السياحي العالمي، إذ ساهم سنة 2010 بنسبة فاقت 9% من إجمالي الناتج المحلي التونسي وهي تمثل أكبر قيمة خلال الفترة المدروسة، بالرغم من هذه النتائج الايجابية إلا أن مردود القطاع السياحي التونسي عرف تراجعا في بعض الفترات إذ وصلت مساهمته سنة 2011 إلى 7.73 %، وهذا يعود إلى بعض التحركات الاجتماعية المتمثلة في الثورة التونسية وما نجم عنها من أعمال عنف مما أدى إلى نزوح السياح، غير أن القطاع السياحي استطاع استرجاع قوته في فترة وجيزة، فقد بلغت نسبة مساهمته سنة 2014 حوالي 8.76 %، إلا أن هذه النسبة سرعان ما تراجعت ففي سنتي 2015 و2016 انخفضت هذه النسبة إلى حدود 6%، لكن تبقى التجربة التونسية رائدة نتيجة لما تحظى به من أهمية بالغة وأولويات في استراتيجيات التنمية للبلد سواء من طرف الدولة أو الخواص، كونها أكبر قطاع يساهم في جلب العملة الصعبة.

ثالثا: مساهمة القطاع السياحي المغربي في الناتج المحلي الإجمالي

تحتل صناعة السياحة مكانة مهمة ومرموقة في البنية الاقتصادية للمغرب باعتبارها تشارك بشكل كبير وبطريقة مباشرة في خلق الثروة، والجدول الموالي يوضح مساهمة القطاع في الناتج المحلي الإجمالي.

الجدول(3-18): مساهمة الإيرادات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي بالمغرب للفترة (2010-2016).

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
المساهمة(مليار دولار أمريكي)	7.27	7.80	8.75	7.52	7.74	7.73	7.88
نسبة المساهمة (%)	8.76	8.93	8.72	7.98	8.02	7.66	7.60

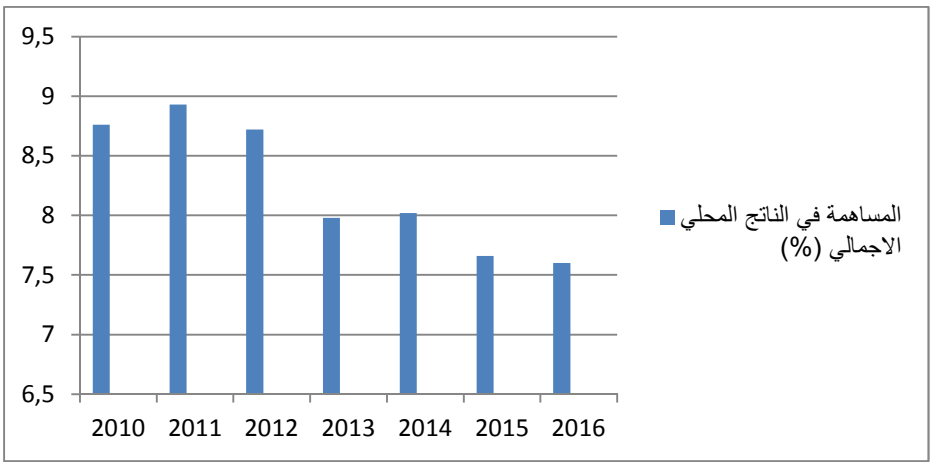
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على:

1- قاعدة بيانات العالم أطلس knoema على الموقع الإلكتروني: http://ar.knoema.com/atlas

2- لوصادي فاطمة الزهراء، قويدر التومي إيمان، **الصناعة السياحية كخيار للتنويع من اجل تنمية مستدامة دراسة حالة المغرب**، ملتقى دولي حول إستراتيجية تطوير القطاع الصناعي في إطار تفعيل برنامج التنويع الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة علي لونيس-البليدة 2-الجزائر، يومي 06 و07 نوفمبر، 2018، ص12.

من خلال الجدول نلاحظ أن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي المغربي، تختلف من سنة إلى أخرى لكن في مجال ضيق إذ لم تتعد هذه المساهمة ما قيمته 8.75 مليار دولار أمريكي ولم تقل عن 7.27مليار دولار أمريكي (أي المساهمة في فترة الدراسة محصورة في المجال [7.27 8.75])، ولتبيان نسب المساهمة بصورة أوضح نقوم بترجمة نسب الجدول إلى المنحنى البياني التالي.

شكل (3-3): نسبة مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في المغرب خلال الفترة (2010-2016)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول السابق

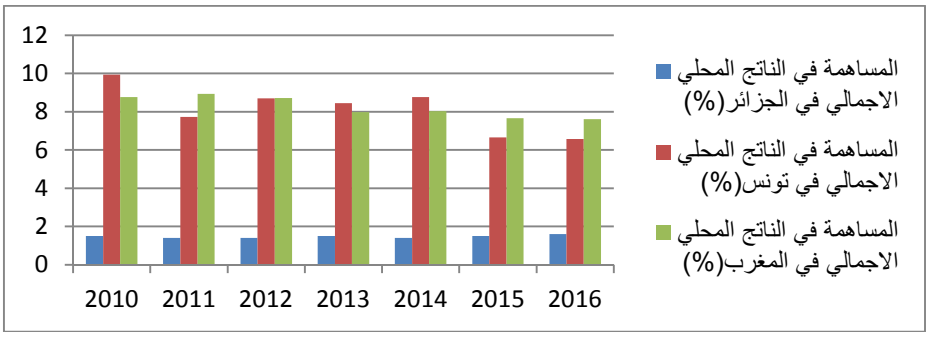
يمكن تقسيم الشكل إلى مرحلتين بناء على نسب مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي، الفترة الأولى (2010 -2012)حيث كانت المساهمة تقريبا في حدود 9 %ولا تقل عن 8%، بلغت ذروتها في سنة 2011 لتصل إلى 8.93% ما يعادل 7.80مليار دولار أمريكي، أما المرحلة الثانية

(2013-2016) حيث كانت نسبة المساهمة محصورة بين 8% و7% ، ففي سنة 2014 بلغت نسبة المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي 8.02% أي ما يعادل 7.74 مليار دولار أمريكي و 58.25 مليار درهم مغربي، حسب ما جاء به تقرير المجلس العالمي للسياحة والسفر(wttc)،[1] أما في السنتين الأخيرتين 2015، 2016 فقد سجلت نسبة المساهمة تراجعا لتصل إلى 7.60 %، لكن بالرغم من هذا فإن القطاع السياحي المغربي يؤدي دورا مهما وبارزا في الناتج المحلي الإجمالي، وبالتالي المساهمة في التنمية الاقتصادية، هذا ما يعكس درجة الاهتمام والأولوية التي يحظى بها قطاع السياحة ضمن استراتيجيات التنمية، والجهود المبذولة من طرف الدولة لترقية قطاع السياحة والنهوض به.

رابعا: مقارنة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لكل من الجزائر، تونس والمغرب

تختلف مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي من بلد إلى آخر حسب أهمية وحجم القطاع في الاقتصاد الوطني لذلك البلد، والشكل الموالي يبين مقارنة ذلك للدول الثلاثة.

الشكل (3-4): مقارنة نسب مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي لكل من الجزائر، تونس والمغرب



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعطيات السابقة

من خلال الشكل يتبين لنا أن نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تختلف من بلد لآخر، حيث عرفت تونس أكبر نسبة مساهمة سنة 2010 والتي فاقت نسبة 9 %، وهذا نتيجة لكون المنتج السياحي التونسي قادر على المنافسة في الخارج نظرا لما تقدمه تونس من خدمات سياحية رفيعة المستوى ذات معايير عالمية، لتليها المغرب بنسبة 8.93% سنة 2011 وهذه النسب قريبة جدا من المعدل العالمي حيث تساهم السياحة الدولية بـ10.01% في الناتج المحلي الإجمالي العالمي[2] خلال سنة 2016، أما بالنسبة للجزائر فقد سجلت نسب مساهمة ضعيفة جدا مقارنة بنظيرتيها تونس والمغرب، فلم تتجاوز نسبة مساهمة قطاع السياحة الجزائري في الناتج المحلي الإجمالي نسبة 1.6% فالمنتج السياحي الجزائري لا يزال بعيدا عن المنافسة، إذا فإن هذه النتائج تعكس لنا دور القطاع السياحي لكل دولة، كما تدل على درجة الاهتمام والأولويات التي يحظى بها القطاع ضمن الإستراتيجيات التنموية، ومدى الجهود المبذولة من طرف تونس والمغرب لترقية القطاع السياحي وجعله رافعة للتنمية السياحية للمساهمة في التنويع الاقتصادي، بالرغم

[1] http://www.wttc.org/datagateway/,05/06/2019, 15h21.
[2] _ World Travel and Tourism Council Data,2016

من أن الجزائر تتوفر على مقومات سياحية تؤهلها أن تنافس دوليا، إلا أن هذا القطاع غير مستغل بصورة كبيرة، ومن جهة أخرى ينبغي الإشارة إلى بقاء هيمنة قطاع المحروقات على تشكيل الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى عدم الاهتمام الكافي بالسياحة من طرف السلطات العمومية.

المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في التشغيل

يمثل قطاع السياحة مصدرا رئيسيا للتوظيف والتشغيل، ويوصف بأنه قطاع كثيف العمالة، حيث يستوعب أكثر من 283 شخص على المستوى العالمي حسب تقديرات المجلس العالمي للسياحة والسفر 2015، وبناء عليه فإن التنمية السياحية تعد ضرورة ومخرجا لمعالجة أزمة البطالة في بلدان المغرب العربي، ويتبين ذلك من خلال إحصائيات التشغيل في قطاع السياحة في كل من الجزائر، تونس والمغرب.

أولا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التشغيل

سوف نبين في الجدول الموالي مدى مساهمة القطاع السياحي في الجزائر في توفير مناصب الشغل.

الجدول(3- 19): مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التشغيل خلال الفترة (2010- 2016)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
عدد العاملين في قطاع السياحة	213000	220000	224028	256775	261289	327500	348720
النسبة من إجمالي العمالة (%)	3.1	3.3	3.3	3.2	3.2	3.1	3.3

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إحصائيات الديوان الوطني للإحصائيات. على الموقع الالكتروني:
http://www.ons.dz

يظهر في الجدول أعلاه بأن العمالة في قطاع السياحة في الجزائر تتزايد أعدادها تدريجيا خلال الفترة (2010-2016)، حيث بلغ عدد العمال 213000 عامل سنة 2010 ليصل إلى 348720 عامل سنة 2016، ما يعني أن عدد العمال في القطاع السياحي في هذه الفترة (2010-2016) قد تزايد ب 135720 عامل، وهذا الأخير رقم ضئيل وضعيف إذا ما قورن بالمقومات السياحية في الجزائر والإمكانيات الضخمة المخصصة لتطوير هذا القطاع واعتباره أحسن بديل للقطاع الريعي، حيث أن نسبة مساهمة قطاع السياحة في العمالة لم تتجاوز 3.3% خلال فترة الدراسة، بالإضافة إلى أنه لم يصل إلى الهدف المنشود وفق الخطة الإستراتيجية للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية" SDAT2025" وهو تحقيق 400000 منصب شغل في سنة 2015.

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي التونسي في التشغيل

الجدول الموالي يبن مساهمة السياحة في التشغيل لدولة تونس.

جدول (3-20): مساهمة القطاع السياحي التونسي في التشغيل خلال الفترة (2010-2016)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
المساهمة(ألف عامل)	294.226	226.968	255.458	250.112	268.338	209.442	210.160
النسبة من إجمالي العمالة (%)	7.6	5.8	6.5	6.3	6.6	6.2	6.3

Source : AbderrahmanAbdelkader ,AStandard Study of the Tourism Sector in Achieving Economic Growth in Tunisia for the period (1995-2017), journal of economics and Administrative Sciences,2019, vol.25,No.110.

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد فرص العمل المتاحة في القطاع السياحي التونسي خلال للفترة (2010-2016) متذبذب، حيث حقق القطاع أعلى مساهمة في خلق مناصب الشغل سنة 2010، إلا أنها انخفضت بشكل كبير بداية من سنة 2011 لتصل إلى 226.968 ألف عامل، وهذا بسبب الاضطرابات السياسية والعسكرية التي عرفتها تونس في تلك الفترة، كما نلاحظ أن عدد المناصب قد ارتفع بعد ذلك ليصل إلى 268.338 ألف منصب، وعليه فللسياحة التونسية مساهمة في العمالة الإجمالية إذ وصلت النسبة إلى 7.6%، 6.6 % وهذا دليل على مدى نجاعة استراتيجيات السياحة التونسية، فتوفير مناصب الشغل في القطاع السياحي يعتمد على مدى أهمية تنويع وتطوير العرض السياحي، إلى جانب حركة السياحة في البلد، إلا أنها عاودت الانخفاض في السنتين الأخيرة لفترة الدراسة وهذا راجع للظروف الأمنية التي عاشتها تونس خلال تلك الفترة.

ثالثا: مساهمة القطاع السياحي المغربي في التشغيل

يوفر قطاع السياحة المغربي مناصب شغل عديدة، سواء في المطاعم، الفنادق، الوكالات السياحية وغيرها من أماكن العمل التي يشملها النشاط السياحي، من خلال الجدول الموالي.

جدول (3-21): مساهمة القطاع السياحي المغربي في التشغيل خلال الفترة (2010-2016)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
المساهمة(ألف عامل)	449.283	467.283	459.283	499.283	694.283	701.000	_
النسبة من إجمالي العمالة (%)	7.8	7.9	7.6	7.7	7.8	7.9	_

Source: http://www.observatoire du tourisme. Maroc, 07/06/2019, 13h33.

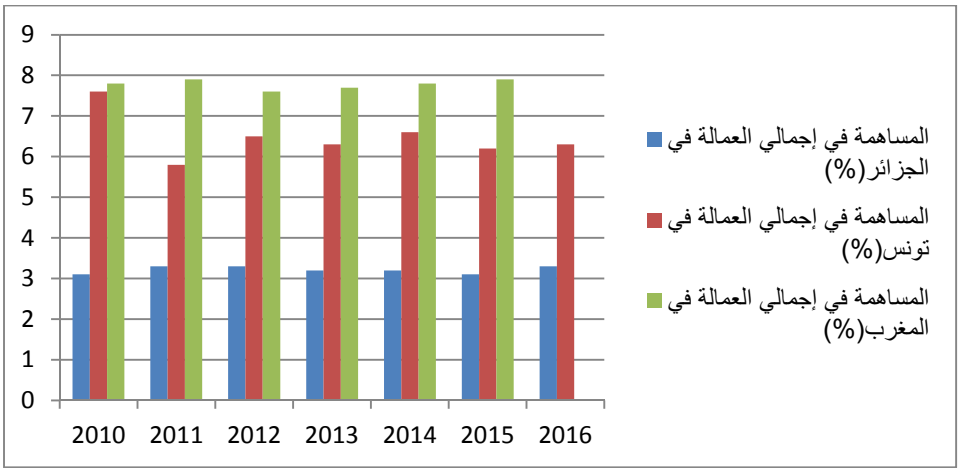
نلاحظ أنه خلال فترة الدراسة الموجودة في الجدول من(2010-2016)، كانت مساهمة القطاع السياحي المغربي في التشغيل في تزايد مستمر، وهذه الزيادة معتبرة وملحوظة خصوصا في سنتي 2013 و2014 حيث قدرت الزيادة في سنة 2013 بـ 20ألف عامل، و 195ألف عامل سنة 2014، لتصل نسبة المساهمة في العمالة الإجمالية 7.8 %، أما بالنسبة لسنة 2015 فقد استطاع قطاع السياحة تحقيق مساهمة

في خلق مناصب الشغل وتوظيف عمال بقدر 701000 عامل وهو أكثر مما كان مستهدف (645147 عامل) ضمن إستراتيجية رؤية 2020، حيث بلغت نسبة مساهمة القطاع في العمالة الإجمالية 7.9%.

رابعا: مقارنة مساهمة القطاع السياحي في التشغيل لكل من الجزائر، تونس والمغرب

الشكل الموالي يبين مدى اختلاف قدرة قطاع السياحة في خلق مناصب العمل في الجزائر، تونس والمغرب.

الشكل (3-5): مقارنة نسب مساهمة القطاع السياحي في التشغيل لكل من (الجزائر، تونس والمغرب)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات السابقة

من خلال النظرة الأولى إلى الشكل نلاحظ أن المغرب تحتل المرتبة الأولى في التشغيل، ثم تليها تونس لتحتل الجزائر المرتبة الأخيرة، فنسبة مساهمة قطاع السياحة في إجمالي العمالة كانت ضعيفة جدا مقارنة مع مثيلاتها، (تتراوح بين 3.1% و3.3% خلال فترة الدراسة)، هذا رغم الاستثمارات الكبيرة التي تضمنها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، إلا أنها مازالت ضعيفة، على عكس تونس فبالرغم من الظروف الصعبة (الأوضاع الأمنية) التي يمر بها قطاعها السياحي، إلا أنها لم تنقص من الدور الحيوي الذي يلعبه القطاع في توفير مناصب الشغل، هذا ما يدل على اهتمام الدولة بالقطاع ونجاعة إستراتيجيتها، إذ وصلت نسب المساهمة في إجمالي العمالة بتونس إلى 7.6% و6.6% خلال فترة الدراسة، في حين نجد أن القطاع السياحي المغربي قد وصلت نسبة مساهمته في إجمالي العمالة إلى7.9% سنتي 2011 و2015، ولقد سجلت هذه الزيادة نظرا لزيادة توافد السياح إلى المغرب، كما يتوقع أن تصل هذه النسبة إلى 8.2 % كما هو مخطط له ضمن الإستراتيجية المغربية خلال سنة 2020، وعليه نقول أن الاقتصاد المغربي يلعب دورا حيويا في توفير فرص العمل.

المطلب الثالث: مساهمة القطاع السياحي في ميزان المدفوعات

تتضح أهمية قطاع السياحة في تحسين ميزان المدفوعات من خلال رصيد الميزان التجاري السياحي الذي يمثل الفرق بين مداخيل السياحة القادمة ونفقات السياحة العكسية (سياحة المواطنين خارج بلدهم).

أولا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في ميزان المدفوعات

يتم من خلال ما حققته أرصدة الميزان السياحي التجاري الجزائري للفترة (2010- 2016) في الجدول التالي.

الجدول (3-22): تطور رصيد الميزان السياحي الجزائري خلال الفترة (2010- 2016)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الرصيد (آلاف الدولارات)	350-	271-	270-	156-	265-	92.5-	54.8-

المصدر: ساعد بوراوي، **تأثير الاستثمار الأجنبي المباشر على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) -دراسة مقارنة-**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2017، ص219.

نلاحظ من الجدول أن رصيد الميزان السياحي في الجزائر قد سجل عجزا هيكليا متواصلا خلال السنوات(2010-2016)، وهذا يدل على أن النفقات السياحية التي يصرفها المقيمون الجزائريون في الخارج أكبر من العائدات السياحية الناتجة عن السياحة الدولية الوافدة، وهو ما يؤثر سلبا على ميزان المدفوعات، ويؤدي إلى تقلص الموارد من العملات الأجنبية، والسبب في ذلك انخفاض عدد الوافدين الأجانب إلى الجزائر، بالإضافة إلى ارتفاع السياحة العكسية (نحو الخارج بدلا من السياحة الداخلية)، ضف إلى ذلك انخفاض متوسط الإنفاق السياحي للزائر، هذه العوامل مجتمعة أثرت في ميزان السياحة الذي أظهر رصيدا سالبا على مدى فترة الدراسة، أما بالنسبة لسنتي 2015،2016 فنلاحظ أنه هناك تحسنا طفيفا في الميزان السياحي التجاري .

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي التونسي في ميزان المدفوعات

يتم من خلال ما حققته أرصدة الميزان السياحي التجاري التونسي للفترة(2010- 2016) في الجدول التالي.

الجدول (3- 23): تطور رصيد الميزان السياحي التونسي خلال الفترة (2010- 2016)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الرصيد (آلاف الدولارات)	2866+	1851+	2258+	2095+	2361+	1102+	883+

المصدر: ساعد بوراوي، **تأثير الاستثمار الأجنبي المباشر على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) -دراسة مقارنة-**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2017، ص219.

من خلال الجدول نلاحظ أن تونس قد سجل الميزان السياحي لها رصيدا إيجابيا خلال الفترة (2010- 2016)، وكان أحسن أداء سجله سنة 2010 بمبلغ 2866 مليار دولار، وابتداء من عام 2011 عرفت النتائج المسجلة اتجاها هبوطيا بسبب الأوضاع الأمنية غير المستقرة (الربيع العربي) التي شهدتها

تونس، ما أضرت بالصناعة السياحية وأدت إلى تراجع عدد السياح وانخفاض العائدات السياحية بشكل مباشر، لكن بالرغم من ذلك إلا أن رصيد الميزان السياحي قد حافظ على تحقيق أرصدة موجبة ما أبقى التأثير موجبا في ميزان المدفوعات.

ثالثا: مساهمة القطاع السياحي المغربي في ميزان المدفوعات

ويتم من خلال ما حققته أرصدة الميزان السياحي التجاري المغربي للفترة (2010-2016) في الجدول التالي.

الجدول (3- 24): تطور رصيد الميزان السياحي المغربي خلال الفترة (2010- 2016)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الرصيد (آلاف الدولارات)	+6279	+6841	+6396	+6199	+5630	6630+	-

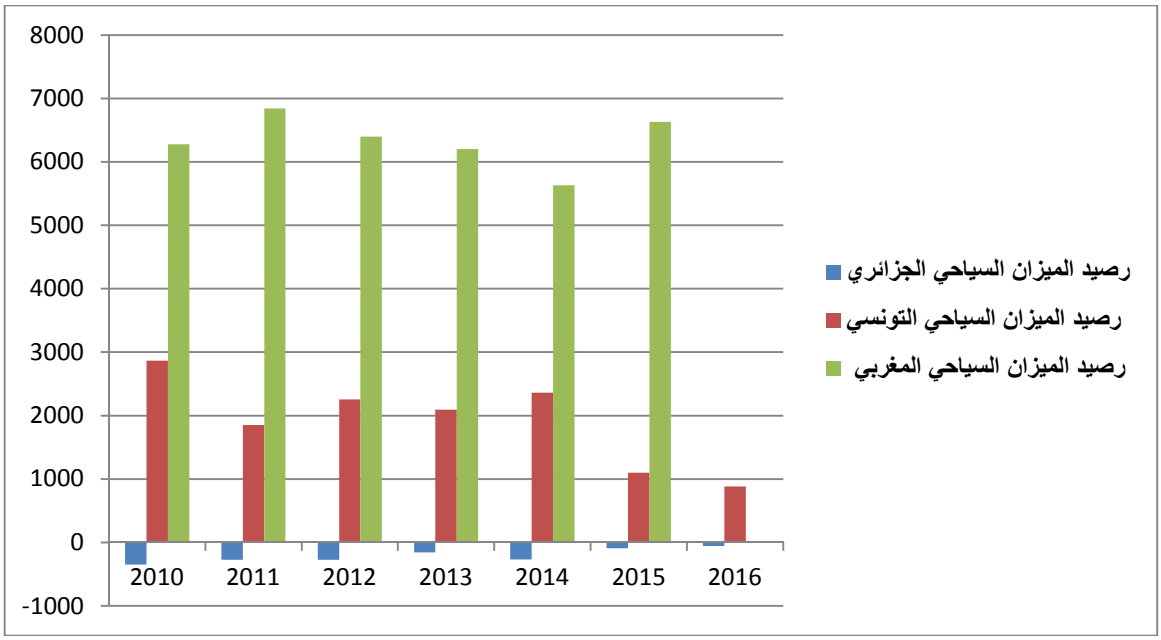
المصدر: ساعد بوراوي، **تأثير الاستثمار الأجنبي المباشر على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس والمغرب) –دراسة مقارنة-**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، تخصص اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2017، ص219.

من خلال الجدول نلاحظ أن الميزان السياحي المغربي حقق فائضا خلال الفترة (2010- 2016)، بفضل إيرادات السياحة الوافدة والتي فاقت بكثير مدفوعات السياحة العكسية، وعلى الرغم من تحقيق رصيد إيجابي في الميزان السياحي على مدار فترة الدراسة، غير انه يتجه نحو الانخفاض بشكل تدريجي، بسبب تراجع الإيرادات السياحية المحققة سنويا، غير أنه سرعان ما عاد إلى الارتفاع سنة 2015، ونلاحظ أيضا أن الميزان قد سجل أعلى نسبة سنة 2011 ب 6841 مليار دولار، وهي أعلى نسبة حققت خلال فترة الدراسة (2010- 2016).

رابعا: مقارنة مساهمة القطاع السياحي في ميزان المدفوعات لكل من (الجزائر، تونس والمغرب)

لتسهيل دراسة المقارنة بين الدول الثلاث قمنا بترجمة أرصدة الميزان السياحي التجاري لكل دولة في شكل أعمدة بيانية من خلال الشكل الموالي.

الشكل (3-6): مقارنة رصيد الميزان السياحي لكل من (الجزائر، تونس والمغرب)



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعطيات السابقة

من خلال ملاحظة الشكل يظهر لنا تباين كبير في رصيد الميزان السياحي خلال الفترة المدروسة، وهذا التباين يبين لنا مدى مساهمة وتأثير هذا الأخير في ميزان المدفوعات، فبالنسبة لأرصدة الميزان السياحي الجزائري قد كانت سالبة طوال فترة الدراسة ما يعني أن تأثيره في ميزان المدفوعات قد كان سلبيا ولم يحقق نتائج ايجابية في تحسينه، فتحقيق الإيرادات السياحية بالنقد الأجنبي لم يغطي كل نفقاتها السياحية، أما تونس بالرغم من اتخاذ أرصدة الميزان السياحي التجاري اتجاها هبوطيا، إلا أن ذلك قد ساهم مساهمة ايجابية في حصيلة ميزان المدفوعات وتغطية العجز من خلال الأرصدة الايجابية المحققة سنويا في الميزان السياحي، أما بخصوص المغرب فقد احتلت الصدارة في كون أرصدة ميزانها السياحي موجبة وحققت أضعاف ما حققته تونس، وهذا ما يعود على ميزان مدفوعاتها بالإيجاب وهو ما يؤدي إلى تحقيق تنمية اقتصادية، ويرجع سبب كل ما حققته تونس والمغرب إلى الاستراتيجيات الجيدة لكل منهما بالإضافة إلى الاهتمام بهذا القطاع.

خلاصة الفصل الثالث:

تتمتع كل من الجزائر، تونس والمغرب بإمكانيات معتبرة (طبيعية، تاريخية ومادية) لتطوير السياحة وولوج مراتب مهمة ضمن مؤشرات تنافسية السياحة العالمية، وتسعى كل دولة إلى تجسيد إستراتيجيتها

السياحية من خلال خطة عمل تهدف إلى تحقيق الأهداف المسطرة، وذلك من خلال العمل على تأسيس منتجات سياحية بالمواصفات اللازمة (كما ونوعا)، وفي هذا السياق فقد أثبتت النتائج أن الجزائر بعيدة كل البعد عن التطور الحاصل في مجال السياحة بالنسبة لدول الجوار، وإن هذه الوضعية التي آلت إليها تثير العديد من التساؤلات، فرغم أن الجزائر تتوفر على مؤهلات سياحية معتبرة إلا أنها لم تتمكن من تحقيق ما حققه كل من المغرب وتونس، فلقد قامت دول الجوار بصقل إمكانياتها السياحية الهائلة وتحويلها إلى منتوج سياحي تتضافر العديد من العوامل في تقديمه، فرغم تعاقب الإستراتيجيات السياحية من فترة إلى أخرى، ورغم رصد أموال معتبرة للدراسات والتهيئة السياحية التي خص بها المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2025 إلا أن مساهمة القطاع لم تحقق الأهداف المرجوة، ويتجلى ذلك في ضعف مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى محدودية قدرة القطاع على خلق مناصب الشغل، على عكس المغرب وتونس اللتين نجحتا في ترقية القطاع السياحي، ومن أهم عوامل نجاحهما اعتماد إستراتيجيات مجدية وتخصيص جهد كبير من أجل تنمية القطاع السياحي، وهذا بدا واضحا من خلال مساهمة القطاع السياحي لكل من تونس والمغرب في التنمية الاقتصادية (مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي، توفير مناصب الشغل، ميزان سياحي إيجابي).

وبما أن السياسة الناجحة هي التي تنتقل من استراتيجيات مدروسة وهادفة، فإنه لابد من البحث عن الوسائل الفعالة والآليات التي تساعد على استغلال الموارد والمقومات السياحية أحسن استغلال، بشكل يسمح بتطوير القطاع السياحي وجعله قطاعا فعالا يساهم في التنويع الاقتصادي بشكل أكثر.

الخاتمـــــة

تعد السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة، كون أن اقتصاديات الكثير من الدول تقوم عليها من خلال المكانة التي وصلت إليها كصناعة قائمة بذاتها، إذ يتميز مردودها المادي بأنه متفرع ومتشعب تستفيد منه مختلف الأنشطة سواء اقتصادية، اجتماعية، سياسية، ثقافية أو بيئية، لذا تسعى معظم الدول بقوة إلى تنمية وترقية هذا القطاع، مسخرة لذلك جميع ما تمتلكه من مقومات طبيعية، حضارية، ومادية (خدماتية). وللنشاط السياحي دور كبير في زيادة النمو الاقتصادي، وذلك بضخ المزيد من العملة الصعبة في شرايين الاقتصاد، خلق فرص عمل جديدة وغيرها، إذ لا يمكن لأي بلد أن يهمل هذا القطاع خاصة في ظل ما تشهده القطاعات المنتجة التقليدية من ركود.

وعليه فإن تنويع الاقتصاد والموارد على الصعيد المحلي أصبح ضرورة لابد منها، فبإمكان أي دولة أن تجد بديلا استراتيجيا يمكنها من الخروج من التبعية الاقتصادية لمورد دخل وحيد، لذلك يعتبر القطاع السياحي كبديل هام للأنشطة الاقتصادية التقليدية لما يلعبه من دور هام في زيادة الناتج المحلي، وتوفير فرص التوظيف، إضافة إلى تحسين ميزان المدفوعات...

فبالنسبة لدول المقارنة الجزائر، تونس والمغرب فهي تمتلك من المقومات السياحية ما يؤهلها للوصول إلى مصاف الوجهات السياحية الأولى في العالم، إلا أن قطاعها السياحي متفاوت، حيث أن كل من تونس والمغرب حققتا نسبة هامة من التطور في هذا المجال، حتى أصبح القطاع السياحي يمثل محركا للنمو الاقتصادي من خلال مساهمته في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي، ومصدرا مهما للعملة الصعبة، بالإضافة إلى مساهمته الفعالة في التشغيل، غير أن الجزائر على عكس الدول المجاورة لم تنجح في النهوض بالنشاط السياحي وفشلت في جعله بديلا للاقتصاد الريعي، وذلك رغم الإستراتيجية الوطنية المعتمدة لتطوير القطاع، وترجع الأسباب في ذلك إلى عدة عوامل منها غياب الجدية والفعالية في تنفيذ برامج الإستراتيجية، هيمنة قطاع المحروقات، بالإضافة إلى عدم اهتمام الدولة بقطاع السياحة وإهماله في مختلف برامج التنمية الاقتصادية، وعلى العموم فإن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي تم تنفيذه منذ 2008 يعبر عن الرغبة الحقيقية من قبل السلطات العمومية للنهوض بهذا القطاع وإعطائه الأهمية التي يستحقها بجعله واحدا من القطاعات الاقتصادية التي يعول عليها في التوجه نحو تنويع مصادر النمو والثروة في الاقتصاد الوطني. وعليه فإن ترقية القطاع السياحي يمكن أن تكون مدخلا مناسبا لتحقيق التنويع الاقتصادي.

- **نتائج اختبار الفرضيات:** توصلنا بعد اختبار الفرضيات إلى النتائج التالية:

فيما يتعلق **بالفرضية الأولى** والتي فحواها " يلعب قطاع السياحة دور مهم في عملية التنمية الاقتصادية وإهماله يؤدي إلى ضعف الاقتصاد الوطني." قد تحققت الفرضية، فمن خلال الدراسة تبين لنا ما مدى أهمية قطاع السياحة في تطوير اقتصاديات الكثير من الدول، من خلال تحقيق زيادة في الدخل الوطني، خلق مناصب عمل وتحسين ميزان المدفوعات وغيرها.

أما بالنسبة **للفرضية الثانية** والتي نصها " القطاع السياحي بديل استراتيجي لتحقيق التنويع الاقتصادي " فتحققت بشكل تام، إذ وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة بديلا إستراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن لها تحقيق التنويع الاقتصادي، نظرا لكون هذا القطاع يدر إيرادات مالية كبيرة خاصة بالعملة الصعبة، توفير مناصب الشغل، تحسين ميزان المدفوعات و زيادة الناتج المحلي...

وأخيرا **الفرضية الثالثة** والتي مضمونها " تمتلك الجزائر، تونس والمغرب إمكانيات سياحية تمكنها من النهوض بقطاعها السياحي، بغية ترقيته وتحقيق التنويع الاقتصادي وفقا لاستراتيجيات التنمية السياحية."

الجزء الأول من الفرضية محقق تماما فكل دولة من دول المقارنة تملك مقومات سياحية هامة تجعلها بلد سياحي بامتياز، أما الجزء الثاني فهو محقق نسبيا فالجزائر بالرغم من امتلاكها لمقومات سياحية هائلة، ووضعها إستراتيجية سياحية (SDAT2025) إلا أنها لم تحقق الأهداف المرجوة، ويظهر هذا جليا من خلال ما حققته من مساهمة في الناتج المحلي الإجمالي 1.5% سنة 2015 في حين أن المخطط له 3%، بالإضافة إلى محدودية قدرة القطاع على خلق مناصب الشغل، وعجز الميزان السياحي، في حين أن تونس والمغرب تمكنتا من صقل هذه الإمكانيات السياحية واستغلالها في تحقيق الأهداف المرجوة ضمن إستراتيجيتيهما (مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي، توفير مناصب الشغل، ميزان سياحي إيجابي)، لذلك فإن امتلاك مقومات ووضع استراتيجيات للتنمية السياحية ليس كفيل وحده لتحقيق تنويع اقتصادي.

- **نتائج الدراسة:**

من خلال الدراسة تم التوصل إلى جملة من النتائج تتمثل فيما يلي:

-تعتبر السياحة صناعة واعدة إن وفرت لها الإمكانيات اللازمة من بنى تحتية ومنشآت تخص القطاع والخدمات الأساسية المساعدة على قيام هذا النشاط؛

-إن التنمية المستدامة للقطاع السياحي لا يجب أن تقوم على العفوية ولكن يلزمها تخطيط محكم من طرف الهيئات السياحية، من أجل تحسين صورة سياحة والحفاظ على الثروات الطبيعية والموروثات الحضارية؛

- للسياحة آثار اقتصادية، اجتماعية وبيئية، غير أن آثارها الاقتصادية هي الأكثر وضوحا خاصة ما تعلق بمساهمتها في خلق مناصب الشغل، الدخل الوطني، تحسين ميزان المدفوعات؛

-إن التنويع الاقتصادي ضرورة حتمية من أجل التخلص من الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة، وتبعية المورد الوحيد للدخل؛

- توفر المقومات السياحية التي تعزز الصناعة السياحية غير كاف، بل لابد من الكفاءة في استخدام هذه الموارد السياحية، وهذا ما تبين من خلال دراسة تجربة كل من الجزائر، تونس والمغرب، فالجزائر بالرغم من امتلاكها إمكانيات سياحية هائلة إلا أنها لم تقم باستغلالها، على عكس تونس والمغرب؛

-إن وضع استراتيجيات للتنمية السياحية ليس كفيل وحده لتحقيق الأهداف المرجوة، إذ لابد من الفعالية في تطبيق هذه الاستراتيجيات، فبالرغم من أن الجزائر وضعت إستراتيجية من أجل ترقية قطاعها السياحي، إلا أنها لم تنجح في ذلك على عكس تونس والمغرب فقد نجحت تجربتهما السياحية نظرا للتطبيق الجيد والفعال لبرامج استراتيجيهما؛

-يعتبر العامل الأمني من المحددات الرئيسية للنشاط السياحي بوجه عام، كما أن نمو السياحة ذو درجة عالية من الحساسية لهذا العامل، وعند المقارنة لاحظنا أن تدهور الأوضاع الأمنية، وما سمي بالربيع العربي، اثر بشكل سلبي على صورة المقصد السياحي في تونس، بعدما عانت الجزائر منه خلال سنوات التسعينات من القرن الماضي، كما لم يكن لهذا العامل تأثير ذو أهمية على السياحة في المغرب نظرا للاستقرار الأمني بها نسبيا؛

– تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية بنسبة متفاوتة بالنسبة لدول المقارنة، من حيث زيادة المداخيل بالعملة الصعبة وتحسين وضعية ميزان المدفوعات، وتوفير مناصب الشغل بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، بالإضافة إلى أنها تساهم بنسب مهمة في الناتج المحلي الإجمالي، فبالنسبة للجزائر كانت مساهمة قطاعها السياحي في هذه المؤشرات ضعيفة، في حين أن القطاع السياحي لكل من تونس والمغرب ساهم في تطوير هذه المؤشرات.

- **اقتراحات الدراسة:**

بالرغم من أن قطاع السياحة أصبح من أهم القطاعات، التي بإمكانه أن يكون بديلا استراتيجيا لتحقيق التنويع الاقتصادي، إلا أن هذا القطاع في الجزائر لا يزال يواجه العديد من الصعوبات التي تمنعه حتى الآن من الوصول إلى المستوى المطلوب الذي يتناسب مع الإمكانيات الحقيقية التي تكسبها الجزائر.

ومن خلال ما سبق نقدم مجموعة من الاقتراحات كالآتي:

– ضرورة غرس ثقافة سياحية لدى المواطن الجزائري عن طريق القيام بحملات تحسيسية؛

– تشجيع وجذب رؤوس الأموال لإقامة مرافق سياحية متطورة؛

– ضرورة الاهتمام بالإمكانيات السياحية المحلية وإعطائها الأهمية اللازمة من خلال الاستغلال الأمثل، والاستفادة من تجارب الدول الناجحة في مجال السياحة وخاصة تلك التي تمتلك نفس الميزات، إذ أثبتت كل من تونس والمغرب نجاعتها في حوض المتوسط، مما جعل منهما قبلة للعديد من السياح الأجانب؛

– تحسين الخدمات الأساسية، وكذلك تكوين وتدريب العاملين في مجال السياحة عن طريق دورات تكوينية بصورة مستمرة للارتقاء بمستوى الأداء؛

– تشجيع السياحة الداخلية باعتبارها محركا للتنمية السياحية، ومحاولة جذب السياح الجزائريين نحو الداخل بتوفير نفس الإمكانات المتواجدة في مناطق الجذب السياحي الخارجي (تونس)، وذلك للتقليل من أثر السياحة العكسية على الميزان السياحي؛

– بما أن الجزائر تملك صحراء واسعة (80% من المساحة الإجمالية) فلابد من تشجيع وترويج السياحة الصحراوية كمنتج سياحي لما تتمتع به الجزائر من مزايا تنافسية مقارنة بالدول المجاورة، بالإضافة إلى الاهتمام بباقي الأنواع الأخرى للسياحة؛

– ضرورة التطبيق الفعلي والحقيقي لبرامج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، باعتباره السياسة الجديدة للسياحة الجزائرية على المدى الطويل، وتجنب الوقوع في الأخطاء السابقة.

آفاق الدراسة:

من خلال ما تم دراسته في هذه المذكرة، يمكن اقتراح بعض المواضيع التي قد تكون مكملة لهذ الدراسة أو تزيد من إثرائها النظرية والتطبيقية ويتمثل أهمها فيما يلي:

– آليات التنويع الاقتصادي في الجزائر– دراسة مقارنة القطاع الصناعي، الزراعي والسياحي–

– بدائل التنويع الاقتصادي في الجزائر – السياحة نموذجا–

– إستراتيجيات تنمية القطاع السياحي في دول المغرب العربي –دراسة تقييمية ومقارنة–

قائمة المراجـــــع

أولا: باللغة العربية

أ_ الكتـــــب

1. أحمد عارف العساف ومحمود حسين الوادي، التخطيط والتنمية الاقتصادية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011.

2. اسماعيل محمد بن قانة، اقتصاد التنمية (نظريات . نماذج . استراتيجيات)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

3. زيد منير سليمان، الاقتصاد السياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008

4. زيد منير سليمان، السياحة في الوطن العربي، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008

5. سليم محمد خنفر، علاء حسين السرابي، صناعة الفنادق إدارة ومفاهيم، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2011.

6. صلاح الدين حسن السيسي، القطاع المصرفي.. والاقتصاد الوطني القطاع المصرفي وغسيل الأموال، مكتبة الأسرة ،القاهرة، 2003.

7. عادل عبد الله العنزي، حميد عبد النبي الطائي، التسويق في إدارة الضيافة والسياحة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

8. عبد الغفور حسن كنعان المعماري، اقتصاديات الإنتاج الصناعي، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

9. عثمان محمد غنيم، ماجدة أحمد أبو زنط، التنمية المستديمة فلسفتها وأساليب تخطيطها وأدوات قياسها، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.

10.عصام حسن السعيدي، إدارة مكاتب وشركات وكلاء السياحة والسفر، دار الراية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009.

11.عصام حسن السعيدي، التسويق والترويج السياحي والفندقي دراسة للتسويق السياحي في الدول العربية، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

12.علاء إبراهيم العسالي، السياحة في الوطن العربي التاريخ–المخاطر–المهددات، دار أمجد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2016.

13.علي جدوع الشرفات، مبادئ الاقتصاد الزراعي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

14.علي جدوع الشرفات، مبادئ الاقتصاد الزراعي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

15.مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الورق للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

16.محمد الصيرفي، تنشيط المبيعات السياحية، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر، 2010.

17.محمد عبيدات، التسويق السياحي مدخل سلوكي، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، عمان، 2008.

18.مدحت القريشي، التنمية الاقتصادية نظريات وسياسات وموضوعات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

19.مروان أبو رحمة، مبادئ السياحة، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

20. مروان محمد أبو رحمة وآخرون، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

21. نعيمة أوعيل، واقع الاستثمار الأجنبي في ظل التغيرات الاقتصادية في الجزائر 1998. 2005، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2016.

22. الهادي قطش، عبد الرحمان أحمد ادريس، أطلس الجزائر والعالم، دار الهدى، عين مليلة–الجزائر–، 2009.

ب- مذكرات الماجستير ورسائل الدكتوراه:

1. بشيرة عالية، السياحة الجزائرية ودورها في كشف معوقات التنمية الاجتماعية للبناء السوسيوثقافي، رسالة ماجستير، تخصص علم الاجتماع الثقافي، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر2، 2009.

2. بن سهلة ثاني توفيق، أثر المنظومة البنكية في الجزائر في ترقية الاستثمار في القطاع السياحي، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2016.

3.بوزاهر نسرين، ترقية العرض السياحي الوطني في ظل المشاريع التنمية المستدامة للسياحة–منطقة الزيبان–، أطروحة دكتوراه، فرع نقود وتمويل، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016.

4. بوعبدلي ياسين، البدائل التنموية في الاقتصاد الجزائري خارج قطاع المحروقات–الطاقات المتجددة بديلا– أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر 3، 2017.

5. حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجيستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012.

6. خديجة عزوزي، التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانيات والأفاق– دراسة حالة ولاية قالمة، أطروحة دكتوراه، شعبة تجارة دولية وتنمية مستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8ماي 1945 قالمة، 2014.

7. رفيق بودربالة، دور القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية دراسة تحليلية مقارنة بين الجزائر والأردن، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017.

8. ريم مرزوقي، التنويع الاقتصادي كخيار استراتيجي لتحقيق التنمية المستدامة دراسة حالة التجارب الدولية خلال الفترة 1990_2015، مذكرة ماستر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، 2017.

9. زهيربوعكريف، التسويق السياحي ودوره في تفعيل قطاع السياحة- دراسة حالة الجزائر-، رسالة ماجيستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة منتوري قسنطينة، 2012.

10.ساعد بوراوي، تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب)، دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد دولي، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، 2017.

11.سماعيني نسيبة، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص إستراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية، علوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة وهران، 2014.

12.عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد تنمية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، 2004.

13.عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات(2000-2025)في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر3، 2013.

14.عيساني عبد الفتاح، دور التخطيط السياحي في ترقية الخدمات السياحية في الجزائر_دراسة حالة وكالة تيمقاد للسياحة والسفر، رسالة ماجستير، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر_باتنة_، 2015.

15.كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرع التخطيط، جامعة الجزائر، 2004.

16.ماي علي، دور التسويق في تطوير القطاع السياحي دراسة مقارنة: الجزائر، تونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص علوم تجارية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018.

17.مروان صحراوي، التسويق السياحي وأثره على الطلب السياحي حالة الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2012.

18.معطى الله خير الدين، التنمية السياحية المستدامة بين الإمكانات والآفاق دراسة حالة ولاية قالمة، أطروحة دكتوراه، تخصص تجارة دولية وتنمية مستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08ماي 1945 قالمة، 2015.

19. مفاتيح يمينة، أثر الابتكار السياحي على التمنية السياحية حالة إقليمي الأهقار بالجزائر ودوز بتونس، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تسويق استراتيجي والابتكار، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2018.

ت- الملتقيات والمؤتمرات:

1. باهي موسى، شعابنية سعاد، التنويع الاقتصادي كخيار تنموي مستدام لمواجهة " لعنة النفط " في البلدان العربية المصدرة للنفط، ملتقى وطني حول:المؤسسات الاقتصادية الجزائرية واستراتيجيات التنويع الاقتصادي في ظل انهيار أسعار النفط، يومي25و26 أفريل، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945قالمة، 2017.

2. بن يوب فاطمة، تنمية الصادرات غير النفطية كبديل للتنويع الاقتصادي في الجزائر، الملتقى الدولي : أزمة النفط سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، يومي 14و15 أكتوبر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة جامعة باجي مختار–عنابة–، 2017.

3. بوشول السعيد، ندير غنية، إستراتيجية التنويع الاقتصادي للدول المصدرة للنفط دراسة حالة المملكة العربية السعودية، ملتقى دولي حول: أزمة النفط :سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، يومي 14و15 أكتوبر، 2017.

4. بوعروج لمياء، كورتل نجاة، صناعة السياحة في الجزائر كخيار للتنويع الاقتصادي بين الامكانيات والواقع، مؤتمر دولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة "الواقع والمأمول"، يومي 30 و31 أكتوبر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، 2018.

5.خالد الخطيب، بصري ريمة، التنويع الاقتصادي كبديل استراتيجي للخروج من التبعية النفطية: دراسة قطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة 2000–2014، ملتقى دولي حول: أزمة النفط: سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة باجي مختار عنابة، يومي 14و15 أكتوبر،2017.

6. رابح حميدة ، نصرالدين ساري، السياحة الداخلية في الجزائر: تشخيص للوضع الراهن ونظرة للآفاق المستقبلية، المؤتمر الدولي الثاني حول:السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة – الواقع والمأمول –، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، يومي 30 و31 أكتوبر، 2018.

7. ريغي سارة، بلعربي محمد، دور تبني التسويق السياحي في المقاولاتية وأثره على التنويع الاقتصادي_ دراسة حالة للإقامة السياحية آغلانبارادس بغرداية، المؤتمر الدولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة "الواقع والمأمول"، يومي 30 و31 أكتوبر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، 2018.

8. صلاح زين الدين، دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر الدولي الثالث: القانون والسياحة، كلية الحقوق- جامعة طنطا-مصر، 26 و27 أفريل، 2016.

9. طبايبية سليمة ولرباع الهادي، التنويع الاقتصادي خيار استراتيجي لاستدامة التنمية، المؤتمر العلمي الدولي حول: التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة، يومي7و8 أفريل، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير- جامعة فرحات عباس- سطيف-، 2008.

10. العابد سميرة، لعراف فايزة، صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض، ملتقى وطني حول: فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، يومي 19 و20 نوفمبر، 2012.

11.عباس زهرة، رحماني مريم، التحول إلى المدن الذكية كوجهات لتحقيق لتنمية السياحية المستدامة عرض تجارب مجموعة من الدول، مؤتمر علمي دولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة-الواقع والمأمول، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، يومي 30و31 أكتوبر، 2018.

12. عباس زهرة، رحماني مريم، مؤتمر دولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة-الواقع والمأمول، يومي 30-31 أكتوبر، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، 2018.

13. فضيلة بوطورة وآخرون، دور السياحة البيئية في تحقيق التنمية المستدامة بين التجربة الأردنية والمقومات السياحية الجزائرية، المؤتمر الدولي الثاني حول:السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة – الواقع والمأمول –، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف- ميلة-، يومي 30 و31 أكتوبر، 2018.

14. قويدري محمد،إستراتيجية النمو والتنويع الاقتصادي في الدول النفطية "حالة اندونيسيا"، ملتقى دولي حول: أزمة النفط: سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي،يومي 14 و15 أكتوبر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة جامعة باجي مختار-عنابة-، 2017.

15. لجنف منيرة، معيوف هدى، دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة، مؤتمر دولي حول: السياحة كآلية للتنويع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة الواقع والمأمول، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف -ميلة، 13و14 أفريل، 2018.

16. لوصادي فاطمة الزهراء، قويدر التومي إيمان، الصناعة السياحية كخيار للتنويع من اجل تنمية مستدامة دراسة حالة المغرب، ملتقى دولي حول إستراتيجية تطوير القطاع الصناعي في إطار تفعيل برنامج التنويع الاقتصادي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة علي لونيس–البليدة 2–الجزائر، يومي 06 و07 نوفمبر، 2018.

17. مناصرية خولة، محمد خيضر، نحو اطار متكامل للتنويع الاقتصادي في الجزائر على ضوء التجربة الاماراتية، ملتقى دولي حول أزمة النفط :سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، يومي 14و15 أكتوبر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، 2017.

18. نوي حياة، بشكر إلهام، دور الاستثمارات الأجنبية المباشرة في تحقيق التنويع الاقتصادي في ماليزيا و الدروس المستخلصة منها، ملتقى دولي حول أزمة النفط: سياسات الاصلاح والتنويع الاقتصادي، يومي 14،15 أكتوبر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، 2017.

19. هواري أحلام، تجارب الدول النفطية لتنويع اقتصادياتها والدروس المستفادة لإصلاح الاقتصاد الجزائري، ملتقى دولي حول أزمة النفط: سياسات الإصلاح والتنويع الاقتصادي، يومي 14،15 أكتوبر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، 2017.

ث- المقالات والمجلات:

1. أعمر سعيد شعبان، محمد الطاهر قادري، تجربة دولية جوارية في السياحة كنموذج للمقارنة _الجزائر وتونس_، دراسات مجلة دولية علمية محكمة، العدد29، جامعة عمار ثليجي الأغواط، 2017.

2. إلياس شاهد، عبد النعيم دفرور، السياحة كمقوم للتنويع الاقتصادي في الجزائر في ظل تذبذبات أسعار النفط، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 06، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2017.

3. براجي صباح، عمران الزين، دور السياسة السياحية الجزائرية في تحقيق التنويع الاقتصادي: تحليل أثر قطاع السياحة على المؤشرات الكلية للاقتصاد الجزائري، مجلة الأفاق للدراسات الاقتصادية، العدد 4، جامعة العربي التبسي تبسة، 2018.

4. بلعما أسماء، بن عبد الفتاح دحمان، إستراتيجية التنويع الاقتصادي في الجزائر على ضوء بعض التجارب الدولية، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 01، معهد الحقوق والعلوم السياسية –المركز الجامعي تمنراست، 2018.

5. بوطلاعة محمد وبن دييش نعيمة، ميكانيزمات تفعيل التنويع الاقتصادي في الجزائر في ظل تداعيات أزمة النفط_إمكانية الاستفادة من تجارب دولية، مجلة البشائر الاقتصادية، العدد 2، جامعة طاهري محمد – بشار–، 2018.

6. حسين بن العارية، محمد مدياني، صناعة السياحة في الجزائر والمغرب –فرص وتحديات–، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد1، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، 2018.

7. حشماوي محمد، بوقلاشي عماد، الاهتمام بالمورد البشري في القطاع السياحي كمخل من مداخل تحقيق التنمية السياحية في الجزائر، مجلة المناجر، العدد 01، المدرسة التحضيرية في العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، دراية الجزائر، د س.

8. خالد راشد الخاطر، تحديات انهيار أسعار النفط والتنويع الاقتصادي في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر، 2015.

9. خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف _ الجزائر_، 2004.

10.خلوط عواطف، عيسى نبوية، أثر السياحة على النمو الاقتصادي بدول المغرب العربي (الجزائر، المغرب، تونس)، مجلة دولية علمية محكمة، العدد1، جامعة الأغواط، 2018.

11.زرموت خالد،التنويع الاقتصادي في الجزائر في ظل التحديات الراهنة، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية، العدد03، مخبر الصناعات التقليدية ،جامعة الجزائر3، 2017.

12.سمير بوختالة وآخرون، واقع وأفاق تطوير قطاع النقل في الجزائر ودوره في التنمية الاقتصادية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 6، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2017.

13.شليحي الطاهر، بن موفق زروق، المنظور الاستراتيجي لعملية التنويع الاقتصادي في الدول النامية،مجلة الحقيقة، العدد04، جامعة أحمد دراية أدرار، 2018.

14.صالح سراي ونبيل بن مرزوق، مساهمة الصناعة السياحية في التنمية الاقتصادية في الجزائر- رؤية إستراتيجية-، مجلة الباحث الاقتصادي، العدد الخامس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، 2014.

15.صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، السياحة في الجزائر بين: الواقع والمأمول، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، العدد 02، جامعة محمد الصديق بن يحي- جيجل-، 2017.

16.صلاح داود سلمان، عبد الستار عبود كاظم، دور اقتصاديات السياحة في تحقيق التنمية المستدامة(مدينة بغداد أنموذجا)، مجلة الأستاذ، العدد 4، كلية التربة ابن رشد للعلوم الإنسانية، جامعة بغداد، 2016.

17.عاطف لافي مرزوك وعباس مكي حمزة، التنويع الاقتصادي.مفهومه وأبعاده في بلدان الحليج وممكنات تحقيقه في العراق، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 31، جامعة الكوفة، 2014.

18.عيساني عامر، عيساني ربيع، التجربة السياحية (الجزائر-تونس)- دراسة تقييميه- (2001-2014)، مجلة الاقتصاد الصناعي، العدد10، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة- الحاج لخضر-، 2016.

19.نوي نبيلة، التنويع الاقتصادي والنمو المستدام في الدول النفطية -حالة الجزائر-، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد 35، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2017.

20.هواري معراج، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2004

21.يحيى سعيدي، سليم العمراوي، مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية / حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 36، كلية بغداد، 2013.

ج- المواقع الالكترونية:

1- وزارة السياحة والصناعات التقليدية، على الموقع الالكتروني : http :www.mta.gov.dz
تاريخ التصفح يوم: 18|05|2019، على الساعة: 21:00.

2- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة، الكتاب رقم 02، المخطط الاستراتيجي- الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية، 2008. على الموقع الالكتروني:

http://sudhorizons.dz/ar/2016-04-28_21-34-23/5001-2016-09-13-14-46-21

3- وزارة السياحة والنقل الجوي والصناعة التقليدية والاقتصاد الاجتماعي، المخطط الأزرق 2020، الأوراش الكبرى للسياحة، على الموقع الالكتروني : http:// www.tourisme.gov.ma/ar

4- الديوان الوطني التونسي للسياحة.على الموقع الالكتروني:

http://www.tourisme.gov.tn/ar/le-ministyore/etablissements-sous-tutelle/office-national-du-tourisme-tunisien.html

5- المجلس الاقتصادي والاجتماعي والبيئي، مشروع القانون رقم 14-80 المتعلق بالمؤسسات السياحية وأشكال الإيواء السياحي الأخرى، على الموقع الالكتروني:

6- قاعدة بيانات العالم أطلس knoema على الموقع الإلكتروني http://ar.knoema.com/atlas

7- الديوان الوطني للإحصائيات. على الموقع الالكتروني: http://www.ons.dz

8- https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%BA%D8%B1%D8%A8 . جغرافيا المغرب .visit20/05/2019. 13h15.

9- http:// www.mtg. gov.dz. 24/05/2019. 18h36.

10- www. Andi. Dz/index. Php/ar/secteur-du-tourisme. 30/05/32010, 10h54.

11- http://www.wttc.org/datagateway/. 05/06/2019. 15h21.

12- World Travel and Tourism Council Data,2016

13- http://ar.m.wikipedia.org/wiki//%D8%A9%D6%90%D9%75%D5%BA%D8%B1%D7%A8. 2019/05/24 .10h00.

14- http://www.observatoire du tourisme. Maroc. 07/06/2019. 13h33.

15- http://ar.m.wikipedia.org/wiki//%D8%A9%D6%90%D9%75%D5%BA%D8%B1%D7%A8. 2019/05/24. 10h 00.

ثانيا: باللغة الأجنبية:

A- Les Livers :

1. Christiane - Gagnon et Serge Gagnon, L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce De la conservation au développement viable des territoires, presses de l'Université du Québec, Canada, 2011.

B- Les articles et les revues

1. AbderrahmanAbdelkader ,AStandard Study of the Tourism Sector in Achieving Economic Growth in Tunisia for the period (1995-2017), journal of economics and Administrative Sciences,2019, vol.25,No.110.

2. Mohamed Nasser Hamidato, BaqaasAlssafiah, Economic diversification in Algeria, Global Journal of Economic and Business, No 2, Science Reflection (SR), 2017.

3. HazemShayah, Economic Diversification by boosting non- oil Exports (case of UAE), journal of economics, business and management, VOL 3, No7, 2015.

الملحق رقم 01: أنواع السياحة

السياحـــة الدينية

سياحة المؤتمرات

سياحة المعاقين

سياحة الغوص

السياحة الرياضية

الملحق رقم 02: المقومات السياحية في الجزائر

قسنطينة

غرداية

مناطق سياحية مختلف

جبال الأهقار بالصحراء

الملحق رقم 03: المقومات السياحية في تونس

تونس

طبرقة

الملحق رقم 04: المقومات السياحية في المغرب

قرطاج

منطقة جبلية بالمغرب