

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

دور قطاع السياحة في ترقية التجارة

الخارجية

دراسة مقارنة بين تونس والجزائر

مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر

تخصص: تجارة دولية

الأستاذ المشرف:

- معسكري سمرة

إعداد الطالبين:

- بالهزويل محمد

- قولال خيرة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

السنة الجامعية: 2017/2016

شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

"رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين"
النمل-19-

نحمد الله رب العالمين حمدا مباركا فيه كما يحب ويرضى وكما ينبغي لكرم وجهه وعز جلاله حمدا لا ينقطع ولا يفنى، فالشكر له جلا وعلا أن وفقنا في إنجاز هذا العمل وعلى كل نعمه التي لا تعد ولا تحصى، ثم الصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والرسل محمد صلى الله عليه وسلم.

كلمة شكر وتقدير واحترام إلى التي زادتنا الشرف بتأطيرها لنا الأستاذة "معسكري سمرة" وأدامها الله خير مرشد وناصح.

نتوجه بخالص شكرنا وعظيم تقديرنا للوالدين العزيزين وكل أفراد عائلتنا، وجميع الأصدقاء خاصة أصدقاء الجامعة.

ولا يفوتنا أن نتقدم بالشكر إلى جميع أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير وعمال المكتبة.

إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل ولو بالكلمة الطيبة.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى روح والدي الحبيبة الطاهرة إكراما وتخليدا.

إلى أبي الغالي حبا وتقديرا

إلى أخواتي وإخوتي عرفانا واعتزازا

إلى أعز صديقاتي وأصدقائي شرفا عظيما

إلى جميع أساتذتي إهداء وتقديرا

إلى عائلة قولال وبالهزيل وإلى كل من ساعدني شكرا كبيرا

فداء- وليد- دعاء- رحيم

فهرس

بسملة

شكر

إهداء

قائمة الأشكال والجداول

أ..... مقدمة

الفصل الأول: الإطار النظري للسياحة

02..... تمهيد:

03..... المبحث الأول: ماهية السياحة

03..... المطلب الأول: مفهوم السياحة

05..... المطلب الثاني: أنواع السياحة

09..... المطلب الثالث: أهمية السياحة

14..... المبحث الثاني: السياحة (مستوياتها ومكوناتها، فوائدها وعيوبها، أسباب انتشارها)

14..... المطلب الأول: مستويات السياحة ومكوناتها

16..... المطلب الثاني: فوائد وعيوب السياحة

17..... المطلب الثالث: أسباب انتشار السياحة

19..... المبحث الثالث: السوق السياحية

19..... المطلب الأول: الطلب السياحي

22..... المطلب الثاني: العرض السياحي

26..... المطلب الثالث: عناصر السياحة

27..... خلاصة الفصل:

الفصل الثاني: الإطار النظري للتجارة الخارجية

29..... تمهيد:

30..... المبحث الأول: عموميات حول التجارة الخارجية

30..... المطلب الأول: تعريف التجارة الخارجية

31..... المطلب الثاني: أسباب قيام التجارة الخارجية

32..... المطلب الثالث: أهمية التجارة الخارجية

34..... المبحث الثاني: نظريات التجارة الخارجية

34..... المطلب الأول: النظرية الكلاسيكية

35..... المطلب الثاني: النظرية النيو كلاسيكية

35..... المطلب الثالث: النظرية الحديثة والمعاصرة

41..... المبحث الثالث: سياسة التجارة الخارجية

41..... المطلب الأول: مفهوم سياسة التجارة الخارجية

42..... المطلب الثاني: أنواع سياسة التجارة الخارجية

45..... المطلب الثالث: أدوات ووسائل السياسة التجارية الخارجية

48..... خلاصة الفصل:

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس

50..... تمهيد:

51..... المبحث الأول: قطاع السياحة في الجزائر

51..... المطلب الأول: المقومات السياحية

55..... المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر

59.....	المطلب الثالث: مشاكل وعوائق السياحة في الجزائر
63.....	المبحث الثاني: قطاع السياحة في تونس
63.....	المطلب الأول: أنواع السياحة في تونس
65.....	المطلب الثاني: قدرات ومقومات السياحة في تونس
69.....	المطلب الثالث: أهمية قطاع السياحة في تونس والعوائق التي تواجهه
71.....	المبحث الثالث: مقارنة بين السياحة في الجزائر وتونس
71.....	المطلب الأول: مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الجزائري
75.....	المطلب الثاني: مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد التونسي
79.....	المطلب الثالث: قيم المقارنة
83.....	خلاصة الفصل:
85.....	خاتمة
89.....	قائمة المصادر والمراجع

قائمة الجداول

والأشكال

الجدول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
57	أهم الحمامات المعدنية في الجزائر	(03-01)
67	أهم المناطق السياحية في تونس	(03-02)
71	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر	(03-03)
72	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر	(03-04)
73	تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر	(03-05)
74	تطور عدد العاملين في القطاع السياحي الجزائري	(03-06)
75	عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2005-2015)	(03-07)
76	تطوير مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي التونسي	(03-08)
77	تطور عدد العاملين في القطاع السياحي التونسي	(03-09)
78	الإيرادات السياحية في تونس	(03-10)
79	الفرق بين عدد السياح الوافدين إلى الجزائر وتونس	(03-11)
80	الفرق بين عدد العمال في قطاع السياحة في الجزائر و تونس	(03-12)
81	الفرق بين الناتج المحلي الإجمالي لكل من تونس و الجزائر	(03-13)
82	الفرق بين حجم الإيرادات السياحية في الجزائر وتونس	(03-14)

الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
22	مراحل الطلب السياحي	(01-01)
24	مكونات العرض السياحي	(01-02)
25	خصائص العرض السياحي	(01-03)
59	أنواع السياحة في الجزائر	(03-01)

مقدمة

مقدمة

تعتبر السياحة ظاهرة إجتماعية وإنسانية عرفها الإنسان منذ القدم وأحد الأنشطة الاقتصادية ذات أهمية كبيرة في العديد من البلدان نتيجة ارتباطها الوثيق بالقطاعات الأخرى، ونظرا للدور الهام والبارز الذي تؤدي به إلى نمو اقتصاديات معظم الدول كونها تؤمن موارد مالية بالعملة الصعبة فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة الغير متطورة، وعنصر أساسي من عناصر النشاط الاقتصادي ولقد انتقلت السياحة من نشاط يعني التنقل لإشباع رغبات الإنسان إلى صناعة حقيقية قائمة بذاتها وهذا ناجم عن تطور ونمو العلاقات الاقتصادية والسياسية بين الدول وما تبعها من حرية التنقل للأشخاص، بالإضافة إلى نمو وتحسين المداخل وتطوير وسائل النقل والاتصالات مما أسهم في إثارة الرغبة في التنقل والاكتشاف فأصبحت السياحة موردا رئيسيا وقطاعا إستراتيجيا لذا أصبحت السياحة تسمى " بصناعة السياحة صناعة بدون دخان" وبتروال القرن الواحد والعشرين، فمؤسسات القطاع السياحي وجدت لغرض استغلال هذه الإمكانيات والتوفيق لغرض جلب السواح إليها ورغبتهم في التسلية والترفيه، ولكي تحافظ على بقاءها واستمرار نشاطها عليها أن تكييف نفسها مع تذبذبات السوق وتغيرات الطلب عليها والأسعار.

تعتبر التجارة الخارجية الرائد الفعال في ترقية الاقتصاد الوطني والانتقال به من اقتصاد الكفاف إلى اقتصاد التطور وخاصة في حاضرتنا هذا، لا يكاد العالم يتخلص من التوتر الدولي وتناقص مجموع دول متقدمة تضي بخطى سريعة وأخرى لا تزال تعاني من التخلف والتبعية بالإضافة إلى أن التجارة الخارجية أداة سياسية لتحقيق التنمية الشاملة فهي تساهم في رفع النمو الاقتصادي من خلال تنوع مختلف الأنشطة فهي تعبر عنها بالصادرات من السلع والخدمات.

يلعب قطاع السياحة في كل من الجزائر وتونس دورا هاما في تنمية و تفعيل التجارة الخارجية وتكمن هذه الأهمية من خلال ما يوفره هذا الأخير من فوائد جمة يتجلى لنا أثرها من خلال توفير احتياجات ورغبات المستهلكين.

الإشكالية:

بالنظر إلى الموضوع يمكن لنا طرح الإشكالية التالية:

كيف يؤثر قطاع السياحة على التجارة الخارجية ؟

وبناء على الإشكالية الرئيسية تكون الأسئلة الفرعية كالتالي:

1- ما المقصود بالسياحة ؟

2- ما مدى تفسير الإقتصاديون لنظريات التجارة الخارجية؟

3- ما مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري والتونسي؟

مقدمة

فرضيات البحث:

- لمعالجة بحثنا قمنا بصياغة الفرضيات للاختيار والمناقشة وهي كالتالي:
- السياحة هي ظاهرة إنسانية منذ القدم.
 - ما مدى تأثير النظريات التجارية الخارجية على تفسير التجارة الخارجية.
 - على الرغم من امتلاك كل من الجزائر وتونس مقومات سياحية متقاربة إلا أن درجة تأثير القطاع السياحي التونسي أكثر تأثيرا من الجزائر.

حدود الدراسة:

- حتى تتمكن من الإجابة على إشكالية البحث ارتأينا إلى تحديد الحدود الزمنية والمكانية
- الحدود المكانية: تم التطرق إلى الحدود المكانية من خلال دراسة القطاع السياحي لكل من تونس والجزائر
 - الحدود الزمنية: لقد تم دراسة الإطار الزمني من خلال الفترة الممتدة من (2005-2015).

أسباب اختيار الموضوع:

- هناك عدة أسباب لاختيار الموضوع نذكر منها:
- الأهمية الاقتصادية التي يمتلكها القطاع السياحي في الاقتصاديات الوطنية.
 - أهمية الاستفادة من المقومات والميزات السياحية التي تمتاز بها كل من تونس والجزائر مدى فعاليتها.
 - مدى فعالية القطاع السياحي في التجارة الخارجية (التجارة الغير متطورة تجارة الخدمات).

منهج البحث:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع محل الدراسة والإجابة على مختلف الإشكاليات تم اختيار المنهج الوصفي والمنهج التحليلي في عرض مدى تطور السياحة في كل من تونس و الجزائر حيث تم الاعتماد على مصادر متنوعة لجمع المعلومات نذكر منها الكتب والمجلات والأطروحات ذات الصلة بالموضوع.

أهمية البحث:

السياحة تعتبر من أهم البدائل للمحروقات، خاصة بالنسبة للجزائر في هذه السنوات الأخيرة بعد انخفاض أسعار البترول وهي في حالة تقشف في هذه الآونة الأخيرة.

أهداف البحث:

- توعية المواطنين بأهمية السياحة وزرع الثقافة السياحية فيهم.
- النهوض بالقطاع السياحي وتطويره والإهتمام به أكثر.

صعوبات البحث:

قد واجهنا صعوبة في إيجاد الإحصائيات الشاملة والوافية التي تخدم الموضوع بشكل أوسع والبرامج الإحصائية كتقنية حديثة في إعداد النماذج الإحصائية. عدم توفر المراجع في موضوع السياحة لكل من الجزائر وتونس.

الدراسات السابقة:

1- بن حسان حكيم: دور الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراة تخصص إدارة أعمال جامعة الجزائر "3" منشور 2013 تناولت الجانب النظري والتطبيقي للسياحة في الجزائر وتونس.

2- بعابشة نجيب: أهمية تنمية القطاع السياحي وأثره على الاقتصاد الوطني، دراسة مقارنة بين (الجزائر، تونس، المغرب) رسالة ماجستير جامعة الجزائر تناول هذا البحث مدخل عام للسياحة من خلال إبراز الجانب النظري لها كما تطرق أيضا إلى تنمية السياحة المستدامة، عرج أيضا على الواقع السياحي لكل من (الجزائر، تونس، المغرب).

هيكل البحث:

تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول وهي كالآتي:

الفصل الأول الاطار النظري للسياحة: وتطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث الأول ماهية السياحة والثاني مستويات ومكونات السياحة وفوائدها وعيوبها وأسباب انتشارها والمبحث الثالث السوق السياحية.

الفصل الثاني الإطار النظري للتجارة الخارجية: وتطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث الأول عموميات حول التجارة الخارجية والثاني نظرياتها والثالث سياسة التجارة الخارجية.

الفصل الثالث دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس: وتطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث الأول قطاع السياحة في الجزائر والثاني قطاع السياحة في تونس والثالث مقارنة بين السياحة في الجزائر وتونس

الفصل الأول

الإطار النظري للسياحة

تمهيد:

يلعب قطاع السياحة دور كبير في انعاش الاقتصاد العالمي ويساهم في المعاملات الخارجية وتوفير فرص العمل والحصول على موارد من النقد الأجنبي .

وتتناول السياحة قضايا تهم كافة الأفراد والمجتمعات على اختلاف مستوياتها وهي القضية التي تنشأ بسبب تعدد الاحتياجات الإنسانية والاجتماعية في مقابل ندرة الموارد المتاحة للفرد والمجتمع وتلتزم بالوفاء وبهذه الاحتياجات ولها أهمية كبيرة من الناحية الاقتصادية والاجتماعية وحتى الثقافية ومد جسور التعاون بين البلدان لذلك زادت الدول الاهتمام أكثر بهذا القطاع .

فالسياحة هي إحدى وسائل التربية الروحية للشخصية الإنسانية التي تعمل على تقارب الشعوب وموضوع السياحة أسسه وأصوله العلمية هي من أكثر المواضيع التي شهدت تطورا وتجديدا وتغيرا في ممارستها التطبيقية ومفاهيمه على حد سواء وذلك بسبب حالة الشارع والتجدد والتطور فهي أسلوب بسيط ومتعمق معا.

من خلال ما سبق تطرقنا في هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث وهي:

المبحث الأول: ماهية السياحة (تعريفها، أنواعها، أهميتها).

المبحث الثاني: السياحة (مستوياتها ومكوناتها، فوائدها وعيوبها، أسباب انتشارها).

المبحث الثالث: السوق السياحية.

المبحث الأول: ماهية السياحة

بدأت السياحة كمنشأ إنساني ضروري للحياة بداية بسيطة وبدائية في مظهرها وأسبابها وأهدافها مثل البحث عن المسكن أو الطعام أو الشراب أو الصيد أو البحث عن تجمعات بشرية معينة لغرض اجتماعي.

المطلب الأول: مفهوم السياحة

لقد تعددت و تنوعت مفاهيم السياحة وأصبحت لها أهداف وأبعاد ولها دور كبير في تثقيف المواطنين ومن بعض تعاريفها ما يلي:

هي عملية انتقال الإنسان من مكان لآخر لفترة زمنية بطريقة مشروعة تحقق المتعة النفسية أو هي ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق منها الحاجات المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغير الجو الروتيني والإحساس بجمال المناظر الطبيعية والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة¹.

كما تعني السياحة مجموع العلاقات التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما، وأن لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي².

قال تعالى "فسيحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين"³.

تعد السياحة ظاهرة إجتماعية اقتصادية ظهرت بشكل مواز لنمو المجتمعات الصناعية ونتيجة لمجموعة عوامل منها زيادة وقت الفراغ وتحسن مستويات المعيشة لفئات إجتماعية كبيرة ونتيجة لانتشار ملكية السيارة وتخفيف الإجراءات الدولية في مجالات السفر، لهذه الأسباب أصبحت السياحة لها قيمة عالية للعديد من الدول وبدأت بوضع إستراتيجيات لتطوير وتفعيل صناعة السياحة من خلال استغلال العوائد من العملات الصعبة وتوفير الوظائف والاقتصاد المحلي وتشكل السياحة ثروة قومية ودعمها للاقتصاد الوطني وقد يذهب البعض بأن السياحة فعل لم يأت على ذكره الشرائع السماوية سلباً أو إيجاباً والحقيقة هي عكس ذلك فقد امتدح الله السائحين والسائحات، وللسياحة معنيان أساسيان وهما:

المعنى الأول هو إما أن تكون السياحة مسيرة اعتبارات في آيات الله وإما مسيرة استثمار من الذين يضربون في الأرض، والمعنى الثاني هو أن السياحة هي الصيام فالسياحة تخرج السائح عن أهله وموطنه والصيام يخرج الصائم عما له من عادات وشهوات، كما أنها ظاهرة إجتماعية تتمثل في انتقال

¹-زيد منير عبوي، الاقتصاد السياحي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008، ص 15.

²-محمود كامل، السياحة الحديثة، الهيئة المصرفية للكتاب، مصر، 1975، ص 116.

³- القرآن الكريم، سورة التوبة الآية 02.

الفرد من البلد الذي يقيم فيه على سبيل الاعتبار وعلى أنها تعبير يطلق على الرحلات الترفيهية وهي مجموعة من الأنشطة الإنسانية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الرحلات.

-السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساس منها تغير الجو والمحيط الذي يعيش فيه الإنسان والحصول على الاستجمام والوعي الثقافي المنبثق من تداول جمال المشاهدة الطبيعية ونشوة "الاستمتاع بجمال الطبيعة"، وهذا التعريف يعود للألماني جوبير قولر بتاريخ 1905¹.

كما عرفت السياحة من قبل العالم الاقتصادي النمساوي شوليرن شرانتنهوس عام 1910 بأنها "الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصا الاقتصادية التي تتعلق بوجود وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة ترتبط بهم ارتباطا مباشرا.

-أما الباحث الإنجليزي نور فال فقد سلط السياحة على الأجانب بأن السائح هو الشخص الذي يدخل بلدا أجنبيا لأي غرض عدا اتخاذ هذا البلد الذي يقيم فيه مالا كسبه في مكان آخر.

ظلت هذه التعاريف السابقة الذكر مجرد محاولات للوصول إلى تعريف يجمع مؤهلات السياحة وعناصرها، وخصائصها من ضوء تطورها في السنوات السابقة. إلا أن هناك تعريفا شاملا يمكن اتخاذه أداة للانطلاق والتحليل وهو التعريف الذي أطلقه الأستاذ السويسري هونزيكير رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالمين في بحث نشر له بألمانيا عام 1959 والذي استقر معظم الباحثين في علم السياحة على أنه تعريف علمي غطى سمات السياحة الرئيسية والقواعد التي تقوم عليها السياحة وهو مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما طالما أن هذه الإقامة المؤقتة دائما وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي .

وكانت كلمة السياحة تعني من بدايتها الحركة والسفر وقطع المسافات والعودة لمكان السكن الأصلي والسائح هو ذلك الشخص الذي يقيم برغبته خارج مكان سكنه الأصلي دون أن يهدف إلى مكتسبات اقتصادية وعليه أن يصرف أموالا وفرها في مكان آخر.

ومن الصعب إعطاء تعريف واحد شامل لكلمة السياحة حيث أنه بالقدر الذي يوجد فيه مؤلفون مختصون في هذا المجال بقدر ما يوجد هناك تعاريف مختلفة لكلمة السياحة².

¹-محمد موسى الحريري، جغرافيا السياحة، دار المعرفة الجامعية، (د.ط)، القاهرة، مصر، 1991، ص 18.

²-محمد موسى الحريري، جغرافيا السياحة، (د،ن)، دار المعرفة الجامعية القاهرة، مصر، سنة 1991، ص 18.

- كما يعتبر المجلس الأعلى للسياحة على أنها "تشمل جميع الأنشطة الإنتاجية والاستهلاكية الناتجة عن التنقل خارج مكان الإقامة ليلة واحدة على الأقل، وذلك بغرض الترويح عن النفس والأعمال والعلاج والمشاركة في أنشطة مهنية ورياضية أو دينية"¹.

المطلب الثاني: أنواع السياحة

قامت العديد من الدول بتصنيف أنواع السياحة المختلفة وفقا لعدد من المعايير التي تتناسب مع ظروفها وموقعها وإمكانيتها السياحية وتعددت أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة المحركة لها ويمكن تلخيصها في ما يلي:

أولاً: تقسيم السياحة وفقا لعامل الجنس

تقسم السياحة وفقا لهذا المعيار إلى:

أ- سياحة الرجال.

ب- سياحة النساء.

ثانياً: تقسيم السياحة لعامل العمر

تقسم السياحة وفقا لهذا المعيار إلى:

أ- سياحة الشباب: ويتعلق هذا بتقسيم الفئة العمرية من (15-29 سنة) ويتميز هذا النوع من السياحة بالبحث عن الإثارة وتكوين الصداقات والاعتماد على النفس، وتقوم الشركات السياحية في الوقت الحاضر بالعناية بالسياحة الشبابية.

ب- سياحة الطلاب: ويرتبط هذا التقسيم بالمراحل العمرية من (7-14 سنة) وتنشط مثل هذه الرحلات في فترة إجازات المدارس على شكل رحلات كشافية أو تعليم السباحة أو التعرف على الطبيعة.

ج- سياحة كبار السن أو المتقاعدين: ينضوي تحت هذه الفئة الأعمار من (60 فأكثر) وتعتبر سياحة تقليدية في الدول الغربية وتكون المدة طويلة تصل من أسبوعين إلى شهرين².

¹- فؤاد بن غيضان ، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 34.

²- مرزوق عايد العقيد وآخرون، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 50.

-سياسة الناضجين أو متوسطي الأعمار: يضم فئات الأعمار المتوسطة بعد سن النضج (بين عمر 30-55) عاما ويمكن أن يصل إلى 60 عاما ومن الأنشطة المرتبطة بهذه الفئة، سياحة الاسترخاء والمتعة والهروب من جو العمل الروتيني، ويتطلب هذا النوع من خدمات جيدة وأسعار متوسطة إلى غالية.

ثالثا: تقسيم السياحة حسب معيار المدة:

تبعاً لهذا المعيار يمكن أن نميز نوعين من السياحة

أ-سياحة مؤقتة (انتقالية): حيث يقيم السائح فترة سياحية في التنقل من موقع سياحي إلى آخر أو من بلد لآخر.

ب-سياحة دائمة: حيث يقوم السائح باختيار موقع سياحي واحد أو بلد واحد لقضاء كل وقته فيه¹.

رابعا: تقسيم السياحة وفقا لمعيار الغرض منها:

وتقسم على العناصر التالية:

أ- السياحة الترفيهية: هي من أقدم الأنواع السياحية وأكثرها انتشارا وتعتبر دول حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا لحركة السياحة الترفيهية مثل الشواطئ الترفيهية.

ب- السياحة العلاجية: تكمن في هذا النوع من السياحة الحاجة للعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى، وهي تقسم حسب الوسائل الطبيعية المستخدمة في العلاج وهي تتمثل في السياحة المناخية، والسياحة العلاجية المعدنية والساحة العلاجية البحرية².

ج- السياحة الثقافية: تهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الأشخاص وهي مرتبطة بالتعرف على التاريخ والمواقع الأثرية والشعوب وعاداتها وتقاليدها.

ه- السياحة الدينية: تعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية والتي من أشهرها، مكة المكرمة والمدينة المنورة وكذلك الفاتيكان في روما بالنسبة للمسيحيين.

خامسا: تقسيم السياحة وفقا لمعيار العدد:

أ-السياحة الفردية: هي سياحة لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد ويقوم بها مجموعة أشخاص أو شخص واحد لزيارة مكان ما وتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو وقت الفراغ المتوفر لديهم.

¹-فؤاد بن غضبان، مرجع سابق، ص50.

²-- مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، ص33.

ب- السياحة الجماعية: هي عكس الأولى فهي منظمة حيث يرتب وينظم كل شيء مسبقا من طرف الشركات السياحية وهي بدورها تنقسم إلى: سياحة جماعية منظمة وسياحة جماعية غير منظمة¹.

سادسا: تقسيم السياحة حسب معايير ووسائل النقل المستعملة:

أ- سياحة برية.

- مستخدمي السيارات الخاصة والعامة.

- مستخدمي السكك الحديدية.

- مستخدمي الأتوبيسات العامة والخاصة.

ب- سياحة بحرية أو نهرية:

- البواخر.

- القوارب.

- اليخوت.

ج- سياحة جوية:

- الرحلات الداخلية.

- الرحلات الخارجية².

ويصنف هذا النوع حسب وسيلة القدوم.

نظرا لشساعة موضوع السياحة فأنواعها كثيرة لا تعد ولا تحصى وهي كما يلي:

- **السياحة العلمية:** ويطلق عليها كذلك السياحة البحثية وهي التي تشمل الدراسات والبحوث العلمية خاصة تلك التي تتعلق بالبيئة النباتية والحيوانية (الفلورا والفونا) وكذلك دراسة حركة الطيور وهجرتها العالمية.

- **سياحة المؤتمرات:** ارتبط هذا النوع بالتطورات الكبيرة في العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية بين معظم دول العالم، ونجدها ترتبط ارتباطا وثيقا بسياحة المعارض ويعتمد النهوض السياحي في هذا القطاع على توافر عوامل عدة مثل اعتدال المناخ وتوافر المرافق ووسائل الاتصالات ووجود الفنادق والقاعات المجهزة لعقد الاجتماعات والمطارات الدولية وموقع المدينة كمجتمع سياحي يوفر مناخا ملائما لمثل هذه المؤتمرات.

¹ - ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، مصر، (د.ن)، 1997م، ص52.

² - مرزوق عابد العقيد وآخرون، مرجع سابق، ص52.

- **سياحة التسوق:** تعتبر سياحة التسوق من الأعمال المرتبطة بالنشاط السياحي، كما له من تأثيرات هامة في حجم ومعدلات الإنفاق السياحي حيث يقبل السياح بشراء الهدايا والتذكارات العادية من منطقة المزار السياحي، وأغلب هذه التذكارات تتمثل في حرف يدوية تعبر عن البيئة التي تم فيها الصنع، أو الهدايا التي تحمل صور للآثار الموجودة في هذه المنطقة السياحية.

- **سياحة المعارض:** تعد سياحة المعارض نمط مستحدث من أنماط السياحة التي ظهرت في الآونة الأخيرة، وقد ارتبطت بالتطور الصناعي الكبير الذي شهده العالم في الوقت الحالي¹.

ولقد لعبت المعارض دورا بارزا في حركات السفر منذ القدم ومن العصور الوسطى، حيث كانت معارض الإنتاج الإنجليزية بوجه خاص ذات شهرة عالمية، ولعل من أكبر المعارض التي كانت تقام في العديد من المدن أهمها وينشستر وأيندون وسمث فيلد، وتمثل المعارض التي تقام على مستوى دول العالم وأحد عوامل الجذب السياحي.

- **سياحة السباقات والمهرجانات:** تنطبق على سباقات السيارات والدرجات والمهرجانات السينمائية ... ويشهد هذا النوع من السياحة إقبالا هائلا من المشاركين والسياح كما يرتبط بها كرنفالات واسعة للأزياء والفنون الشعبية.

- **سياحة السفاري والمغامرات:** هي تلك السياحة التي تتم عبر السفاري وتتنوع أنواعها وأهدافها، فبعضها يتجه إلى السلاسل الجبلية ومغامرة تسلقها، والبعض الآخر يتجه إلى زيارة الوديان ومنابع المياه، وآخرها تلك التي تكون من أجل الصيد البري في المناطق المسموح فيها بالصيد.

- **سياحة التجوال:** هي من أنواع السياحة المستحدثة وتتمثل في القيام بجولات منظمة سيراً على الأقدام إلى مناطق نائية تشتهر بجمال مناظرها الطبيعية وتكون الإقامة في مخيمات البر والتعايش مع الطبيعة.

- **السياحة الشاطئية:** تنتشر هذه السياحة في الدول التي تحدها البحار وتتوافر على مناطق ساحلية جذابة وبها شواطئ رملية ناعمة ومياه صافية خالية من الصخور، وتوجد في الكثير من دول العالم مثل دول حوض البحر المتوسط.

- **سياحة الغوص:** هي سياحة لها علاقة مباشرة بالسياحة الشاطئية في المناطق الساحلية ويشترط في هذا النوع من السياحة توافر كنوز رائعة بهذه المناطق الساحلية وتوافر مقومات الغوص مثل الشعب

¹¹-فؤاد بن غضبان ، الجغرافيا السياحية ، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الطبعة العربية ، 2014 ، ص 61-71.

المرجانية، الأسماك الملونة والمياه الدافئة طول العام واليابسة الساحرة، خلجان، ينابيع وحيوانات وطيور نباتية برية أيضا وطيور نادرة.

هناك سياحة أخرى حسب اتجاه الحركة السياحية وإطارها، وتقسم إلى ثلاثة أنماط وهي:

أ-سياحة خارجية.

ب-سياحة الاستضافة.

ج-سياحة داخلية.

المطلب الثالث: أهمية السياحة

بعد دراستنا للسياحة وجدنا أن لها آثار كبيرة وتمس جميع النواحي منها الاقتصادية ويستفيد منها العديد من الخدمات وزيادة الدخل القومي الإجمالي للبلد وتحدث هذه الزيادة من خلال هذه الخدمات وهي كالتالي¹:

1-أ-الإقامة، الإطعام، الشراب، البضاعة، الهدايا، الوقود،.....الخ.

2-تساهم السياحة في دعم الاقتصاد المحلي والعالمي التي تعود الأهمية الاقتصادية لصناعة السياحة إلى ما تجذبه إلى البلد من عملة صعبة ورؤوس الأموال.

3-صناعة السياحة تساهم في تشغيل اليد العاملة والقضاء على البطالة.

4-تزداد أهمية السياحة في الدول النامية التي تهدف إلى تحقيق فائض أو موازنة في مجال ميزان المدفوعات وتحقيق فائض في مجال العملة الصعبة وتحقيق صناعة سياحة صادرة غير منظورة .

5-تشمل السياحة جميع الأنشطة الاقتصادية في الدولة وخارجها فهي تتأثر وتؤثر على النشاط الإنتاجي (الاستهلاك، النقل، الرحلات، الاتصالات، المطارات، الفنادق، البنوك وعمليات التجارة الداخلية والخارجية.....إلخ).

إن تطور السياحة تنجم عنه عدة نتائج على الوسط الذي تتواجد فيه، قد تؤثر على النشاط الاقتصادي العام، مستوى المعيشة، العمالة، على الهياكل العامة والسكن، على القيم الاجتماعية والثقافية والعلاقات الاجتماعية على التربية والتعليم والتكوين وعلى الإطار الطبيعي والمحيط الإيكولوجي.

-فتطورت السياحة من ظاهرة إلى صناعة و أصبح لها أسس وأركانها و أجهزتها المتعددة فأقامت المؤسسات التعليمية المتخصصة و بدأت الدول تهتم بمقومات الجذب السياحي وتسارعت الدول في

¹-مروان السكران، مرجع سابق، ص 16-17.

تقديم التسهيلات السياحية و تأمين البنية التحتية المناسبة لجذب أكبر عدد من السياح ، وأعلن المجلس العالمي المفوض للسفر والسياحة (W T TC) أن السياحة هي أكبر الصناعات العالمية وهي بذلك تتفوق على الآليات و الصلب و الإلكترونيات و الزراعة حيث أنه في عام 1994 بلغ الناتج الإجمالي 3.4 مليون دولار في الولايات المتحدة الأمريكية و ترجع الأهمية الاقتصادية لصناعة السياحة إلى ما تجلبه من رؤوس أموال في الاستثمار بما يعادل 250 مليون دولار سنويا بالإضافة إلى إيرادات الضرائب التي تقدر بـ 166 مليون دولار و تعد صناعة السياحة العامل الرئيسي في البنية الأساسية للاقتصاد من حيث أهميتها في مجال التسويق و المبيعات و الإدارة والتخطيط و تقوية الروابط الاقتصادية بين الدول.

وهناك العديد من العوامل التي تزيد من أهمية السياحة كصناعة ومصدر ودخل قومي للدول ومن تلك العوامل:

أ) التأثيرات الاقتصادية

وتتمثل التأثيرات الاقتصادية في زيادة أهمية السياحة إلى¹:

- أنهما مصدر للدخل حيث يتوزع على جميع القطاعات المتعلقة بالنشاط السياحي من نقل ومرافق وخدمات وغيرها.
- السياحة سوق قابل للتوسع نتيجة للزيادة المطردة في دخل الأفراد خاصة في الدول المتقدمة.
- تتطلب السياحة استثمارات مالية منخفضة نسبيا إذ ما قورنت بغيرها من القطاعات الإنتاجية الأخرى.
- يقوم المنتج السياحي أساسا على خدمات و ثروات غير مادية لا تدر عائدا بغير الاستخدامات السياحية مثل المناخ والمعالم الأثرية وغيرها.
- تعد السياحة أداة فعالة ومؤثرة في قيام وتنمية صناعات أخرى ، مما يؤدي إلى تحسين مستوى المعيشة.
- تزيد من نمو المناطق السياحية و تطورها و انتعاشها الاقتصادي نتيجة لما ينفقه الزوار.
- إيجاد فرص عمل مختلفة مما يخفف من أزمة البطالة و يرفع مستويات المعيشة.

¹ - هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان الطبعة الأولى، ص 21- 22

• رفع معدلات الأشغال لمراكز الإيواء المختلفة على مدار العالم.

ب) التأثيرات الاجتماعية والثقافية والسياسية

حيث تتمثل التأثيرات الاجتماعية والثقافية والسياسية في زيادة أهمية السياحة في ما يلي:

أن السياحة تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي والثقافي لدى المواطنين وزيادة ارتباطهم وشعورهم بالانتماء لأوطانهم والحفاظ على تراثه وآثاره.

تزيد من الاهتمام المستمر بصيانة المرافق والعمل على تحسين الخدمات بالمناطق السياحية المختلفة والحفاظ على الحرف اليدوية وتطويرها.

تؤدي إلى النهوض بالمستوى الاجتماعي والسلوكي لدى أفراد الدول اتجاه السياحة وتأثير المضيفين عليهم من خلال اهتمام السياح بمظاهر سلوك المضيفين مما يؤدي إلى النهوض بالأنماط الاجتماعية السائدة الإيجابية لديهم.

إن النشاط السياحي يعمل على زيادة محصلة المعارف الخاصة والعامة لدى الأفراد، إلا أن التوسع السياحي لا بد أن يصاحبه عملية تعميق للروح الوطنية وتنمية القيمة الحضارية وهذا يبدو دائما في عمل الدولة المستقلة للسياحة على إحياء تقاليدها وتراثها المعماري والصناعات والحرف اليدوية والأنشطة والفنون الشعبية حيث يحقق السير في هذا الاتجاه دورا فعالا في حماية القيمة الثقافية.

يعمل النشاط السياحي على تحقيق هدف سياسي بتحقيق الصورة الذهنية للدولة المضيئة ونشر بيانات التي تؤكد على توافر الأمن والاستقرار فيها كما أن القواعد السياسية في الدولة المضيئة هي التي تحدد وتنظم النشاط السياحي فيها ، إن النشاط السياحي يعزز فرص التفاهم والتواصل الإنساني وتعميق أوصل التبادل الثقافي و التفكير بين الشعوب .

جـ) التأثيرات البيئية:

تأتي الآثار البيئية في زيادة أهمية النشاط السياحي في مالي :

إن النشاط السياحي يؤدي إلى زيادة الاهتمام والحفاظ على البيئة لأنها مورد السياحة .

يعمق الوعي البيئي لدى الإنسان في الحفاظ على البيئة .

يزيد الاهتمام بالبيئة و المحافظة عليها ضد التلوث الهوائي و المائي و البصري .
يزيد من الحفاظ على التراث و التقاليد لأن التمسك بالتقاليد يزيد من إقبال السياح على البلد مما يعطيه
زيادة في التميز على الدول الأخرى.

د) الأثر التنموي والإقليمي والوطني للسياحة

تعد السياحة من أكبر الأنشطة الاقتصادية في العالم من حيث حجمها أو ارتباطها بجميع
القطاعات الاقتصادية، لذلك فإنه يمكن أن تساعد في رفع مستويات المعيشة في المناطق الأقل تقدماً وفي
حماية البيئة والتبادل التجاري والتواصل بين الشعوب مما يجعلها أكثر من عمل تجاري فحسب وإنما أداة
فعالة فيما يتعلق بالمساهمة في تقليل التحديات التي تواجه العالم اليوم، وذلك لما تتيحه من فرص لفهم
الشعوب لبعضها البعض وتهيئة البيئة الطبيعية والاجتماعية والثقافية اللائمة لتضامهم ورفاهيتهم حيث
توجد عدة مؤشرات لقياس وتقييم الأداء السياحي لمختلف الدول والمقارنة بينها ومن تلك المؤشرات¹:

- مؤشر الأسعار التنافسية حيث يحسب باستخدام مؤشر أسعار الفنادق ومؤشر القوة الشرائية؛
- المؤشر السياحي البشري الدولي الذي يقيس انجازات التنمية البشرية فيما يتعلق بالنشاط
السياحي وذلك من خلال اثر الناس على مختلف مجالات العمل السياحي، ويشمل عدة مؤشرات تعنى
بالأثر الاقتصادي للطلب على السياحة والاستهلاك والصادرات والواردات والميزان التجاري وسفر
الأفراد والسفر للعمل وإعداد القادمين والمغادرين.

- مؤشر البيانات الأساسية والذي يوضح مستوى تطورها كمؤشر الطرق ومؤشر الخدمات
الصحية ومؤشر توفر المياه وغيرها؛
- مؤشر البيئة ويوضح إدراك الحكومات للجوانب البيئية للتنمية كمؤشرات الكثافة السكانية
والتلوث بغاز ثاني أكسيد الكربون والتوقيع على الاتفاقيات الخاصة بالبيئة؛

¹ -هباس رجاء الحربي، مرجع سابق، ص23.

- مؤشر التقنية ويوضح التقدم في المجالات التقنية الحديثة والبنى التحتية المتطورة وتستخدم في ذلك البيانات الخاصة بالخدمات الهاتفية والصادرات التقنية والانترنت.
- مؤشر تنمية الموارد البشرية الذي يعد من العناصر المهمة في مجال السياحة وتستخدم فيه بيانات المؤشرات الخاصة بمعدلات العمر والأمية والتعليم والتوظيف والسكان والتدريب لمختلف القدرات والمهارات.
- مؤشر الانفتاح وتستخدم فيه منح التأشيرات ومدى انفتاح البلد للسياحة الدولية والانفتاح التجاري والضرائب على التجارة الدولية.
- مؤشرات التنمية الاجتماعية ويوضح تطور البلد في المجالات الاجتماعية وتستخدم فيه بيانات ومؤشرات متعلقة بالصحف اليومية وأجهزة الحاسب الآلي الشخصي وأجهزة التلفزيون ومعدلات الجريمة.
- ولتوضيح الأثر الاقتصادي للسياحة في العالم نشير إلى أن السياحة أوجدت بطريقة مباشرة وغير مباشرة ما يلي:
 - الوظائف المستحدثة في قطاع السياحة مباشرة تقدر بحوالي 201317 وظيفة ويقدر عدد الوظائف المستحدثة بطريقة غير مباشرة في القطاعات الاقتصادية المرتبطة بالسياحة بحوالي 220048 وظيفة.
 - حركة الصادرات من السلع والخدمات.
 - الاستثمار الرأسمالي.
 - الإنفاق الحكومي.

المبحث الثاني: السياحة (مستوياتها ومكوناتها، فوائدها وعيوبها، أسباب انتشارها)

لقد تطورت السياحة بمرور السنين فكانت لها عدة مستويات ومكونات إلى أن أصبحت لها عيوب وفوائد وأسباب لانتشارها التي سنتطرق إليها في هذا المبحث.

المطلب الأول: مستويات السياحة ومكوناتها

أ- مستويات السياحة: للسياحة عدة مستويات من ناحية نوعية التركيز لعناصر المزيج التسويقي السياحي وهي كما يلي:

1- السياحة الداخلية: وتتضمن حركة المواطنين باتجاه المناطق السياحية المتواجدة في بلدهم الأم على سبيل المثال حركة الأردنيين وزيارتهم للمواقع السياحية كالبتراء العقية، وادي رم، جرس وغيرها تعتبر نوعاً من أنواع السياحة الداخلية ذلك أن هذا النوع أو المستوى من السياحة ويكون هدفها الأساسي التعرف على الآثار المتواجدة على أرض الأردن بالإضافة إلى توفير وأخذ قسط من الراحة وخاصة في أيام العطل والإجازات¹.

إن حركة الأردنيين على هذا المستوى تزداد يوماً بعد يوم رغم غياب وجود الإستراتيجيات التسويقية السياحية الجاذبة لهم بشكل أكبر وفعال بما يتفق وإمكانيات الشراء لديهم من جهة وأذواقهم من جهة أخرى، والحقيقة أن تشجيع السياحة الداخلية يعمل على وقف تدفق العملات الصعبة للخارج الأمر الذي يحدث فرصاً حقيقية للمعنيين بتطوير الأماكن السياحية المحلية وبما يساعد على جذب المزيد من السياح ومن كافة المستويات تسويقياً، يتطلب تشجيع السياحة الداخلية تصميم وتنفيذ ذلك المزيج المناسب وخصوصاً المحاضرات والرحلات المدرسية أو الجامعية بالإضافة إلى الاستفادة من التلفزيون والراديو وغيرها.

¹ - محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر عمان الأردن، الطبعة الثالثة، 2008، ص 18 - 19.

2- السياحة الإقليمية: تتضمن قدوم السواح من البلدان المجاورة سواء كانت هذه البلدان عربية أو غيرها ويلاحظ أن هذا المستوى السياحي ينشط في الصيف وخاصة إذا عرفنا أنها تمتاز بوجود المزيح التسويقي السياحي للسياحة العائلية التي تركز على الهدوء والاستجمام وبتكاليف معقولة بالإضافة إلى توفر عناصر السياحة العائلية الأخرى مثل الأمان وحرية التنقل وحسن المعاملة من قبل السكان المحليين مع تقارب في القيم الاجتماعية بين أنصار السياحة العائلية أغلبيتهم من متوسطي الدخل، أما تسويقيا لا تزال بعض الدول العربية تفتقر لوجود الخطط أو الإستراتيجيات التسويقية الأكثر فعالية والتي يشارك بعضها عدد من الخبراء الأكاديميين والممارسين والتي تهدف بالأساس إلى جذب المزيد من سواح البلدان المجاورة في نفس الإقليم وخاصة من إيران وتركيا ودول شمال إفريقيا.

ب- مكونات السياحة:

تتداخل نشاطات السياحة مع العديد من المجالات، وفي ما يلي المكونات الأساسية للسياحة التي يجب أخذها بعين الاعتبار في أي عملية تخطيط، والتي تتمثل فيما يلي¹:

__ عوامل وعناصر وجذب الزوار: تتضمن العناصر الطبيعية مثل المناخ والتضاريس والشواطئ والبحار والأنهار والغابات والمخيمات والدوافع البشرية مثل المواقع التاريخية والحضارية والأثرية والدينية والملاهي والألعاب والمدن.

__ مرافق وخدمات الإيواء والضيافة: مثل الفنادق والتزل وبيوت الضيافة والمطاعم والاستراحات.

__ الخدمات المختلفة: مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة والسفر ومراكز صناعة وبيع الحرف اليدوية والبنوك والمراكز الطبية والبريد والشرطة والأدلاء السياحيين.

__ خدمات النقل: تشمل وسائل النقل على اختلاف أنواعها إلى المناطق السياحية.

__ خدمات البنية التحتية: تشمل توفير المياه الصالحة للشرب والطاقة الكهربائية والتخلص من المياه العادمة والفضلات الصلبة وتوفير شبكة من الطرق والاتصالات.

__ عناصر المؤسسة: تتضمن خطط التسويق وبرامج الترويج السياحية مثل سن التشريعات والقوانين والهيكل التنظيمية العامة كجذب الاستثمار في القطاع السياحي وبرامج تعليم وتدريب الموظفين في القطاع السياحي.

__ موظفو السياحة: وذلك بتحسين ظروفهم العملية وإتاحة فرص التأهيل المتواصل لهم.

¹ -محمد بن براهيم التويجري، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي، ص 5-6

__ سكان المقصد السياحي: أن تأخذ السياحة شكلا يتلاءم مع الثقافة المحلية لسكان المقصد وأن تساهم بطريقة ملحوظة في رفع مستوى الدخل والمعيشة وإلا تعرضت لظواهر الرفض المحلي. وهي تنقسم إلى مكون مادي ومكون معنوي لأن السياحة ليست محايدة من الناحية الاجتماعية والثقافية فتؤدي إلى حدوث تقابلات واحتكاكات بين نوعين من الثقافات، ثقافة الدول المضييفة وثقافة دول السياح مما يخلق تواصل اجتماعي وبيئي فهذه تهدف إلى تعظيم السياحة من أجل تفادي المشاكل داخل المجتمع وموروث الذمة الثقافية.

المطلب الثاني: فوائد وعيوب السياحة.

تحقق السياحة فوائد كثيرة للمجتمع بشكل عام وللأفراد بشكل خاص ومن بين هذه الفوائد نذكر ما يلي¹:

- __ تساهم في توفير العملة الصعبة للدولة لأن التجارب القائمة تشير إلى ارتفاع النسبة التي تشارك بها في تكوين إيرادات الدولة من العملة الصعبة.
 - __ تساهم في إنشاء مناصب عمل جديدة فهي بذلك تعتبر قطاعا مساعدا على محاربة البطالة، فمثلا إنشاء مركب سياحي أو فندقي يؤدي إلى خلق مناصب عمل جديدة كإنشاء فندق لاس بالماس بإسبانيا أدى إلى خلق 2500 منصب شغل جديد.
 - __ تساهم في زيادة الدخل الوطني وفي تحسين ميزان المدفوعات وذلك ليس فقط بمقدار ما ينفقه السواح والمسافرون أثناء رحلاتهم، بل عن طريق ما يطلق عليه في علم الاقتصاد "بالمضاعف الاقتصادي" لأن الإستثمارات السياحية تؤدي إلى سلسلة أخرى من الاستثمارات التي تؤدي بدورها إلى زيادة الدخل.
 - __ تساعد على تحقيق التقارب والتفاهم بين الشعوب.
 - __ تحقيق عملية التكامل الثقافي والاجتماعي والحضاري داخل المجتمع الواحد.
- أما عيوب السياحة هي كالآتي:

- تؤدي الحركة السياحية وخاصة منها الخارجية إلى اتصال مجتمع استهلاكي مع مجتمع نصف استهلاكي أو تحت استهلاكي (الدول النامية) إلى نشأة عادات استهلاكية في الدول المتخلفة خاصة، بحيث تكون

¹ - نبيل الروبي، نظرية السياحة مجموعة الدراسات السياحية، مؤسسة الثقافة جامعة القاهرة، مصر، 1986، ص 6.

هذه العادات غير مرتبطة بمستوى المعيشة في البلد المستقبل للسياح الأجانب كما أن ارتفاع الأسعار يؤدي إلى التضخم.

- عدم التوازن في الأجر والحظوظ بين موظفي القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى وكذلك الامتيازات، هذا أدى إلى هروب الإطارات من القطاعات الأخرى إلى القطاع السياحي الذي تتوفر فيه الحظوظ.

- كثرة الاعتماد على القطاع السياحي قد يخلق مشاكل غير متوقعة للاقتصاد الوطني الذي يعتمد كثيرا على الإيرادات بسبب الأزمات الاقتصادية والسياحية والتراعات الدولية التي قد توقف الحركة السياحية نحو البلد.

- تقسيم طبقي اجتماعي: تفرق السياحة بين ذوي المداخل المرتفعة والمنخفضة وهنا يظهر نوعان من السياحة الرفيعة خاصة بالنوع الأول والسياحة دنيا خاصة بالنوع الثاني من آفات إجتماعية منها السرقة والأمراض المعدية.

- التدهور المحتمل للمواقع السياحية نتيجة إهمالها وعدم صيانتها تؤدي الحركة السياحية خاصة منها اتصال المجتمع الاستهلاكي مع المجتمع النصف استهلاكي أو تحت الاستهلاكي (الدول الفقيرة) مما ينتج عنه نشوء عادات استهلاكية في الدول النامية غير مناسبة مع مستوى معيشتها.

- إتلاف الطبيعة والأراضي الفلاحية أي إنشاء هياكل سياحية في المناطق غير متجانسة عمرانيا ومنطق زراعية¹.

- البناءات الفوضوية بحث يمكن إنشاء هياكل سياحية في مكائهما.

- تراجع الفوائد الاقتصادية للسياحة إذا كانت المرافق السياحية ملكا لمستثمر أجنبي ويعمل بها عمال وافدون والخدمات والموارد اللازمة للنشاط مستوردة من الخارج.

- زيادة القيود والضغوط المفروضة نتيجة تدفق السواح على العادات والتقاليد في أساليب الحياة البسيطة وبالتالي زيادة الازدحام في الأماكن المقصودة .

- انتشار عوامل التحرر والفساد الخلقي بسبب انتشار الأنماط السلوكية السلبية في البلدان السياحية التي تتعارض مع ثقافة السكان المحليين.

¹ -بوعقلين بديعة، السياسات السياحية في المجتمع الجزائري وانعكاساتها على الطلب والعرض السياحي، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة البليدة، 1996م، ص 34.

-حدوث نوع من التصادم الثقافي أو المواجهة السلبية بين الثقافتين، يسبب الاختلاف الكبير بين العناصر الثقافية وأساليب الحياة والمعتقدات.

المطلب الثالث: أسباب انتشار السياحة

لقد تمثلت أسباب انتشار السياحة فيما يلي¹:

1-تقليل ساعات العمل بسبب دخول المكائن والآلات الحديثة، والتي أدت إلى زيادة أوقات الفراغ وأصبحت فرص السفر متوفرة.

2-زيادة الطلب على الخدمات في المدينة وانخراط الناس في الأعمال المكتبية الخاضعة للروتين واستعمال الفكر والعقل بدلا من القوة الجسمانية، كلها أدت إلى الانتقال من الريف إلى المدن.

3-انتشار السلام بين أغلبية دول العالم بسبب انتهاء الحروب.

4-التمتع بالإجازات مدفوعة الأجر بعد إحداث العديد من قوانين العمل والتنظيم والتشريعات التي تحدد الإجازات الإجبارية المدفوعة الثمن.

5-انتشار وسائل النقل مثل تطور الطائرات الحربية التي كانت تستعمل لأغراض الحرب إلى طائرات مدنية لنقل الركاب، وهذا بدوره الغني للمسافات بين الدول، أي أصبح الانتقال من دولة إلى أخرى لا يستغرق ساعات محدودة بعد أن كان الانتقال من مكان لآخر يستغرق أيام طويلة وحيث كانت محفوفة بالمخاطر والقراصنة.

6-زيادة الإنتاجية من خلال البحث للتجار عن أسواق جديدة للتعريف ببضائعهم من خلال الفائض في الإنتاج.

7-انتشار وتطور وسائل الاتصالات الحديثة والتي ساهمت بشكل كبير في السياحة والسفر.

8-هروب الناس فترة من الزمن إلى المناطق الأخرى بسبب تلوث البيئة وخاصة جو المدن الصناعية الكبرى.

9-التقدم العلمي في مجالات الطب والأدوية ومعالجة الأمراض ساعد على زيادة السياحة وعدم خوف السياح من تعرضهم للإصابة بالأمراض.

10-انتشار المعلومات والوعي الثقافي والاجتماعي أدى ذلك إلى الرغبة لدى الكثير من الناس لزيارة البلدان الأخرى لغرض الإصلاح على ثقافتهم وأمور معيشتهم.

¹-زيد منير عبوي، الاقتصاد السياحي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، ص 17-18.

المبحث الثالث: السوق السياحية

تتبنى السياحة كغيرها من العلوم الأخرى على مجموعة من الأسس وعلى الأسواق التي تتكامل فيما بينها لقيام النشاط السياحي وجعله ذو فعالية في اقتصاديات البلدان السياحية ويمكن تلخيصها في ما يلي:

المطلب الأول: الطلب السياحي

يعرف الطلب من وجهة نظر اقتصادية بأنه "رغبة المستهلك باقتناء السلع والخدمات ودفع ثمنها في وقت ومكان معينين" ويجب أن يكون الطلب مقرون بالقدرة على الدفع الكلي ويكون طلبا فعليا ويعرف الطلب السياحي على أنه "المجموع الإجمالي لأعداد السياح الوافدين إلى المنطقة السياحية المواطنين منهم والأجانب"، وهناك تعريف آخر للطلب السياحي بأنه "المجموع الإجمالي لأعداد السياح الذين يستخدمون المنشآت السياحية سواء كانوا من المواطنين أم كانوا قادمين من البلدان المجاورة"¹. ويعرف الطلب السياحي بأنه مدى مشاركة السكان المحليين والأفراد والجماعات من الدول الأخرى في النشاطات السياحية المختلفة لبلد ما، وبمعنى آخر هو الإجمالي لأعداد السائحين المواطنين منهم والأجانب الوافدين إلى منطقة سياحية معينة.

¹ -مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباح، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013م، ص

محددات الطلب السياحي: هناك عوامل كثيرة يختص بها الطلب السياحي والتي تؤثر فيه كما ونوعاً وهذه العوامل هي¹:

1- الأسعار: ويقسم عامل السعر إلى اتجاهين:

أ- نسبة السعر إلى النوعية (السعر/ النوعية) في المستوى العام للأسعار: للسلع والخدمات دوراً كبيراً في تحديد الطلب والعلاقة بين نسبة (السعر/ النوعية) والطلب السياحي تكون هناك علاقة عكسية حيث خفض الأسعار والخدمات السياحية يؤدي إلى زيادة حجم الطلب السياحي على موقع الجذب والعكس صحيح.

ب- سعر الصرف: يتعلق هذا العامل بالسياحة الخارجية بقدر ما يتعلق باستبدال العملة حيث خفض سعر الصرف للبلد الذي فيه الموقع السياحي، يعمل على زيادة القدرة الشرائية للسائح وبالتالي يؤدي إلى زيادة الطلب السياحي.

2- الدخل: هو من العوامل التي يشترك فيه الطلب السياسي مع الطلب بشكل عام وهو من أهم العوامل التي تؤثر عملية اتخاذ القرار للفرد بأن يقدم أو لا يقدم على السياحة.

3- السكان: تكون العلاقة بين السكان والطلب السياحي علاقة طردية مع بقاء جميع العوامل ثابتة أي كلما ازداد عدد السكان في بلد ما ازداد الاستهلاك فيه (السلع والخدمات) وتدخّل ضمن مفهوم السكان الكثير من العوامل الديمغرافية المؤثرة في الطلب السياحي منها، العمر، الجنس، الحالة الاجتماعية، المهنة².

4- الأساليب الترويجية والتسويقية: تؤثر هذه الأساليب في الطلب السياحي للوافدين إلى مناطق الجذب السياحي وتكون هناك شروط يجب على المسوق أن يأخذ بها وهي:

يجب أن تكون الدعاية صادقة، ليست مبالغ فيها، إبقاؤها لفترة مناسبة من ناحية وقت العرض، متنوعة وتلائم جميع الأدوات والجنسيات.

5- التكنولوجيا: تساعد في الطلب على الخدمات السياحية وهي سمة المصدر الحالي ويرى البعض بأن العمل السياحي يتطلب يد عاملة أكثر مما يتطلبه من المكننة، وهناك الاستقرار السياسي والطبيعي، والوعي الثقافي والاجتماعي، التحضر، المسافة، شهرة الموقع، التنوع والوعي السياحي والموقع الجغرافي.

¹ - صفاء عبد الجبار الموسوي، شذى كاظم علوان، التقدم التقني في صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015م، ص77.

² - صفاء عبد الجبار الموسوي، شذى كاظم علوان، مرجع سابق، ص 85-88.

ويقسم الطلب السياحي طبقاً للعامل الجغرافي إلى¹:
 الطلب السياحي المحلي أو الداخلي: ويتمثل بعدد السائحين من حملة جنسية البلد والذين ينفذون رحلات سياحية داخل البلد المقيمين فيه.
 الطلب السياحي العالمي أو الخارجي: ويتمثل بعدد السائحين الأجانب من حملة جنسيات أخرى مختلفة والذين ينتقلون عبر الحدود الدولية للبلدان المختلفة.
 عوامل الدفع وتشمل الهروب من الروتين اليومي الذي يعيش فيه الفرد مثل طبيعة العمل، الملل، الحاجة النفسية إلى التغيير والبحث عن الجديد.
 عوامل الجذب: وتشمل نقاط الجذب السياحي في الموقع السياحية وهنا يبرز دور ترويج المنتج السياحي في الأسواق العالمية.

مراحل الطلب السياحي:

يبر الطلب السياحي في الأسواق السياحية المصدرة للسائحين بعدد من المراحل المختلفة التي تساعد على دراسة هذه الأسواق وتشخيص ما بها من مشكلات وتحديد الآثار المترتبة على ذلك في الدول المستقبلية لهم من حيث درجة نمو النشاط السياحي وتقسّم مراحل الطلب السياحي إلى أربعة مراحل²:

1- **مرحلة الانتعاش:** تمثل هذه المرحلة البداية الطبيعية لاتجاه الحركة السياحية نحو النمو والازدهار حيث تأتي من التطور التدريجي المتزايد في الحركة السياحية القادمة من الدول الأخرى وتنشأ هذه المرحلة نتيجة للجهود والأنشطة التسويقية الكبيرة التي تقوم بها الأجهزة السياحية الرسمية، وقد تنتج في المراحل الأخرى للطلب السياحي كمرحلي الكساد والركود.

2- **مرحلة الرواج:** تعبر هذه المرحلة عن حالة الازدهار الحقيقي للطلب السياحي حيث يكون قد وصل إلى درجة كبيرة من النمو والتزايد والاستقرار والنشاط وتأتي هذه المرحلة كنتيجة طبيعية وامتداد منطقي لمرحلة الانتعاش فتزداد الإيرادات السياحية زيادة كبيرة وتجذب الشركات السياحية نفسها قد حققت أرباحاً كبيرة وأن البرامج السياحية التي تقدمها قد لاقت قبولا ورضا كبيراً من السائحين.

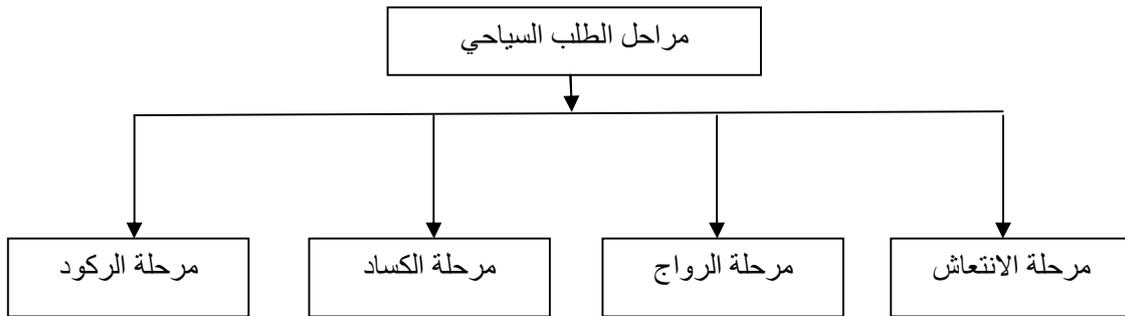
¹ - علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2013، ص 204.

² - علي فلاح الزعبي، مرجع سابق، ص 210-211.

3-مرحلة الكساد: نتيجة لبعض العوامل المؤثرة في الأسواق السياحية الخارجية أو السوق السياحي الداخلي (الدول المستقبلية للسائحين) كالمشكلات الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية الحادة التي قد تحدث في هذه الدول، ويتجه الطلب السياحي إلى الانخفاض بنسبة كبيرة في فترات زمنية قصيرة بحيث يدخل هذا الطلب في مرحلة جديدة هي مرحلة الكساد، وكذلك دخول الطلب السياحي في هذه المرحلة الحساسة التي كانت تتطلب جهودا مضاعفة من الأجهزة السياحية والإعلامية الرسمية في الخارج.

4-مرحلة الركود: نتيجة لمرحلة الكساد التي يمر بها الطلب السياحي وبعض العوامل الأخرى المؤدية لاستمرارها فإنه يدخل في مرحلة أخرى أكثر انخفاضا وتدهورا وهي ما يعبر عنها المخططون وخبراء السياحة بمرحلة الركود وهي المرحلة التي تستمر فترة أطول من المرحلة السابقة كما أنها تأخذ شكلا أكثر عنفا وشددة ويتميز فيها الطلب السياحي بالتوقف والجمود.

الشكل رقم: (01_01) مراحل الطلب السياحي



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على ماسبق

المطلب الثاني: العرض السياحي

يعرف العرض السياحي على أنه خليط من العناصر غير المتجانسة التي تؤخذ مستقلة عن بعضها البعض لمشكل العرض السياحي الوطني أو الدولي كما يعرف بأنه كل مكونات النشاط السياحي من فاعليات

وخدمات وصناعات يمكن تقديمها للسائح لإنجاح تجربة السفر. ويعرف العرض السياحي بأنه رغبة المنتج في عرض السلع والخدمات للبيع في الأسواق مقابل ثمن معين في وقت معين¹

- يعرف العرض السياحي بشكل عام أنه مقدار الخدمات السياحية التي تعرضها المشاريع السياحية للبيع مقابل ثمن معين وفي وقت معين لكن التعريف الأكثر استخداماً في هذا المجال هو أن العرض السياحي عبارة عن كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسائحيها الحقيقيين المحتملين، والخدمات والبضائع وكل شيء يحتمل أن يغري الناس بزيارة لبلد معين.

التعريف الإجرائي: يرى الباحث أن العرض السياحي هو جميع الخدمات التي تقدم إلى السائحين الوافدين إلى مناطق الجذب السياحي والمتمثلة في المقومات الطبيعية والدينية والبشرية.

- مواصفات العرض السياحي: له عدة مواصفات وهي كالتالي²:

أ- يعتمد العرض السياحي بشكل كبير على عنصر العمل وينسب تفوق عرض الأنشطة الأخرى الزراعية والصناعية وهذا ما تؤكد نظرية فروتسيه فيبقى هذا العنصر يساعد على زيادة استخدام القوى العاملة.

ب- يعتبر العرض السياحي بالدرجة الأساس عرض للخدمات فالسائح يشري عادة مجموعة الخدمات تشكل ما يعرف بالمنتوج السياحي وهذه الخدمات تتمثل فيما يلي: خدمات النقل وخدمات الإيواء وخدمات الطعام الشراب اللهو التسلية.

ج- العرض السياحي غير قابل للخرن: فطالما أنه عرض خدمي فلا يمكنه خزن الخدمات، وبذلك يكون عرض آني ومباشر ويصنع يومياً على مدار الساعة.

د- العرض السياحي غير قابل للنقل: فالمعتاد عليه أن المستهلك ثابت والسلعة هي التي تتحرك ويتم نقلها إلى الأسواق القريبة وهناك بعض السلع تستهلك عندما تصل إلى منزل المستهلك إلا أن الحال يختلف تماماً الآن فالعرض السياحي ثابت والمستهلك هو المتغير ينتقل لكي يستطيع أن يقتني الخدمات.

مكونات العرض السياحي

هناك عدة مكونات يتميز بها العرض السياحي وهي تضمن من طرف المحيط الاقتصادي والاجتماعي والتكنولوجي والبيئي وتمثل هذه المكونات في³:

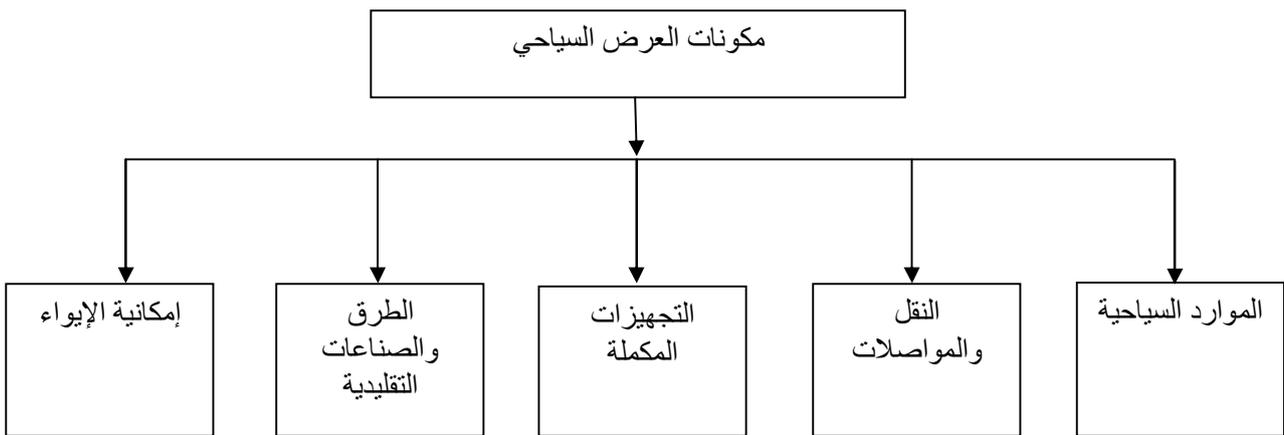
¹ - صفاء عبد الجبار الموسوي، مرجع سابق، ص 79.

² - مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سابق، ص 73.

³ - فؤاد رشيد سمارة، الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001م، ص 14.

- 1-الموارد السياحية: فتمثل في كل عنصر طبيعي، نشاط إنساني أو كل ما ينتج عن النشاط الإنساني الذي من شأنه أن ينشط التنقلات والرحلات السياحية سواء كانت الطبيعة كالبحار والشواطئ والجبال والمناخ، أو المشكلة الإنسانية كالمتاحف، كالنصب التذكارية والتاريخية.
- 2-النقل والمواصلات: تمثل شبكات النقل بأنواعها ويعتبر النقل أحد الشروط الأساسية للسياحة، فبدون السفر لا وجود للسياحة على عكس بعض الأنشطة.
- 3-التجهيزات المكملة: إن جلب السياح وإيوائهم وإطعامهم لا يكفي فالسائح يريد استهلاك الخدمات السياحية والقيام بنشاطات ترفيهية الأمر يستدعي تهيئة الموارد السياحية بإنشاء تجهيزات ثقافية ورياضية وصحية.
- 4-الحرف والصناعات التقليدية: تعتبر من العوامل المشجعة للسياحة وتساهم تعزيز الإيرادات السياحية في خلق مناصب الشغل بنسبة عالية وهذا العامل له أثر كبير في لفت نظر السائحين خاصة الأجانب بمعرفة أصول وعادات وتقاليد بعض الدول.
- 5-إمكانية الإيواء الإضافية: وتتمثل في أهم المكونات الأساسية مثل الفنادق الفخمة والمخيمات وبيوت الشباب... إلخ لاستيعاب الطلب السياحي والذي يتطلب وجود إمكانات إيواء تتناسب مع كل أنواع السياحة.

الشكل رقم: (01-02) مكونات العرض السياحي



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على ما سبق.

خصائص العرض السياحي:

يتميز العرض السياحي بعدة خصائص من أهمها¹.

1-**التفعيل**: يكون هذا التفعيل من خلال الاستغلال الجيد لقدرة استيعاب السياح، فمثلا لا يتحقق استغلال غرفة فندقية ومقاعد المطاعم أو المقاهي وغيرها إلا بهدف استغلالها، وهو بنفس التشخيص بالنسبة للنقل أو الوكالات والشركات السياحية وهو ما يعتبر ذلك خسارة للقطاع بسبب قلة التوظيف أو سوء عرض الإمكانيات السياحية ولذلك فالمنتج السياحي يشترط فيه حضور السائح.

2-**المرونة**: وذلك بتشييد منشآت سياحية مثل فندق محيم، وكالة سياحية إلا أنها تحتاج إلى تخطيط مسبق حيث أنه من الصعب توفيرها في مدة قصيرة لذا يتوجب تقديم عروض تتوافق مع الإمكانيات السياحية المتاحة لتحقيق المرونة للأزمة مع تزايد الطلب وتنوعه.

3-**أثر الموسمية**: تمتاز الحركة السياحية بتأثيرها بالموسمية ففي موسم الذروة أين يبلغ الطلب السياحي أقصاه بزيادة تدفق السياح وهو ما يوجب توفير العرض السياحي المناسب وإثرائه بالتحفيزات والاشتراكات المجانية والمسابقات وأكثر من ذلك أما في باقي الموسم الركود يقل النشاط السياحي بسبب انخفاض الطلب عليه.

4-**تعدد جهات الإنتاج**: بالرغم من تعدد عناصر السياحة وتنوع مظاهرها فإن طرق عرضها متنوعة أيضا لذا تعدد الجهات والهيئات المسؤولة عن تقديم أفضل العروض التي تحقق الجذب السياحي مثل الوكالات، والجمعيات السياحية.

5-**المعنوية**: ويقصد بها الجانب المعنوي في طريقة التعامل والسلوك عند تقديم الخدمات للسياح مثل حرارة الترحاب، تسهيل الإجراءات والاهتمام والتواصل... وهناك خصائص أخرى:

يتصف العرض السياحي في أي دولة من الدول السياحية في عدد من الخصائص العامة التي تحدد ملامحها الرئيسية أهمها²:

1-عدم المرونة(الجمود).

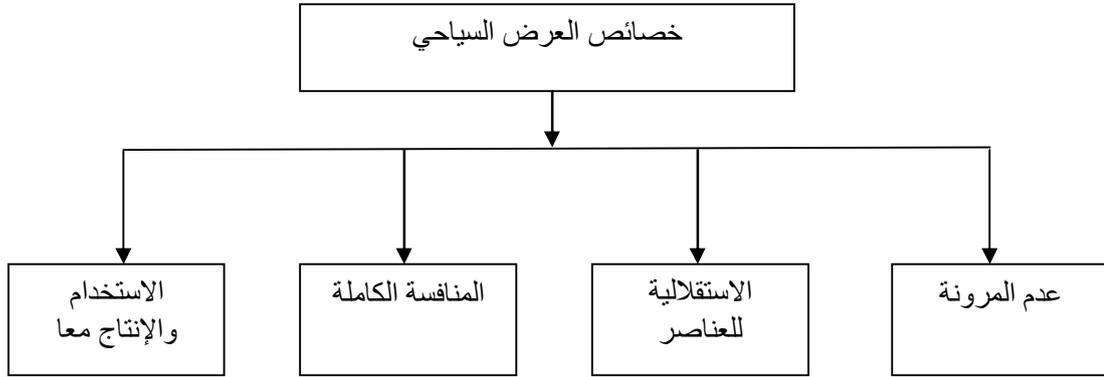
2- استقلال العناصر المكونة لها في الاستخدام في أماكن تواجهه (إنتاجه).

3- خضوع العرض السياحي للمنافسة الكاملة.

الشكل رقم: (03-01) خصائص العرض السياحي

¹ - فؤاد بن غضبان، الجغرافيا السياحية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة العربية، 2014، ص 79.

² -علي فلان الزغبي، مرجع سابق، ص 215.



المصدر: علي فلاح الزغبى، التسويق السياحي والفندقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013، ص 212.

المطلب الثالث: عناصر السياحة.

مهما تعددت أنواع السياحة إلا أن هناك عناصر متفق عليها والتي تشكل مفهوم واضح للسياحة لدى أي شعب من شعوب العالم وتداخل أنشطتها مع العديد من الجمالات وتمثل هذه العناصر فيما يلي:

1-المادة الأولية: تتضمن المغريات والأماكن الحضارية التي تتفرد بها منطقة معينة من أخرى وهذه تتكون من¹.

أ-الجواذب الطبيعية: مثل المناظر الطبيعية، الجبال الجو اللطيف.

ب-الجواذب غير الطبيعية: المدن الحضارية، آثار التقدم العمراني الحديث، الأضرحة والأماكن الدينية (المعبد).

2-رأس المال: تشمل إنشاء التسهيلات والخدمات السياحية في الناطق الأثرية والطبيعية التي تحتاج إلى جهود استثمارية حتى تسهل عملية الجذب السياحي مثل: إنشاء الفنادق والملاهي، مكاتب سياحية، طرق ومواصلات أي التي تحتاج إلى رأس مال.

3-العمل: يشمل استخدام الأيدي العاملة وهيئة العمل لمستوى محلي وعالمي وتحتاج صناعة السياحة والفنادق إلى أيدي عاملة مؤهلة وماهرة ومدربة وذوي اختصاص لأداء دورها بصورة صحيحة.

¹ - زيد منير الأبوي، مرجع سابق، ص 19-20.

4-الإعلان والدعاية والسياحة: يشمل هذا العنصر الإعلان عن سفرة سياحية من منطقة ما مثل: اسبانيا بلد لم يشاهده السائح من قبل لذلك فإن الإعلان يعمل على توفير المعلومات عن طريق النشرات والصور لذلك نحتاج لإعلان ناجح للسياحة.

5-النقل: يشمل توفر وسائل المواصلات السريعة والمريحة وطرق المواصلات وهذا مجمل في وسائل النقل (البرية، البحرية).

6-البنية التحتية: مثل شبكات المياه، الكهرباء، الغاز والتلفازات، الطرق والبنوك... الخ. بحيث يعتبر المحيط البيئي أساس الغطاء السياحي، فالشروط الطبيعية تحدد وجود السياحة ذلك لأنها تمثل مكونا أساسيا كعرض أولي كذلك تكييف مختلف أنواع الطلب.

الخلاصة:

استخلصنا من هذا الفصل أن للسياحة أهمية كبيرة ودور فعال في الاقتصاد الوطني والعالمي حيث تم التطرق في البداية على مفاهيم عامة حول السياحة وأنواعها وأهميتها كل منها على حدة ثم عرفنا مكونات ومستويات السياحة وفوائدها وعيوبها وأسباب انتشار السياحة وكذلك بهدف إثراء الموضوع ارتأينا القيام بدراسة السوق السياحي والتي تتكون من العرض والطلب السياحي وعناصر السياحة.

الفصل الثاني

الإطار النظري للتجارة

الخارجية

تمهيد:

تلعب التجارة الخارجية دورا هاما و تصاد الدول والمجتمعات سواء كان المجتمع ناميا أو متقدما، وترتبط ما بين الدول نتيجة لتفعيلها. إن الهدف الأساسي للتجارة الخارجية هو توفير السلع والخدمات لتلبية الحاجات المحلية وبذلك تتخلص من الفائض عن طريق المبادلات التجارية، ولكون التجارة الخارجية تحتل مكانة مرموقة في الدول و تعتبر الأساس في الاقتصاد الدولي، فهي تحتاج إلى تمويل دائم يضمن إستمرارها.

إذن في هذا الفصل سنتطرق إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: عموميات حول التجارة الخارجية.

المبحث الثاني: نظريات التجارة الخارجية.

المبحث الثالث: سياسة التجارة الخارجية.

المبحث الأول: عموميات حول التجارة الخارجية

تحتل التجارة الخارجية بأهمية كبيرة في التنمية الاقتصادية بعدما كان ينظر لها بأنها عملية لتبادل السلع والخدمات، حيث أصبحت الآن تشكل البوابة الأمامية للتنمية الاقتصادية، والتي أضحت هذه الأخيرة من أبرز المواضيع في التجارة الخارجية والتي تشغل اهتمام المجتمع الدولي في الوقت الراهن حيث فرضت نفسها على جدول الأعمال العالمي.

المطلب الأول: تعريف التجارة الخارجية

التجارة الخارجية: يمكن تعريف التجارة الخارجية بعدة تعريفات أبرزها:

التجارة الخارجية تعني مجموع الفعاليات الاقتصادية المتحددة بتبادل مدخلات ومخرجات عمليات الإنتاج لزمان معلوم وبأسعار محددة، وبين دولة واحدة مع مجموعة الدول الأجنبية محدودة في عددها أو أكثر سواء على صعيد الإقليم أو العالم الخارجي¹.

التجارة الخارجية هي عملية التبادل التجاري التي تتم بين الدولة ودول العالم الأخرى، وتشمل عملية التبادل هذه السلع المادية، الخدمات، النقود، الأيدي العاملة².

التجارة الخارجية هي كل المعاملات التجارية الدولية في صورها الثلاثة المتمثلة في انتقال السلع والأفراد ورؤوس الأموال، تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة، أو بين حكومات أو منظمات اقتصادية تقطن في وحدات سياسية مختلفة³.

المقصود بمصطلح التجارة الخارجية شأنه في ذلك شأن الكثير من مصطلحات العلوم الاجتماعية، لتباين كبير في الرأي حول نطاق مضمونه وللصور التي يتألف منها، وفي هذا الخصوص يمكن التفرقة بين مصطلح "التجارة الخارجية بمعناها الضيق" ومصطلح "التجارة الخارجية بمعناها الواسع"

ويعطي اصطلاح "التجارة الخارجية بالمعنى الضيق" كلا من الصادرات والواردات المنظورة وغير المنظورة، في حين يغطي اصطلاح "التجارة الخارجية بالمعنى الواسع" كلا من¹:

¹-د.محمد أحمد الدوري، في التجارة الخارجية، دار شموع الثقافة، الطبعة الأولى، 2007، ص 7.

²-نداء محمد الصوص التجارة الخارجية، مكتبة المجتمع العربي للنشر، الطبعة الأولى، 2011م/1432هـ، ص9.

³-جمال جويدان الجمل، التجارة الخارجية، مركز الكتاب الأكاديمي، الطبعة العربية الأولى، 2013م/1434هـ، ص11.

- الصادرات والواردات المنظورة "السلعية".
 - الصادرات والواردات غير المنظورة "الخدمية".
 - الهجرة الدولية، أي انتقالات الأفراد بين دول العالم المختلفة.
 - الحركات الدولية لرؤوس الأموال، أي انتقالات رؤوس الأموال بين دول العالم المختلفة.
- وأمام هذا التباين في المفاهيم اتجه بعض الكتاب إلى استخدام مصطلح التجارة الخارجية للدلالة على النطاق الضيق لها، بينما أطلق مفهوم التجارة الدولية للدلالة على التجارة الخارجية بالمعنى الواسع.

المطلب الثاني: أسباب قيام التجارة الخارجية:

من أبرز أسباب قيام التجارة الخارجية ما يلي²:

- وجود الحاجة على السلع المختلفة والمتنوعة، وكذلك الخدمات لتلبية الحاجات الإنسانية المتزايدة والمتطورة سواء أكان ذلك للفرد أو المجتمع أو كان ذلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة.
- وجود التخصص الإنتاجي وكذلك تقسيم العمل الاجتماعي في الإنتاج السلعي والخدماتي وكذلك في التبادل السلعي بين المناطق والبلدان.
- وجود تباين واختلاف في ظروف وأوضاع التطور الاقتصادي والاجتماعي الحاصل في المجتمعات الإنسانية والدول.
- بروز الاختلاف في التكاليف الإنتاجية وتباين مستوياتها بين المناطق والدول المختلفة.
- توفير الحماية للمصالح الاقتصادية والاجتماعية للفرد والجماعة والمجتمع ككل أو للدول والمناطق.
- وجود اختلاف في طبيعة الأنظمة الاقتصادية والاجتماعية التي وجدت وسادت في مختلف بلدان ومناطق العالم، ومدى الميل نحو التبادل التجاري الخارجي.
- وجود الرغبة في التعاون لدى الدول من أجل التبادل التجاري الخارجي فيما بينهم.
- انتشار مبدأ حرية التبادل التجاري كشعار سياسي واقتصادي.

¹-د.سامي عفيفي حاتم، التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، الكتاب الأول، الطبعة الأولى، 1991م/1411هـ، الطبعة الثانية، 1993م/1413هـ، الدار المصرية اللبنانية، ص 36-37.

²- د. محمد أحمد الدوري، مرجع سابق، ص 12.

● عدم استطاعة الدول تحقيق الاكتفاء الذاتي من السلع وذلك بسبب الميزات الطبيعية والمكتسبة وبسبب اختلاف ظروف الإنتاج لكل سلعة¹.

كما يوجد هناك سبب آخر وهو التخصص الدولي: حيث أن كل دولة تتخصص في إنتاج السلع التي تتمتع في إنتاجها بميزة نسبية مما يزيد من إنتاجها ووجود فائض لديها في هذه السلع، وبالتالي عليها استبدالها بسلع أخرى من إنتاج الدول التي تتمتع تلك الدول بدورها بميزة نسبية في إنتاجها. وهذا التخصص يؤدي إلى إنشاء مشروعات كبيرة وهذا يؤدي إلى تقليل التكلفة المتوسطة الكلية للوحدة الواحدة نتيجة وفرة الحجم الكبير، واختلاف الميول والأذواق لدى الشعوب من حيث رغبتهم في الحصول على السلع المنتجة في الدول الأخرى².

كما يرجع تفسير أسباب قيام التجارة الخارجية بين الدول إلى جذور المشكلة الاقتصادية، أو ما يسميه الاقتصاديون بمشكلة الندرة النسبية، فمن المسلم بها في عالم اليوم أنه مهما اختلفت النظم السياسية في مختلف دول العالم فإنها لا تستطيع إتباع سياسة الاكتفاء الذاتي بصورة كاملة، ولفترة طويلة من الزمن، وذلك لأن إتباعها يدفع الدولة أن تنتج كل احتياجاتها بالرغم من أن ظروفها الاقتصادية والجغرافية لا تمكنها من ذلك ومهما يكمن ميل أي دولة لتحقيق هذه السياسة، فإنها لا تستطيع أن تعيش في عزلة عن الدول الأخرى، إذ أن الدول ليس بإمكانها أن تنتج كل ما تحتاج من السلع، وإنما يقتضى الأمر أن تخصص في إنتاج السلع التي تؤهلها ظروفها الطبيعية والاقتصادية لإنتاجها، ثم تبادلها بمنتجات دول أخرى لا تستطيع إنتاجها داخل حدودها، أو تستطيع لكن بتكلفة ونفقة مرتفعة يصبح عندها الاستيراد من الخارج مفضلاً، من هنا تبدو أهمية التخصص وتقسيم العمل بين الدول المختلفة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بظاهرة التجارة الدولية³.

المطلب الثالث: أهمية التجارة الخارجية:

تعد التجارة الخارجية من القطاعات الحيوية في أي مجتمع اقتصادي، سواء كان ذلك المجتمع متقدماً أو نامياً، فالتجارة الخارجية تربط الدول والمجتمعات مع بعضها البعض، إضافة إلى أنها تساعد في توسيع القدرة التسويقية عن طريق فتح أسواق جديدة أمام منتجات الدولة.

¹ - نداء محمد الصوص، مرجع سابق، ص10.

² - نفس المرجع، ص11.

³ - جمال حويدان الجمل، مرجع سابق، ص15.

وتساعد كذلك في زيادة رفاهية البلاد عن طريق توسيع قاعدة الاختيارات فيما يخص مجالات الاستهلاك والاستثمار وتخصيص الموارد الإنتاجية بشكل عام، بالإضافة إلى أهمية التجارة الخارجية من خلال اعتبارها مؤشرا جوهريا على قدرة الدولة الإنتاجية والتنافسية في السوق الدولي، وذلك لارتباط هذا المؤشر بالإمكانيات الإنتاجية المتاحة، وقدرة الدولة على التصدير ومستويات الدخل فيها، وقدرتها كذلك على

الاستيراد وانعكاس ذلك على رصيد الدولة من العملات الأجنبية ومالها من آثار على الميزان التجاري¹.

1- أهمية الاستيراد في الاقتصاد:

الإستيراد جزء من التجارة الخارجية يتضمن تخطيطا ووضع السياسات التي تغطي مجالات واسعة من الأنشطة المكتملة، والمرتبطة بهذه الوظيفة. لذا يجب انتهاج سياسة محكمة في ميدان شراء المنتجات والسلع الذي من الضروري استخدامها لضمان منافسة دائمة ومرتبطة بعنصر التكاليف، ولكون الاستيراد يتم خارج الحدود فمن الضروري أن تكون عملة كل من المورد والمستورد مختلفة لتلبية احتياجات اقتصادية ما، ومن هنا نستنتج أن وجود الاستيراد دليل لوجود التصدير إلى بلد آخر.

2- أهمية التصدير في الاقتصاد:

التصدير عبارة عن تسويق السلع والخدمات إلى البلدان الأجنبية مقابل الحصول على العملة الصعبة، ويعتبر التصدير من أكثر الأشكال اقتحاما للأسواق الخارجية، كما أن معظم المؤسسات ترغب في ممارسة العمليات التصديرية، بحيث يعتبر النشاط التصديري في حد ذاته مقياسا للمرونة التنافسية للمؤسسات وللمعرفة قدراتها على التكيف مع البيئات الأخرى.

¹ - جمال حويدان الجمل، مرجع سابق، ص12.

المبحث الثاني: نظريات التجارة الخارجية:

لقد تعددت نظريات التجارة الخارجية وتفسيرها لها فمنها النظريات الكلاسيكية والنظريات النيو كلاسيكية والنظريات الحديثة، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول: النظرية الكلاسيكية:

النظريات الاقتصادية عديدة في أنواعها ولكنها مختلفة في مضمونها حيث أن العامل الرئيسي المحرك للتجارة الخارجية بين مختلف دول العالم من جانب وفترة ظهورها التاريخي وتطورها الزمني من جانب آخر ومن أبرز هذه النظريات.

1- نظرية الاقتصادي دافيد هيوم:

إن هذه النظرية يطلق عليها اسم نظرية المعدن النفيس (الذهب) أو نظرية التوازن التلقائي لكونها تستند على معدن الذهب كمحرك للنشاط الاقتصادي التجاري بين البلدان، وإن حركة انتقال الذهب بسبب التبادل التجاري تؤدي إلى حالة التوازن بين كمية الذهب والأسعار المحلية والخارجية من جانب وبين كمية الذهب ومستوى النشاط الاقتصادي من جانب آخر مع اشتراط حرية حركة الذهب والتجارة بين البلدان المتبادلة¹.

2- نظرية الاقتصادي آدم سميث (نظرية الميزة المطلقة):

إن هذه النظرية يطلق عليها كذلك النظرية المطلقة للكلفة الإنتاجية للوحدة السلعية المنتجة مقارنة مع البلدان الأخرى المراد التبادل معها، أي أن التكلفة الإنتاجية المنخفضة بصورة مطلقة مع البلدان الأخرى تجعل لها صفة التميز الإيجابي والمحرك الأساسي لعمليات التبادل التجاري بين بلدان العالم، إن هذا التميز المطلق يفيد البلد المعني بصورة أكبر، ومن مزايا تقسيم العمل الدولي وبنفس الوقت

¹ - د. محمد أحمد الدوري، مرجع سابق، ص 32.

توسع حجم السوق إضافة إلى الحصول على منافع أكبر جراء ذلك، أي إن الميزة المطلقة في النشاط الإنتاجي تحدد أي السلع تصدر أو أيها تستورد¹.

وبما أن آدم سميث ينتمي إلى المدرسة الكلاسيكية فإن نظريته تخضع إلى فرضيات المدرسة الكلاسيكية وهي²:

- وجود دولتين وسلعتين فقط.
- العنصر الإنتاجي المهم والذي يعتبر محور العملية الإنتاجية هو عنصر العمل وبالتالي فإن تكلفة إنتاج أي سلعة سعرها يحدد بمقدار ساعات العمل المبذولة في إنتاجها.
- ظروف السوق ظروف منافسة تامة داخل كل دولة وعليه فإن سعر السلع التبادلي يكون واحد فيلك السوق ويحدده بفعل قوى العرض والطلب وتبعاً لتكلفة إنتاج كل سلعة من ساعات العمل.
- حرية انتقال عنصر العمل بين الصناعات داخل الدولة الواحدة وعدم انتقاله إلى الدول الأخرى الأمر الذي يترتب عليه أن يسود أجرا واحدا لعنصر العمل داخل المجتمع الواحد.

3- نظرية الميزة النسبية أو التكاليف النسبية (دافيد ريكاردو) (1772-1823):

تعود نظرية التكاليف النسبية إلى المفكر الاقتصادي الإنجليزي "ديفيد ريكاردو"، حيث حسب هذا الأخير أن كل البلدان لها المنفعة في المشاركة في التجارة الدولية.

توضح هذه النظرية أنه حتى ولو امتازت إحدى الدول (الدولة ب مثلاً) بظروف إنتاج أحسن من تلك التي هي سائدة في البلد الآخر (البلد أ) فإن كلا البلدين يستفيدان من إقامة تبادل خارجي دون أن يقتضي ذلك تخصص البلد ب في إنتاج السلعتين وتخصص البلد أ في الاستيراد، حيث يتخصص البلد الأقل كفاءة في إنتاج وتصدير السلعة التي تكون تكلفتها أقل، بمعنى السلعة التي يكون للبلد ميزة نسبية بشأنها ويستورد السلعة التي تكون تكلفتها أكبر³.

المطلب الثاني: النظريات النيوكلاسيكية:

لقد اقتصرَت النظرية الكلاسيكية في تحليلها لظاهرة التبادل الدولي في تبيائها بأن الاختلاف في النفقات النسبية للإنتاج هو سبب قيام التجارة الخارجية، لكنها عجزت عن توضيح أسباب اختلاف

¹ - نفس المرجع ، ص33.34.

² - نداء محمد الصوص، مرجع سابق، ص17.18.

³ - د. يوسف مسعداوي، دراسات في التجارة الدولية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010م، ص26.

النفقات النسبية بين هذه البلدان وفي هذا الصدد قامت النظرية السويدية بتقديم هذا التفسير بواسطة المفكر الشهير "هكشر وبريل أولين".

1- نظرية هكشر وأولين:

حاول الاقتصادي السويدي "إيلي هكشر" في كتابه بعنوان "آثار التجارة الخارجية على التوزيع" الذي صدر سنة 1919م و تلميذه "برتل أولين" من خلال كتابه تحت عنوان "التجارة الإقليمية والتجارة الدولية" الصادر في سنة 1933م، أن يتجاوز بعض نقائص النظرية الكلاسيكية وخاصة في اتخاذ هذه الأخيرة العمل كالمحدد الوحيد لقيمة السلع وبالتالي إهمالها لعوامل الإنتاج الأخرى.

وتنص نظرية هيكشر وأولين على أن ما يدفع الدول للقيام بالتبادل الخارجي ليس هو الاختلاف في التكاليف النسبية كما يعتقد ريكاردو وأنصاره، بل هو الاختلاف في أسعار عوامل الإنتاج التي تحدد بدورها أسعار السلع، وعلى أساس هذا الاختلاف في الأسعار تقوم الدول بالتخصص في إنتاج تلك السلع التي تتوفر لديها محليا بأسعار أقل من الأسعار السائدة في البلدان الأخرى وتقوم باستيراد ما تحتاجه من السلع الأخرى.

تنص نظرية هيكشر أولين على أن كل دولة ستركز على إنتاج السلع التي تستخدم العوامل ذات الوفرة النسبية التي لها كثافة في عناصر الإنتاج (رأس المال والعمل) وتقوم بتصديرها وتستورد السلع الأخرى¹.

2- نظرية جون ستيوارت ميل:

وهذه النظرية تسمى بنظرية القيم الدولية للتبادل التجاري أو معدلات التبادل التجاري الدولي وبيان القوى التي تحكم معدل التبادل أو نسبة التبادل السلعي التي تسود السوق العالمية، وهذه النسبة التبادلية تتحدد بقانون الطلب المتبادل لكل من البلدين المتبادلين، وإن الطلب المتبادل يعني أن عرض السلعة التي تنتجها إحدى الدول هو في الواقع يمثل طلب هذه الدولة على السلعة التي تنتجها دولة ثانية أخرى².

وكذلك الأمر بالنسبة لعرض الدولة الثانية من إنتاجها لسلعة معينة يمثل طلبها على السلعة التي تنتجها الدولة الأخرى، كما أوضح الاقتصادي جون ستيوارت ميل بأن القيمة الدولية للسلعة لا تحدد على كلفة إنتاجها وإنما تحددها يكون عند ذلك المستوى أو النقطة التي تتحقق في التعادل بين طلب كل

¹- د. يوسف مسعداوي، مرجع سابق، ص 45، 46.

²- د. محمد أحمد الدوري، مرجع سابق، ص 53.

من البلدين على سلع الآخر، وإن نقطة التقاطع التعادلية تكون بين الحدين الأعلى والأدنى لنسب التبادل التجاري¹.

3- لغز ليونتييف:

لقد استهل ليونتييف (اقتصادي أمريكي من أصل روسي حائز على جائزة نوبل سنة 1973م) دراسته التطبيقية مؤكداً على الاقتناع بالنتائج والتوصيات التي انتهت إليها الدراسات التحليلية لنموذج هيكشر وأولين، والتي تتلخص في قيام كل بلد بإنتاج وتصدير تلك السلع التي تعتمد في إنتاجها على عنصر الإنتاج الأوفر نسبياً، وتستورد تلك السلع التي تعتمد في إنتاجها على العنصر النادر نسبياً، ولما كانت هذه الدراسات التطبيقية تركز على و.م.أ وكانت هذه الدولة أكثر دول العالم وفرة في عنصر رأس المال، فلقد توقع ليونتييف وغيره من الاقتصاديين المؤيدين لنظرية هيكشر وأولين أن تقوم و.م.أ بإنتاج وتصدير السلع كثيفة رأس المال وتستورد تلك السلع كثيفة العمل².

المطلب الثالث: النظرية الحديثة أو المعاصرة:

لقد جاءت نظريات حديثة تخالف النظريات السابقة في شرح الأسس التي تقوم عليها التجارة الدولية، وقد أدخلت هذه النظريات عناصر جديدة والتي تعتبر حسب رأي أصحابها أساس قيام التجارة الدولية.

1- نظرية تشابه دوال الطلب:

يعتبر الاقتصادي السويدي استيفان ليندر من أوائل الاقتصاديين الذين قدموا دور الطلب في نموذج تفسير التجارة الدولية، ففي ما يخص المواد الخام فإن تفسير ليندر للتجارة هو نفس تفسير هيكشر وأولين، أي على أساس اختلاف نسب عناصر الإنتاج، أما فيما يخص السلع الصناعية فإنه يرجع قيام التجارة فيها إلى تشابه نمط الطلب في البلاد المختلفة. فطبقاً لليندر، لا يستطيع أي بلد أن يحقق ميزة نسبية في إنتاج سلعة صناعية إذا لم تكن هذه السلعة مطلوبة للسوق المحلية وتمثل فرضية تشابه هيكل الدخل أو تشابه التفضيل أو تشابه الطلب التي قدمها ليندر فيما يلي: "يزداد حجم التجارة في السلع المصنعة بين دول تتشابه في أنماط الطلب"³.

¹ - نفس المرجع، ص 54.

² - د. يوسف مسعداوي، مرجع سابق، ص 50.

³ - نفس المرجع، ص 56.

وعلى ذلك يعتبر وجود الطلب الداخلي شرطا ضروريا لإنتاج السلعة وتصديرها، وحيث أن الدولة لن تستورد مطلقا سلعة ليس لها سوق محلي، فإن هذا الغرض يؤكد أيضا على أن التجارة المرتقبة للدول تكون مقصورة على تلك السلع التي يتواجد سوق داخلي لها.

2- نظرية ستولبر - سام ويلسن:

لقد أثبتت النظرية أن زيادة الأسعار النسبية المحلية لإحدى السلع سوف يؤدي إلى زيادة الدخل الحقيقي لعامل الإنتاج الذي يستخدم بكثافة في إنتاج تلك السلعة ويعود السبب في ذلك إلى أن ارتفاع السعر المحلي لهذه السلعة مقارنة بالسلع الأخرى سيحفز المنتجين على زيادة إنتاجها بدلا من استيرادها المكلف وبما أن حجم العرض من عاملي الإنتاج ثابت فإن الإنتاج الإضافي المترافق بزيادة الأسعار يستلزم تحول قسم من عامل الإنتاج المستخدم في صناعة السلعة الثابتة إلى صناعة السلعة الأولى ولكي يتم ذلك لابد من زيادة سعر هذا العامل مع سعر العامل الآخر ومن ثم سوف يزداد دخله¹.

هنالك الكثير من المحاولات التي أجريت لتعميم هذه النظرية وقد ثبتت إمكانية التعميم نظريا، وذلك من حيث تساوي عدد السلع مع عدد عوامل الإنتاج.

3- نظرية جون هيكس:

درس جون هيكس أثر التقدم التكنولوجي على التجارة الدولية ففي حالة وجود دولتين يتصف اقتصاد الدولة الأولى بالنمو والدولة الثانية بالسكون، استنتج عندها هيكس أن التقدم العلمي في الدولة ذات الاقتصاد النامي يمكن أن يؤدي إلى الإضرار بشروط التجارة الدولية فيها، خصوصا إذا تحقق عندها التقدم في صناعتها التصديرية، كما يمكن أن يؤدي إلى تحقيقها لمكاسب في شروط التبادل الدولي، إذا اتجه هذا التقدم إلى صناعتها المنافسة للواردات².

لقد قام هيكس بالتمييز بين ثلاثة أنواع من التقدم العلمي وهي:

- 1- التقدم المستخدم لرأس المال.
- 2- التقدم المستخدم للعمل.
- 3- التقدم المحايد.

¹ - د. شقيري نوري موسى وآخرون، التمويل الدولي ونظريات التجارة الخارجية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2012م/1433هـ، ص104.

² - نفس المرجع، ص106.

وقد قدم هيكس افتراضا يتصف بالتقييد من شأنه أن يجعل نسبة مزج عوامل الإنتاج متساوية قبل تحقيق التغيير العلمي وبعده، كما يجعل التقدم العلمي وفقا للمعايير السابقة محايدا، وبناءا على هذا الافتراض قد توصل هيكس إلى النتيجة التالية: "إذا اختص التقدم العلمي بإحدى السلعتين المنتجين مع ثبات أسعارهما النسبية، لا بد وأن ينخفض حجم الإنتاج المطلق من السلعة الأخرى"¹.

4- النظرية الحديثة في التجارة الدولية: هيكشر، أولين:

قد بنى أولين تحليله على أفكار مواطنه الاقتصادي السويدي إيلي هيكشر الذي أكد على الاختلافات في هبات الدول من عوامل الإنتاج كشرط أساسي لقيام التجارة الدولية، وقد ظهرت أفكار هيكشر في مقال (باللغة السويدية) نشر سنة 1919م، وقد طور أولين أفكار هيكشر واستطاع أن يزودنا بتوضيح كامل لأساس التجارة الدولية، أرجع أولين قيام التجارة الدولية إلى عاملين أساسيين هما:

- 1- اختلاف الوفرة النسبية لعوامل الإنتاج فيما بين الدول المختلفة.
- 2- اختلاف نسب مزج عوامل الإنتاج في دوال إنتاج السلع المختلفة.

فمن الملاحظ أن هبات الدول من عوامل الإنتاج تظهر اختلافات كبيرة، فبعض الدول مثل استراليا والأرجنتين تمتلك أراضي وفيرة نسبية، وبعض الدول لأخرى مثل أمريكا إنجلترا تمتلك تراكمات كبيرة من رأس المال نسبيا وفي دول ثالثة مثل الهند مصر نجد أن العمل هو العنصر المتوفر بكثرة نسبيا، وعندما تختلف الوفرة النسبية لعوامل الإنتاج بشدة، فإن الأسعار النسبية لعوامل الإنتاج ستظهر اختلافات مماثلة، فوفرة الأرض تعني انخفاض الإيجارات نسبيا، ووفرة رأس المال تعني انخفاض أسعار الفائدة نسبيا، ووفرة العمل تعني انخفاض الأجور نسبيا، هكذا².

5- نظرية الفجوة التكنولوجية:

يركز نموذج الفجوة التكنولوجية في تفسير نمط التجارة الخارجية بين الدول على إمكانية حيازة الدول على طرق غنية متقدمة للإنتاج تمكنها من إنتاج سلع جديدة أو منتجات ذات جودة أفضل، ويعتمد بوسنر وهو مؤسس نموذج الفجوة التكنولوجية على مصطلحين هما "فجوة الطلب" و"فجوة التقليد"³.

¹- د. شقيري نوري موسى وآخرون، مرجع سابق، ص 107.

²- د. كامل بكري، الاقتصاد الدولي التجارة الخارجية والتمويل، الدار الجامعية، جامعة الإسكندرية، مصر، سنة 2001، ص 47.

³- سامي عفيفي حاتم، التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1991م، ص 10.

حيث يقصد بفجوة الطلب تلك الفترة الزمنية بين بداية إنتاج السلعة الجديدة في الدولة موطن الابتكار وبداية استهلاك هذه السلعة في الخارج. أما فجوة التقليد فهي تلك الفترة بين إنتاج السلعة الجديدة في الدولة موطن الابتكار وبداية إنتاجها في الخارج.

6- دورة حياة المنتج:

والذي وضع أصوله كلا من فارنون وهيرش حيث ركز على عوامل السوق أو جانب الطلب، ويوضح بصفة أساسية العلاقة بين المبيعات من المنتج (سنة، شهر...) وعمر هذا المنتج، وبالإضافة إلى أهمية هذا النموذج من الناحية العلمية كطريقة للتنبؤ وتقسيم حجم المبيعات والظروف التكنولوجية والتنافسية التي تواجه المنتج لتضبط التجارة (تغير اختلاف المستوى التكنولوجي الذي سند إليه اختلاف الأثمان كأساس للتجارة).

7- نظرية اقتصاديات الحجم:

تشكل نظرية اقتصاديات الحجم في التجارة الخارجية تطويراً وتعديلاً آخر لنظرية "هكشر - أولين" لنسب عناصر الإنتاج بإدخالها وقرات الإنتاج الكبير كأحد المصادر الرئيسية للمزايا النسبية المكتسبة. فهذه النظرية تعتبر توافر سوق داخلي ضخم شرطاً أساسياً لتصدير تلك السلع التي يتم إنتاجها في ظل شروط اقتصاديات الحجم والمتمثلة في زيادة العائد مع زيادة الإنتاج، وبتعبير متكافئ تنشأ وقرات الإنتاج الكبير نتيجة لانخفاض نفقات الإنتاج مع توسع العمليات الإنتاجية، وبالتالي تم التفريق بين المنتجات الصناعية التامة الصنع (السلع الاستهلاكية) والمنتجات النصف مصنعة (السلع الوسيطة) وبين الدول الصناعية الصغيرة (ذات سوق داخلي صغير) والدول الصناعية الكبيرة (ذات سوق داخلي كبير). ومن هنا يمكن القول أن نظرية اقتصاديات الحجم تسعى إلى تفسير نمط التجارة الخارجية بين الدول الصناعية المتقدمة ذات السوق الداخلي الكبير وبين الدول الصناعية ذات السوق الداخلي الصغير¹

¹ - سامي عفيفي حاتم، مرجع سابق، ص 48-62.

المبحث الثالث: سياسات التجارة الخارجية.

غالبا ما تعتبر الدول أن الشؤون الخارجية واحدة من ميادينها القانونية، وفي الميدان الاقتصادي تقوم بتحديد علاقتها مع الخارج إذ تستهدف في المقام الأول تحقيق المصلحة الوطنية للدولة على حساب باقي دول العالم وبالتالي حماية الاقتصاد والسوق الوطنيين وهو ما يعرف بالسياسة الحمائية التي تتعارض مع منطق حرية التجارة وتحرير المبادلات وانفتاح السوق الذي يسعى إلى تحقيق المصالح المتبادلة لكافة دول العالم، هذا التقابل بين الحمائية والتبادل الحر شهد أساسا منذ تطور الفكر التجاري.

المطلب الأول: مفهوم سياسة التجارة الخارجية

تعريفها:

يقصد بالسياسة التجارية الخارجية مجموعة الإجراءات والتدابير التي يتخذها طرف أو مؤسسة رسمية عامة أو متخصصة بشؤون التبادل التجاري الدولي بهدف رعاية مصالح الدولة أو البلد المعني بذلك إزاء الأطراف الأجنبية المتبادل معها، وإن هذه الإجراءات والتدابير تتضمن تشريعات قانونية، قرارات، وتعليمات معينة بشؤون إدارة وتنظيم وتنسيق وتكامل تلك الفعاليات التجارية الخارجية بما ينمي ويطور تلك الفعاليات التجارية الخارجية وكذلك يخدم ويحقق مصالح وأهداف تلك الدولة المعنية بذلك ويطور اقتصادها نحو الأفضل.

إن السياسة التجارية الخارجية لأي دولة أو بلد تعتبر جزءا من السياسة الاقتصادية لذلك البلد، بل إنها تكون ركنا أساسيا من تلك السياسة للدولة والنظام الاقتصادي المعني في زمان ومكان معينين، لذلك فهي تعبير وتجسيد لطبيعة ونوع ذلك النظام الاقتصادي في تلك الدولة، وبالتالي فإن علاقة

السياسة التجارية الخارجية بالنظام الاقتصادي توصف بأنها علاقات عضوية ومباشرة. بمختلف المعالجات الاقتصادية سواء كان ذلك في الجوانب التجارية والمالية والنقدية والاجتماعية والقانونية وكذلك الحضارية أو كان ذلك متعلقا بالعرض والطلب السلعي أو في الإنتاج والدخل القومي ومدى التوازن الحاصل فيما بينهم بصورة كلية أو جزئية¹.

ويمكن إضافة تعريف آخر للسياسة التجارية الخارجية بأنها مجموعة من الأدوات والأساليب التي تستخدم من طرف رسمي حكومي للدولة في زمن معين من أجل تحقيق أهداف معلومة في المجال الاقتصادي التجاري المالي النقدي وكذلك لإحداث التوازن بين مختلف الفعاليات الاقتصادية².

المطلب الثاني: أنواع السياسة التجارية الخارجية:

السياسة التجارية الخارجية هي ليست بنوع واحد بل هي أنواع مختلفة في دوافعها وأدواتها ونذكر منها:
أولاً: السياسة التجارية الحمائية.

هي سياسة تجارية خارجية غير مفتوحة أو غير حرة لعمليات التبادل التجاري الخارجي مع مختلف بلدان العالم، أي أن هذه السياسة التجارية تخضع لقيود وشروط وحدود تضعها الدولة المعنية وهذا ما يميز سياسة الدولة ذات النظام الاشتراكي بشكل خاص منذ عام 1917م، في جمهورية الإتحاد السوفييتي سابقاً أو البلدان الاشتراكية الأخرى لاحقاً أو في معظم بلدان العالم النامي أو المتخلف³.
ويستند أنصار مبدأ الحماية إلى الحجج التالية:

1- الحجج ذات البعد الوطني للحماية التجارية⁴:

-ضمان الأمن الاقتصادي: يقول أنصار هذا المبدأ أن الحماية تساهم في تحقيق الاستقلال الاقتصادي في ظروف السلم، وفي صمود البلاد في ظروف عدم الاستقرار والحروب. فقد تؤدي الحرية الاقتصادية إلى ارتباط الدولة بالاقتصاد العالمي من حيث تأمين حاجياتها الأساسية من السلع من مواد أولية وغذائية وغيرها، مما قد يجعلها في وضع ضعيف وخرج في حالة الحرب. لذا على الدولة ضمان الحد الأدنى من الاكتفاء الذاتي تحسباً لمثل هذه الأوضاع، حتى ولو كان ذلك خلافاً لمبدأ التخصص والتقسيم الدولي للعمل.

¹ - د. محمد أحمد الدوري، مرجع سابق، ص 126.

² - د. محمد أحمد الدوري، مرجع سابق، ص 126.

³ - نفس المرجع، ص 127.

⁴ - د. محمد دياب، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهل اللبناني، الطبعة الأولى، 2010م/1431هـ، ص 306.

-ضمان الأمن الغذائي: قد تؤدي الحربة التجارية في بعض البلدان التي تؤهلها ظروفها للتخصص الصناعي إلى ضرب الزراعة فيه بسبب المنافسة الأجنبية، مما يلحق الضرر بالمزارعين الذين يمثلون قطاعا هاما في البنية الاجتماعية للبلد. وهذا يحتم على الدولة حماية الإنتاج الزراعي من المنافسة الأجنبية ومن الاندثار، فالحفاظ على الإنتاج الزراعي يساهم بصورة أساسية في ضمان الأمان الغذائي للمجتمع.

-الحفاظ على الهوية الوطنية: يرى البعض بأن تشابك العلاقات الاقتصادية بين الأمم يؤدي إلى كثرة اختلاطها وذوبان الفوارق بينها، ومن ثم فقدان الهوية الوطنية والحضارية لهذه الأمم. لذا يرى أن من الضروري تقييد هذه العلاقات للحفاظ على الطابع القومي والهوية الوطنية للمجتمعات.

2- الحجج ذات الطابع الاقتصادي:

وهي كثيرة ومتشعبة، يمكن إيجازها على النحو التالي¹:

-حماية الصناعات الوطنية الناشئة: تعتبر هذه الحجة من الحجج الأكثر رواجا في البلدان النامية وكان من بين أول من طرحها الاقتصادي الألماني فريدريك ليست في القرن التاسع عشر، والذي دعا إلى حماية الصناعات الألمانية الناشئة من منافسة منتجات الصناعات الإنجليزية الأكثر تقدما. وتتلخص نظريته في أنه يجب على الدولة حماية الصناعات الناشئة لتمكينها من الصمود في وجه الصناعات الأجنبية الأكثر تطورا، التي تمتاز بتجربتها الطويلة وبالتنظيم وتتمتع باليد العاملة الماهرة، الأمر الذي يمكنها من الاستفادة من مزايا الإنتاج الكبير وقانون تناقص الغلة، فضلا عن تمتعها بمواقع راسخة في السوق. ويجب أن تبقى هذه الحماية طوال دور الحضنة، إلى أن تبلغ الصناعات الوطنية الناشئة سن الرشد، ويكتمل نموها وتتمكن من دخول الأسواق الخارجية وترسيخ مواقعها فيها.

-اجتذاب رؤوس الأموال الأجنبية: إن حماية الأسواق المحلية قد تشجع الشركات الأجنبية على الاستثمار في البلد الذي يتبع قوانين الحماية وعلى إنشاء فروع لها فيه، كي تتجنب عبء الرسوم الجمركية التي ستفرض على منتجاتها فيما لو ظلت تنتج في الخارج وتصدر إلى البلد المعني. فالحماية الجمركية تؤدي إلى ارتفاع أسعار منتجات سلع الصناعات المحمية في الداخل، وبالتالي إلى ارتفاع معدل الربح المتوقع للاستثمار فيها. وهذا يجد ذاته يشكل عامل إغراء واجتذاب لرأس المال الأجنبي للاستثمار في هذه الصناعة.

¹ - د. محمد دياب، مرجع سابق، ص308.

-تنويع الإنتاج: يعتبر أنصار السياسة الحمائية أن تنويع الإنتاج المحلي وتوسيع بنية الاقتصاد الوطني وعدم تخصصه في سلعة واحدة أو عدد محدود من السلع، يشكل ضماناً في وجه الهزات الاقتصادية العنيفة التي قد تزعزع مركز الدولة المالي.

-معالجة مشكلة البطالة: تفرض الرسوم الجمركية على الواردات يرفع أسعارها، مما يحول الطلب الوطني إلى السلع المنتجة محلياً التي يمكن إحلالها محل الواردات، كل ذلك يمكن أن يساعد على زيادة التوظيف وزيادة فرص الاستثمار المربح في الداخل.

-الحماية كمصدر من مصادر إيرادات الدولة: تشكل الرسوم الجمركية في الكثير من البلدان مورداً أساسياً من موارد الدولة. فالتعريف الجمركية هي في رأي أنصار السياسة الحمائية وسيلة سهلة ومضمونة من وسائل الحصول على الإيرادات وتعزيز المالية العامة.

- تعويض التفاوت في ظروف الإنتاج: يرى البعض في الحماية وسيلة لتحقيق المساواة بين تكاليف الإنتاج المحلي المرتفعة و تكاليف الإنتاج المنخفضة في الخارج، مما يجعل الإنتاج الوطني قادراً على منافسة السلع الأجنبية في السوق المحلية. وإلى جانب الرسوم الجمركية، من الممكن تخصيص إعانات للإنتاج المحلي كي يستطيع منافسة الواردات.

- تعزيز موقع الدولة التفاوضي: ففي رأي البعض ينبغي فرض الرسوم الجمركية وحماية الإنتاج الوطني، بهدف تقوية مركز الدولة في التفاوض مع الدول الأخرى حول التبادل التجاري وعقد الاتفاقات والمعاهدات التجارية. في حين أن الحرية التجارية وفتح أسواق الدولة أمام منتجات العالم الخارجي يضعف موقع الدولة التفاوضي، حيث أن أي دولة أجنبية لن تسعى لمنح هذه الدولة مزايا معينة ومعاملتها معاملة تفضيلية.

ثانياً: سياسة الحرية.

ينادي أنصار مذهب حرية التجارة بأن تكون التجارة الدولية حرة خالية من القيود والعقبات لكي يبلغ المجتمع أرقى درجاته وأعلى مستويات الرفاهية، بحيث يتم إطلاق تيارات تبادل السلع والخدمات على شرط أن يقتصر دور الجمارك على المراقبة الدقيقة على الواردات الأجنبية. كما أن سياسة الحرية لا تعارض استخدام الرسوم الجمركية بل تشترط تخفيض سعرها كي لا تحد من حرية انتقال السلع من دولة إلى أخرى، ويدعو أصحاب مبدأ تحرير التجارة إلى عدم تدخل الدولة في تجارتها مع الدول الأخرى، بحيث تكون التجارة الدولية حرة خالية من القيود والعوائق التي تقيد تدفق السلع

عبر الحدود، سوء بالنسبة للصادرات أو الواردات ويستند أنصار مبدأ تحرير التبادل التجاري من القيود ، إلى الحجج والذرائع التالية¹:

- الترابط بين الانفتاح الاقتصادي وتحرير التجارة والنمو الاقتصادي.
- إن تحرير التجارة الدولية يتيح للدولة الاستفادة من التخصص و التقسيم الدولي للعمل.
- الحرية تؤدي إلى انخفاض أسعار السلع الدولية.
- الحرية تحفز التقدم الفني والتكنولوجي.
- الحرية تحم من نشوء الاحتكارات.
- الحرية تتيح الاستفادة من وفرة الإنتاج الكبير.

المطلب الثالث: أدوات ووسائل السياسة التجارية الخارجية:

1- الرسوم الجمركية (التعريفية الجمركية):

تعرف الرسوم الجمركية على أنها ضريبة تفرض على السلع التي تعبر الحدود سواء كانت صادرات أو واردات وتتباين الأهمية النسبية لكل من الرسوم الجمركية على الواردات والصادرات من دولة إلى أخرى، فالدولة النامية تعتمد على حصيلة الواردات كمصدر من مصادر الدخل والبعض الآخر يعتمد على حصيلة الرسوم الجمركية على الصادرات من الموائى الدولية كمصدر هام للدخل (مثل غانا التي تعتمد على الصادرات الكاكاو والبرازيل التي تعتمد على صادرات البن) كذلك فهناك بعض الدول التي تحرم قانون فرض الرسوم الجمركية على الصادرات كما هو الحال في و.م.أ ، من ناحية أخرى فإن الدول المتقدمة تلجأ إلى فرض الرسوم الجمركية على وارداتها من الدول النامية خاصة على تلك السلع التي يعتمد إنتاجها بكثافة على عنصر العمل والغرض من ذلك هو حماية العمال الوطنيين الذين يعملون في إنتاج بدائل الواردات من تلك السلع².

2- القيود غير الجمركية:

بالإضافة إلى فرض التعريفية الجمركية ودعم الصادرات والواردات فإن هناك وسائل أخرى يمكن أن تتبعها الحكومات من أجل التدخل في التجارة الدولية لكي تحقق مصلحتها الوطنية على حساب باقي دول العالم، من أهم هذه القيود الحصص الكمية، القيود الزمنية، القيود الإدارية، وعلى الرغم من ذلك

¹ - د. محمد دياب، مرجع سابق، ص 302.

² - د. محمد سيد عابد، التجارة الدولية ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، سنة 2001، ص 208.

إن دول العالم قد اتجهت إلى تخفيض الرسوم الجمركية وذلك من خلال المفاوضات متعددة الأطراف على مدار الثلاثين عام الماضية إلا أنها قد اتجهت إلى توسيع نطاق استخدام القيود غير الجمركية¹.

3- نظام الحصص:

يقصد بنظام الحصص ذلك النظام الذي تحدد الدولة بمقتضاه كمية (أو قيمة) الواردات التي يجوز استيرادها من سلع معينة خلال فترة معينة من الزمن، ولقد كان أول تطبيق لهذا النظام في فرنسا وبلجيكا عام 1931، ثم تبعهما العديد من الدول لأنه تبين لها أن الحماية عن طريق نظام الحصص أسهل وأيسر منها عن طريق الرسوم الجمركية، فاستخدام الرسوم الجمركية بكفاءة يقتضى معرفة ظروف الطلب على، والعرض من، السلع المختلفة وهو أمر ينقص الأجهزة الإدارية في غالب الأحيان، أما في ظل نظام الحصص فالإجراءات تميل إلى البساطة والوضوح يضاف إلى ذلك أن الرسوم الجمركية تحتاج إلى تصديق السلطة التشريعية وهو أمر يحتاج إلى فترة قد تكون طويلة، في حين أن نظام الحصص يقرر بأمر إداري من وزير المالية والاقتصاد. أيضا، فإنه يمكن التوقع بنتائج تطبيق نظام الحصص بقدر كبير من الدقة بينما يتعذر ذلك في حالة الرسوم الجمركية².

وبالإضافة إلى بعض الوسائل منها³:

1- الوسائل السعرية:

ويتجلى تأثيرها في أثمان الواردات والصادرات عن طريق رسوم جمركية، الإعانات، الإغراق، وتخفيض سعر الصرف.

فالرسوم الجمركية هي عبارة عن "ضريبة تفرضها الدولة على السلعة عند عبورها للحدود الجمركية الوطنية دخولا (واردات) أو خروجها (صادرات) ...، ويطلق على مجموعة النصوص المتضمنة لكافة الرسوم الجمركية السائدة للدولة في وقت معين اسم التعريفات الجمركية"، وهناك أنواع متعددة من التعريفات الجمركية تنقسم إلى ما يلي:

- الرسوم القيمية: تحدد كنسبة مئوية من قيمة السلعة.
- الرسوم النوعية: تحدد على أساس الوحدة من السلع بالعدد أو الوزن.

¹-د.محمد سيد عابد، مرجع سابق، ص218.

²-د.محمود يونس، أساسيات التجارة الدولية، الدار الجامعية، (د.ط)، (د.س.ن)، ص268.

³-شنيبي سمير، رسالة الماجستير، التجارة الخارجية الجزائرية في ظل التحولات الراهنة، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2005 م، ص29-30.

- الرسوم المركبة: وتتضمن كل من الرسم النوعي يضاف إليه الرسم القيمي.

أما بالنسبة لإعانات التصدير فالغرض منها تدعيم القدرة التنافسية للإنتاج الوطني في الأسواق الدولية عن طريق منح إعانات للمنتجين الوطنيين، هذه الإعانات قد تكون في شكل مباشرة ممثلة في دفع مبلغ معين من النقود يحدد على أساس نوعين أو قيمتين أو تكون في شكل غير مباشر ممثلة في منح المشروع بعض الامتيازات لتدعيم مركزه المالي كإعفاءات أو التخفيضات الضريبية، التسهيلات الائتمانية إتاحة بعض الخدمات بنفقات رمزية... الخ.

2- الوسائل الكمية:

وتستعمل هذه الوسائل نظام الحصص ونظام تراخيص الاستيراد ويقصد بنظام الحصص فرض قيود على الاستيراد ونادرا على التصدير خلال فترة زمنية محددة بحيث تضع الدولة الحد الأقصى للكميات والقيم المسموح باستيرادها أو تصديرها. ولنظام الحصص آثار اقتصادية إذ يؤدي إلى إيجاد تفاوت بين الثمن في الخارج وفي الداخل مما يخلق فرصة للحصول على ربح إضافي أما من يحصل على هذا الربح فالأمر يتوقع في الواقع على كيفية تنظيم نظام الحصص وعلى هيكل سوق السلعة الخاضعة لهذا النظام.

ويتبع هذا النظام - نظام الحصص - نظام تراخيص الاستيراد، ويتبلور في عدم السماح باستيراد بعض السلع إلا بعد الحصول على ترخيص سابق من الجهة الإدارية المختصة لذلك والتي تمنح هذه التراخيص في حدود الحصص المقررة بلا قيد ولا شرط وقد تصدر تراخيص الاستيراد وفق لأسس معينة كتحديد حصة التاجر على أساس المستورد من السلعة في فترة زمنية سابقة، وقد تعتمد الدولة على بيع هذه التراخيص بالميزان مما يمنح اشتراك الدولة في الأرباح الناتجة عن الاستيراد.

3- الوسائل التنظيمية:

وتشمل كلا من المعاهدات والاتفاقات التجارية، أما المعاهدات التجارية فتعقدتها الدولة مع غيرها من الدول من خلال تجهزها الدبلوماسية من اتفاق يعرض تنظيم العلاقات التجارية ويمكن أن تشمل المعاهدة أطور ذات طابع سياسي أو إداري أما الاتفاق التجاري وهو تعاقد يتناول أمور تفصيلية تتعلق بالتبادل التجاري بين الدولتين، وتتضمن الإشارة إلى الإجراءات بنوع من التفصيل كتحديد الكميات أو القيم أو بيان المنحنيات التي تدخل في نطاق المبادلات بين هاتين الدولتين، أما اتفاقات الدفع فهو اتفاق بين دولتين ينظم قواعد تسوية المدفوعات التجارية وغيرها وفق الأسس و الأحكام التي يوافق عليها الطرفان حيث تتم حركة المدفوعات بين الدولتين المتعاقدتين بالقيد في حساب مقايضة المدفوعات

ومتحصلات كل منهما على الأخرى وكذلك يحدد العملة التي يتم على أساسها العمليات وسعر الصرف الذي تجرى التسوية وفقا له.

خلاصة:

من الحقائق الأساسية التي يجب أن يشتمل عليها أي تفسير تنظيري للتجارة الخارجية في وقتنا المعاصر هو البعد البيئي للمشكلة الاقتصادية و الناشئ عن سوء استخدام الموارد الطبيعية. إذ أنه أصبح قيام علاقات مختلفة بين الجزائر والعالم الخارجي أمرا إلزاميا لتطور الاقتصاد نظرا للأهداف العديدة التي تصبوا إلى تحقيقها المبادلات التجارية في ظل التجارة الخارجية خاصة وأن الجزائر في حالة تقشف في هذه السنوات الأخيرة، لذا كان لا بد عليها من إعادة النظر في السياسات المنتهجة في هذا القطاع بغرض الاندماج والانسجام مع النظام التجاري الدولي. ومن خلال هذا الفصل يتبين أن التجارة الخارجية تعد من القطاعات الحيوية في أي مجتمع من المجتمعات سواء كان هذا المجتمع متطورا أو متخلفا فالتجارة الخارجية يمكن اعتبارها مؤشرا جوهريا يبين القدرة الإنتاجية والتنافسية للدول في السوق الدولية.

الفصل الثالث

دراسة مقارنة بين الجزائر

وتونس

وتونس

تمهيد:

تحتوي كل من الجزائر وتونس على العديد من المقومات مما يؤهلها لأن تكونا قبلة سياحية هامة لذلك فقد أدركت قيمة وأهمية هذا القطاع في نمو وتطوير التجارة الخارجية وبذلك لزيادة الاهتمام من أجل تنمية قطاع السياحة الذي يعد مصدرا هام، حيث أدركت هذه الدولتين أن قطاع السياحة مثله مثل جميع القطاعات (الزراعية، الصناعية، ... الخ) الفاعلة في الاقتصاد من حيث الأهمية لذا اتبعت عدة سبل واستراتيجيات تنموية لأجل النهوض بهذا القطاع وإرجاعه إلى الواجهة من خلال هذه الدراسة الميدانية، وسوف نتطرق إلى ثلاثة مباحث هي كالاتي:

المبحث الأول: قطاع السياحة في الجزائر.

المبحث الثاني: قطاع السياحة في تونس.

المبحث الثالث: دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس في القطاع السياحي.

وتونس

المبحث الأول: نظرة حول السياحة في الجزائر.

السياحة من الظواهر الإنسانية التي نشأت منذ خلق الله الأرض ومن عليها وذلك لبحث الإنسان عن قوته وأمنه فأصبحت ظاهرة ثقافية واجتماعية وعلى الرغم من أن معظم الدول تعتمد في بناء اقتصادها على الزراعة والصناعة إلا أن السياحة تأتي في المرتبة الثالثة وعليه سيتم تناول كل من المقومات الجغرافية والطبيعية والحضارية وحتى التاريخية وأنواع السياحة والمشاكل والعراقيل التي تواجه هذا القطاع في الجزائر¹.

المطلب الأول: المقومات السياحية.

تعتبر الجزائر من الدول الإفريقية عامة والمغربية خاصة بأنها تتوفر على إمكانيات سياحية متنوعة لها مكانتها في الساحة الإقليمية والدولية، سيما لدى الهيئات المتخصصة مثل اليونسكو والتي صنفت سبعة مواقع للجذب السياحي وهي تيمقاد، تيبازة، الجميلة، الشريعة، سطيف، ورقلة، تمنراست، (قلعة بني حماد، بني ميزاب، والقصبية)، مما يؤهل هذا القطاع إذا ما توفرت الجدية الكافية لتطويره وذلك بإنشاء المرافق الضرورية للجذب السياحي، لكن رغم الإمكانيات نجد الجزائر بالمقارنة مع البلدان المتقدمة أو بعض البلدان العربية (مصر تونس المغرب)، لا تزال تواجه الكثير من الصعوبات التي حالت دون وصول قطاع السياحة إلى المستوى المطلوب، تمتلك الجزائر سمة تنوع وكبير المساحة واختلاف معالمها ومناخها ومقومات سياحية مختلفة طبيعية وحضارية وتاريخية وتتمثل في:

1- المقومات الطبيعية:

تتوفر الجزائر على قدرات سياحية هامة ومتنوعة على الصعيد الجغرافي بحيث تعتبر الدولة الإفريقية الأولى من حيث المساحة الشاسعة فهي تربيع 2.381471 كلم² وذلك بعد تقسيم السودان، وكما لها أربعة أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الامتداد والتي تتتابع من الشمال إلى الجنوب

¹ - عشي صليحة، "الآثار التنموية للسياحة"، دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس المغرب، مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2005، ص 90.

وتونس

فالشمال يتوفر على مقومات متنوعة تتمثل في الشريط الساحلي الذي يتميز بمناخ متوسطي معتدل تتخلله رؤوسا وخلجانا، الذي يمتد طوله على مسافة 1622 كلم من السواحل الرملية، ومن أهم هذه الشواطئ وهران، الجزائر، عنابة، سكيكدة، جيجل، القالة وغيرهم من السواحل، وعلى امتداد الساحل المتوسط تمتد سهول التل الجزائري ذات عرض متباين من 80 إلى 190 كلم تحتوي على معظم الأراضي الزراعية مثل سهل متيجة ووهران وعنابة ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على عدة سلاسل جبلية، الأطلس التلي المكون من جبال تلمسان وجبال الونشريس وجبال جرجرة وجبال البابور وجبال الدوغ وتعتبر قمة لالة خديجة أعلى قمة في هذه السلسلة بجوالي 2308م، كما تحتوي على مناطق جبلية ذات ثروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة والغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة والتي تستطيع الجزائر استغلالها في تطوير السياحة الجبلية في منطقة تيكجدة ولاية البويرة وتلاغين ولاية تيزي وزو، والشريعة بولاية البليدة بالإضافة إلى الحمامات المعدنية والتي شيدت منها مراكز صحية ومراكز استحمام وترفيه، مثل مركز العلاج بمياه البحر بسيدي فرج وحمام قرقور وغيرها من الحمامات، أما بالنسبة للنباتات فنجد في المرتفعات الساحلية غابات الصنوبر البحري والصنوبر الجبلي وشجر البلوط والفلين وعابات الزان والبلوط الأخضر في مرتفعات الهضاب العليا في المرتفعات التي تزيد عن 1300م، نجد غابات عتيقة من الأرز، أما الحلفاء فهي ملكة النباتات في المناطق السهلية 400م حيث تنبت تلقائيا، تصحر السهوب عندما تقل الأمطار 200م مثل الأطلس الصحراوي ومرتفعات الأوراس التي تنتهي أعلى قمة له في جبل شيلية بجوالي 2328م، إذ تحيط بدورها بمنطقة شاسعة مرتفعة تعرف بالهضاب العليا تحتوي على أراضي شبه قاحلة وبحيرات مالحة (الشطوط) تجمع المياه السطحية، فالنقطة الدنيا لها شط ملغيغ 40متر جنوب الأطلس الصحراوي عند الصحراء الجزائرية، إذ تمثل لوحدها أكثر من 80% من المساحة الكلية للجزائر تتوسطها تضاريس مسننة رائعة وقمة تاهات 3003م، هي أعلى قمة في البلاد وتحتوي على عدد كبير من الواحات المتناثرة عبر الصحراء تتميز بغابات النخيل وتربة خصبة وكثبان رملية وهضاب صخرية وسهول حجرية تتخللها منطقتين رملية (العرق الغربي الكبير، والعرق الشرقي الكبير)، والتي تمثلان مساحات شاسعة من الهضاب الرملية ومن هذه المناطق بسكرة وغرداية، أدرار، وادي سوف، عين صالح، ورقلة، تقرت، جانت، تمنراست، حيث تعتبر صحراء الجزائر منتوجا سياحيا ثريا ومتنوعا يجب حمايته واستغلاله

وتونس

للنهوض بالسياحة الصحراوية، لتصبح موردا لتحقيق إيرادات سياحية لحزينة الدولة إذا حضي بمزيد من الاهتمام والتوجهات الاقتصادية المستقبلية¹.

وكل هذه المقومات لها علاقة بالراحة الاسترخاء وممارسة الرياضة والترفيه والتخميم وقضاء أوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على السواحل والاستمتاع بالأجواء الطبيعية وبالمناظر الخلابة وتخفيف حدة الضغوط والاستمتاع بإشباع الرغبة في الطعام والشراب وتغيير الروتين.

2- المقومات التاريخية والحضارية:

تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك إرثا تاريخيا وحضاريا وتمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مروراً بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد الذي يتميز بالنوع الحضاري والمواقع النوميديّة والرومانية وكذا مواقع وآثار مسيحية وإسلامية من الحضارات التي توالى عليها على مر العصور.

يعود تواجد الإنسان بالجزائر إلى حوالي 500.000 سنة كما تبينه البقايا المكتشفة في تغنيف بالغرب الجزائري، حيث أرخت الرسوم الصخرية المتواجدة بالطاسيلي إلى 5000 سنة قبل الميلاد وتجلّى عظّمته من الحفريات التي كشفت عن بقايا الحيوانات والنباتات التي كانت تعيش في هذه المنطقة وأطلقت على السكان الأصليين للجزائر عدة أسماء أشهرها "النوميديون" كما تتوفر الجزائر على العديد من المعالم التاريخية كحي القصبه الذي شيده العثمانيون في القرن السادس عشر والذي يطل على جزيرة صغيرة كان موقعها تجاريا للقرطاجيين خلال القرن الرابع قبل الميلاد، بني ميزاب بغرداية يعود تاريخ بنائه إلى القرن العاشر ميلادي، هي عبارة عن قرى محصنة ذات هندسة بسيطة متناسبة مع طبيعة البيئة في هذه المنطقة إضافة إلى تيمقاد الذي كان يعرف باسم تاموقادو والذي يعود تاريخ بنائه إلى أكثر من 1000 سنة ميلادية كما تعتبر قلعة بني حماد من المواقع الأثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر، فهي تتوفر على آثار رومانية كثيرة كالأسوار والقبور القديمة وعلى آثار إسلامية وآثار الدولة الحمادية، ودولة الموحدين خلال فترة تواجدهم في هذه المنطقة ويوجد بولاية سطيف الجميلة الذي كان يعرف قديما باسم كويكل وهي تسمية ذات أصل نوميدي لمدينة رومانية وإضافة إلى المعالم والمواقع التاريخية

¹ - مرداوي كمال، "إستراتيجية التسويق السياحي وإشكالية التنمية في الجزائر"، الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي والتنمية المستدامة، جامعة بسكرة، مارس 2011، ص 113.

وتونس

نجد دار عزيزة وهي عبارة عن قصر بني في العهد العثماني لاستقبال ضيوف القصر وثمة مسجد كتشاوة الذي تم بناؤه في عهد الباي لارباي التركي بالجزائر العاصمة منذ أكثر من أربع قرون مضت، وأخيرا ليس آخرا الجامع الكبير الذي يعتبر أكبر مساجد العاصمة تم بناؤه من طرف المرابطين في بداية القرن الحادي عشر، كما يشمل التراث الحضاري والثقافي للجزائر ورصيда هاما في مناطق منها المتحف الوطني سيرتا قسنطينة وهو من أقدم المتاحف سنة 1852 متحف بارادو الوطني¹.

يوجد بالجزائر العاصمة المتحف الوطني للمجاهد والمتحف الوطني للفنون الجميلة، المتحف الوطني للفنون الشعبية يوجد بالقصبة ومتحف تيمقاد بولاية باتنة، ومتحف هيون بمدينة عنابة أو متحف زبانة الموجود بمدينة وهران، إلى جانب هذا التراث الحضاري والثقافي الذي تتوفر عليه الجزائر فإنها تمتلك تراثا تقليديا تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ ويعد تغيرات صادقة عن أنماط معيشة الجزائريين الذين عملوا على الحفاظ عليه وتعزيز بقائه وتداوله بين الأجيال وتطويره، فمن بين الصناعات التقليدية نجد صناعة الفخار وصناعة الحلبي الفضية والذهبية وصناعة الزرابي وصناعة النحاس وغيرها من الصناعات التقليدية.

من الناحية الثقافية السكان الجزائريون يمثلون نفس المزيج الثقافي والاجتماعي لسكان المغرب، تونس، كما أن سكان الجزائر تأثروا بحضارات حوض المتوسط، العرب والفرنسيون وهم أكثر من ترك بصمات واضحة على سكان الجزائر العرب من خلال الدين الإسلامي واللغة العربية، أما فرنسا فمن خلال العلاقات الثقافية اللغة الفرنسية التي جعلت من الجزائر بلدا فرانكوفونيا بامتياز مع العلم أن اللغة الفرنسية هي لغة الاتصال الأكثر انتشارا في الجزائر خاصة في علم الاقتصاد. إن هذا الرصيد من الإمكانيات الطبيعية والتاريخية الحضارية للجزائر يستهان بها مما يجب المحافظة عليه واستغلاله وتنميته للنهوض به وتطوير الأنماط السياحية المرتبطة بهذا المنتج السياحي وجعله قادرا على المنافسة في السوق السياحية العربية والإفريقية لرفع حصتها من السياحة الدولية.

3-المقومات المادية:

لا تقتصر الإمكانيات الطبيعية والحضارية والتاريخية منها فحسب بل يجد أن تدعم بإمكانيات أخرى مادية، لتسهيل استفادة السائحين، وتتمثل في توفير طاقة فندقية باختلاف تصنيف وحداتها إضافة

¹ - مرداوي كمال، مرجع سابق، ص 92.

وتونس

إلى البنية التحتية والتي تساهم في تدعيم قطاعات من قطاع السياحة وما يترتب على ذلك من استقطاب المزيد من السياح، وإطالة مدة إقامتهم بالبلد السياحي المضيف، بحيث تعتمد صناعة السياحة على عامل رئيسي هو جذب السائحين، وأصبح هذا العامل فنا وعلما بكافة مرافق الخدمات في الدولة الواحدة.

أ- الطاقة الفندقية:

تمثل الطاقة الفندقية الاستيعابية الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة السياحية المضييفة وتعد الطاقة الفندقية أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقويم هذا القطاع في بلد معين.

ب- تجهيزات وهياكل السياحة:

تشمل التجهيزات السياحية كل الهياكل والبنى التحتية التي يستعملها السائح من أجل ممارسة النشاطات السياحية المختلفة والمتمثلة فيما يلي¹:

– النقل البري: توفر الجزائر على شبكة طريقية كبرى تعتبر الأهم من نوعها في الوطن العربي حيث بلغ طولها 109.452 كم سنة 2007 ويعتبر النقل البري الأهم استعمالا بالنسبة للسياح بالأخص السياحة الداخلية، وتنقسم هذه الشبكة الطرقيّة إلى:

– الطرق الوطنية 28.275 كم

– الطرق الولائية 23.926 كم.

– الطرق البلدية 57.251 كم.

– النقل الجوي: تتوفر الجزائر على 35 مطارا منها 15 مطارا دوليا وتغطي شبكة الخطوط الجوية 96.400 كم وتتوفر على 150 وكالة موزعة في الجزائر وخارجها ومن أهم المطارات نجد مطار هواري بومدين الذي يتوفر على طاقة استيعاب مقدرة بـ: 6 ملايين مسافر سنويا، ومجهز وفق أحدث التقنيات، إلى جانب مطار قسنطينة، مطار وهران، مطار باتنة...

– النقل البحري: تتوفر الجزائر على 13 ميناء بحريا رئيسيا منها 09 موانئ معدة لاستقبال وتنقل الأشخاص والبضائع، من أهمها ميناء الجزائر الذي يستقبل أكثر من 30% من واردات بلادنا وأربع

¹ – مرداوي كمال، مرجع سابق، ص 94 .

وتونس

موانئ مخصصة للمحروقات، ومن أهم الموانئ التي يستعملها السياح نجد ميناء الجزائر العاصمة، ميناء وهران، ميناء عنابة، بجاية، سكيكدة، الغزوات.

_ السكك الحديدية: تتوفر الجزائر على أكثر من 200 محطة للسكك الحديدية وتمتد شبكتها على مسافة 4.500 كم عبر التراب الوطني وقد أعد مخطط لعصرنة وتنمية النقل بالسكك الحديدية بين المدن، وهذا النوع من النقل يستعمل أيضا من طرف السياح وبالأخص السياحة الداخلية.

المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر

تعتبر الجزائر بلد يزخر بالإمكانيات الطبيعية فهي تجمع بين البحر والجبال والصحراء بالإضافة إلى العديد من المقومات التي تجعلها بلد للتنوع السياحي بامتياز وهو ما جعلها تتوفر على عدة أنواع من السياحة وهي كالتالي¹:

1- السياحة الشاطئية: تزخر الجزائر بشريط ساحلي عام يطل على البحر المتوسط ويمتد على أكثر من 1200 كم يتميز بتنوع شواطئه فتجد الشواطئ الرملية والصخرية بالإضافة إلى مناطق ساحلية قرب الغابات منها مناطق غابية تجمع بين منطقة بيئية مناخية رطبة وسط نظام غابي وبحري محمي تحتوي على ثروة حيوانية غابية هامة ومتنوعة.

كما تحتوي الجهة البحرية الشرقية مرج مائية وشعب مرجانية وبحيرات رطبة ومحمية خاصة بمدينة القالة، بالإضافة إلى حضيرة قوراية (بجاية) التي تتوفر على مناظر رائعة وحلابة و حضيرة تازة (جيجل) التي تحتوي على مغارات بحرية ذات أشكال متنوعة ونادرة.

إلى جانب مجموعة أخرى من الجزر كجزيرة أجليس وجزر رشقون والجزيرة الكبيرة بالعوانة (جيجل) التي تعد مواقع بحرية هامة.

2- السياحة الصحراوية: تمثل الصحراء أكثر من 80% من مساحة الجزائر، حيث تصل مساحة الصحراء إلى حوالي 2 مليون كم مربع، موزعة على خمس مناطق كبرى في الجنوب الجزائري وهي كالتالي:

(أدرار، إليزي، تمنراست، تندوف، واد ميزاب).

-فؤاد بن عضبان، السياحة البيئية المستدامة (بين النظرية والتطبيق)، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، ط 1، 2015، ص 230/229 .¹

وتونس

وتزخر الصحراء الجزائرية بالمواقع و المناظر الرائعة للاكتشاف لذا أصبحت السياحة الصحراوية تكتسي أهمية بالغة ، وتميزت هذه السنوات الأخيرة بتزايد المجموع العام للسياح المتجهين نحو الجنوب للاستمتاع بالسياحة الصحراوية التي تتمتع بها الجزائر .

3- **سياحة الحمامات المعدنية:** وهي نوع من أنواع السياحة الفلاحية منتشرة بكثرة في الجزائر و هي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسدي و النفسي بالإضافة إلى العلاج من أمراض أخرى، وتتمارس بهدف الشفاء التام أو التخفيف من الآلام و الأوجاع، وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج¹.

وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على 202 منبع مائي معدني، وهذه المنابع تختلف فيما بينها من حيث الخصائص الفيزيائية الكيميائية للمياه من حيث نسبة المعادن والفوائد العلاجية كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (01-03): أهم الحمامات المعدنية في الجزائر.

الحمام	الولاية	درجة حرارة المياه (°م)	المعادن الأساسية	الفوائد العلاجية
حمام شيقر	تلمسان	30	كلور الصوديوم	أمراض المفاصل و الأوعية و الجلد وأمراض النساء

¹ - فواد بن عضبان، مرجع سابق، ص 230.

وتونس

عين فرانين	وهران	35	بيكاربونات	أمراض المفاصل و الجلد
عين ور كع	النعامة	46	كلور الصوديوم	أمراض المفاصل و الأوعية و الجلد وأمراض النساء و الأعصاب و التنفس
حمام كسانة	البويرة	60	كلور الصوديوم	الأمراض العصبية والتنفسية و الجلدية
حمام شارف	الجلفة	42	كلور الصوديوم	الأمراض العصبية والتنفسية و الجلدية و التناسلية
حمام بوزيان	قسنطينة	24	بيكاربونات	أمراض الجهاز الهضمي و البولي
حمام زايد	سوق أهراس	39	بيكاربونات	أمراض الجهاز الهضمي

المصدر : فؤاد بن عضبان ،السياحة البيئية المستدامة (بين النظرية و التطبيق)، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان ، ط 1 ، 2015 ، ص 231 .

4-السياحة الجبلية (سياحة المرتفعات): هي السياحة المرتبطة بالجبال و المرتفعات وممارسة مختلف الأنشطة المتعلقة بها من الترحلق على الثلوج وتسلق الجبال و غيرها من الرياضات الجبلية وهواتها، وتعتبر جبال الجزائر مجالا خصبا لهذه السياحة .

5-السياحة المناخية: تتمتع الجزائر بتعدد مناخاتها التي تساعدها على تنوع خدماتها السياحية حيث أن المناخ السائد في الجزائر ينقسم إلى ثلاثة أنواع وهي:

أ - مناخ البحر الأبيض المتوسط شمالا

ب - المناخ شبه الجاف بالنسبة إلى المرتفعات والهضاب العليا

ج - المناخ الجاف الصحراوي بالنسبة للجنوب.

ويستفاد من السياحة المناخية في بعض الأحيان للعلاج عن طريق المناخ وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال والبعض الآخر قرب البحار ونوع آخر في الصحراء، حيث عادة ما تكون

وتونس

للسياحة الجبلية فصل واحد إلا وفي بعض الجبال التي يكون لها فصل سياحي سنوي من أجل التزلج على الثلج وفصل صيفي للتدفئة، وفي حين تتم السياحة المائية بالقرب من الأنهار والبحار والبحيرات السياحية، إضافة إلى السياحة القروية حيث يفضل عدد كبير من السياح الإقامة في القرى، لأنها توفر لهم الهدوء والطبيعة وأغراض أخرى ترفيهية وبفضل امتداد المناطق السياحية من الساحل إلى الصحراء، واختلاف مناخها يمكن أن تتوفر في الجزائر سياحة على مدار السنة.

6- **السياحة الثقافية والاجتماعية:** تهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الأشخاص من خلال تشجيع حاجتهم الثقافية للتعرف على الدول والمناطق غير المعروفة لهم وهي مرتبطة بالتعرف على المعالم المصنفة كالقصبه وتلمسان وقسنطينة والمواقع الأثرية و الشعوب وعاداتها وتقاليدها وهي تختلف من منطقة إلى أخرى وهذا بتعدد الثقافات وكذلك التعرف على الصناعات التقليدية خاصة الصحراء و القبائل و التظاهرات المختلفة حيث أنهما تلعبان دورا كبيرا في ترقية السياحة فالصناعات التقليدية تتمثل في صناعة الفخار و صناعة الحلبي الفضية و الذهبية، وصناعة الزرابي والسروج والتطريز على القماش وصناعة النسيج وحتى الملابس التقليدية¹.

7- **السياحة الأثرية:** تتميز الجزائر بالعديد من المزايا الأثرية بفضل ما تحتويه من مناطق يحدد تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ، فكما تبينه البقايا المكتشفة في تيغنيف ولاية معسكر بالغرب الجزائري يعود تواجد الإنسان بالجزائر إلى حوالي 500 ألف سنة قبل الميلاد، في حين أرخت الرسوم الصخرية المتواجدة في الطاسيلي إلى 5000 سنة قبل الميلاد، وقد أطلقت على السكان الأصليين للجزائر عدة أسماء أشهرها النوميديون، وهذا التاريخ والحضارات المتعاقبة خلقت آثارا مختلفة، فعلى السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي نجد آثار تعود إلى عهد الرومان والعرب والمسلمين، وفي الجنوب نجد منطقة الطاسيلي والحقار التي تعتبر أكبر متحف على الهواء الطلق والذي صنف من طرف منظمة اليونسكو كتراث قافي عالمي لما يحتويه من رسومات جدارية ونحوت على الحجر.

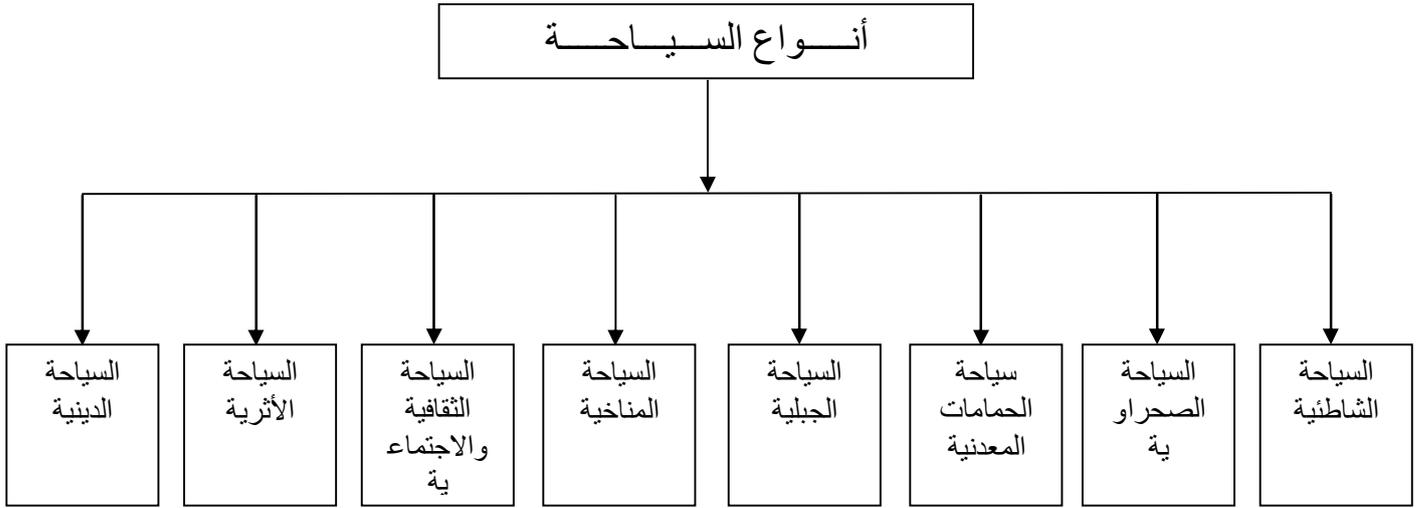
8- **السياحة الدينية:** هناك العديد من المقدسات الدينية التي تزدهر بها الجزائر نذكر منها الطريق الروماني، القديس أوغسطين، الأب فوكولت المحودة بمدينة عنابة التي تجل السياح الغير مسلمين لهذه

¹ - فؤاد بن غضبان، مرجع سابق، ص233.

وتونس

المدينة من مختلف دول العالم¹، ومن خلال ما سبق مكن تلخيص مختلف أنواع السياحة في الجزائر من خلال الشكل الآتي:

الشكل رقم (01-03): أنواع السياحة في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء ما سبق

المطلب الثالث: المشاكل وعوائق السياحة في الجزائر

يعاني القطاع السياحي في الجزائر من مجموعة نقاط ضعف تشكل في مجملها المعوقات والنقائص التي لها الأثر البالغ في الحد من فاعلية هذا القطاع في جذب السائح الأجنبي عن تحفيز السكان المحليين للدخول في تجاري سياحية، وقد تم حصر هذه النقاط فيما يلي²:

1- غياب نظرة واضحة للمنتجات السياحية:

- مواقع سياحية بدون صيانة وبعيدة عن التثمين.
- عدم كفاية جاذبية المواقع والمحيط السياحي، وغياب القدرة على خلق التمييز.
- عدم استغلال الإمكانيات الطبيعية المناخية والمواقع الثقافية لبعث أنواع مختلفة من السياحة.
- غياب التشاور والتنسيق والشراكة بين الفاعلين في القطاع السياحي في الجزائر.

¹ - فؤاد بن غضبان، مرجع سابق، ص 233.

² - حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص مالية، جامعة البلدة، سنة 2010، ص 66-67.

وتونس

2- ضعف نوعية الخدمات السياحية:

- الافتقار إلى أماكن وفضاءات الراحة والترفيه التي يحتاجها المواطن المحلي من قبل السائح الأجنبي.
- نقص النظافة والصحة العمومية وارتفاع أسعارها مقارنة بالدول المجاورة.
- غياب الخدمات السياحية المتميزة والجذابة.

3- عجز كمي ونوعي في القدرات الفندقية والإيواء :

- عجز في طاقات الاستقبال في مختلف الاقامات السياحية والجهوية والصحراوية.
- غياب الفنادق متوسطة الدرجة 02 و 03 نجوم والمواجهة بالطبقات المتوسطة الأجر من السياح وخاصة المحليين منهم.
- 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية المعمول بها.

4- ضعف نوعية وأساليب النقل :

- عدم كفاية برامج الطيران وحدها للتدفقات السياحية الممكنة.
- عدم القدرة على توفير خدمات النقل كميا ونوعيا للتكيف مع الطلب السياحي.
- التسعيرة المبالغ فيها في وسائل النقل المتاحة بالنظر للدول المجاورة.
- سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب الجزائري نحو المقاصد السياحية.

5- أداء وكالات ومنظمي الأسفار السياحية المفتقرة إلى الأساليب الحديثة في التنقيب عن الأسواق :

- أغلب نشاط هذه الوكالات موجه نحو السياحة الموفدة إلى الخارج ب: 80% منها مخصص في العمرة والأسفار نحو الخارج و 10% منها عبارة عن استقبال خاص بوكالات الجنوب أما 10% المتبقية فنشاطها يقتصر على خدمات الحجز.

- غياب التحكم في التقنيات الجديدة في السوق السياحية الدولية.

وتونس

- عدم تبني الطرق العصرية للتسيير الالكتروني بحجز الخدمات.
- خضوع استقبال السياح للجنوب لوكالات الأسفار الأجنبية التي تحدد وجهاتهم وبرامجهم.
- غياب مخططات للتكوين المستمر.

6- نقص في تأهيل وأداء المستخدمين :

- غالبا ما يكون مستخدمي المؤسسات والخدمات ذوي مهارات مهنية متدنية نظرا للنقص في التأهيل المتخصص حيث تشير دراسات المنظمة العالمية للسياحة أن النسبة العالمية الغير مؤهلة في القطاع السياحي الجزائري تقدر بـ: 66% من مجموع المشغلين، في حين تسمح المقاييس العالمية ما نسبته 20% لهذا الصنف من العمالة.

- نوعية التكوين غير الملائمة لطبيعة العرض السياحي المتاح.
- ضعف مستوى الأجور والعلاوات لدى هذه الفئة.

7- ضعف تغلغل تكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاع السياحي :

- عدم كفاية المواقع الالكترونية عبر الانترنت التي تركز على الترويج السياحي للمواقع الصحراوية والثقافية في الجزائر.

- صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطاع السياحي.

8- بنوك وخدمات مالية غير متكيفة مع القطاع :

- عدم الملائمة وضعف وسائل الدفع الحديثة على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسياح.
- قوانين تحد من توظيف العمليات سواء بالنسبة لاستقبال وإبقاء السياح من وإلى الخارج.
- غياب المنتجات المالية اللازمة وعدم وجود تحفيزات خاصة بالمستثمرين في قطاع السياحة وتعارض طرقها وشروطها إن وجدت مع طبيعة النشاط السياحي مثل القرض الفندقي بسعر منخفض مع

وتونس

خصوصيات القطاع الذي يتطلب في الغالب تمويلا ضخما وذلك خلافا لما هو معمول به في الدول السياحية.

9- حكومة سير وثقافة سياحية غير ملائمة بالسياحة الحديثة¹ :

- المبالغة في الإجراءات وشكليات استخراج التأشيرات.
- غياب أدوات التقييم والمتابعة ورصد التطورات السياحية المحلية والدولية.
- غياب مجتمع ذو ثقافة سياحية.

10- تدني مستويات الأمن :

- مشاكل متكررة ومتفرقة في الغالب تتعلق بغياب الأمن الغذائي والصحي والتعامل مع الاضطرابات الطبيعية.

- المشاكل الأمنية المتلازمة وعدم الاستقرار التام.

11- العجز الكبير في تسويق صورة الجزائر كوجهة سياحية:

- ضعف تسويق الوجهة الجزائرية كمقصد سياحي.
- عدم كفاية وسائل الترويج والاتصال على المستوى الداخلي والخارجي وهي غالبا ما تكون قديمة وغير مؤهلة لا تتماشى مع التقنيات الحديثة المستعملة.
- الضعف الحاد في الاتصال داخليا وخارجيا وتدني مستوى الشراكة والتعاون بين الفاعلين والشركاء في القطاع السياحي.
- صعوبة الإعلام والاتصال الايجابي الذي يكون في حد ذاته مشكل حقيقي في تسويق الوجهة الجزائرية.

¹- حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص 70.

وتونس

- غياب التظاهرات والفعاليات السياحية المحلية والمشاركات الدولية في المعارض والصالونات السياحية.
- غياب الإعلام السياحي وما يقدمه من أنشطة إعلامية وتحفيزية.
- ضعف مشاركة حركات المجتمع المدني في تحريك التظاهرات المحلية¹.

المبحث الثاني: قطاع السياحة في تونس.

حبا لله تونس بموقع جغرافي مميز وطبيعة متنوعة بين شواطئ وجبال وصحراء وطقس معتدل ولطيف طوال العام مما جعلها نقطة جذب رئيسية يؤمها أكثر من ستة ملايين سائح سنويا من مختلف بقاع الأرض وهذا الجمال الذي يستهوي أفئدة زوار تونس الخضراء يوازيه ثراء متعدد آخر في تاريخ وثقافة وتراث، علاوة على تميزها في الخدمات السياحية وعليه سنقوم بدراسة قطاع السياحة في تونس وإعطاء نظرة شاملة عنه من كل النواحي، وهي دراسة أنواع ومقومات السياحة وهي كالتالي:

المطلب الأول: أنواع السياحة في تونس.

تتميز تونس بجمالها الساحر والخلاب وتنوع المناطق ومناخها ومشاهدة مناظر رائعة وعديدة، حيث أصبحت مزارا سياحيا بارزا في العالم عامة والدول العربية والإفريقية خاصة، وتتمتع بسمعة عالمية وأنواع السياحة في تونس هي كالتالي²:

أ- **سياحة التسوق**: حيث تعد الصناعات التقليدية في تونس من أهم مجالات التسوق حيث تمثل المحلات والأسواق والمنتجعات السياحي الحديثة كالمركبات التجارية بالفنادق والتزل واجهة لكثير ثقافي

¹-حيزية حاج الله، مرجع سابق، ص70.

²- مجلة افريقيا قارتنا، تونس جمال يستهوي أفئدة العالم، العدد السادس، يونيو 2013، ص 02-03.

وتونس

وحضاري كبير، وتشتهر عدة مدن تونسية بعدة منتجات مثل الخزف الذي صنع شهرة مدن مثل نابل 60 كم شرق العاصمة أو سيخيات 70 كم شمال العاصمة أو جربة 450 كم جنوب شرق العاصمة، حيث تشتهر مدن أخرى بصناعات أخرى مثل الزجاج والبلور التقليدي أو المنتوجات النحاسية والخشبية والمصوغ المحلي ما يجعل المدن التونسية متاحف ومحترفات فنية حقيقية.

ب- **السياحة المتكاملة والترفيهية:** حيث تزخر تونس من الشمال إلى الجنوب بملاعب الغولف التي أحرزت شهرة دولية كما تعددت الفضاءات الترفيهية التي تقدم الألعاب والعروض الفنية.

ج- **سياحة الأعمال والمؤتمرات:** فهي تنمو بشكل هام وتوفر تونس كل الشروط لنجاح المؤتمرات والتظاهرات الدولية مثل القاعات والتجهيزات (صوتية وسمعية وبصرية متنوعة)، والإطار البشري المناسب (مترجمين محترفين وكتاب... إلخ)، والخدمات اللوجستية متنوعة الاتصالات، والتنقل والانترنت وغيرها.

د- **سياحة اليخوت والموانئ:** تعتبر اليوم من علامات السياحة الراقية في تونس التي تحتضن أعداد متزايدة من المراكب واليخوت، وتتوافر بتونس شبكة من ستة موانئ ترفيهية كبيرة مخصصة لهذه المراكب بكل من سيدي بوسعيد بالعاصمة و 430 مركبا وبياسمين الحمامات 740 مركبا وبسوسة القنطاري 340 مركبا وبالمنستير 380 مركبا وبطريقة 100 مركب وبيترت 120 مركب، وتقم هذه الموانئ كل الخدمات والمرافق (ماء وكهرباء وهاتف وحراسة وصيانة)، ما جعل هذه الموانئ القريبة من أهم الموانئ الترفيهية الأوروبية وقبلة أعداد متزايدة من المراكب التي تبحث عن بديل مناسب عن أوروبا جودة وسعرا. مهما كانت الفترة التي يختارها السائح لقضائها في تونس فمن المؤكد أنه سيكون لزيارتها الخيار بين أتم تنس النشيطة ولياليها العذبة، وخلال النهار بإمكانه زيارة متحف أو قاعة عرض أو القيام برحلة وأثناء الليل يمكنه التمتع بما توفره المطاعم من مأكولات شهية أو قضاء بعض الوقت في الفضاءات الترفيهية، يمكن كذلك للسائح التحول بشوارع المدن وبأحيائها التجارية العصرية أو بالمدن العتيقة لاقتناء ما يحلو له من مواد ومنتجات¹.

ه- **السياحة الصحية:** إن تونس منذ أقدم العصور إلى اليوم لها علاقة خاصة بالاستحمام والعلاج بالمياه بفضل العيون والمنابع التي تجري من الشمال إلى الجنوب وهي مياه ذات خصائص علاجية هامة مثل

¹ - مجلة إفريقيا قارتنا، مرجع سابق، ص 02-03.

وتونس

التخفيف من الوزن وآلام الظهر والمفاصل وأمراض العين والأنف والحنجرة وغيرها، ومع العلاج بالمياه المعدنية نجحت تونس في اقتحام تجربة أخرى تتمثل في العلاج بمياه البحر الذي يشكل الآن حلا مثاليا لعدد من المشاكل الصحية على غرار مخلفات الوضع والولادة والتوتر النفسي والعصبي... إلخ، وتعتبر تونس الأم الثانية في العالم من حيث عدد مستوى الخدمات التي تقدمها هذه المحطات العلاجية والسياحية والتي ارتفع عددها إلى عشرين مركزا.

من جهة أخرى فتح التطور الطبي في تونس آفاقا هامة حيث تحولت وجهة مميزة في مجال السياحة العلاجية تستقطب أعداد كبيرة من دول المنطقة، ومن أوروبا مثل بريطانيا التي ترسل سنويا 3000 مريض إلى تونس لتلقي العلاج. بما في ذلك مجالات خاصة مثل الجراحة الدقيقة، زرع الأعضاء والكلية والقلب والتجميل وتقويم البصر وعلاج وزرع القرنيات وغيرها.

وقد أسهم ذلك في مزيد من التعريف بتونس وجعلها مقصدا هاما للجمع بين العلاج والسياحة للكفاءة الطبية العالية وما يتوافر فيها من ظروف، والعاصمة التي تجمع بين الماضي العريق والحاضر المتجدد ولذلك ففيها المشهد الشعبي والشرقي العتيق. بما تعرضه دكاينها من منتجات وصناعات شعبية تقليدية، وإلى جانب ذلك الطابع العربي خاصة في أحيائها التي أنشأت خلال أوائل القرن العشرين على غرار بعض المدن الفرنسية.

أما وسط المدينة فإن السوق المركزية تضح بالحركة والحيوية وتبهرك معروضاتها من الخضروات والفواكه الطازجة والأسماك وأنواع الحبوب وحتى الورود والطيور، والمشهد الشعبي التجاري الزاخر أعيد تأهيله خاصة شارع الحبيب بورقيبة، وجددت واجهات الأسواق الكبرى والمحلات التجارية الفسيحة لتتضاعف متعة الفسحة والتسوق.

وغير بعيد عن ذلك شيدت الأحياء السكنية العصرية والمباني الكبرى لتأوي النشاطات المتعددة التجارية والبنكية والإدارية بحيث أصبحت مدينة تونس الكبرى تعد أكثر من مليوني ساكن. وعلى بعد 15 كم من المدينة تمتد ضفاف قرطاج بدأ من المعالم الفينيقية والآثار الرومانية مرورا بمدينة سيدي بوسعيد المعروفة بطابعها المعماري الفريد لتنتهي بالمنطقة السياحية الجديدة بالضاحية الشمالية، حيث يجري بناء مجموعة من الفنادق الفخمة، بالإضافة إلى ملاعب رياضية وصلات للترفيه والألعاب.

وتونس

توزر (ليل الشعراء والصحراء): تبدو كلمة الصحراء قاسية بحق توزر فهي منطقة تضج بالحياة والحركة والخضرة، وفيها أجمل ملاعب الغولف في تونس وقد أصبحت قبلة المشاهير.

جربة: الجزيرة الأسطورية تقع على مسافة 400 كم جنوب شرق تونس العاصمة وهي جزيرة تواجه رمال الصحراء، وتعد زيارتها أشبه بحلم أو خيال شاعري جعل منها عنوان السياحة الراقية.

القيروان: لمدينة القيروان أهمية خاصة في التاريخ العربي والإسلامي ولها الفضل في انتشار الدين الإسلامي واللغة العربية وثقافتها في المنطقة وإلى كل أنحاء أوروبا القديمة¹.

المطلب الثاني: قدرات ومقومات السياحة في تونس

لقد عرف قطاع السياحة تطورا كبيرا في تونس وظهر ذلك من خلال الإيرادات السياحية المعتبرة التي تحققها الدولة من خلال أهمية ومساهمة هذا القطاع في اقتصادها، فالسياحة ظاهرة جغرافية قاعدتها البيئة الطبيعية وبنائها الإقتصاد ومحركها الإنسان ورائدها المتعة النفسية والذهنية وهي صناعة تتطلب دراسات مسبقة وتخطيط وتنفيذ، كما أنها تجارة لها مقوماتها وأركانها، تمتلك تونس قدرات ومكونات ومقومات طبيعية وحضارية ومادية وهي كالتالي²:

1- المقومات والقدرات السياحية الطبيعية:

تتميز تونس بصغر مساحتها مقارنة بالدول المغاربية الأخرى (146162 كلم) ولكنها تتموقع في أعظم توغل في إفريقيا للمتوسط نحو الشمال كما أنها تمتلك شريط ساحلي يمتد على أكثر من 1300 كلم من السواحل الرملية، وتقع أهم الشواطئ التونسية في المدن التالية: بترت، سوسة، قرطاج، جربة وطبرقة.

تتنوع التضاريس في تونس بين الجبال، الغابات، الشواطئ، والصحراء، إلا أن هذه التضاريس قليلة الارتفاع مقارنة بمثيلاتها في الجزائر حيث يصل ارتفاع أعلى قمة في تونس إلى حوالي 1544 متر وتشمل

¹ - مجلة إفريقيا قارتنا، مرجع سابق، ص 02-03.

² - زيد منير العبوي، مرجع سابق، ص 239.

وتونس

تضاريسها مجموعة من السهول منها سهل طبرقة، بترت، الركبة وسهل كوكة، كما تتوفر على عدة سبخات على غرار سبخة الكلبية وسبخة سيدي الهاني.

أما الجنوب التونسي فهي عبارة عن منطقة صحراوية تتميز بطبقاتها الرسوبية وكثرة السهول والهضاب وانتشار الشطوط على غرار شط الجريدة، الفجاج وشط غرسة كما تتميز بانخفاض ارتفاعها إلى حوالي 17 متر تحت مستوى سطح البحر، وقد أدى تنوع الطبيعة في تونس بين الجبال، البحار، السهول والصحراء إلى خلق لوحة طبيعية رائعة الجمال.

2- القدرات والإمكانيات السياحية الحضارية والتاريخية:

تتوفر تونس على عدة مناطق أثرية تعكس تاريخ البلاد ومختلف حضاراتها الإنسانية التي مرت بها هذه الدولة مما أدى إلى تنوع وغنى مواقعها السياحية، وقد عرفت تونس الحضارات التالية: القرطاجيون، الرومان، الوندال، البيزنطيون، العرب، والأتراك كما تعتبر المدينة القديمة لتونس العاصمة ومدينة قرطاج أهم المدن التاريخية في البلاد كما تحوي مواقع سياحية أخرى منها قرية سيدي بوسعيد، مدينة الحمامات ومدينة جربة وتتميز تونس ببضاعتها التقليدية اليدوية مثل صناعات النحاس، الفخار، النسيج، الجلود، الحلي البربري الأصيل، والجدول الآتي يبين أهم المناطق السياحية في تونس:

الجدول رقم: (02-03): أهم المناطق السياحية في تونس.

المناطق	نقاط الجذب فيها
تونس العاصمة	أسواق شعبية، معالم فينيقية، آثار رومانية، فنادق فخمة، المنطقة السياحية الجديدة سياحة وترفيه

وتونس

توزر	ملاعب القولف، مطاعم وأسواق رحلات سياحية ومناطق صحراوية
جربة	الجزيرة الأسطورية فنادق فاخرة ومطاعم، عمارة فريدة ومساجد متميزة
القيروان	جاء القيروان، سور القيروان القديم، سوق مقام أبي زمعة وصناعة الجلود
سوسة	فنادق، مطاعم، محلات القلعة المطلة على البحر، مهرجان الجامع الكبير
نابل الحمامات	فنادق، مطاعم، متاحف، مناطق أثرية وثقافة ثروة بحرية
ياسمين الحمامات	منشآت ومرافق سياحية، فنادق، مجتمعات سكنية، صناعات تقليدية
طبرقة	جبال متنوعة بغاباتها الكثيفة الأشجار، رياضة الغوص، ومتاحف

المصدر: زيد منير العبوي، السياحة في الوطن، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008، ص 239 .

3- المقومات السياحية المادية:

تتوفر تونس على بنية تحتية هامة على المستويين الكمي و النوعي، حيث تمتلك مطارات موزعة على كافة أنحاء البلاد وشبكة متطورة من الطرق و المواصلات .

كما حققت تونس تطورا هاما في مجال الخدمات الفندقية، حيث ارتفع عدد الأسر بمعدل كبير من الطبيعي أنعدد الفنادق في تونس بدوره عرف تزايد خلال الفترات والسنوات الأخيرة.

وأظهر توزيع عدد الأسرة في المؤسسات الفندقية حسب تصنيفها في تونس وهذا ما يعكس مستوى الخدمات الفندقية وأنواعها وهي كالتالي¹:

1-الإيواء: تشمل خدمات الفنادق والموتيلات والأكواخ المؤقتة، والشقق المفروشة للسياح.

2-النقل: وتشمل خدمات سياحية وفندقية وتقدم للسياح لتسهيل نقلهم من مكان لآخر من خلال توفير خدمات مثل (الطرق والسكك الحديدية والمائية، وباصات وقطارات سياحية مريحة وغيرها من وسائل نقل مختلفة) .

3-الطعام والشراب: تشمل خدمات الطعام والشراب التي تقدم للسياح في طريقهم للمنطقة السياحية أو الفنادق المراد الإقامة بها.

¹ -علي فلاح الزغي، التسويق السياحي والفندقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، (د.ن)، ص 186.

وتونس

4-خدمات سياحية تكميلية وترفيهية: تشمل خدمات رياضية تمكن السياح من ممارسة أو المشاركة الفعالة للأنشطة الرياضية المختلفة، وخدمات ثقافية كالمرح ودور السينما والكاзиноهات وأماكن العبادة الدينية، وخدمات الاستقبال والتنظيم كمكاتب السياحة والسفر، وخدمات اجتماعية عامة تشمل بنية تحتية عامة مثل المرافق الصحية والعلاجية ومرافق الأمن وانقاض الحياة.

أنواع الفنادق: لقد تطورت أنواعها وفقا لأغراضها وأهدافها وطبيعتها وهي كالتالي:

- 1-فنادق الإقامة الدائمة: تخصص الإقامة للتزلاء لفترة طويلة (سنة مثلا) أسعارها منخفضة.
- 2-فنادق الترانزيت (العبور): موجودة في المدن الصناعية والتجارية والمطارات ومحطات السكك الحديدية، أسعارها مرتفعة، مساحتها محدودة، اهتمامها بالتأنيث معدوم، فترة الإقامة للتزلاء قصيرة.
- 3-فنادق الإقامة المؤقتة: هي نوع من المعسكرات الفندقية، تقام لفترة محدودة، ولمناسبة معينة، تنتهي بمجرد انتهاء المناسبة مثل معسكر العمل الدولي ومعسكر العمل التطوعي الاجتماعي في عجلون.
- 4-الفنادق المتحركة: تقام على سطح المياه مثل الفنادق العائمة على سطح الأرض كعربات النوم في القطارات.

- 5-الفنادق العلاجية: تقام في مناطق معينة وملائمة للظروف الطبيعية والمناخية مثل فندق في مكان يمتاز بالهواء الجاف مخصص للعلاج الشمسي ومثل فندق في مكان تكثر فيه العيون المعدنية والكبريتية.
- 6-الفنادق السياحية: هي الأكثر انتشارا، أسعارها مناسبة تشمل فنادق موتيل وفنادق hotel.
- 7-الفنادق الموسمية: تختلف عن فنادق الإقامة الدائمة والفنادق السياحية من حيث نوعية التزلاء ومدة الإقامة لكنها لا تختلف من حيث التنظيم الداخلي والإدارة فيها توجد على شواطئ البحار وعلى الجبال الثلجية.

8-وسائل إقامة غير تقليدية وتشمل:

- القرى السياحية: يطلق عليها بقرى الإجازات وتمتاز بكون حجمها وطاقاتها الإستيعابية فقد تصل إلى 700 غرفة أو شاليهات مع انخفاض تكاليف انشائها وسرعتها وتكون على وسائل خدمات سياحية، وتونس هي الدولة الأكثر انتشارا فيها.

وتونس

- بيوت الشباب: أهدافها إجتماعية إنسانية مثل الوفاء والتحالف والمحبة بين شباب العالم لا تهدف للربح والمراقبة وتدور من الإتحاد الدولي لجمعيات بيوت الشباب وتشمل الجنسين وتمتاز بأسعار رخيصة وكبر حجم الطاقة الإستيعابية، فالغرفة تأخذ (4-8) أشخاص ومستوى خدماتها ممتاز.

- المخيمات: منتشرة منذ 25 عاما في المناطق الصحراوية والجبلية والشواطئ والسواحل النهرية والبحرية وفي الأماكن ذات الطبيعة الخلابة وذات الجذب.

المطلب الثالث: أهمية قطاع السياحة في تونس والعوائق التي تواجهه

أ- أهمية قطاع السياحة في تونس : نوردتها فيما يلي:

1- الأهمية الاجتماعية والثقافية للسياحة: ينتج عن انتقال السياح ذوي اللغات والعادات والديانات المختلفة من منطقة إلى أخرى، مجموعة من الآثار الاجتماعية والثقافية والتي تتمثل في¹:

- التحولات الطبقية: تشجع السياحة كثير من الأشخاص على ممارسة الأنشطة السياحية، مما يؤدي إلى زيادة دخلهم ومكاسبهم وأرباحهم ويرفع مستوى حياتهم الاقتصادية والاجتماعية وينقلهم من شريحة اجتماعية معينة إلى شريحة اجتماعية أعلى.

- الاهتمام بالتراث والعادات والتقاليد والبيئة: تؤدي السياحة إلى الاهتمام بالقيم والعادات والتقاليد والمعالم والتراث الشعبي والفني.

- التطور الاجتماعي: تعتبر السياحة أحد أهم أسباب التطور الاجتماعي في الدول السياحية، حيث تنح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم ومشاهدتهم واتصالهم المباشر مع السياح وهو ما يساهم في انفتاحهم على العالم الخارجي.

- التبادل الثقافي: تعمل السياحة على زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين من مختلف الجنسيات بين شعوب الدول المستقبلة لهم.

2- الأهمية الاقتصادية: لقد حققت السياحة التونسية خلال السنوات القليلة الماضية أداءا متميزا يثير الإعجاب الأمر الذي مكنها من أن تحتل اليوم مكانة إستراتيجية في الحياة الاقتصادية لتونس ويتمثل ذلك بشكل خاص إحداث حركة تجارية شاملة، حيث تحتل السياحة المرتبة الثانية في قائمة الصادرات التونسية بعد قطاع النسيج وتتجاوز إيراداتها نسبة 28% من إجمالي الصادرات التونسية، وترتبط

¹-هدى سيد لطيف، السياحة النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، 1994م، القاهرة، مصر، ص10.

وتونس

السياحة والصناعات التقليدية علاقة وثيقة جدا إلى درجة أن هذين القطاعين يبدوان وكأنهما قطاع واحد، وبفضل السياحة تمكنت الصناعات التقليدية من استرجاع حيويتها، إذ هي توفر حاليا فرص عمل لأكثر من 265 ألف شخص، أي 11% من مجموع الأيدي العاملة في البلاد، وتقدر مبيعات الصناعات التقليدية بحوالي 250 مليون دينار تونسي أي بنسبة 3,4% من إجمالي الصادرات التونسية¹. وتستعمل السياحة حوالي 3% من طاقة النقل البري والاتصالات اللاسلكية والسلكية، كما تمكن قطاع النقل الجوي من تحقيق نسبة نمو عالية بفضل السياحة، ويوفر النقل السياحي قسطا لا بأس به من إيرادات الشركتين الجوييتين "تونس الجوية" و"تونانتر" أما شركة "توفل إير" فإنها تحقق كامل إيراداتها من السياحة، وفي الواقع إن السياحة تقوم بدور فاعل في قطاع التشغيل، ذلك أنها توفر حوالي 80 ألف فرصة عمل مباشرة و240 ألف فرصة عمل غير مباشرة، فالهيئة التي تعتمد في معيشتها بصفة مباشرة أو غير مباشرة على قطاع السياحة لا تقل عن 1,8 مليون عامل، وهو ما يمثل خمس سكان البلاد تقريبا، وبلغت عائدات صناعة السياحة خلال عام 2009م نحو 3,3 مليار دينار واستقبلت تونس 6,6 مليون سائح، مقابل 7 ملايين سائح عام 2008م لأول مرة، وتأمل تونس خلال الخماسية المقبلة (2009م-2014م) بلوغ 10 ملايين سائح والرفع من عائدات القطاع إلى 5 مليارات دينار لتحسين مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني.

ب- المعوقات التي تواجه القطاع السياحي في تونس: وهي كالاتي²:

- نقص البنية التحتية الأساسية من مرافق عامة وغيرها.
- نقص الكوادر البشرية المؤهلة على الرغم من وجود معاهد ومدارس سياحية فإن هناك حاجة إلى رفع مستوى مراكز التدريب المتوفرة وتوسيع طاقتها الإستيعابية لتلبية الاحتياجات المتزايدة على الموارد البشرية المؤهلة.
- نقص في الإنفاق العام والاستثمار في القطاع السياحي خصوصا في مجال التسويق والترويج السياحي بمشاركة القطاع الخاص.
- تأثرها كغيرها من الدول العربية الأخرى بالأحداث السياسية في منطقة الشرق الأوسط.

¹ -هدى سيد لطيف، مرجع سابق، ص11.

² -أحمد عارف العساف، محمود حسين الوادي، اقتصاديات الوطن العربي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010م/1431هـ، عمان، ص 210.

وتونس

-عدم الاستقرار الأمني في الآونة الأخيرة خاصة بعدما سمي بالربيع العربي.

المبحث الثالث: مقارنة بين السياحة في الجزائر وتونس

تبذل كل من الجزائر وتونس جهودا معتبرة للنهوض بالقطاع السياحي من أجل زيادة مراكز الاحتواء لكن النتائج تبقى دون المستوى العالمي خاصة الجزائر لأنها لا تستغل الإمكانيات الهائلة التي تزخر بها وستتناول في هذا المبحث أهم المؤشرات ومقارنة الجزائر مع تونس.

المطلب الأول: مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد الجزائري

تشمل هذه المؤشرات في دراسة حجم الإيرادات السياحية ومدى مساهمتها في الناتج المحلي .

1- تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر: (2005-2015) والشكل يوضح ذلك

الجدول رقم: (03-03)

عدد السياح	السنوات
1900	2005
2100	2006
2159	2007
2892	2008
2950	2009
2123	2010
2395	2011
2634	2012
2733	2013
2301	2014

وتونس

2101	2015
------	------

المصدر: البنك الدولي للإنشاء والتعمير.

نلاحظ تذبذب في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر ما بين عام 2005 و2015 حيث وصل عدد السياح سنة 2013 إلى أعلى قيمة لها 2733 لتعود سنة 2015 إلى ادني قيمة لها 2101 سائح هذه مؤشرات ضعيفة جدا بالمقارنة مع الإمكانيات المادية و الطبيعية و حتى التاريخية.

2- مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي في الجزائر: فترة (2005-2015) تشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة و السفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي العالمي لتصل إلى 10% وبالنسبة للجزائر فإن مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي تعد ضعيفة جدا كما يتضح في الجدول التالي :

الجدول رقم: (03-04) مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي الجزائري

الناتج المحلي الإجمالي للقطاع السياحي %	السنوات
---	---------

وتونس

5.97%	2005
5.61%	2006
5.21%	2007
5.13%	2008
6.17%	2009
6.30%	2010
2.03%	2011
2.90%	2012
4.90%	2013
5.02%	2014
5.00%	2015

المصدر: البنك الدولي للإنشاء والتعمير.

نلاحظ أن نسبة مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج المحلي تبقى بعيدة عن الرقم العالمي و هذا انخفضت سنة 2007 ولا يتجاوز 216518 كحد أقصى خلال فترة 2015 كانت هذه المساهمة في أدنى مستوى لها سنة 2010 بقيمة 200.002 ألف دولار و يعود هذا الانخفاض لهذه السنة نظرا لارتفاع الناتج المحلي الإجمالي لارتفاع أسعار البترول وليست نتيجة لانخفاض إيرادات قطاع السياحة فقط.

3- حجم الإيرادات السياحية في الجزائر

نظرا لضعف الإمكانيات السياحية في الجزائر لم يستطع القطاع السياحي تسجيل إيرادات سياحية معتبرة كما هو مبين في الجدول التالي:

وتونس

الجدول رقم: (03-05) تطور حجم الإيرادات السياحية في الجزائر الفترة ما بين (2005-2015)

السنوات	تطور حجم الايرادات السياحية (مليون دولار)
2005	190
2006	2010
2007	2015
2008	300
2009	330
2010	289
2011	300
2012	295
2013	326
2014	347
2015	352

المصدر : الديوان الوطني للإحصاء 2016

من خلال الجدول نلاحظ تذبذب في معدل نمو إيرادات القطاع السياحي التي لم تتعدى 190 مليون دولار وفي سنة 2009 حققت نمو بقيمة 330 مليون دولار و نظرا للتذبذب الدائم ينعكس سلبا على الإيرادات من هذا القطاع التي لا تزال ضعيفة جدا حيث حققت الجزائر سنة 2010 عوائد سياحية قدرت ب 289 مليون دولار أمريكي و انخفضت إلى 295 مليون دولار سنة 2012 حيث وصل إلى أعلى قيمة له سنة 2015 و قدرت ب 352 مليون دولار.

4-مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التشغيل :

وتونس

الجدول رقم: (06-03) تطور عدد العاملين في القطاع السياحي الجزائري خلال الفترة (2005-2015)

السنوات	عدد العمال المباشرين (ألف عامل)	إجمالي عدد العمال
2005	279.6	558.9
2006	279.2	647.4
2007	244	580
2008	250.1	552.7
2009	303.9	651.4
2010	303.3	639.8
2011	335.4	682.4
2012	342.5	697.8
2013	345.6	701.7
2014	345.9	705.9
2015	349.1	708.2

Source: word travel tourism

نلاحظ تزايد عدد العاملين في القطاع السياحي الوطني بوتيرة متباطئة نظرا للأوضاع السياسية و هذا رقم ضعيف بالمقارنة مع التطور العالمي و من سنة 2010 التي عرف عدد العاملين تطور و نمو ملحوظ حيث سنة 2015 سجلت 708.2 عامل مباشر و غير مباشر في القطاع السياحي نسبة نمو إجمالية أكثر من 20% إلا أن الرقم المسجل يبقى بعيدا عن الإمكانيات السياحية الكبيرة في الجزائر بسبب مراكز الإيواء الغير مصنفة و التي تشكل النسبة الأكبر من طاقات الإيواء في الجزائر حيث إن مناصب التوظيف فيها ضعيف عكس 4 نجوم و 5 نجوم التي تمتاز بقابلية توظيف اكبر.

وتونس

المطلب الثاني: مساهمة قطاع السياحة في الاقتصاد التونسي

تعتبر تونس من أهم الدول الإفريقية المستقبلية للسياح نظرا لتوفرها على مقومات جذب متنوعة كما ساهم الاستقرار السياسي و الأمني في هذا البلد على جعله و جهة سياحية و من أهم مؤشرات القطاع السياحي التونسي كما يلي :

1- اثر السياحة على التشغيل و الناتج الإجمالي في تونس

في تونس كانت حصة السياحة في التشغيل و الناتج المحلي الإجمالي مقارنة مع أربع بلدان أخرى حتى الآن مقارنة بالآخرين انخفض السياح الدوليين إلى 5.1 مليون أي تقلصوا ب 34.2 في المائة و مع ذلك شهدت تونس انتعاشا قويا في عام 2012 مع زيادة 24.4 في المائة في عدد السياح و زيادة بنسبة 3/4 في المائة في عائدات السياحة.

عموما جمعت جهات شمال إفريقيا و في المائة من نمو السياحة في الربع الأول عام 2012 و نسبة 12 في المائة في الربع الثاني في عام 2012 حيث سجلت الرقم الإجمالي للنمو 11 في المائة في عدد الوافدين للسياحة الدولية في النصف الأول من عام 2012 مقارنة بالفترة نفسها من العام السابق الجدول رقم: (03-07) عدد السياح الوافدين إلى تونس خلال الفترة (2005-2015)

السنوات	عدد السياح (مليون سائح)
2005	6.378
2006	6.549
2007	6.761
2008	7.048
2009	6.901
2010	6.902
2011	4.785
2012	5.590
2013	5.240
2014	5.380

وتونس

5.780	2015
-------	------

من إعداد الطالبين بالاعتماد على 80 p **tourisme tunisien en chiffres 2015**

من الجدول الآتي نلاحظ أن عدد السياح الغير المقيمين في الجمهورية التونسية حقق نموا متواصلا و ذلك سنة 2007 وصلت 7.048 مليون سائح وقد أثرت الأزمة المالية العالمية على القطاع السياحي التونسي تأثيرا طفيفا من حيث الإيرادات السياحية بحيث انخفض عدد السياح سنتي 2009، 2010، بالمقارنة مع سنة 2008 شهدت أعلى رقم تسجله تونس بأكثر من سبعة ملايين سائح و في سنة 2011 التي شهدت عدم استقرار الوضع السياسي في تونس مع تدهور الأوضاع الأمنية مما أدى إلى انخفاض عدد السياح بنسبة أكثر من 35% بالمقارنة مع سنة 2010 ومع استقرار الأوضاع السياسية عرف القطاع السياحي بعض الانتعاش محققا 5.590 مليون سائح سنة 2012.

2- مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي التونسي

الجدول رقم: (08-03) تطوير مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي التونسي خلال الفترة (2005-2015)

الناتج المحلي الإجمالي %	السنوات
6.3	2005
6.61	2006
6.62	2007
6.55	2008
5.96	2009
4.12	2010
4.78	2011
4.82	2012
5.13	2013
5.33	2014
5.35	2015

وتونس

من إعداد الطالبين بالاعتماد على ما سبق

من خلال هذا الجدول يتضح أن أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد التونسي في متوسط المساهمة المباشرة لهذا القطاع في الناتج المحلي التونسي في الفترة محل الدراسة بحيث قدر بمعدل سنوي يعادل 6.47% يميز أن القطاع السياحي التونسي تميز بمساهمة فعالة خلال الفترة 2005-2008 بحيث قدرت نسبة مساهمته خلال هذه الفترة بمتوسط أكبر من 7% وشهدت الفترة 2012 تذبذب في العائدات السياحية المباشرة مما نتج عنه تراجع مساهمة القطاع في الناتج المحلي انخفضت مجموع مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى أدنى مستوياته له في عشر سنوات 14% ومع ذلك فإن تقديرات عام 2012 ليس متفائلة جدا من حيث المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي و التشغيل من المتوقع ارتفاع تخصص الناتج المحلي الإجمالي و التشغيل و مع ذلك على المدى الطويل فمن المتوقع أن تستقر الأسهم السياحية في الناتج المحلي الإجمالي و التشغيل حول مستويات 2011 للسنوات الثلاث القادمة.

3- مساهمة القطاع السياحي التونسي في التشغيل :

الإمكانات الهائلة التي تمتلكها تونس في مجال طاقات الإيواء ساهمت بشكل فعال في خلق مناصب شغل بصفة مباشرة و غير مباشرة في القطاع السياحي و الجدول التالي يوضح تطور عدد العمال في القطاع السياحي.

الجدول رقم: (09-03) تطور عدد العاملين في القطاع السياحي التونسي خلال الفترة (2005-2015)

السنوات	عدد العاملين المباشرين في قطاع السياحة	إجمالي عدد العاملين في القطاع السياحي
2005	238.7	512.6
2006	249.3	540.4
2007	254.9	543.3
2008	256.9	540.9
2009	250.9	530.1

وتونس

523	251.9	2010
411.1	189.9	2011
453.7	217	2012
460.4	220.3	2013
458.9	218.9	2014
520.6	238.2	2015

المصدر : دحمان عبد القادر ، دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة ، رسالة ماجستير ، تخصص اقتصاد الخدمات ، جامعة الجزائر 3 الجزائر منشورة 2013-2014 ص 174.

من خلال الجدول نلاحظ أن تطور عدد الفنادق و الأسرة في تونس و توفر البنية التحتية الضرورية خلال الفترة الماضية قد انعكس بالإيجاب على عدد العاملين في القطاع السياحي التونسي بصفة مباشرة وغير مباشرة فقد زاد عدد المشتغلين بالقطاع إلى أكثر من 0.5 مليون عامل في الفترة 2005 بحيث كان يقدر عدد العاملين في القطاع بـ 238 وظيفة و من أهم الوظائف نجد الفنادق والشركات النقل السياحي، المطاعم المقاهي.....إلخ
الإيرادات السياحية في تونس خلال الفترة (2005-2015)
الجدول رقم: (10-03): الإيرادات السياحية التونسية.

السنوات	الإيرادات السياحية
2005	1583
2006	1605
2007	1523
2008	1970
2009	2270
2010	2575
2011	2932
2012	2645

وتونس

1914	2013
2183	2014
2210	2015

المصدر: بن حسان حكيم دور الإدارة و الإستراتيجية للموارد البشرية في تطوير القطاع السياحي في الجزائر أطروحة دكتورة ، تخصص إدارة أعمال جامعة الجزائر "3" منشورة 2013-2014 ص 171.

يتضح من هذا الجدول عدم الاستقرار والثبات في حجم الإيرادات السياحية في دولة تونس وذلك بسبب تغير الإستراتيجيات و الإيديولوجيات في قطاع السياحة بالإضافة إلى التغير المستمر لأذواق السياح الأجانب و التأثيرات السياسية التي تمثلت في عدم الأمن والاستقرار الذي كان له دور فعال في جلب السياح والإيرادات.

المطلب الثالث: قيم المقارنة

من خلال الدراسة الإحصائية لمساهمة قطاع السياحة لكل من تونس و الجزائر على التوالي حاولنا قدر الإمكان إيجاد سبل التفريق بين الدولتين حيث أن الاقتصاد الجزائري هو اقتصاد ريعي يعتمد على البترول في صادراته و يعتبر العمود الفقري و الأساسي للاقتصاد، إن اقتصاد التونسي يعتمد على الاقتصاد الخدماتي أي على قطاع السياحة بدرجة كبيرة و ظهر هذا في سلسلة الإحصائيات الواضحة فيما سبق

1- الفرق بين عدد السياح الوافدين إلى الجزائر وتونس للفترة ما بين (2005-2015)

الجدول رقم: (11-03): عدد السياح الوافدين الى كل من الجزائر وتونس . الوحدة: (مليون سائح)

السنوات	تونس	الجزائر
2005	6378	1900
2006	6549	2100
2007	6761	2159
2008	7048	1892

وتونس

1950	6901	2009
2123	6902	2010
2395	4785	2011
2634	5590	2012
2733	5420	2013
2301	5980	2014
2101	5900	2015

المصدر : من إعداد الطلبة اعتمادا على ما سبق

لقد ارتبط عدد السياح الوافدين للبلدين لعدة عوامل جعل منها تكون لها ميزة في الاقتصاد

الخدمي حيث أن الدولة التونسية أعطت انطباع حول تقديم الخدمات و كذا الرقي بالإضافة إلى الاعتناء الجيد بالقطاع وحسن التسيير و هذا ما جلب عدد كبير على مر السنوات و هذا ما يتضح من خلال المعطيات الاقتصادية كما يمكننا القول أن السياسة المنتهجة بالرغم من الإمكانيات القليلة تتوفر لديها بالمقارنة بالجزائر أما الجزائر فتعاني.

2- الفرق بين عدد العمال في قطاع السياحة في الجزائر و تونس

الجدول رقم: (12-03) عدد العمال في كل من الجزائر وتونس . الوحدة : (ألف عامل)

تونس		الجزائر		السنوات
عدد العمال المباشرين	عدد العمل الغير المباشرين	عدد العمل الغير المباشرين	عدد العمال المباشرين	
512.6	298.7	558.9	279.8	2005
540.4	249.3	647.4	279.2	2006
543.3	254.9	580	244	2007
540.9	255.9	552.7	250.1	2008
530.1	250.9	651.4	303.9	2009

وتونس

523	251.9	639.8	303.9	2010
411.1	189.9	682.4	335.4	2011
453.7	217	697.8	342.5	2012
460.4	220.3	701.7	345.6	2013
458.9	218.9	705.9	345.9	2014
520.6	238.9	708.2	349.1	2015

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على ما سبق.

من خلال الدراسة الإحصائية لتطور عدد العمال لكل من الجزائر و تونس نلاحظ أن القطاع العمالي للجزائر أكبر من القطاع العمالي لتونس لكن هذا لا يعكس مدى تطور القطاع بل بالعكس يعكس فشل هذا القطاع لأن الثقافة الجزائرية ليست بالثقافة الخدمية عكس الثقافة التونسية بالإضافة إلى كل هذا نوعية الخدمات المقدمة من طرف العمال و كذا الاستقبال سواء من طرف الوكالات السياحية أو الفنادق.

3- الفرق بين الناتج المحلي الإجمالي لكل من تونس و الجزائر

الجدول رقم: (13-03): الناتج الإجمالي لكل من الجزائر وتونس.

السنوات	الجزائر %	تونس %
2005	5.97	6.3
2006	5.61	6.61
2007	5.21	6.62
2008	5.13	6.55
2009	6.17	5.95
2010	6.3	4.12
2011	2.03	4.12

وتونس

4.78	2.9	2012
3.13	4.9	2013
5.33	5.02	2014
5.35	5	2015

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على ما سبق

يعد الناتج المحلي الإجمالي من أهم العناصر المكونة للاقتصاد الوطني حيث أنه يحدد الوجهة الصحيحة للاقتصاد الوطني ومدى قدرته على تحمل مختلف الصدمات والأزمات التي تحيط بالعالم اليوم أما من خلال الجدول الموضح سابقا نستنتج أن قطاع السياحة في تونس نشط وحيوي بالمقارنة مع نظيرتها بالجزائر.

4- الفرق بين حجم الإيرادات السياحية في الجزائر وتونس للفترة الممتدة بين (2005-2015)

الجدول رقم: (14-03): حجم الإيرادات السياحية في الجزائر وتونس.

السنوات	الجزائر	تونس
2005	190	1583
2006	210	1650
2007	215	1523
2008	300	1970

وتونس

2750	330	2009
2575	289	2010
2932	300	2011
2632	295	2012
1914	326	2013
2183	346	2014
2210	352	2015

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على ما سبق .

من خلال السلسلة الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه نستنتج أن هنالك فرق شاسع بين كل من الجزائر و تونس حيث أن قطاع السياحة التونسي له إيرادات لا بأس بها بالمقارنة مع الجزائر حيث خلال السنوات من 2005 حتى 2008 تتراوح ما بين 1583 إلى 1970 مليون دولار بزيادة مستمرة خلال السنوات

في 2009 يعرف القطاع قفزة نوعية بـ 2750 مليون دولار لتعرف استقرار و زيادة فيما بعد، أما الجزائر فلم تكن بالقطاع ذو النتائج المرجوة منها حيث لم يتجاوز خلال عشر سنوات أي الفترة ما بين 2005 إلى 2015 400 مليون دولار.

خلاصة:

تعد التجربة التونسية من أنجح التجارب العربية في مجال تنشيط القطاع السياحي و بالتالي هي أنجح من التجربة السياحية الجزائرية ويظهر ذلك من خلال المؤشرات و الإمكانيات و المشاكل و العراقيل التي تواجه كل من الدولتين لقياس مدى تأثيرها في القطاع السياحي والتي تظهر من خلال مؤشرات

وتونس

الإيرادات التي تساوي أربع أضعاف ما يحصله الجزائري، أما فيما يخص المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي فتبقى مساهمة القطاع السياحي الجزائري أقل منه في تونس، ويساهم القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني بصفة عامة.

خاتمة

خاتمة

خاتمة:

لقد شهدت السياحة نموا متواصلا على مدى العقود الأخيرة سواء من حيث المداحيل أو عدد السياح فهي تدر منافع كبيرة على البلدان المستضيفة للسياح من خلال الآثار الاقتصادية الاجتماعية التي طالت كل بقعة في العالم، بالإضافة إلى مساهمتها في دعم الاقتصاد الوطني من خلال ما تجنيه من عملة صعبة ورؤوس الأموال و الرفع من ميزان المدفوعات و التقليل من البطالة بتشغيل اليد العاملة وبذلك الإسهام في الإيرادات الحكومية وخلق المزيد من فرص العمل وتحسين مستوى المعيشة حافزا أساسيا لكل البلدان، لذا فالسياحة في بعض الدول تحتل مكانة مرموقة فتونس تظهر من خلال أهمية قطاعها السياحي من خلال المؤشرات الإحصائية بالإضافة إلى الإستراتيجية المتبعة على المدى البعيد مما انعكس على اقتصادها الوطني وكذا تمويل الميزانية الحكومية واعتبارها القطاع الرئيسي لتمويل النفقات العامة، لكن بالنسبة للجزائر ورغم امتلاكها لمؤهلات و ثروات كبيرة إلا أن هذا القطاع لازال يعاني من سوء الاستغلال والتسيير من طرف كل من الدولة و المتعاملين الاقتصاديين على حد السواء، وهذا من خلال ضعف الإيرادات السياحية وعجز الميزان السياحي كما لا يمكننا أن ننفي أن هنالك جهود تبذل من أجل النهوض بهذا القطاع.

إن الأهمية التي توليها الكثير من الدول لهذا لقطاع السياحة والمحاولات المستمرة الاستثمار فيه، وذلك من أجل تطويره وكذا محاولة تحقيق الأهداف المرجوة منه، حيث يظهر ذلك من خلال الأهمية التي تعطيها السلطات من خلال البرامج التنموية، نذكر في ذلك السياق قطاع السياحة التونسي الذي هو قطاع ذو أولوية قصوى في الاقتصاد التونسي على مر السنوات وكذا الأهمية التي تسطرها السلطات لها، أما الجزائر فلم تهتم بقطاع السياحة بعد الاستقلال رغم امتلاكها لثروات هائلة وذلك بسبب المنهج المتبع من طرف السلطات حيث اتبعت المنهج الصناعي وقلة المخططات التنموية في ذلك المنهج، لكن بعد المضي في سبيل الإصلاحات الاقتصادية بدأت بعض الاهتمامات بهذا القطاع وبدأ يظهر كحتمية تطوير وترقية المنتج السياحي .

وفي الأخير نخلص إلى أنه على الرغم من مقومات القطاع السياحي التي تزخر بها كل من الجزائر وتونس إلا أن القطاع السياحي لا زال متفاوت بحيث أن الجزائر لازالت متأخرة في هذا النشاط الاقتصادي الهام والذي يعتبر كمورد حيوي للمداحيل بالمقارنة مع تونس، ولهذا يجب إعادة النظر في السياسات المنتهجة في المجال السياحي، ووضع استراتيجيات قائمة على أسس علمية تهدف إلى تحقيق

خاتمة

التميز في هذا القطاع وذلك من أجل خلق قواعد قادرة على المنافسة سواء على المستوى الإقليمي أو على المستوى الدولي.

اختبار الفرضيات :

_ من خلال الدراسة لهذا الموضوع استطعنا أن نثبت أن السياحة ظاهرة منذ القدم وذلك برز من خلال التجوال و البحث عن القوت والزرق من طرف الإنسان، بينما خلال مرور الزمن والتطور التكنولوجي برزت السياحة كمجال ترفيهي واستكشافي لبعض المناطق أو الاستمتاع بالثروات الطبيعية الموجودة في مختلف مناطق العالم .

_ تعد نظريات التجارة الخارجية من بين المکانزمات التي أوضحت والتي أعطت مفهوم التجارة الخارجية مع اختلاف المدارس التي مرت بها، كما تعد كذلك هذه النظريات إيضاح لمختلف المناهج التجارية على مر الزمان في تفسيرها للتجارة الخارجية من مختلف وجهات النظر والآراء.

_ يمكننا القول أن الثروات والإمكانيات السياحية التي تتسم بها كلا من الجزائر وتونس بالإضافة إلى الخصائص الطبيعية حيث أن الجانب التونسي يقوم باستغلالها بصفة ذكية جعل منها وجهة لعديد من الأجانب على مرور الوقت بينما الجزائر لم تهتم بالقطاع بسبب النهج الذي اتبعته الدولة وكذا السياسة التنموية و الإصلاحات التي ظهرت متأخرة جعل هذا القطاع يكون بين عديد من الإشكاليات و النقائص على مرور الوقت .

نتائج الدراسة:

من خلال البحث حول موضوع المذكورة تمت التوصل الى النتائج التالية:

_ من خلال دراسة المقارنة بين كل من القطاع السياحي التونسي والجزائري لاحظنا أن القطاع السياحي التونسي قطاع فعال في الاقتصاد التونسي على العكس في القطاع السياحي الجزائري الذي يرهق الاقتصاد الجزائري بمختلف أعباءه.

_ تدفق ضعيف للسياح الأجانب على الجزائر رغم الامكانيات الكبيرة التي تتوفر عليها الجزائر بينما تونس على عكس ذلك تماما ويعود ذلك إلى عملية الترويج وكذا نوعية الخدمات المقدمة في كل البلدين.

_ ضعف نوعية المنتج السياحي بالرغم من المؤهلات المميزة للمنتوج السياحي الجزائري إلا أنه غير تنافسي فيما نوعية المنتج نوعية الخدمات السياحة المقدمة على مستوى المؤسسات الفندقية وهياكل الاستقبال التي تتميز هي الأخرى بضعف طاقمها وعدم احترامها وفق المعايير المعمول بها .

خاتمة

— تأخر في إنجاز المشاريع السياحية المقررة خلال المخططات الوطنية وتراكمها بسبب سوء التسيير زادت من ضعف هذا القطاع في الجزائر.

— تعاني الجزائر من سوء استغلال واستخدام الموارد المتاحة سواء طبيعية أو بشرية في المجال السياحي

التوصيات :

— تحسين جودة و كفاءة البنى الأساسية والخدمات المتعلقة بالسياحة مثل الفنادق، الطرق، المرافق العامة، وسائل النقل والمواصلات، من أجل تقديم خدمات مميزة .

— توفير البرامج التدريبية والتعليمية حول مختلف جوانب السياحة وخصوصا لفائدة الموظفين المعنيين مباشرة بالنشاطات السياحية .

— إن الاهتمام الذي بدأ يظهر خلال السنوات الأخيرة من أجل ترقية القطاع السياحي يجب أن يتجسد بمنح مكانة أكبر للسياحة في إطار السياسة التنموية العامة إذ لا يمكن للجزائر أن تتأخر عن هذه السياسات العالمية للاقتصاد .

— تنوع المنتج السياحي من خلال مجموع الخصائص التي تتميز بها الجزائر كمساحة الصحراء بالإضافة إلى طول الساحل الجزائري، وكذا الغابات والسهول .

— الاستفادة من تجارب البلدان المجاورة كتونس وتركيا مثلا.

— وضع نظام أو برنامج لمختلف الحجوزات والدفع حيث تعتبر هذه من معوقات السياحة وجذب السياح الأجانب.

الآفاق المستقبلية:

— دراسة خصوصية الشركات السياحية والاستثمارات في المجال السياحي.

— دراسة الإصلاحات الاقتصادية ومدى انعكاساتها على قطاع السياحة.

— واقع المنتج السياحي الجزائري ومدى انعكاساته على إيرادات الدولة.

— الاستثمارات السياحية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع.

أولاً: الكتب

1. أحمد عارف العساف، محمود حسين الوادي، اقتصاديات الوطن العربي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010م/1431هـ، عمان.
2. جمال جويدان الجمل، التجارة الخارجية، مركز الكتاب الأكاديمي، الطبعة العربية الأولى، 2013م/1434هـ.
3. زيد منير عبوي، الاقتصاد السياحي، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2008م.
4. سامي عفيفي حاتم، التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، الكتاب الأول، الطبعة الأولى، 1991م/1411هـ، الطبعة الثانية، 1993م/1413هـ، الدار المصرية اللبنانية.
5. سامي عفيفي حاتم، التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 1991م.
6. شقيري نوري موسى وآخرون، التمويل الدولي ونظريات التجارة الخارجية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2012م/1433هـ.
7. صفاء عبد الجبار الموسوي، شذى كاظم علوان، التقدم التقني في صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015م.
8. علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، 2013.
9. علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، (د.ن).
10. فؤاد بن غضبان ، الجغرافيا السياحية ، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الطبعة العربية ، 2014.
11. فؤاد بن غضبان ، السياحة البيئية المستدامة (بين النظرية و التطبيق)، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان ، ط 1 ، 2015.
12. فؤاد رشيد سمارة، الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001م.
13. كامل بكري، الاقتصاد الدولي التجارة الخارجية والتمويل، الدار الجامعية، جامعة الإسكندرية، مصر ، سنة 2001.

قائمة المصادر والمراجع

14. مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباح، إقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013م.
15. محمد أحمد الدوري، في التجارة الخارجية، دار شموع الثقافة، الطبعة الأولى، 2007م.
16. محمد دياب، التجارة الدولية في عصر العولمة، دار المنهل اللبناني، الطبعة الأولى، 2010م/1431هـ.
17. محمد سيد عابد، التجارة الدولية، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، سنة 2001.
18. محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر عمان الأردن، الطبعة الثالثة، 2008.
19. محمد موسى الحريري، جغرافيا السياحة، دار المعرفة الجامعية، (د.ط)، القاهرة، مصر، 1991م.
20. محمود يونس، أساسيات التجارة الدولية، الدار الجامعية، (د.ط)، (د.س.ن).
21. مرزوق عايد العقيد وآخرون، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2011م.
22. مروان السكران، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي للنشر، الطبعة الأولى، الأردن.
23. نبيل الروبي، نظرية السياحة مجموعة الدراسات السياحية، مؤسسة الثقافة جامعة القاهرة، مصر، 1986.
24. نداء محمد الصوص، التجارة الخارجية، مكتبة المجتمع العربي للنشر، الطبعة 1، 2011م/1432هـ.
25. هباس رجاء الحريري، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان الطبعة الأولى.
26. هدى سيد لطيف، السياحة النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، 1994م، القاهرة، مصر.
27. يوسف مسعداوي، دراسات في التجارة الدولية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2010م.
28. محمود كامل، السياحة الحديثة، الهيئة المصرفية للكتاب، مصر، 1975م.
29. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، مصر، (د.ن)، 1997م.

ثانيا: الرسائل والأطروحات

1. بو عقلين بديعة، السياسات السياحية في المجتمع الجزائري وانعكاساتها على الطلب والعرض السياحي، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة البلدة، 1996م.

قائمة المصادر والمراجع

2. شنيبي سمير، التجارة الخارجية الجزائرية في ظل التحولات الراهنة، رسالة الماجستير، جامعة بن يوسف بن خدة ، الجزائر، 2005/ 2006م.
3. عشي صليحة، "الآثار التنموية للسياحة"، دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس المغرب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، 2005.
4. حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير، تخصص مالية، جامعة البليدة، سنة 2010.

ثالثا: المجالات والمنتقيات

1. مرداوي كمال " استراتيجية التسويق السياحي وإشكالية التنمية في الجزائر"، الملتقى الدولي حول الاقتصاد السياحي والتنمية المستدامة، جامعة بسكرة، مارس 2011.
2. مجلة افريقيا قارتنا، تونس جمال يستهوي أفئدة العالم، العدد السادس، يونيو 2013.
3. محمد بن ابراهيم التويجيري، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي.

ملخص:

على اعتبار أن السياحة أحد الأنشطة الهامة التي تقوم عليها اقتصاديات الكثير من الدول فقد قمنا بتسليط الضوء في هذا البحث على معرفة مدى قدرت القطاع السياحي لكل من الجزائر وتونس على إعطاء حرقه تنموية للاقتصاد الوطني و بذلك فالإشكالية تمحورت حول المكانة التي يحتلها هذا القطاع في الصادرات والواردات من الخدمات و دوره في الميزان التجاري و ميزان المدفوعات بصفة عامة سواء بالإيجاب أو السلب، كما قمنا بإلقاء الضوء على مساهمة القطاع السياحي في حل مشكلة البطالة، حيث من الناحية الاجتماعية فقد استطاع القطاع السياحي امتصاص البطالة بتوفير مناصب شغل سوء مباشر و أو غير مباشرة هذا بدوره كان له انعكاس على المستوى المعيشي للأفراد لكل من الجزائر وتونس.