

جمهورية العراق
وزارة التربية
المديرية العامة للتعليم المهني

الاقتصاد السياحي

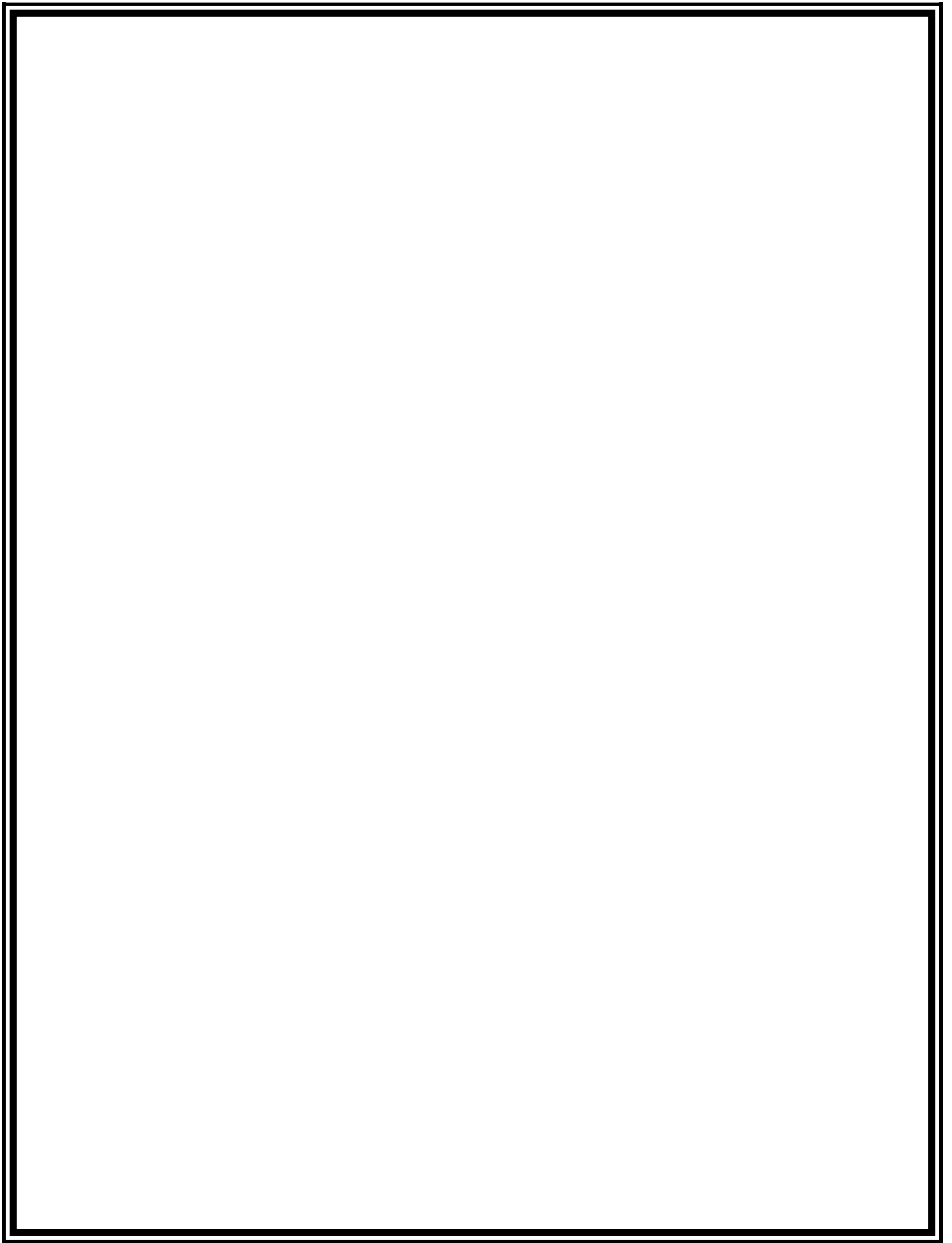
للف الثاني سياحة

المؤلفون

الدكتور عبد الرحيم مكطوف حمد
أ. إلهام خضير شبر
أ. إسماعيل محمد علي
م.م. عماد حسن حسين

1435 هـ – 2014 م

الطبعة الأولى



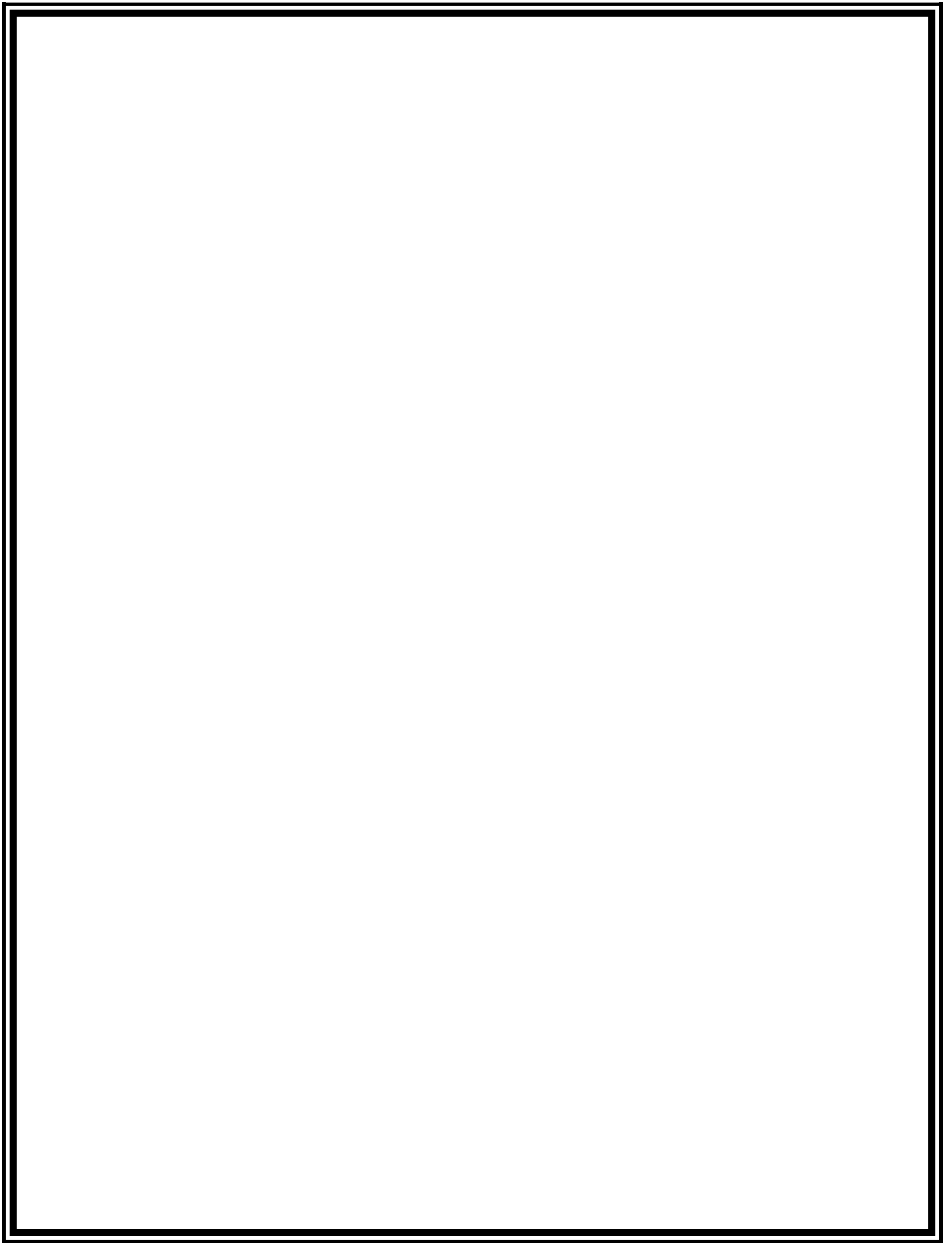
المقدمة :

ضمن خطة تنويع التعليم المهني باستحداث تخصصات جديدة تلبي احتياجات سوق العمل ، تم استحداث التخصص السياحي ضمن الفرع التجاري ، وتقرر تدريس مادة الاقتصاد السياحي للصف الثاني . إن لدراسة علم الاقتصاد بشكل عام وأهمية السياحة كقطاع اقتصادي دوراً كبيراً في الاقتصاد الوطني. لذا تم تكليف لجنتنا من قبل المديرية العامة للتعليم المهني بوضع مفردات هذا الكتاب وتأليفه من أجل تحقيق الاهداف المهاراتية والمعرفية ورفع المستوى العلمي لطلبتنا الاعزاء في هذا الاختصاص المهم . لقد تم في هذا الكتاب جمع المواضيع المرتبطة بالاقتصاد السياحي بشكل يغطي المعلومات الأساسية ضمن ثمانية فصول ، تناول الفصل الأول منها التعريف بعلم الاقتصاد ومفهوم الإنتاج وعناصره ، وأهمية السياحة ودورها في الأنظمة الاقتصادية المختلفة فضلاً عن التعريف بأنواع السياحة . وتناول الفصل الثاني التعريف بالطلب السياحي وأنواعه والعوامل المحددة له ، فضلاً عن اهم خصائصه . فيما تناول الفصل الثالث التعريف بالعرض بشكل عام ومن ثم العرض السياحي بشكل خاص والعوامل المحددة له ، وعناصر العرض السياحي . وخصص الفصل الرابع لتوضيح مفهوم الدخل القومي وطرق احتسابه ، وأهمية الدخل السياحي وطرق احتسابه . واستعرضنا في الفصل الخامس ميزان المدفوعات ومكوناته وعرفنا الميزان السياحي وعناصره ، ودور السياحة وأثرها في ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية للبلد . وتناول الفصل السادس دور السياحة في الاستخدام وتوفير فرص العمل ، وأنواع العمالة التي يحتاجها القطاع السياحي ودورها وأهميتها في الحياة الاقتصادية . وفي الفصل السابع تم التعريف بالتنمية وأثرها في عدالة توزيع التنمية بين الأقاليم ، وعن دور السياحة في تنشيط حركة الإنتاج والاستثمار في جميع القطاعات . وأخيراً تناول الفصل الثامن التعريف بالموازنة العامة للدولة ومكوناتها واثار السياحة في الدخل الحكومي.

في الختام لا يسعنا إلا أن نضع جهدنا المتواضع هذا في خدمة طلبتنا الأعزاء ، آمليين ان نكون قد ساهمنا بعبئنا هذا في تطوير العملية التعليمية في بلدنا العزيز .

والله موفق

المؤلفون



مدخل مفاهيمي في الاقتصاد والاقتصاد السياحي

أولاً : مفاهيم أساسية في علم الاقتصاد :

1. تعريف علم الاقتصاد
2. مفهوم الانتاج (السلع والخدمات)
3. عناصر الانتاج

ثانياً : الاقتصاد السياحي :

1. مفهوم الاقتصاد السياحي
2. أهمية الاقتصاد السياحي
3. السياحة والنشاط الاقتصادي
4. النشاط السياحي في الأنظمة الاقتصادية

ثالثاً : أنواع السياحة :

أهداف الفصل الأول

يهدف هذا الفصل إلى :

- تعريف الطالب بالمفاهيم الأساسية لعلم الاقتصاد والاقتصاد السياحي .
- التعرف بالنشاط السياحي وعلاقته بالنشاط الاقتصادي فضلا عن تعريف الطالب بالنشاط السياحي والأنظمة الاقتصادية التي تطرقت إليه .

أولاً : مفاهيم أساسية في علم الاقتصاد

ان المفاهيم ذات الصلة بعلم الاقتصاد كثيرة ومتنوعة ولا يمكن حصرها بمفاهيم محددة ، ولكننا في هذا الصدد سنتناول الاتي :-

1 - تعريف علم الاقتصاد :

أ - تم تعريف علم الاقتصاد قديما بأنه ((علم الثروة)) وهو تعريف شاع تداوله ، رغم ان الاقتصاد لا يبحث في الثروة نفسها بل من حيث علاقتها بالانسان واستخدام حاجاته ، وهذا معناه ان علم الاقتصاد يبحث في الثروة كوسيلة لاشباع حاجات الانسان المختلفة ، وقد كان هذا الاتجاه في تعريف الاقتصاد مشتقا او مستوحى من فكر الاقتصادي (آدم سميث) الذي وضع اسس الاقتصاد في كتابه (ثروة الامم) عام 1776 .

ب - أما الاقتصادي (جون ستيوارت ميل) فقد عرف الاقتصاد بأنه العلم الذي يعنى باكتشاف القوانين التي تنظم الثروة وتوزيعها وتحدد نظم استهلاكها .

ج - يُعد التعريف الذي قدمه الاقتصادي (روبنز) لعلم الاقتصاد هو التعريف الذي يلقي قبولا في الاوساط الاقتصادية ، فقد عرفه (بأنه العلم الذي يعنى بدراسة النشاط الانساني في سعيه لاشباع حاجاته الكثيرة المتزايدة بواسطة موارده المحدودة ، بمعنى ان علم الاقتصاد يهتم بدراسة كيفية استخدام الموارد المادية والبشرية التي تتميز بالندرة لاشباع الحاجات المتزايدة ، او بعبارة اخرى (هو العلم الذي يدرس مشكلة ندرة الموارد الاقتصادية وكثرة الحاجات المادية التي يراد اشباعها بتلك الموارد) ، وهذا التعريف لعلم الاقتصاد هو المعتمد من بين التعاريف السابقة .

ان ندرة الموارد الاقتصادية وكثرة الحاجات هي المشكلة التي واجهت الانسان منذ القدم وما زالت قائمة ، وان دور علم الاقتصاد في حل المشكلة يتضح بتضييق الفجوة بين الموارد المحدودة والحاجات غير المحدودة ، ومحاولة التغلب عليها من خلال استغلال الموارد الطبيعية (الارض والثروات الطبيعية في باطن الارض) استغلالا افضل ، كالتوسع في استغلال الاراضي الزراعية واستغلالها واستخدام الطرق الحديثة والاساليب العلمية في الانتاج الزراعي ، كما ان تطوير استخدام رأس المال من شأنه ان يؤدي الى زيادة الطاقة الانتاجية في البلد ، فبواسطة تطوير راس المال يمكن ان تدخل المبتكرات العلمية والوسائل الفنية المتطورة الى الجهاز الانتاجي ومن ثم يؤدي الى زيادة الانتاج .

اما عنصر العمل فيمكن ان يسهم في رفع مستوى الانتاج عن طريق تدريبه وتزويده بالمهارات الفنية والعلمية .

وعليه فإن علم الاقتصاد هو الميدان الذي تتم فيه دراسة كيفية استخدام واستثمار الموارد المادية والبشرية بهدف انتاج السلع والخدمات لاشباع الحاجات غير المحدودة .

2- مفهوم الانتاج Production

يسعى الانسان لتخصيص الجانب الاكبر من جهوده لغرض اشباع حاجاته المتعددة ، ولكي يحقق هذا الهدف لابد ان يتوافر من الانتاج ما يكفي لاشباع هذه الحاجات ، إذ ان اغلب الموارد اللازمة لاشباع الحاجات لا تصلح في شكلها الاولي ، ولا بد من تحويلها الى الشكل الذي تصبح فيه صالحة لاشباع تلك الحاجات ، ويتم ذلك من خلال الانتاج الذي يتطلب بذل جهد انساني لتحويل الاشياء الى سلع قادرة على اشباع هذه الحاجات ، ويعبر عن قابلية الشيء لاشباع الحاجة بالمنفعة ، فالمنفعة هي الصفة التي تلحق بالشيء عندما يصبح صالحا لاشباع الحاجة ولذلك يعرف الانتاج بأنه (خلق المنفعة او زيادتها) .

وخلق المنفعة او زيادتها يأخذ اشكالا او صورا عديدة ، فعندما يزرع الفلاح قمحا يكون هناك انتاج ، وعندما يغير شكل المادة من شكل الى آخر فهذا انتاج ايضا .

ومن الناحية العملية لا شيء يؤكل او يلبس او يستعمل مباشرة من الطبيعة ، فالحبز مثلا هو نتيجة نهائية لسلسلة طويلة من العمليات الانتاجية ، تبدأ بالزراعة وحصاد القمح وطحنه وخبزه ثم نقله وتسويقه الى المستهلكين ، فالعملية التي تملأ الفجوة بين الموارد الطبيعية الاصلية وحاجات المستهلك النهائي هي الانتاج .

ويحتل الانتاج اهمية كبيرة اذ ان طاقة الدول الانتاجية وانتاجها الفعلي من السلع والخدمات هي التي تحدد مقدار الرفاهية الاقتصادية التي يتمتع بها المواطنون ، ويقصد بالرفاهية الاقتصادية التي يتمتع بها المواطنون ، هي مقدار ما يستهلكه الفرد من سلع وخدمات ، اذ كلما ازداد استهلاك الافراد من السلع والخدمات والتمتع بأوقات الراحة والصحة والحصول على مستوى مرتفع من التعليم قلنا ان الرفاهية الاقتصادية للمجتمع قد ازدادت .

ومستوى المعيشة والرفاهية الاقتصادية يتوقفان على مقدار الدخل الذي يحصل عليه الافراد على شكل اجور او ارباح او فائدة ، وعلى مقدار ما ينفقونه من هذا الدخل على شراء السلع والخدمات الا ان مقدار الدخل ومقدار ما يشتري بهذا الدخل يتوقفان على مستوى الانتاج السائد في المجتمع ، والبلد الغني

هو الذي يزيد حجم انتاجه بشكل مستمر وهو البلد الذي تتوفر فيه عناصر انتاج غزيرة تستغل لرفاهية المجتمع .

3- عناصر الانتاج :

ان التقسيم التقليدي لعناصر الانتاج هو (الارض ، العمل ، رأس المال ، التنظيم) .

أ - الارض Land :

يقصد بالارض البيئة التي يعيش على سطحها الانسان وتشمل على عناصر عدة كسطح الارض وما فوق اديمها من ثروة حيوانية او نباتية ، وما في جوفها من ثروات معدنية و طاقة كالفحم والبتترول والحديد والنحاس الخ ، والى جانب ذلك هناك البحار والانهار والبحيرات التي تحتوي على اسماك وكائنات حية اخرى ، وقد تكون الارض سهلا خصبا او هضبة او صحراء ، وان جميع هذه الكنوز والثروات تقع تحت اسم الارض .

ولا يمكن اعتبار الارض شيئا ثابتا لا يتغير ، اذ هي في الواقع في تغير مستمر تبعا لمقدرة الانسان على استغلالها والتحكم فيها وكلما كانت الارض غنية بمواردها وهباتها استطاع الانسان بواسطة التقدم العلمي والفني ان يتحكم في هذه البيئة وان يبذل الجهود في استغلال مواردها كلما تقدمت الدولة وارتفعت مستويات معيشتها .

وتبرز اهمية الارض في كونها هي التي تمد الانسان بالعناصر الضرورية لمعيشته ، وهي التي عرفها الانسان منذ فجر التاريخ واستغلها للحصول على غذائه وموارده الاخرى اللازمة للعيش ، وهي لهذا السبب اول ما عرف من عناصر الانتاج ومهما يكن من امر ، فأن خيرات الارض ليست كافية لزيادة الانتاج والرخاء في بلد ما ، الا اذا توافرت العوامل الاخرى الضرورية لاستغلالها ، كالعمل ورأس المال ... الخ .

وتتميز الارض عن غيرها من عناصر الانتاج بما يأتي : -

— ان الارض هبة طبيعية ، اي ان الانسان لم يبذل جهدا للحصول عليها ، بينما يبذل الجهود للحصول على رأس المال ، ولكن الموارد الموجودة في جوف الارض لم ينتفع بها الانسان الا بعد بذله الكثير من الجهد والمال في استخراجها وتملكها .

— ان الارض محدودة بكميتها ، فالارض (او الموارد الطبيعية) لا يمكن زيادة عرضها حتى في الزمن الطويل ، بينما يمكن زيادة عرض العناصر الاخرى ، ومع ذلك فأن الاراضي الزراعية يمكن زيادتها

عن طريق استصلاحها والحصول على ارض جديدة لم تكن موجودة من قبل وضعها الى الاراضي الزراعي فتزداد مساحتها ، كما ان السدود والخزانات تزيد من رقعة الارض الزراعية ايضا .

ب – العمل Labour :

يعتبر العمل اهم عنصر من عناصر الانتاج ولولاه لما امكن التغلب على الطبيعة واستغلالها وانتاج السلع ، وقد عد الاقتصادي الانكليزي (آدم سميث) العمل مصدر الثروة ، وان زيادتها تتوقف على زيادة انتاجية العمل .

والعمل بمعناه الاقتصادي يشمل (كافة الجهود الفكرية والعضلية التي يبذلها الانسان لانتاج السلع الاقتصادية والخدمات بصورة اختيارية) .

ويشترط ان تكون هذه الجهود اختيارية وليست قهرية او اجبارية ، وعلى هذا فجهود اسرى الحرب لا تُعد عملا ولا تخضع للقوانين الاقتصادية .

العوامل المؤثرة في حجم القوى العاملة :

يتوقف حجم القوى العاملة في مجتمع ما على حجم وبنية السكان في ذلك المجتمع ، وهم جميعا مستهلكون وان قسما منهم فقط يمارس العملية الانتاجية ، الامر الذي يتطلب معرفة حجم هذا القسم من السكان الذي يقوم بالعمل ، ويصنف السكان من حيث العمر عادة الى ثلاثة اصناف : -

1. فئة السكان التي تقل اعمارهم عن 20 عاما .
2. فئة السكان التي تزيد اعمارهم عن 60 عاما .
3. فئة السكان التي تتراوح اعمارهم بين (20 – 60) عاما .

ان الفئة الاخيرة من السكان هي التي تؤدي دورا اساسيا في العملية الانتاجية داخل المجتمع والتي تأخذ على عاتقها مهمة اعالة الفئتين الاولى والثانية ، ولذلك اصطلح على تسميتها بالقوى المنتجة .
ان حجم القوى العاملة يتوقف على الحجم الاجمالي للسكان وزيادة الحجم الاجمالي للسكان يتوقف على عاملين هما :-

- معدل الوفيات .
- معدل الولادات .

اذ ان الزيادة السكانية = معدل الولادات – معدل الوفيات

كما يصنف السكان من حيث الجنس الى ذكور واثاث ، وتوزيع السكان حسب الجنس له صلة كبيرة بحجم القوى العاملة ، خاصة اذا اخذنا بنظر الاعتبار الاوضاع الاجتماعية التي تشجع او تقلل من عمل المرأة .

إنتاجية العمل :

هي مقدرة العمل على تحويل الموارد الى سلع وخدمات قادرة على اشباع الحاجات ، فبقدر ما تتحول الموارد بوساطة العمل إلى سلع اقتصادية بقدر ما يعتبر العمل منتجا ، وهناك عوامل تؤثر في إنتاجية العمل من أهمها :-

1. البيئة التي يعيش فيها العامل والصفات التي يمكن ان يكتسبها من تلك البيئة .
2. درجة التدريب والخبرة العلمية .
3. نوع العدد والآلات التي يستخدمها العمل في العملية الإنتاجية .
4. طرق العمل من حيث مكان العمل وعدد الساعات وعلاقات العمل وغير ذلك .
5. الحوافز المعنوية والمادية التي تحفز العمل على زيادة الإنتاج .

تقسيم العمل :

يعرف تقسيم العمل بأنه تجزئة العملية الإنتاجية الواحدة الى مجموعة من العمليات الصغيرة وتوزيعها على الاشخاص بحسب كفايتهم ورغبتهم في العمل واستعدادهم الشخصي ، وقد ساعد تخصص العامل في عملية إنتاجية واحدة يكرسها بصورة دائمية على زيادة كفاءة العمل الإنتاجية الى درجة كبيرة والى زيادة الانتاج مع تخفيض التكاليف ، وهناك علاقة كبيرة بين تقسيم العمل وحجم السوق ، فكلما كان السوق واسعا ساعد ذلك على تقسيم العمل ، ويلاحظ ان ظهور الآلة ادى الى تقسيم العملية الإنتاجية الى عدد اكبر من العمليات الصغيرة .

مزايا تقسيم العمل :

لتقسيم العمل مزايا يمكن حصرها بالاتي :-

1. يؤدي تقسيم العمل الى تطوير مهارة العمل ، فالعامل الذي يتخصص بعملية صناعية واحدة مدة طويلة من الزمن يكتسب خبرة ومهارة في انجازها بسرعة وبطريقة كفوءة وبأقل وقت .
2. يفسح تقسيم العمل المجال امام جميع العمال الماهرين وغير الماهرين للعمل وتوزيع الاعمال على مختلف العمال حسب مؤهلاتهم الفكرية والعضلية وحسب خبرتهم وكفائتهم .

3. يؤدي تقسيم العمل الى توفير الوقت ، فتخصص العامل بأداء عملية واحدة يجعله يخصص كل وقته لها ولا يضيع لي جزء من ذلك الوقت في الانتقال من عملية الى اخرى .

مساوئ تقسيم العمل :

بالرغم من المزايا المذكورة آنفا في تقسيم العمل نجده يتضمن في نفس الوقت بعض المساوئ الاجتماعية والاقتصادية منها :-

1. يقال ان تقسيم العمل يؤدي الى اضعاف ملكة التفكير عند العامل ، وذلك لقيامه بعملية واحدة مدة طويلة من الزمن بحيث اصبح العامل كالالة مما ادى الى ضيق افق تفكيره والى جلب الملل من العمل ، ويرد على هذا ان اتساع فرص الثقافة وتقليل ساعات العمل والاستماع الى الاذاعة ، كل ذلك يساعد على تطوير ملكة التفكير لدى العمال وتوسيع مداركهم .
2. تعرض العمل للبطالة فأعتماد العامل على العملية البسيطة التي يؤديها وجهله للعمليات الاخرى جعله عرضة لآخطار البطالة ، فإذا حلت ازمة في الصناعة التي يعمل فيها العامل ، فإن ذلك قد يعرضه الى البطالة لعدم استطاعته القيام بعمل آخر ، ويرد على هذا ان العامل المتخصص بعملية واحدة يصبح اكثر مرونة واستعدادا للعمل عند انتقاله من عمله السابق الى عمل آخر مشابه له ، فعمل العامل لا يتعدى العناية بالآلة وادارتها ومراقبتها ، وهذه اعمال بسيطة يمكن ان يلم بها العامل في وقت قصير .
3. وقيل ايضا ان تقسيم العمل يؤدي الى ان يعتمد العامل على الماكنة ويبتعد عن حرفته السابقة ، فمهاره العامل تنتقل تدريجيا الى الماكنة مما يؤدي الى انخفاضها ، ويرد على ذلك ان تطوير المكنائن قد كون مهارات جديدة كالتصميم والاختراع ، ثم ان اختراع المكنائن أدى الى تسهيل الكثير من العمليات الشاقة التي كانت تنجز باليد قبل اختراع الماكنة .

البطالة :

لا شك في ان البطالة هي مشكلة الاقتصاد في الوقت الحاضر ، وقد تعاقبت مدارس اقتصادية مختلفة على تفسيرها ، ومحاولة التصدي لآثارها الاقتصادية والاجتماعية والتنموية .
والسؤال المطروح هو : - من هو العاطل عن العمل ؟
يمكن الاجابة على هذا السؤال بأن العاطل هو من لا يعمل غير ان هذا الرد غير كاف وغير دقيق .

صحيح ان من اهم صفات العاطل انه لا يعمل ، ومع ذلك فهناك عدد كبير من الافراد لا يعملون وهم ببساطة لا يقدرّون على العمل (الاطفال ، المرضى ، العجزة ، كبار السن) وهؤلاء لا يصح اعتبارهم عاطلين ، لان العاطلين يجب ان يكونوا قادرين على العمل ، وكذلك فأن بعض القادرين لا يبحثون عن العمل مثل الطلاب ، وهؤلاء ايضا لا يصح ادخالهم دائرة العاطلين عن العمل .

وهناك بعض بعض العمال والموظفين الذين يعملون لبعض الوقت ويرغبون في العمل طوال الوقت ، ولهذا فهم يبحثون عن مثل هذا العمل ، والاحصاءات لا تعتبرهم ضمن العاطلين عن العمل ، اذا ليس كل من يبحث عن عمل يعد عاطلا ، وليس كل من لا يعمل يعد عاطلا ، عموما هناك شرطان اساسيان يجتمعان معا ، لتعريف العاطل حسب الاحصاءات الرسمية وهما :-

1. ان يكون قادرا على العمل .

2. ان يبحث عن فرصة للعمل .

وعلى هذا الاساس عرفت منظمة العمل الدولية العاطل عن العمل بأنه (كل شخص قادر على العمل وراغب فيه ، ويبحث عنه ، ويقبله عند مستوى الاجر السائد ، ولكن دون ان يجده) .

انواع البطالة :

فرق الاقتصاديون بين انواع مختلفة من البطالة ومن اهمها :-

• البطالة الدورية :

تشيع هذه البطالة في النظام في النظام الرأسمالي الذي يتعرض للدورات الاقتصادية ، ويقصد بالدورات (او الازمات) الاقتصادية تعاقب الكساد والرخاء في فترات زمنية دورية وتستغرق كل دورة بضع سنوات تتراوح بين (3 - 10) سنوات ، ففي اوقات الرخاء يزداد الانتاج فيكثر الطلب على العمال ، اما في وقت الكساد فينخفض الانتاج الى حد كبير ومن ثم يقل الطلب على السلع والخدمات ، وتنتشر البطالة ما بين صفوف العمال .

• البطالة الاحتكاكية :

ويقصد بها البطالة التي تحدث بسبب التنقلات المستمرة بين المناطق والمهن المختلفة ، وتنشأ هذه البطالة بسبب نقص المعلومات لدى الباحثين عن العمل ، ولدى اصحاب الاعمال الذين تتوافر لديهم فرص العمل

فحينما ينتقل عامل من منطقة جغرافية الى اخرى ، او يغير مهنته الى مهنة اخرى ، او يحصل على مهنة جديدة يحتاج بلا شك الى وقت ، مما يؤدي في هذا الوقت الى تعطيل الافراد الباحثين عن العمل ويظهر ما يسمى بالبطالة الاحتكاكية .

● البطالة الهيكلية :

ويقصد بها ذلك النوع من التعطيل الذي يصيب جانبا من قوة العمل بسبب تغيرات هيكلية تحدث في الاقتصاد الوطني يؤدي الى ايجاد حالة من عدم التوافق بين فرص التوظيف المتاحة وبين مؤهلات وخبرات العمال المتعطلين الراغبين في العمل والباحثين عنه .

اما عن طبيعة التغيرات الهيكلية ، فهي اما ان تكون السبب تغير في هيكل الطلب على المنتجات واما بسبب تغير اساس الفن التكنولوجي المستخدم ، او تغيرات هيكلية في سوق العمل ، او انتقال بعض الصناعات الى اماكن توطن جديدة ، وعلى ذلك فان التحسينات الفنية التي تطرأ على الصناعة او الزراعة لا تخلق بطالة دائمية لان الاثر المباشر لهذه التحسينات في الاجل القصير لا يعدو ان يكون نقصا مؤقتا في الاستخدام .

● البطالة المقنعة :

المراد بها تلك الحالة التي يتكدس فيها عدد كبير من العمال بشكل يفوق الحاجة الفعلية للعمل ، مما يعني وجود عمالة زائدة او فائضة لا تنتج شيئا تقريبا ، بحيث اذا سحبت من اماكن عملها فان حجم الانتاج لن ينخفض ، اي حالة عمالة بالظاهر تعمل وتتقاضى اجرا ، لكنها من الناحية الفعلية لا تعمل ولا تضيف شيئا الى الانتاج ، هذا ما يرفع من التكلفة المتوسطة للمنتجات ، كالعمالة في القطاع الزراعي في البلدان النامية ، وبعض العمالة في القطاع الصناعي .

ج - رأس المال Capital

يقصد برأس المال في اي فترة من الزمن رصيد المجتمع او ثروته من جميع المواد التي صنعها الانسان مستعينا بالطبيعة لتساعده في انتاج السلع الاستهلاكية والخدمات ، مثال ذلك الآلات والمواد الخام والمباني والطرق والجسور والمستشفيات وغيرها من المنشآت .

ويعود السبب في انتاج هذه الانواع المختلفة من السلع الى اكتشاف الانسان مدى المساعدات التي تؤديها له في العملية الانتاجية من حيث تقصير فترة الانتاج التي تستغرقها سلع الاستهلاك وتوفير جانب كبير من الجهود العضلية الشاقة ، وتمكينه من الحصول على زيادة كبيرة من الانتاج بأقل التكاليف .

أنواع رأس المال :

يمكن النظر الى رأس المال من عدة زوايا ، فمن زاوية اسهامه المباشر او غير المباشر في انتاج السلع والخدمات الاستهلاكية ينقسم الى :-

• رأس المال الانتاجي :

ويشمل كافة التجهيزات والالات والمواد الخام والسلع نصف المصنعة التي توجد بجميع الانشطة الاقتصادية المنتجة للسلع والخدمات الاستهلاكية اضافة الى المنشآت والمباني اللازمة لكافة المشروعات التي تمارس عمليات الانتاج بصورة مباشرة .

• رأس المال الاجتماعي :

ويشمل جميع الانواع الاخرى من رأس المال التي تسهم في العمليات الانتاجية والتي تعتبر اساسية لكافة المشاريع التي تمارس الانتاج بشكل مباشر ، ومن امثلة هذا النوع من رأس المال الطرق والجسور والموانئ والسدود والخزانات ومباني الجامعات والمدارس وكافة المنشآت الاجتماعية ويطلق على هذا النوع من رأس المال البنى الارتكازية او البنى التحتية .

كما يمكن تقسيم رأس المال من زاوية النفقات التي يتحملها المشروع الانتاجي الى ما يأتي :-

• راس المال الثابت :

ويضم كافة التجهيزات والآلات والمباني التي يتحمل المنتج تكاليفها كاملة والتي لا بد من دفعها سواء انتج المشروع ام لم ينتج .

• رأس المال المتداول (العامل) :

ويشمل المواد الخام والسلع نصف المصنعة والمخزون من السلع تامة الصنع ، وهذا النوع من رأس المال من الممكن لصاحب المشروع ان يغير مقدار ما يستخدمه منه تبعا لمستوى الانتاج ، لذا ففي حالة

توقف الانتاج لا تكون هناك حاجة للأنفاق على رأس المال المتداول ، بخلاف ما هي عليه الحال بالنسبة لرأس المال الثابت .

د - التنظيم Enterprise

هو نوع من النشاط الانساني يدرج احيانا تحت عنوان العمل ولكن بميزات خاصة ولكونه يلعب دورا خاصا في النظام الاقتصادي ، كان من الافضل ان يعامل كعنصر انتاجي منفصل عن العمل . وهو يشير الى مهمة تجميع عناصر الانتاج الاخرى ، العمل والارض ورأس المال واستخدامها في العملية الانتاجية واتخاذ قرار القيام بها وتحمل مخاطر تنفيذها ، والمنظم هو ليس الشخص الذي تعهد اليه ادارة المشروع حسب ، انما هو الرائد الذي يضع كل مواهبه ومهاراته في خدمة المشروع لتنميته عن طريق انتاج السلع الجديدة او استخدام الطرق الفنية الجديدة .

ويتطلب الانتاج تجميع عناصر الانتاج وتنظيمها في كل نظام اقتصادي للقيام بالعملية الانتاجية مما يستلزم دراسة الوحدات الاقتصادية التي تقوم بالانتاج وهي وحدات متعددة الانواع وقد يطلق عليها جميعا تعبير المشروع وهو كل وحدة مستقلة تقوم بالانتاج ويمكن تقسيم المشروعات الى مشروعات خاصة يقوم على الملكية الفردية ، ويهدف اساسا الى تحقيق المصلحة الخاصة وهي تحقيق الربح ، ويعتبر المشروع الخاص اساس الاقتصاد الرأسمالي ومشروعات عامة تقوم على اساس الملكية العامة وتتبنى الدولة تنظيم هذه المشاريع بشكل مخطط مركزيا كما هو الحال في الدول الاشتراكية .

ثانيا : الاقتصاد السياحي

1 - مفهوم الاقتصاد السياحي

تؤدي السياحة في الوقت الحاضر دورا مهما في الاقتصاد العالمي نظرا لما تحققه المبادلات السياحية من نتائج مهمة مقارنة بالمبادلات الزراعية والغذائية وحيانا تفوق ما تحققه المبادلات النفطية لبعض البلدان ، ومن ثم فهي تعد قطاعا اقتصاديا هاما في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

وتعد السياحة وسيلة فعالة لجلب العملة الصعبة وامتصاص البطالة لانها نشاط يعتمد بالدرجة الاولى على الايدي العاملة مما جعل الكثير من الدول تولي اهتماما خاصا لهذا الميدان .

والثروة السياحية جزءا من الموارد الاقتصادية النادرة ، ووجودها في الطبيعة نادر ومحدود ، والمادة الخام الطبيعية للسياحة تتمثل بالمغريات التي تنفرد بها المناطق السياحية وتتميز بها عن غيرها من المناطق الأخرى .ومن الطبيعي ان هذه الموارد السياحية تتطلب من الانسان بذل المزيد من الجهود عليها .

وبعد ان عرفنا بان السياحة هي مورد اقتصادي ، يأتي دور علم الاقتصاد السياحي الذي يتخصص في كيفية استخدام هذه الموارد الاقتصادية لإشباع الحاجات البشرية والمهمة ، فعلم الاقتصاد السياحي ضمن هذا النطاق هو (دراسة سلوك الانسان في كيفية اشباع حاجاته السياحية وترشيد السلوك بتوفير النظريات الاقتصادية العالمية التي تهدف الى استخدام الموارد بالشكل الافضل وتحقيق اقصى اشباع ممكن منها) ، فعلى سبيل المثال ان علم الاقتصاد السياحي يدرس الطلب السياحي في اقليم معين ، وباستخدام النظريات والاساليب الاقتصادية تستطيع ان تتوصل الى تقدير عدد الفنادق واماكن الايواء الأخرى ، والأسعار الملائمة لدخول السياح الخ .

وبذلك نستطيع ان ننفذ المشاريع السياحية الملائمة لطلب السياح على هذا الاقليم بما يحقق استخدام افضل لهذه الموارد الاقتصادية السياحية ، متجنبين بذلك الاسراف في توفير السلع والخدمات السياحية بما يزيد عن حاجة السياح وعدم استغلالها ، وان الحالة المعاكسة التي هي توفير سلع وخدمات سياحية تقل عن حاجة السياح وتؤدي الى هدر اقتصادي يتمثل بعدم الاستفادة من دخول السياح وعدم توفير الحاجات البشرية السياحية بالشكل المطلوب .

مما تقدم نستطيع ان نعطي تعريفا لعلم الاقتصاد السياحي على انه (العلم الذي يوفر النظريات الاقتصادية بهدف تحقيق استخدام افضل للموارد السياحية المتاحة ، وتحقيق اقصى اشباع ممكن منها) .

2 - أهمية الاقتصاد السياحي :

لقد اصبحت المنظمات الدولية الاقليمية والمحلية تنظر الى السياحة كنشاط اقتصادي له دوره في التنمية الاقتصادية الى جانب قطاعات النشاط الاقتصادي الأخرى لذلك فأن اغلبية الدول الصناعية والسائرة في طريق النمو تعد السياحة صناعة انتاجية لها اهميتها التجارية والاقتصادية ، فهي بذلك لم تعد حاجة اجتماعية ومجالا للترفيه والراحة فقط بل اصبحت تشكل موردا اساسيا تعتمد عليه الدول في تنمية اقتصادياتها .

وعلى الرغم من تباين الآثار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لصناعة السياحة الا ان الدلائل العلمية وتجارب الدول تشير الى التزايد الملحوظ الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في قضية التنمية

بمفهومها الشامل ، وقد ترجم هذا الاهتمام الشديد بالسياحة في الكثير من دول العالم على شكل تشجيع الاستثمارات الاجنبية وإعطاء المزيد من الحريات للقطاعين العام والخاص بمزاولة العديد من الانشطة وإنشاء المشروعات السياحية بالإضافة الى التسهيلات المتنوعة كالإعفاءات الضريبية والتخفيض منها وخاصة الصناعات التقليدية والمساعدات الكمركية والتسهيلات التي يتلقاها اصحاب السياحة العمومية والخاصة والأجانب وكذلك مساهمة الدول في تكليف انشاء الخدمات اللازمة للمشروعات السياحية .

وبذلك أصبحت السياحة صناعة لها مقوماتها كباقي الصناعات من المادة الخام ورأس المال والعمل والسوق والنقل ، وعندما نطلق على السياحة بالصناعة لا نشير بذلك الى مصطلح (Manufacture) والذي يخص عمليات التمويل والتصنيع الدقيق ، ولكن نشير الى كونها عنصرا مهما من عناصر الدخل القومي وموردا من موارد النقد الاجنبي واستيعاب الايدي العاملة .

3 - السياحة والنشاط الاقتصادي :

لقد ادركت العديد من الدول بأن السياحة في القرن الحالي ليست اكبر صناعة في العالم فحسب بل انها ستكون الاكبر بين ما شهده العالم وبفارق كبير حيث اهتمت هذه الدول بفتح اسواق جديدة الى جانب الاسواق التقليدية لجعل استمرارية المدن السياحية طيلة العام ، وتقدم برامج سياحية بخدمات ذات نوعية عالية ومنافذ توزيعية مناسبة .

ان الهدف الاساسي من قيام النشاط السياحي وتسهيل بنائه على قواعد ونظام وأساليب ادارية هو الوصول الى تعظيم الناتج الاقتصادي والاجتماعي لهذا النشاط ، وقد اعلن المجلس العالمي للسياحة والسفر عام 1994 على ان النشاط السياحي اصبح اضخم صناعة في العالم متخطية صناعة السيارات والالكترونيات والنشاط الزراعي ، كما تُعد مخزنا رئيسا من محركات التنمية الاقتصادية اذ تساهم في جذب الاستثمارات الاجنبية .

كما تظهر الاهمية الاقتصادية للسياحة من خلال تكوين فرص العمل كون الالة لا تدخل في كثير من العمليات الانتاجية في السياحة وهذا يؤدي الى امتصاص البطالة . اضافة الى ذلك يمتاز النشاط السياحي بقدرته الفائقة على ايجاد سلسلة من العمليات والنشاطات الانتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي بسبب امتدادات الطلب السياحي المركب من العديد من السلع والخدمات الى كافة القطاعات الاقتصادية الاخرى التي تساهم في تصنيع المنتج السياحي والتي تزيد على (140) قطاع . كما ان للنشاط السياحي اثرا واضحا في اعادة توزيع التنمية بين الاقاليم وتنشيط حركة الانتاج والاستثمار في

القطاعات الأخرى ، كذلك تنمية مشاريع البنى التحتية ، إذ إن استضافة السياح يتطلب توفير منتج سياحي متطور ينال رضى السياح ، وهذا يتطلب الاهتمام بالمرافق السياحية. وعلى العكس من ذلك كلما كانت القطاعات الاقتصادية الأخرى لا تستطيع أن تفي بمتطلبات النشاط السياحي فإن ذلك سيؤدي إلى تراجع هذا النشاط ومن ثم قلة الاستثمارات في المشاريع الاقتصادية الأخرى .

4 - النشاط السياحي في الأنظمة الاقتصادية :

يمثل النشاط السياحي أهمية كبيرة في معظم الأنظمة الاقتصادية بوصفه موردا مهما في بعض البلدان التي تعتمد على هذا النشاط في ردد الناتج المحلي الإجمالي والدخل القومي للذين يلعبان دورا مهما في تعزيز النمو والتنمية الاقتصادية ويُعد المحرك الديناميكي للاقتصاد القومي ، من خلال إعادة توزيع التنمية والدخل بين الأقاليم وتمويل ميزانية الدولة من خلال الإيرادات المتحققة من المنشآت السياحية ، ومن خلال هذا يمكن أن نوضح مفهوم النشاط السياحي في الأنظمة الاقتصادية الإسلامية والرأسمالية والاشتراكية :-

أ - النشاط السياحي في النظام الإسلامي :

لقد أكد الإسلام على النشاط السياحي في الشريعة الإسلامية والقرآن الكريم على أن السياحة هي الذهاب في الأرض للعبادة والترهب ، وهي خير سبيل إلى التأمل في خلق الله ، وما يترتب على ذلك من ضرورة التسليم بقدرة الله تعالى على خلق الكون .

إن السير في الأرض يوسع الأفاق العقلية للإنسان ويجعله أوسع منها للأمور ولآثارها وعواقبها ويتضح ذلك في قوله تعالى (قل سيروا في الأرض فانظروا كيف بدأ الخلق ثم الله ينشئ النشأة الأخرى إن الله على كل شيء قدير) (العنكبوت 20) .

وبالنسبة للسنة النبوية فقد أكد الرسول محمد (صلى الله عليه وسلم) على السفر وطلب العلم في الأحاديث النبوية الشريفة (اطلب العلم ولو كان في الصين) .

ويعد العرب المسلمون من أكبر الرحالة بين الشعوب وشهدت مناطقهم في العالم القديم العديد من الرحلات لأغراض عديدة في مختلف البلدان كبلاد السند والهند وبعد انتشار الإسلام في الشرق وشمال أفريقيا وجنوب أوروبا ، ظهرت دوافع جديدة للبحث الجغرافي وادت هذه الرحلات إلى اتساع التجارة وازدهارها .

ان الاسلام ارسى القواعد الكفيلة لتنظيم الاقتصاد ، التي تشتمل على الاسس التي تكفل للإنسان اوضاعا اقتصادية تحقق له مستويات عالية من الرفاهية ، فالعمل هو السبيل الطبيعي لكسب العيش وهو الدعامة التي يقوم عليها المجتمع الانساني ومن اجل ذلك حث الاسلام على العمل كقوله تعالى (وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون) ، ومن ثم فإن السياحة الاسلامية يدور في فلكها ملايين المسلمين حول العالم والمتمثلة بالحج والعمرة والزيارات الدينية للأماكن المقدسة في العالم العربي والإسلامي .

ح – النشاط السياحي في النظام الرأسمالي :

قبل ان نشرح النشاط السياحي في النظام الرأسمالي لا بد من تعريف الطالب بمعنى النظام الرأسمالي، ويقصد به (ذلك النظام الذي يقوم على الملكية الفردية لوسائل الانتاج ، والهدف الاساسي من ذلك هو تحقيق الربح ، كما يتم في هذا النظام حل المشكلة الاقتصادية وتوجيه استخدامات الموارد الاقتصادية النادرة على الحاجات البشرية المتعددة عن طريق نظام آلية الاسعار (العرض والطلب) وبشكل تلقائي. اما بالنسبة للسياحة في النظام الرأسمالي ، فقد بدأت الحركة السياحية منذ عصر النهضة في اوربا في القرن الخامس عشر الميلادي نتيجة لظهور الاستكشافات الجغرافية واستعمال المعدات الملاحية وحب المغامرة ، وظهور الاعمال الفنية والمعمارية الفريدة ومن هذه الرحلات رحلة البحارة البرتغالي (ماجلان) في القرن السادس عشر الميلادي حول العالم .

كذلك من العوامل التي ساهمت في تطور الحركة السياحية تراكم الثروات في ممالك اوربا وتشبيد العديد من الكنائس والحدائق ودور العلم والثقافة كلها شكلت مزارات سياحية جذبت اعداد كبيرة من الزوار من مختلف جهات القارة الاوربية وخارجها ، ومن الدوافع التي ادت الى نشوء وتطور الحركة السياحية في اوربا هي :-

- 1 - دافع التجارة .
- 2 - الدافع الديني .
- 3 - دافع الترحال والاستكشاف .
- 4 - دافع طلب العلم .
- 5 - دافع توطيد العلاقات بين الدول .
- 6 - دافع حب الاستطلاع والمتعة في السفر .
- 7 - معرفة طرق النقل والمواصلات .

لقد اثرت الثورة الصناعية على الحركة السياحية من خلال تطور وسائل النقل ، كما ان ازدياد اهمية القطاع الصناعي ادت الى فتح آفاق جديدة للمشاريع والحصول على فرص العمل وكذلك تولد الشعور بضرورة السفر وأهميته وتطور مفهوم الفصل بين محل العمل ومحل الإقامة وأصبح هناك تمييز بين وقت العمل ووقت الفراغ ، ونتيجة تحسن المستوى المعاشي أصبحت الطبقات الفقيرة بإمكانها ممارسة السياحة والسفر بعد ان كانت مقتصرة على الاغنياء .

ومع الرواج الاقتصادي والحضاري الذي شهدته اوربا نتيجة الاستقرار وتطور العلوم والفنون والنقل ادى الى ظهور السياحة بمعناها الحالي ، اضافة الى ظهور الشركات التي اضافت خدماتها في مجال السفر على امتداد العالم .

ج - النشاط السياحي في النظام الاشتراكي :

النظام الاشتراكي : هو نظام اقتصادي اجتماعي يقوم على الملكية الجماعية لوسائل الانتاج الاساسية من اجل تلبية حاجات المجتمع على الوجه الامثل ، وبموجب هذا النظام يتم حل المشكلة الاقتصادية عن طريق التخطيط المركزي .

وتبعاً لذلك فإن التخطيط المركزي للسياحة هو السائد في النظام الاشتراكي ، وتتم ادارة النشاط السياحي من قبل القطاع العام الذي يدار عادة من قبل ملاكات تأخذ رواتب شهرية من قبل الحكومة .

ثالثاً : أنواع السياحة :

لقد قامت الكثير من الدول بتقسيم النشاط السياحي الى عدة انواع وفق ما يتناسب مع امكاناتها السياحية ، فهناك السياحة الترفيهية والدينية والعلاجية والثقافية اضافة الى انواع اخرى ساعد على ظهورها التقدم العلمي والاستقرار السياسي وتقدم الحياة الاقتصادية والاجتماعية وما رافق ذلك من تطلعات ومتطلبات ذات صلة بالواقع الجديد ويبدو انها لم تكن معروفة من قبل كسياحة المؤتمرات والمعارض ، الامر الذي نتج عنه الحاجة الى توفير خدمات وتسهيلات وعناصر جذب تختلف الى حد ما في خصائصها ومواصفاتها عما كانت عليه متطلبات الانواع الاخرى من السياحة التقليدية .

اتجهت كثير من المدارس الى تقسيم السياحة الى انواع منها المدرسة السويسرية والأمريكية والاسبانية ، كما قام خبراء السياحة الى تقسيمها الى عدة انواع وسوف نتناولها كالاتي :-

1 – السياحة الترفيهية :

يعد هذا النوع من السياحة من اقدم انماط النشاط السياحي في العالم وتشير الدراسات الى ان السياحة الترفيهية تسير بمعدل اسرع من الانواع الاخرى في كثير من دول العالم بحيث احتلت المركز الاول في ترتيب التعاقدات على انواع السياحة في العالم حيث بلغ مقدار التعاقدات 65 % ، وتركز هذه السياحة على تغير مكان الاقامة لمدة يوم واحد فأكثر وتعد دول البحر المتوسط من اكبر المناطق جذبا لحركة السياحة الترفيهية .

2 – السياحة الدينية :

تعد السياحة الدينية من الانشطة السياحية القديمة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية في مختلف ارجاء العالم . وتعرف السياحة الدينية على انها السفر من دولة الى اخرى او الانتقال داخل حدود الدولة لزيارة الاماكن المقدسة لأنها تهتم بالجانب الروحي للإنسان ، وبدافع العاطفة الدينية او التكليف الديني للقيام ببعض المناسك او الطقوس المرتبطة بالتعاليم الدينية .

وتعد السياحة الدينية مزيج من التأمل الديني والثقافي فضلا عن تحقيق الاتصال الجماعي بين المجاميع الوافدة ببعضها البعض .

3 – السياحة الاقتصادية (التجارية) :

وهي السياحة التي تمثل نشاط رجال الاعمال لإتمام بعض الصفقات التجارية والاشتراك بالمعارض التجارية ، غير ان هذه السياحة زادت اهميتها في السنوات الاخيرة وأصبحت تمثل (20 %) من السياحة الدولية ويدخل في نطاقها سياحة العمل المؤقت .

كما يشمل هذا النوع من السياحة اقامة المعارض الكبرى في دول معينة وزيارة المصانع والمشاريع الكبرى وتهيئة الفرصة لإعداد كبيرة من السياح لزيارة تلك المعارض المهمة ، كما يمكن اعداد صفقات تجارية يمكن ان ينبثق عنها حركة سياحية مهمة .

4 – السياحة الثقافية (التاريخية والتراثية) :

السياحة الثقافية هي التعرف والإطلاع على آثار وحضارات الشعوب القديمة والحديثة وذلك من خلال زيارة الاماكن الاثرية والمتاحف .

والسياحة الثقافية تهدف الى زيادة المعرفة لدى الشخص من خلال التعرف على تاريخ الشعوب وعاداتها ، كما انها تهدف الى اشباع رغبة المعرفة وتوسيع دائرة المعلومات الحضارية والتاريخية لدى

السائح ، وهي اساسا ذات طبيعة ذهنية ، وهذا النوع من السياحة يمثل (15 %) من النشاط السياحي العالمي .

وتمثل السياحة الثقافية الرغبة في التعرف على انماط اخرى من العلاقات الاجتماعية وتساعد في تكوين الشخصية المبدعة وهي اداة لتقريب المسافات بين الشعوب .

5 - السياحة العلاجية :

وهي سياحة الاستشفاء ، وهي نوع من انواع السياحة القديمة التي عرفها الانسان منذ القدم لعلاج بعض الامراض والانتقال الى اماكن معينة تتميز بمناخ خاص .

وقد تم الاهتمام بالسياحة العلاجية بشكل كبير بعد ان ثبتت قدرة المياه المعدنية على شفاء الكثير من الامراض ، ورغم ذلك فإن هذا النوع من السياحة لا يمثل اكثر من (5 %) من السياحة الدولية .

وتقسم السياحة العلاجية الى :

أ - السياحة العلاجية التي تعتمد على استخدام المراكز الطبية والمستشفيات الحديثة المجهزة طبيا بالمعدات والملاكات البشرية المدربة والمؤهلة لاستقبال المرضى .

ب - السياحة الاستشفائية :

وتعتمد على العناصر الطبيعية الموجودة في الطبيعة وخصائصها الاستشفائية في علاج المرضى وشفائهم من الامراض .

كما ان السياحة العلاجية اخذت اهتماما من قبل الدول الاوربية واليابان والولايات المتحدة ، وادى هذا الاهتمام الى تكوين اتحادات محلية تنظم جميعها الى الاتحاد الدولي للحياة والمناخ ومركزها مدينة بادن (سويسرا) ، كما ان السياحة العلاجية زادت اهميتها نتيجة التطور الصناعي .

أسئلة الفصل الأول

- س 1 / ما هو التعريف الأكثر شيوعا لعلم الاقتصاد ؟
- س 2 / ما هي خصائص عنصر الأرض الذي تميزه عن باقي عناصر الانتاج الأخرى ؟
- س 3 / ماذا نقصد بتقسيم العمل ؟ وما هي مزاياه وعيوبه ؟
- س 4 / ما الفرق بين :-
- أ – رأس المال الانتاجي ورأس المال الاجتماعي ؟
- ب – رأس المال الثابت ورأس المال المتداول ؟
- س 5 / ماذا نقصد بشركات الأفراد وشركات الأموال ؟
- س 6 / وضح مفهوم النشاط الاقتصادي السياحي حسب الأنظمة الاقتصادية .

الطلب السياحي

أولاً: تعريف الطلب

ثانياً : تعريف الطلب السياحي

ثالثاً : العوامل المحددة للطلب السياحي

رابعاً : خصائص الطلب السياحي

أهداف الفصل الثاني

يهدف هذا الفصل إلى :

- تعريف الطالب بمفهوم الطلب بشكل عام والطلب السياحي بشكل خاص فضلا عن انواع الطلب السياحي والعوامل المؤثرة فيه .
- تعريف الطالب بخصائص الطلب السياحي كونه طلبا موسميا حساسا ومتزايدا مع زيادة الدخل .

أولاً : تعريف الطلب

يقصد بالطلب رغبة المستهلك في الحصول على سلعة او خدمة معينة مقابل ثمن معين وفي وقت معين، فالطلب يتحدد دائما عند ثمن معين، اذ ليس للطلب معنى الا عندما يكون الثمن محددا ، كما ان الطلب يكون في فترة محددة قد تكون يوما واحدا او شهرا او سنة، لذا فإن الطلب ينبغي ان يكون مقرونا بتحديد السعر.

والطلب نوعان :-

1. الطلب الفردي :- وهو يمثل طلب الفرد على سلعة ما .
2. طلب السوق :- وهو يمثل مجموع طلبات الافراد على هذه السلعة .

وعند تحليل الطلب نجد انه يتكون من عنصرين :-

الاول :- ذاتي وهو يتمثل بالحاجة (الرغبة في اقتناء السلعة) .

الثاني :- موضوعي وهو المتمثل بالقدرة على دفع الثمن وهذا يعني ان الرغبة غير المصحوبة بقدرة شرائية لا تُعد طلبا ، إذ ان الطلب يتكون من الحاجة ومن القدرة على دفع الثمن .

قانون الطلب ومنحنى الطلب :

هو العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة ما وسعر هذه السلعة، وهذه العلاقة تكون عكسية مع بقاء الاشياء الاخرى على حالها (ويقصد بها دخل المستهلك وذوق المستهلك واسعار السلع البديلة والمكملة).

اي في حالة ارتفاع سعر السلعة تنخفض الكمية المطلوبة منها والعكس صحيح .

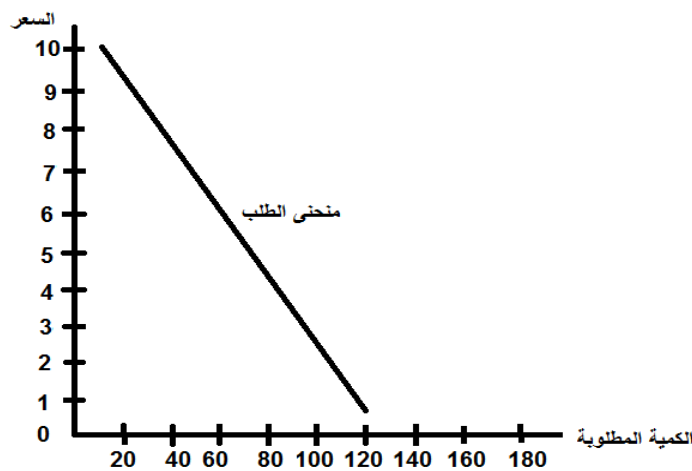
يمكن تجسيد العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة وبين سعرها من خلال ما يسمى بمنحنى الطلب الذي يعبر عنه الجدول الآتي :-

جدول (1)

الكميات المطلوبة من سلعة ما في ظل اسعار مختلفة

الكمية المطلوبة	السعر (الف دينار)
100	2
80	4
60	6
40	8
20	10

لو تأملنا الجدول (اعلاه) والذي يتضمن بيانات رقمية عن الكميات المطلوبة من قبل احد الافراد المستهلكين لسلعة اعتيادية كالمواد الغذائية مثلا وذلك في ظل اسعار مختلفة للسلعة .
ولو قمنا بتمثيل تلك المحتويات بيانيا وذلك بتمثيل الكمية المطلوبة من تلك السلعة على المحور السيني، وسعرها على المحور الصادي لحصلنا على منحنى الطلب الذي هو عبارة عن منحنى ينحدر من اعلى اليسار الى اسفل اليمين والذي يوضح العلاقة ما بين الكمية المطلوبة من سلعة وسعرها، وكما موضح في الشكل (1) .



الشكل (1)

منحنى الطلب

لو عدنا الى الجدول (1) نلاحظ كلما انتقلنا في الجدول الى الاسفل فأن الكميات المطلوبة من تلك السلعة تنخفض مع ارتفاع سعرها والعكس صحيح، فكلما انتقلنا في الجدول الى الاعلى تزداد الكميات المطلوبة من تلك السلعة مع انخفاض سعرها، ومن ذلك يمكن ان نتوصل الى ان العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة او سعرها هي علاقة عكسية وهذا ما يعرف بقانون الطلب Law of Demand.

ثانيا : تعريف الطلب السياحي

قلنا ان الطلب عموما يتم من قبل جميع المستهلكين وعلى كافة انواع السلع والسعر هو العامل الاساس الذي يحدد كمية الطلب .

اما الطلب السياحي فهناك مجموعة من العلاقات التي تحدد معالمه الاساسية اضافة الى عامل السعر، وان كان الطلب يمارس من قبل كافة الافراد المستهلكين، فأن الطلب السياحي يمارس من قبل فئة معينة من الناس تتوفر فيهم عناصر محددة مثل الوقت والمال والسفر، بتعبير اخر فأن الطلب السياحي يتم من قبل فئة السياح، وعادة ما يعرف السائح على انه اي فرد يسافر لفترة اكثر من 24 ساعة الى منطقة غير التي يقيم فيها بصفة دائمية لاي هدف كان عدا الكسب المادي، يضاف الى ذلك ان السلعة السياحية لها مواصفاتها الخاصة التي تجعلها تختلف عن بقية السلع الاقتصادية الاخرى، وهي مصنعة خصيصا لتلبية حاجات السياح في اثناء قيامهم بالرحلات السياحية ويغلب عليها طابع الخدمات مثل خدمات الاقامة، والمأكل، النقل، وسائل التسلية والترفيه، التحفيات، الهدايا التذكارية الخ .

من هذه المقدمة يمكن التوصل الى تعريف للطلب السياحي على انه (عدد الافراد الذين تتوفر فيهم العناصر الاساسية، الوقت والمال في اثناء الرحلات) . ولكن بالامكان اعطاء تعريف اوضح للطلب السياحي اذ يعرف على انه (المجموع الاجمالي لاعداد السياح الذين يستخدمون المنشآت والخدمات السياحية سواء كانوا من المواطنين ام كانوا قادمين من البلدان المجاورة او البعيدة) . وفي ضوء هذا التعريف نرى ان الطلب السياحي يشتمل على عنصرين مختلفين هما :-

- الطلب السياحي الداخلي الذي يشمل السياح الذين ينتقلون من مكان اقامتهم الى اي منطقة اخرى داخل حدود نفس البلد .
- الطلب السياحي الخارجي الذي يشمل السياح الاجانب القادمين من خارج البلد .

وقد يكون الطلب السياحي حقيقي او محتمل، فالطلب الحقيقي (الفعلي) يمثل اولئك الافراد الذين هم سافروا فعلا الى اماكن البلد السياحي .
اما الطلب المحتمل (المتوقع) فيمثل الاشخاص الذين تشملهم القواعد الاساسية للسياحة والسفر اي لديهم المال والوقت والقدرة .

ثالثا : العوامل المحددة للطلب السياحي

تختلف كمية الطلب السياحي من بلد الى اخر، ومن فترة زمنية لآخرى، ويخضع هذا الامر الى عدد من العوامل يمكن تحديدها بالاتي :-

1 - الاسعار

الطلب السياحي كأى طلب آخر يتأثر بأسعار السلع والخدمات السياحية المعروضة بالاسواق، والعلاقة عكسية كما هو معروف بين الاسعار والكمية المطلوبة، فأسعار السلع والخدمات السياحية في البلد ذات العنصر السياحي تؤدي دورا كبيرا في تحديد كلفة السفر السياحية، ومن ثم تحديد فترة بقاء السائح فيه، وقد يعدل السائح عن القيام بالمرحلة السياحية اذا كانت الاسعار مرتفعة او على الاقل يقلص من فترة الرحلة او الانفاق اليومي وربما تزداد رغبة السائح اذا كانت الاسعار منخفضة بالقيام بالرحلة ويرافق هذا زيادة في فترة البقاء والانفاق اليومي .

ويمكن ملاحظة هذه الظاهرة في الواقع العملي اذ ان البلدان الاشتراكية الرخيصة تكون مركزا لاستقطاب السياح اكثر من البلدان الرأسمالية التي تعاني من التضخم، ولكن ليس دائما اذ توجد عوامل اخرى ربما تقف عائقا امام تدفق السياح مثل المسافة، الاستقرار والامن، العلاقات السياسية الخ .

كما يمكن تجسيد نظرية الطلب السياحي ومدى تأثرها بالاسعار وعندما نتابع تطور الطلب السياحي العالمي ومدى تأثره بالتضخم الحاصل عام 1974 على اثر زيادة اسعار النفط، فقد انخفض معدل السياح العالمي بسبب ارتفاع الوقود ومن ثم ارتفاع اسعار النقل بشكل عام والنقل الجوي بشكل خاص والذي هو اساس قيام السياحة العالمية .

وقد يتعدى الامر اسعار السلع والخدمات السياحية نفسها، الى اسعار السلع والبضائع التي لها علاقة بالطلب السياحي، فهناك عدد من السياح غايتهم التبضع اي شراء البضائع، فأذا ما كانت هذه البضائع رخيصة فإن الطلب السياحي يرتفع والعكس صحيح .

وهكذا اذن فأن للأسعار الدور الكبير في تحديد الطلب السياحي ولكن ليس في جميع الاحوال، فقد لا تكون الاسعار المرتفعة عائقا كبيرا امام الافراد الذين تعودوا السفر، الا انه بالتأكيد يؤثر في فترة البقاء ومعدل الانفاق اليومي خلال الرحلة .

ويمكن التعبير رياضيا عن العلاقة بين الاسعار والطلب السياحي كما في المعادلة الآتية :

$$Dt = F (P)$$

اذ ان :

Dt الطلب السياحي

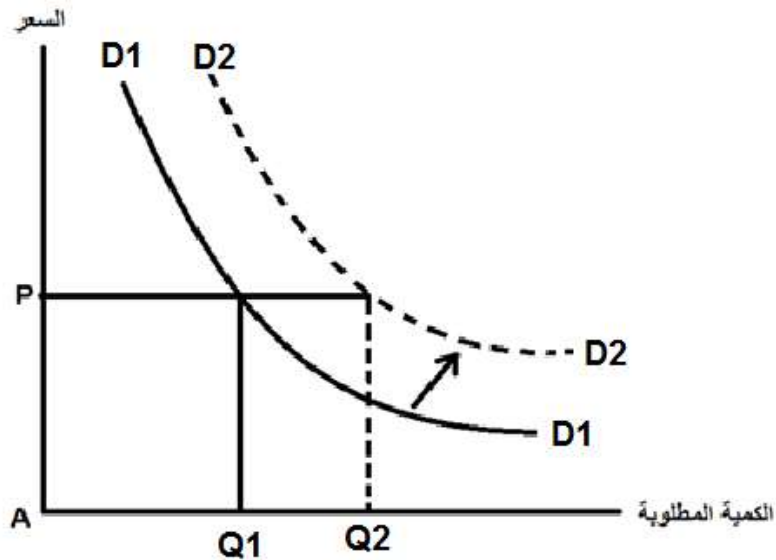
F دالة

P السعر

والمعادلة اعلاه تشير الى ان الطلب السياحي يُعد دالة للأسعار، اي ان الطلب السياحي يعتمد على الاسعار فأني تغيير في الاسعار (P) يؤدي الى تغيير في الطلب السياحي (Dt) .

2 - الدخل

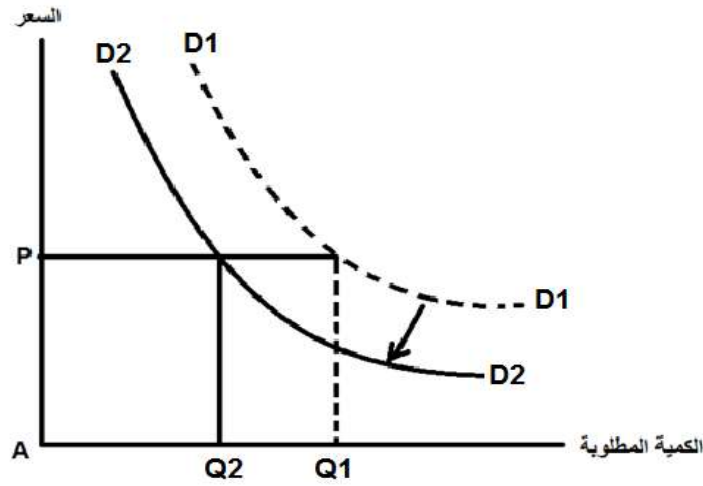
يُعد الدخل من العوامل المهمة التي تؤثر في الطلب السياحي، والعلاقة بين الدخل والطلب السياحي علاقة طردية، فكلما زاد الدخل زاد الطلب السياحي، والعكس صحيح (مع بقاء الاشياء المؤثرة الاخرى ثابتة) ويمكن توضيح ذلك بالشكل (2) .



شكل (2)

العلاقة بين الدخل والطلب السياحي

يتضح من الشكل (2) ان منحنى طلب السائح هو (D_1) عندما يكون دخله (y_1)، وفي حالة كون اسعار السلع والخدمات السياحية (P)، فإن الكمية المطلوبة لهذا السائح تكون (AQ_1). وبعد ارتفاع دخل السائح الى (y_2) سوف يصاحب ذلك ارتفاع في طلبه ويتجه نحو اليمين ويصبح منحنى طلبه الجديد هو (D_2)، وعلى فرض ثبات الاسعار (P)، فسوف تكون الكمية المطلوبة الجديدة لهذا السائح هو (AQ_2). وسوف تكون النتائج نفسها ولكن بشكل معاكس في حالة انخفاض دخل السائح كما في الشكل (3) وكما يأتي :



شكل (3)

علاقة انخفاض الدخل في الطلب السياحي

ويتضح من الشكل (3) ان انخفاض دخل السائح ادى الى انخفاض منحنى طلبه واتجاه المنحنى نحو اليسار من (D_1) الى (D_2) وعندها سوف تنخفض الكمية المطلوبة من (AQ_1) الى (AQ_2) على فرض ثبات السعر (P). بناء على ما تقدم يتوقع ان الفرد الذي معدل دخله السنوي (2000) دولار ويخصص عشرين يوما في السنة للرحلات السياحية، سوف يخصص مثلا ثلاثين يوما في حالة ارتفاع دخله الى (3000) دولار . ويمكن صياغة اثر الدخل على الطلب السياحي على شكل المعادلة الاتية :

$$D_t = F(P, y)$$

اذ ان :

D_t الطلب السياحي

F الدالة

Y الدخل

حيث تشير المعادلة الى ان الطلب السياحي هو دالة للدخل فكلما ارتفع الدخل ارتفع الطلب السياحي والعكس صحيح .

3 - السكان

احد العوامل المهمة والمحددة للطلب بشكل عام هو عدد المستهلكين في السوق، وعدد المستهلكين في السوق يتوقف على عدد السكان، فالقاعدة تبني على اساس انه (كلما زاد عدد السكان زاد الطلب والعكس صحيح، وعدد السكان يؤدي دورا كبيرا في الطلب السياحي ومن ثم فإن زيادة السكان تعني زيادة الطلب السياحي (مع بقاء العوامل المؤثرة الاخرى ثابتة) .

وبناء على هذه القاعدة، لو كان لدينا بلدان متشابهان بكل الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والرغبة في الطلب على السياحة، عدا فارق وحيد في حجم السكان، فبالتأكيد ان البلد الذي عدد سكانه اكبر سوف يكون عدد السياح فيه اكبر .

ان هذه القاعدة لا تنطبق في الوقت الحاضر على البلدان النامية، فعلى الرغم من زيادة عدد السكان فيها بشكل كبير خلال العشرين سنة الاخيرة، الا ان الطلب السياحي في هذه البلدان لم يسر بنفس الكفاية، والسبب في ذلك يكمن في ان دخول الافراد لم ترتفع الى الحد الذي يستطيع الافراد فيه من سد الحاجيات الاساسية للحياة بحيث يبدأ بعدها بمرحلة استغلال اوقات الفراغ في مجال السياحة والسفر .

ان الجانب الكمي للسكان ليس هو العامل الوحيد المؤثر في الطلب السياحي، بل الجانب النوعي المتمثل باعمار السكان والاعداد المتزايدة من الشباب وكبار السن، وحجم العائلة ونسب المتزوجين والعزاب، اضافة الى التوزيع الجغرافي للسكان، فكل فئة من هذه الفئات السكانية لها مواصفاتها الخاصة والتي يجعل من طلبها على الخدمات السياحية تختلف عن الفئات الاخرى، فالفئات كبيرة العمر يميلون الى اختيار الاماكن الاكثر هدوءا والتي تمتاز بمناخ معتدل وفي موسم غير موسم الذروة السياحية، والعوائل تنظم رحلاتها السياحية عادة بشكل ينسجم مع عطل اطفالهم، والشباب حركته السياحية انشط من الفئات الاخرى ويتقبلون التجارب الجديدة والافكار المتطورة، كما وتختلف اذواق سكان المدن عن اذواق سكان الارياف في الطلب السياحي .

وهكذا فإن للجانبين الكمي والنوعي للسكان اثرا كبيرا على الطلب السياحي، ويمكن التعبير عن ذلك رياضيا كما يأتي :

$$Dt = F (P , y , N)$$

اذ ان :

N تمثل السكان

4 - وقت الفراغ

تؤكد الدراسات على ان الافراد الذين يعتبرون سياح هم الذين تتوافر فيهم مجموعة عناصر مهمة تتمثل بالوقت والمال والاستعداد للسفر، وفي حالة فقدان اي عنصر فيها سوف لا يتحقق الطلب السياحي، فلو كان للفرد المال الكافي والرغبة في السياحة، ولكن قد لا يتوافر لديه وقت الفراغ الكافي للقيام بالرحلة السياحية وذلك لكثرة ارتباطاته بعقود عمل او عوامل اجتماعية، فعند ذاك سوف لا يتحقق الطلب السياحي لهذا الفرد .

اذن وقت الفراغ احد العوامل المهمة التي تحدد الطلب السياحي، وكلما ازداد وقت الفراغ للإنسان، ازداد طلبه على السياحة على ان تتوافر الشروط الاخرى ذات العلاقة فوق وقت الفراغ يعتمد على الاجازات والعطل التي يتمتع بها الافراد، ويمكن التعبير عن علاقة وقت الفراغ بالطلب السياحي بالمعادلة الآتية :-

$$Dt = t (P , y , N , T)$$

اذ ان :

T وقت الفراغ

5 - الاساليب التسويقية :

يعرف التسويق السياحي على انه (عملية ادارية تقوم المشاريع السياحية بتحديد مجاميعها السياحية الفعلية والمتوقعة والاتصال بها لغرض التحفيز والتأثير وتحقيق رغباتهم، ودوافعهم وما يحبون وما لا يحبون، على صعيد محلي او عالمي، وتبني المنتج السياحي المطلوب من قبلهم، وذلك لغرض تحقيق الاشباع الامثل للسياح، وكذلك لتحقيق اهداف المشروع السياحي) .

يلاحظ من التعريف انه مهما تعددت الاهداف المرجوة من التسويق السياحي، فإن الهدف الرئيس من التسويق هو الهدف المادي في الغالب، سيما لدى منتجي القطاع الخاص، ويتحقق الهدف المادي، اي زيادة الايرادات والارباح عن طريق الطلب السياحي كما ونوعا ، لا بل ان جميع الاهداف المرجوة من النشاط السياحي سواء كانت سياسية ام اجتماعية ام اعلامية كلها تتحقق بتحقيق الطلب السياحي المتزايد .

من ذلك نفهم ان تأثير الاساليب التسويقية السياحية في الطلب السياحي، تأثيرا ايجابيا ، والعلاقة طردية بين الاساليب التسويقية والطلب السياحي، فكلما تطورت الاساليب التسويقية واصبحت اكثر تأثيرا بالافراد، واستطاعت ان تخلق الرغبة والتحفيز لدى الافراد لزيارة الاماكن السياحية، زاد حجم الطلب السياحي .

وكلما كانت الوسائل التسويقية متطورة ونشطة وفعالة وتستخدم وسائل اعلامية ودعائية حديثة، استطاعت ان ترفع مستوى الطلب السياحي وتحقق الآتي :-

- أ - زيادة اعداد السياح .
 - ب - زيادة فترة بقاء السياح في الاماكن السياحية .
 - ج - تنشيط حركة السياحة في مواسم الكساد .
 - د - خلق الرغبة لزيادة العديد من المناطق السياحية داخل البلد او الاقليم السياحي .
- ويعبر عن العلاقة بين الاساليب التسويقية والطلب السياحي كما في المعادلة الآتية :

$$DT = F(P , y , N , T , M)$$

اذ ان :

M : تمثل الدعاية السياحية

6 - التكنولوجيا :

يمكن بحث اثر التكنولوجيا على الطلب السياحي من زاويتين :-

أ - ان التطور التكنولوجي الحديث ساهم بشكل فعال في صنع التقدم الهائل في وسائط النقل بأنواعها المختلفة، ولم يعد السفر الى اقصى الارض مشكلة تستدعي التفكير، كما ولم تعد هناك مناطق يتعذر الوصول اليها . واصبحت وسائط النقل تتميز بالوفرة والتنوع والسعة والراحة، وبذلك اصبح من الممكن نقل اكبر عدد من الناس وفي وقت قصير .

فكان مثلا عبور المحيط الاطلسي يستغرق اسبوعا في اسرع السفن . وحتى نهاية الحرب العالمية الثانية، ومع ظهور الطيران وانتشاره كانت نفس الرحلة بالطائرة تستغرق ست وثلاثين ساعة، اما الان فأن الطائرات الحديثة يمكن ان تقطعها في اقل من اربع ساعات .

فالتكنولوجيا في منظار هذه الزاوية عملت على تطور وتنوع وسائط النقل السريعة والمريحة، مما اثرت بشكل ايجابي على الطلب السياحي حتى ولو كان في اماكن بعيدة .

ب - كما ان التطور التكنولوجي واستخدام المكائن والمعدات الحديثة له اثره الكبير في زيادة سرعة الانتاج ومن ثم تحقيق الاقتصاد في وقت العمل، وزيادة في وقت الفراغ للقوى العاملة .
فعلى سبيل المثال كان العامل في السابق وقبل الثورة الصناعية يستغرق اكثر من شهر لصنع سجادة وذلك باستخدامه وسائل انتاجية يدوية بسيطة، ولكن بعد الثورة الصناعية والتطور الهائل الذي حصل في المكائن والمعدات الانتاجية اصبح من الممكن على العامل ان ينتج السجادة خلال دقائق معدودة وذلك باستخدامه مكائن متطورة في هذا المجال .
وبشكل عام يمكن صياغة اثر التكنولوجيا في الطلب السياحي رياضيا بالمعادلة الاتية : -

$$DT = F (P , y , N , T , M , K)$$

اذ ان :

K تمثل التطور التكنولوجي

7 - التعليم والثقافة :

كثيرا ما يشير الكتاب الى العلاقة المتبادلة بين السياحة والثقافة، فارتفاع المستوى الثقافي يحث على السياحة، كما ان السياحة هي الاخرى تكسب الفرد ثقافة لم يكتسبها سابقا عن طريق الاطلاع على الجوانب الثقافية والاجتماعية للأمم الاخرى .
كما وتؤكد المدرسة الاسبانية والمدرسة النمساوية على ان احد البواعث المهمة للقيام بالرحلة السياحية والكامنة في ذات السائح نفسه هي الثقافة .
وبذلك تصبح الثقافة عامل يدفع السائح للقيام بالرحلات السياحية، وفي نفس الوقت هي عامل جذب للسياح، وبذلك فان المستوى الثقافي له الاثر الكبير في الطلب السياحي والعلاقة طردية بينهما، ويمكن ان يعبر عنها رياضيا بالمعادلة الاتية :-

$$DT = F (P , y , N , T , M , K , E)$$

اذ ان :

E تمثل المستوى الثقافي

8 - الوضع السياسي والامني :

يعد الطلب السياحي حساسا للظروف السياسية، فكلما تحقق الاستقرار السياسي والامني، سواء في الاماكن ام البلدان المصدرة للسياح او المستوردة لها . زاد الطلب السياحي، والعكس صحيح . ويمكن توضيح ذلك بالاتي :-

أ - بالنسبة للبلدان او الاماكن المصدرة للسياح، اذا كانت تعاني من حالة عدم استقرار سياسي وامني، مثل الحروب والاضطرابات او احداث سياسية سلبية اخرى، غالبا ما يرافق هذه الاحداث ازيمات اقتصادية يتمخض عنها انخفاض الدخل والمستوى المعاشي، وشحة السلع والخدمات في الاسواق، ومن ثم يكون الافراد منشغلين بأمر مصيرية مهمة، وينصب تفكيرهم وجهودهم للدفاع عن الوطن، او القضاء على الاضطرابات، والعيش بشكل متواضع بما يحقق المتطلبات الضرورية، والتي قد تصل في بعض الاحيان الى حد الكفاف .

لذلك تعد السياحة في مثل هذه الظروف حاجة كمالية، وقد لا يفكر الانسان فيها، وكنتيجة لهذه الظروف قد تعتمد الحكومات اصدار قرارات يمنع السفر للأغراض السياحية . ان مثل هذه الظروف والاحداث الراهنة بالتأكيد يكون لها دور سلبي في النشاط السياحي، مما يؤدي الى قلة الطلب السياحي وتقليص اعداد السياح .

ب - بالنسبة للبلدان او الاقاليم المستوردة للسياح فإن حالة عدم الاستقرار وعدم توافر الامان بسبب الظروف المشار اليها سابقا ، تقف عائقا منيعا امام السياح الذين يفكرون بزيارة هذه الاماكن فالسائح يهدف الى الراحة والامان والسعادة من وراء الرحلة السياحية، وهو يتجنب المشاكل ولا يبحث عنها، فضلا عن ان الاماكن السياحية غير الآمنة تكون نفسها عاجزة عن توفير الامان والراحة والمستلزمات السلعية والخدمية للسياح، اذ انها تنشغل بأمر مصيرية اهم من استضافة السياح .

ويعبر عن علاقة الوضع السياسي والامني بالطلب السياحي بالعلاقة الرياضية الاتية :

$$DT = F (P , y , N , T , M , K , E , O)$$

اذ ان :

O تعبر عن الوضع السياسي والامني

9 - معدل استبدال العملة :

تنطبق هذه الفقرة على السياحة الخارجية فقط، اذ ان الانتقال من بلد لآخر يتطلب استبدال العملة النقدية التي يحملها السائح بعملة البلد المزار، وان كان معدل استبدال العملة سيؤدي الى تغيير في القوة الشرائية، فأن ذلك سيؤثر حتما في الطلب السياحي وكالاتي :-

أ - اذا كانت العملة النقدية للبلد المزار منخفضة، بحيث تؤدي الى زيادة القوة الشرائية للسائح نتيجة لاستبدال العملة، فأن ذلك سيؤدي الى زيادة الطلب السياحي عليها، ويتحقق ذلك اما بزيادة اعداد السياح الداخلين لها، او بزيادة معدل انفاق السياح اليومي فيها، او بزيادة معدل فترة بقاء السياح فيها او بهذه العوامل الثلاثة معا ، ولذلك تشاهد ان بعض البلدان التي ترغب بتنشيط حركة السياحة فيها، وبأستقطاب طلب سياحي كبير تعمل على تخفيض عملتها الوطنية .

ب - اذا كانت العملة النقدية للبلد المزار مرتفعة، بحيث ان النقود الشرائية للسائح الداخلين لها سوف تنخفض نتيجة لاستبدال العملة، فأن هذا سوف يؤدي الى قلة الطلب السياحي عليها .

يتضح من خلال هذا الطرح، ان العلاقة عكسية بين معدل استبدال العملة، والطلب السياحي، فكلما انخفضت قيمة عملة البلد المزار، زاد الطلب السياحي عليها، والعكس صحيح مع بقاء العوامل المؤثرة الاخرى ثابتة .

ويبقى النقاش قائما حول مسألة قيمة استبدال العملة ومدى تأثير هذا الاجراء في الطلب السياحي العالمي ككل وبشكل عام يمكن القول انه، مثل هذا الاجراء يتوقف على نوعية البلد صاحب الاجراء، فيما اذا كانت من المصدرة للسائح ام المستوردة لهم، فأجراء تخفيض قيمة العملة من البلدان المستوردة للسائح، يكون وقعه ايجابيا على الطلب السياحي العالمي، في حين يكون سلبيا اذا كان من قبل البلدان المصدرة للسائح، اما الاجراء المعاكس والذي هو ارتفاع قيمة العملة، فإذا كان من قبل البلدان المستوردة للسائح فيكون وقعه سلبيا على الطلب السياحي العالمي، في حين يكون ايجابيا اذا كان من قبل البلدان المصدرة للسائح .

وهكذا نفهم ان عملية تخصيص او زيادة العملة ومدى تأثيرها في الطلب السياحي العالمي يتوقف على نوعية البلد صاحب الاجراء فيما اذا كانت من البلدان المصدرة للسائح ام المستوردة لها، ويعبر عن ذلك رياضيا في المعادلة الاتية :-

$$Dt = F (P , y , N , T , M , K , O , J)$$

اذ ان :

ل تعبر عن معدل استبدال العملة

10 - اجراءات الرحلة السياحية :

لم يعد للسياحة الحرة وجودا في العصر الحديث، بمعنى ان عملية السفر تخضع لمجموعة قوانين وضوابط واجراءات لا بد منها، وكلما كانت هذه الضوابط والاجراءات معقدة وتتطلب جهودا كبيرة ووقتا طويلا ، كلما كان لهما تأثير سلبي على الطلب السياحي، والعكس صحيح، اي انه كلما اصبحت هذه الاجراءات سهلة وبسيطة، زاد الطلب السياحي، ولا بد من الاشارة الى بعض من هذه الاجراءات:-

- اجراءات الحصول على جواز السفر .
- موافقة بعض الجهات على سفر المواطن مثل الدائرة التي يعمل فيها .
- الحصول على سمة الدخول (الفيزا) وما يتطلبه ذلك من مراجعة للسفارات .
- اجراءات تحويل العملة .
- بعض الاجراءات الصحية مثل التلقيح ضد بعض الامراض المعدية .
- اجراءات الحجز في وسائل النقل وشركات الطيران او الملاحة او السكك الخ .
- الحصول على حجز في اماكن الايواء، وقد يكون في بعض الاحيان مسبقا .
- بعض الاجراءات الامنية والروتينية في المطارات والكمارك .
- التصريف الاجباري في بعض الاحيان عن كل يوم بقاء .

وهذه الاجراءات قسم منها يخص السياحة الخارجية وآخر يخص الداخلية، وعموما يعبر عنها رياضيا كما يأتي :-

$$Dt = F (P , y , N , T , M , K , O , J , R)$$

اذ ان :

R تمثل اجراءات الرحلة السياحية

مرونة الطلب :

تعرف مرونة الطلب عموماً على أنها درجة استجابة الكمية المطلوبة للتغيير الحاصل في السعر، ويمكن قياس المرونة عن طريق إيجاد معامل المرونة والذي هو عبارة عن العلاقة الحسابية بين نسبة التغيير في الكمية المطلوبة نتيجة التغيير في السعر ويعبر عن ذلك رياضياً كما يأتي :

$$E_{Qd} = \frac{\Delta Qd}{\Delta p}$$

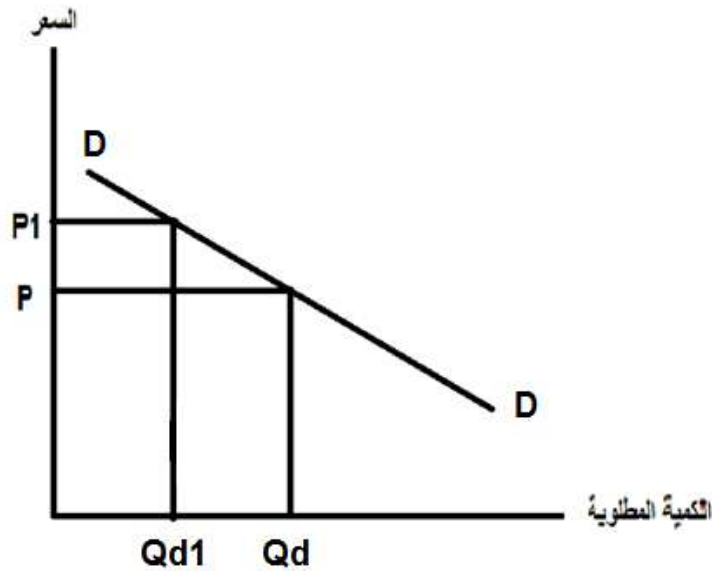
اذ ان :

E_{Qd} معامل مرونة الطلب

ΔQd التغيير النسبي في الطلب

ΔP التغيير النسبي في السعر

ويوضح الشكل (4) ان انخفاض السعر من P_1 الى P ادى الى زيادة الكمية المطلوبة من Qd_1 الى Qd



شكل (4)

اثر انخفاض السعر على الكمية المطلوبة

ويمكن اعادة القانون بالصيغة الاتية :-

$$E_{Qd} = \frac{\frac{Qd - Qd1}{Qd}}{\frac{P - P1}{P}}$$

أو :

$$E_{Qd} = \frac{Qd - Qd1}{Qd} \times \frac{P}{P - P1}$$

مثال تطبيقي :

إذا كان سعر القميص الواحد في السوق خمسة دنانير والكمية المطلوبة منه عشرة قمصان، وفي حالة ارتفاع سعر القميص الى (7.5) دينار كانت الكمية المطلوبة منه خمسة قمصان فقط، اوجد معامل مرونة الطلب ؟

الحل :

$$E_{Qd} = \frac{Qd - Qd1}{Qd} \times \frac{P}{P - P1}$$

$$EQd = \frac{10 - 5}{10} \times \frac{5}{5 - 7.5}$$

$$EQd = \frac{5}{10} \times \frac{5}{-2.5}$$

$$EQd = -1$$

اذن معامل مرونة الطلب هو (1) بعد اهمال الاشارة .

تختلف مرونة الطلب من سلعة لآخرى، اي ان درجة استجابة المستهلك للتغير في السعر تختلف من سلعة لآخرى، وهذا يجعل معامل مرونة الطلب مختلفا ايضا ، والسؤال الذي يطرح نفسه، ما هي الاسباب الكامنة وراء اختلاف مرونة الطلب على السلع ؟ بتعبير آخر يمكن اجمال العوامل المحددة لمرونة الطلب بالاتي :-

1. اسعار السلع البديلة في حالة وجود سلع بديلة عديدة للسلعة، فأن ارتفاع اسعارها يعني تحول المستهلك الى السلع البديلة وبذلك تكون مرونة الطلب مرتفعة .
2. اهمية السلعة بالنسبة للمستهلك : جدول طلب المستهلك عادة يضم مجموعتين من السلع، السلع الضرورية، التي لا يمكن الاستغناء عنها مثل الخبز، السكر، الشاي، الملح الخ، ويكون الطلب عليها غير مرن، فعلى الرغم من ارتفاع اسعارها الا ان المستهلك لا يقلل طلبه عليها بشكل كبير لمدى اهمية هذه السلعة لدى المستهلك .

وهناك ايضا السلع الكمالية،التي من الممكن الاستغناء عنها لقلة اهميتها لدى المستهلك ويكون الطلب عليها مرنا .

3. نصيب السلعة من ميزانية المستهلك :

كلما كان الجزء المخصص من ميزانية المستهلك على السلعة يمثل نسبة ضئيلة فأن التغيير في اسعارها لن يؤثر بشكل كبير في الكميات المطلوبة منها مثل الملح، حيث يكون الطلب عليها غير مرن، في حين يكون الطلب مرنا بالنسبة للسلع التي تشكل جزءا كبيرا من ميزانية المستهلك مثال ذلك الطلب على الاجهزة الكهربائية .

4. دخل المستهلك :

ان طلب ذوي الدخل العالية (الاغنياء) على سلعة معينة يكون اقل مرونة من طلب ذوي الدخل الواطئة (الفقراء) على نفس السلعة، لان الاغنياء يملكون من الدخل ما يمكنهم من شراء مختلف السلع على الرغم من ارتفاع اسعارها .

حالات مرونة الطلب :

كنتيجة لوجود عوامل تتحكم في سلوك المستهلك تجاه طلب السلع والخدمات، وتبعا لتغيرات اسعارها في السوق، فسوف تختلف مرونة الطلب من سلعة لآخرى، ولكن مهما اختلفت فأنها لا تتعدى الحالات الخمسة الآتية :-

1. الطلب عديم المرونة : وفيه معامل المرونة يساوي صفرا اذ لا تستجيب الكمية المطلوبة للتغيرات في السعر مهما كانت هذه التغيرات .

2. الطلب المرن : وفيه يكون معامل المرونة اكبر من واحد واقل من ما لا نهاية، اي ان تغيير قليل نسبيا في سعر السلعة يؤدي الى تغير كبير نسبيا في الكمية المطلوبة .
3. الطلب متكافئ المرونة : وفيه يكون معامل المرونة يساوي واحدا ، اذ ان اي تغيير في السعر يقابله تغير مساو له في الكمية المطلوبة .
4. الطلب تام المرونة : وفيه يكون معامل المرونة اكبر من ما لا نهاية، ويقال ان الطلب لا نهائي المرونة اذا حصل تغير طفيف جدا في السعر ادى الى تغير لا نهائي في الكمية المطلوبة .
5. الطلب غير المرن : وفيه معامل المرونة يتراوح ما بين اكبر من صفر واقل من واحد اذا كان التغير النسبي الكبير في سعر السلعة لم يؤدي الى تغير قليل نسبيا في الكمية المطلوبة مثل الادوية.

مرونة الطلب السياحي :

وتعني (درجة استجابة الطلب السياحي للتغيرات في بنیان الاسعار او التغيرات في مختلف مجالات التسوق، ويمكن ان تعرف بشكل اخر على انها (درجة استجابة السائح للتغيرات التي تحدث في اسعار السلع والخدمات السياحية، فبالأكيد ان اي تغيير في اسعار السلع والخدمات السياحية سوف يكون لها وقعا على سلوك السائح، وينعكس ذلك على الكميات المطلوبة، وفي هذه الفترة سنحاول التوصل الى تحليل علمي لسلوك السائح اتجاه التغير في اسعار السلع والخدمات السياحية، وستحدد معالم هذا السلوك، بمعنى ضمن اي الحالات الخمسة السابقة يمكن ان تحدد مرونة الطلب السياحي .

للتوصل الى درجة مرونة الطلب السياحي يجب ان نتعرف على العوامل التي تحدد المرونة، ونلاحظ ان اول هذه العوامل هي مدى توافر السلع البديلة، والسلع السياحية تخضع للتنافس فيما بينها والتنافس مع السلع الاخرى، ومن الممكن ان نسوق امثلة على ذلك .

لنفرض بأن احدى الشركات السياحية الامريكية في نيويورك اعلنت عن اقامة رحلتين الى جزر البهاما في البحر الكاريبي وهونولولو في جزر هاواي، وفي حالة تثبيت العوامل المحيطة بالرحلتين (بوصفه ان كلا المنطقتين سياحيتان من الدرجة الاولى، وكلاهما تسود فيها سياحة الاستجمام على الشواطئ واسعار الفنادق فيها واحدة الخ)، باستثناء عامل المكان حيث ان نيويورك قريبة على البهاما وبعيدة عن هاواي، لذلك فأن السائح الساكن في نيويورك يفضل زيارة البهاما لان اسعار النقل اليها اقل من اسعار النقل الى هونولولو .

وكمثال اخر، في حالة ارتفاع اسعار الخدمات السياحية في مصيف صلاح الدين، فالسائح يتجه الى مصيف بديل عنه تكون فيه الاسعار ثابتة، مثل سرسنة او سولاف، وهكذا يتحقق التنافس بين السلع السياحية، ومن ثم يبرز الدور الكبير لعامل السعر، وبذلك يتحدد الطلب عليها .

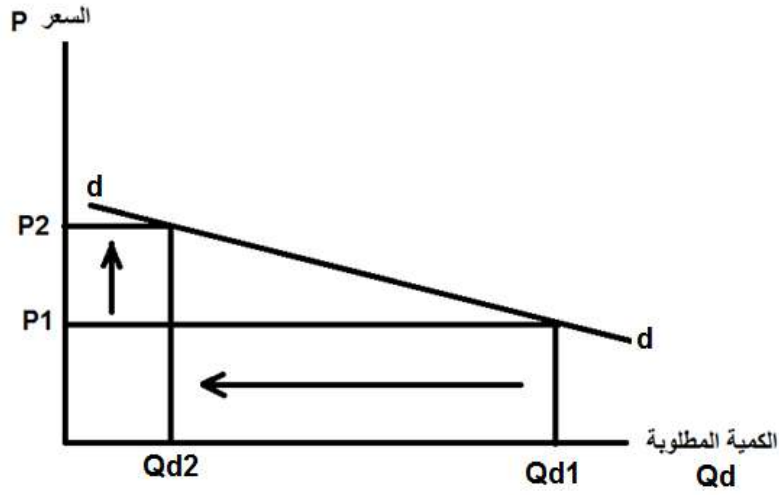
ومن جهة اخرى تخضع السلع السياحية للتنافس مع السلع الاخرى، فالعائلة تفضل بين القيام برحلة سياحية او شراء سيارة جديدة او شراء فيلا، وهذا عامل يضاف الى ابراز دور السعر واهميته الكبيرة في عملية المفاضلة بين البدائل، مما يجعل الطلب على السياحة طلبا مرنا .

ومن العوامل الاخرى التي تحدد درجة مرونة الطلب، هي مدى اهمية السلعة بالنسبة للمستهلك، والمعروف عن السلع السياحية بأن ترتيبها في اسفل جدول طلب المستهلك، حيث تحتل السلع الضرورية مثل الغذاء والسكن والملابس والدراسة والعلاج الطبي اول القائمة وتعتبر من السلع التي لا يمكن الاستغناء عنها، وتأتي بعدها السلع الاقل ضرورة ومن ثم السلع الكمالية مثل ادوات التجميل والملابس الفخمة ومن ثم السلع السياحية .

ومن هذا الترتيب لجدول المستهلك نستنتج بأن السلع السياحية سلع كمالية بالامكان الاستغناء عنها او في الاقل في الظروف الحرجة التي قد تصيب المستهلك، مما يضيف على الطلب السياحي طابع المرونة العالية .

اذن نستطيع القول بأن الطلب السياحي طلب مرن تنحصر قيمته بين الواحد وما لا نهاية، وتبقى المرونة مسألة نسبية، فالاغنياء لا يتأثرون كثيرا بأسعار السلع السياحية، وربما بعض العوائل تعتمد تقليد الاغنياء في الاسواق اثناء العطل وفي الرحلات السياحية .

وفي الاخير لا بد من اعطاء رسم لمنحنى الطلب كما في الشكل (5) الاتي :-



شكل (5)

منحنى الطلب السياحي

يلاحظ من الشكل اعلاه ان اي تغير بسيط في السعر (ارتفاعا) يؤدي الى تغير كبير في الكمية المطلوبة (انخفاض) اي ان :-

$$\Delta P < \Delta Qd$$

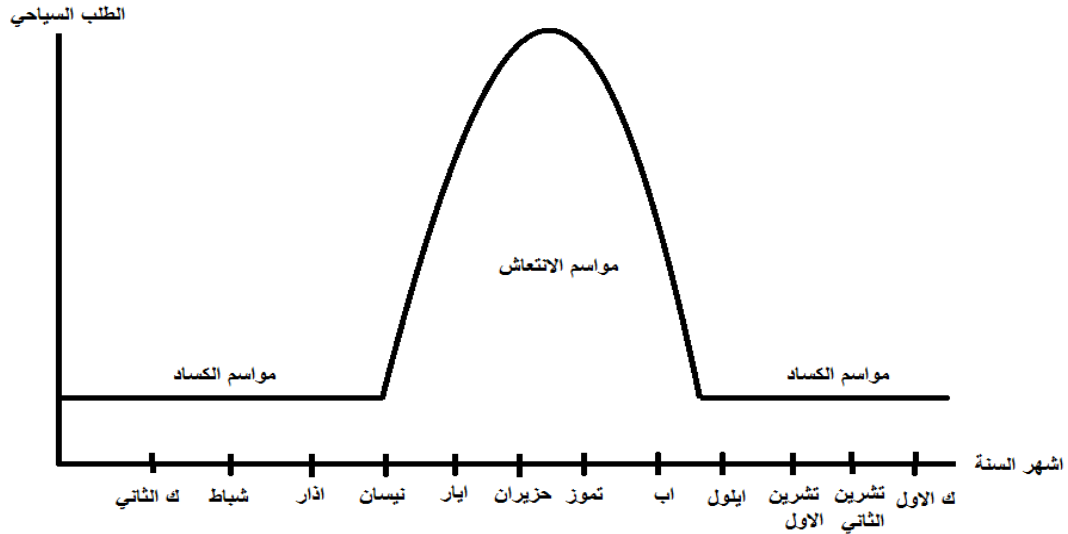
وهذا يعني ان التغير في الكمية المطلوبة يكون اكبر من التغير في السعر .

رابعاً : خصائص الطلب السياحي

ويمكن اجمالها بالاتي :

1 - طلب موسمي

يختلف الطلب على الخدمات السياحية عن بقية انواع السلع والخدمات الاخرى، فهو طلب متذبذب، غير مستقر، يرتفع كثيرا في موسم الصيف، وهذا ما يعرف بموسم الثروة السياحي، وينخفض في المواسم الاخرى وهذا ما يعرف بالكساد السياحي، ويمكن توضيح ذلك في الشكل (6) .



الشكل (6)

الطبيعة الموسمية للطلب السياحي

ان اسباب هذا التذبذب يعود الى الاتي :-

أ - المناخ :

ويعد من اهم العوامل التي تتحكم في موعد الرحلات السياحية فالمناخ عادة يكون معتدلا وملائما للأنشطة السياحية في موسم الصيف والتي تعرف بسياحة الاستجمام او السياحة على الشواطئ، اذ تتدفق افواج السياح الى مناطق حوض البحر المتوسط، واسبانيا، ايطاليا، فرنسا الخ لممارسة هذه الأنشطة السياحية، ويمكن القول بأن السياحة الصيفية تشكل 70% من مجموع السياحة العالمية .

وبقدر ما يكون لعامل المناخ دور ايجابي على السياحة في موسم الصيف، يكون له دور سلبي على السياحة في المواسم الاخرى حيث البرد الشديد والامطار تقف عائقا امام السياحة وبالذات في فصل الشتاء .

ب - وقت الفراغ :

من العوامل المهمة المهمة المحددة للطلب السياحي، هو وقت الفراغ، فلا بد ان يتخلص الفرد من التزاماته العائلية، والخاصة بالعمل او الدراسة، او بتعبير اخر يتوفر له وقت الفراغ الكافي لكي يشرع بالرحلة السياحية، ومن المعروف ان العطلات السنوية والاجازات الطويلة في جميع البلدان تقع تقريبا في الوقت نفسه في اثناء اشهر الصيف مما يؤدي الى زيادة تدفق الافواج السياحية في موسم الصيف، ومن ثم زيادة الطلب السياحي .

ومن الجدير بالذكر ان مواسم الذروة السياحية في بعض الاقاليم تقع في اشهر الصيف، ويعود سبب ذلك الى تفاوت المواسم المناخية بين نصفي الكرة الشمالي والجنوبي، فمثلا موسم الذروة السياحي في منطقة البحر الكاريبي وامريكا الجنوبية واستراليا تقع في موسم الشتاء .

2 - الاحداث السياسية والامنية :

كما اشرنا سابقا ، يعتبر الطلب السياحي طلبا حساسا جدا للأحداث السياسية والامنية، فتأزم العلاقات السياسية بين بلدين مثلا ، توقف النشاط السياحي لعدم امكانية الحصول على سمة الدخول . ولا تؤثر الاحداث السياسية والامنية فقط في السياحة الخارجية وانما تشمل السياحة المحلية . ان مجرد اختلاف الاتجاهات السياسية والاراء بين البلدان او حتى بين الاقاليم المحلية، تؤدي الى عدم الراحة بالنسبة للسياح . والسياحة تعني خلق التعاون والتآلف بين الشعوب والامم، ومتى ما كانت الظروف السياسية لا تسمح بذلك يتأثر الطلب السياحي سلبا والعكس صحيح .

3 - الطلب السياحي يتزايد باستمرار مع زيادة الدخل :

قانون الطلب السياحي يعتمد بشكل كبير على دخل الفرد، والقاعدة تقول كلما يرتفع دخل الفرد زاد طلبه على السياحة، ولكن الى اي حد ؟
للأجابة على هذا السؤال علينا ان نبحث عن موقع السلع والخدمات السياحية مع السلع الاقتصادية ضمن جدول طلب المستهلك .
يصنف الاقتصاديون عادة السلع والخدمات الى ثلاثة اصناف هي :-

الصنف الاول :

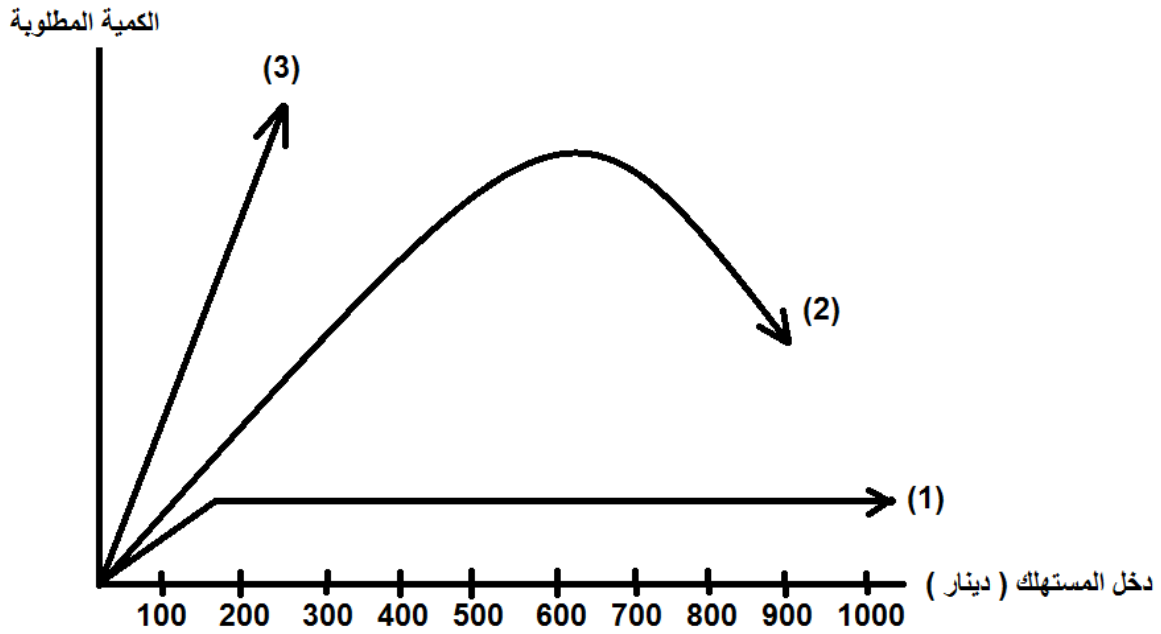
وهذا النوع من السلع يزداد الطلب عليه مع زيادة دخل الفرد الى ان يصل الى حد معين، بعدها يبقى الطلب عليه ثابتا مهما ارتفع الدخل، لان المستهلك يصل الى حد الاشباع من هذه السلع لا يستطيع تجاوز هذا الحد مثل مادة الملح .

الصنف الثاني :

وهذا النوع من السلع يزداد الطلب عليه مع زيادة دخل الفرد الى ان يصل الى حد معين، يبدأ بعدها الطلب بالانخفاض على الرغم من زيادة الدخل، لان المستهلك سوف يقوم بعملية احلال السلع الراقية محلها، لانه اصبح في موقف مادي متمكن يستطيع فيه الاستغناء عن السلع الرخيصة بسلع ارقى واكثر

ارتفاع في السعر، مثل الملابس المستعملة يزداد الطلب عليها مع زيادة الدخل الى ان يصل الفرد مرحلة عالية من الدخل يبدأ بعدها بتقليل استهلاكه من هذه الملابس ليحل محلها الملابس الراقية .
الصنف الثالث :

وهذا النوع من السلع يزداد الطلب عليه مع زيادة دخل المستهلك وتستمر الزيادة قائمة مهما ارتفع دخل الفرد، مثل الطلب على السلع الكمالية .
والشكل (7) يوضح الطلب على اصناف السلع الاقتصادية .



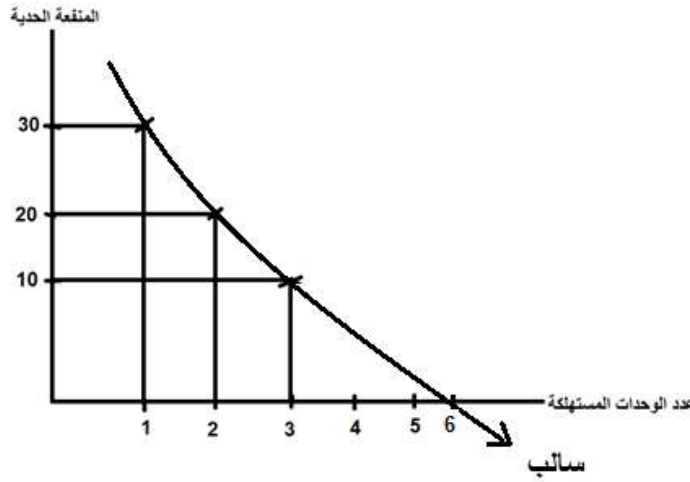
الشكل (7)

الطلب على اصناف السلع الاقتصادية

وتعد السلع والخدمات السياحية من ارقى انواع السلع الكمالية لذلك تصنف ضمن الصنف الثالث، والذي يبقى الطلب عليه متزايد باستمرار مع زيادة الدخل دون توقف، وهذه الخاصية تعطي اهمية كبيرة للسياحة كلما تقدم المجتمع وتحقق الرفاه الاقتصادي .

4 - الطلب السياحي لا يخضع لقانون المنفعة الحدية :

تعرف المنفعة الحدية للسلعة على انها (منفعة آخر وحدة يستهلكها الفرد) وتقيد نظرية المنفعة الحدية بشكل مختصر على ان المنفعة الحدية لاي سلعة اقتصادية تنخفض مع زيادة عدد الوحدات التي يقتنيها المستهلك كما في الشكل (8) .



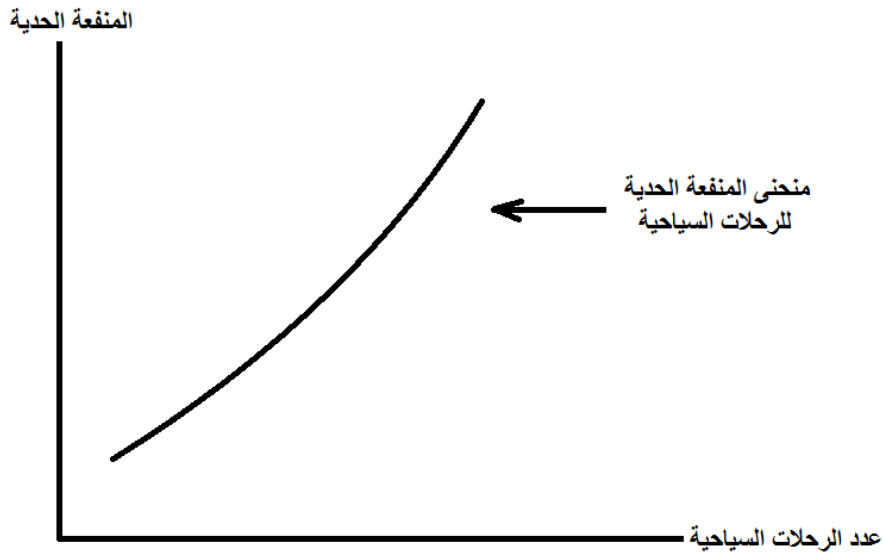
الشكل (8)

منحنى المنفعة الحدية

يتضح من الشكل السابق ان المستهلك عند استهلاكه للوحدة الاولى من السلعة تكون المنفعة الحدية المكتسبة كبيرة جدا وعلى سبيل المثال (30) وحدة، ثم تنخفض هذه المنفعة مع زيادة عدد الوحدات المستهلكة الى ان تصل الى الصفر عند الوحدة السادسة، والانسان في هذه الحالة يجب ان يتوقف عن اقتناء هذه السلعة لانه بعد ذلك ستكون المنفعة الحدية لها سالبة وبذلك يكون منحنى المنفعة الحدية متجها من اعلى اليسار الى اسفل اليمين مشيرا بذلك الى العلاقة العكسية بين المنفعة الحدية وعدد الوحدات .

لقد وجهت لهذه النظرية عدد من الانتقادات والانتقادات الذي يخدمنا في هذا الصدد هو عدم انطباق هذه النظرية على بعض انواع السلع الاقتصادية مثل الحلي، المجوهرات، اللوحات الفنية، والرحلات السياحية.

بموجب هذا الانتقاد فأن نظرية المنفعة الحدية لا تنطبق على الرحلات السياحية، اذ ان المنفعة الحدية لها تبقى متزايدة كلما حقق الفرد رحلة سياحية اضافية (على ان لا يكون هناك تقييد في الاماكن السياحية) ولا يصل الانسان الى حد الاشباع او الملل من الرحلات السياحية .
وبذلك سيكون شكل منحنى المنفعة الحدية للرحلات السياحية متصاعدا من اسفل اليسار الى اعلى اليمين كلما تحققت رحلة سياحية اضافية جديدة كما في الشكل (9) .



شكل (9)

منحنى المنفعة الحدية للرحلات السياحية

أسئلة الفصل الثاني

- س 1 / ماذا نقصد بالطلب ؟ وما هو قانونه ؟
- س 2 / عرف الطلب السياحي ؟ وما هي عناصره ؟
- س 3 / كيف يؤثر دخل الفرد على الطلب السياحي بين ذلك في حالة ارتفاع الدخل وفي حالة انخفاضه ؟
- س 4 / حدد الزوايا التي يمكن من خلالها تحديد اثر التكنولوجيا على الطلب السياحي .
- س 5 / بين كيف يمكن للوضع السياسي والامني ان يؤثر في الطلب السياحي بالنسبة للدول المصدرة والمستوردة للسياح ؟
- س 6 / ماذا نقصد بمرونة الطلب ؟ وما هي حالاتها أو أنواعها ؟
- س 7 / ما هي خصائص الطلب السياحي عددها وتكلم عن احداها ؟

العرض السياحي

أولاً : تعريف العرض

ثانياً : تعريف العرض السياحي

ثالثاً : العوامل المحددة للعرض

رابعاً : عناصر العرض السياحي

أهداف الفصل الثالث

يهدف هذا الفصل إلى :

- التعرف بمفهوم العرض بشكل عام والعرض السياحي بشكل خاص، فضلا عن العوامل المحددة له وأهم عناصره المتمثلة بالعرض الطبيعي والعرض الناتج عن العمل البشري

أولاً : تعريف العرض

لقد تعرضنا فيما سبق الى الجانب الاول من السوق الا وهو جانب الطلب (Demand)، الذي يعبر عن سلوك المستهلكين او المنتجين . وسوف نقوم في هذا الفصل بالتعرف على الجانب الثاني من السوق، ألا وهو جانب العرض (Supply)، الذي يمثل سلوك المنتجين او البائعين . فما المقصود بالعرض وفقا للنظرية الاقتصادية ؟ .

يعرف العرض على انه " رغبة او قدرة المنتج على انتاج السلع والخدمات بهدف البيع في الاسواق مقابل سعر معين وفي وقت معين " . وهكذا فانه اذا كان الطلب مصطلحا يعبر عن الاستهلاك فان العرض مصطلح يعبر عن الانتاج . وإذا ما كانت العلاقة بين السعر والطلب علاقة عكسية بموجب قانون الطلب (Law of Demand) فان العلاقة بين السعر والعرض علاقة طردية بموجب قانون العرض (Law of Supply) والذي ينص على " وجود علاقة طردية بين السعر والكميات المعروضة " . فإذا ما زاد السعر سوف يزداد العرض لان المنتجين او البائعين يأملون تحقيق اقصى قدر ممكن من الارباح خلال فترة زيادة الاسعار . اما اذا انخفضت الاسعار فان المنتجين او البائعين سوف يعزفون عن عرض المزيد من السلع لقناعتهم ان ذلك سوف يؤدي الى فقدان جزء من ارباحهم .

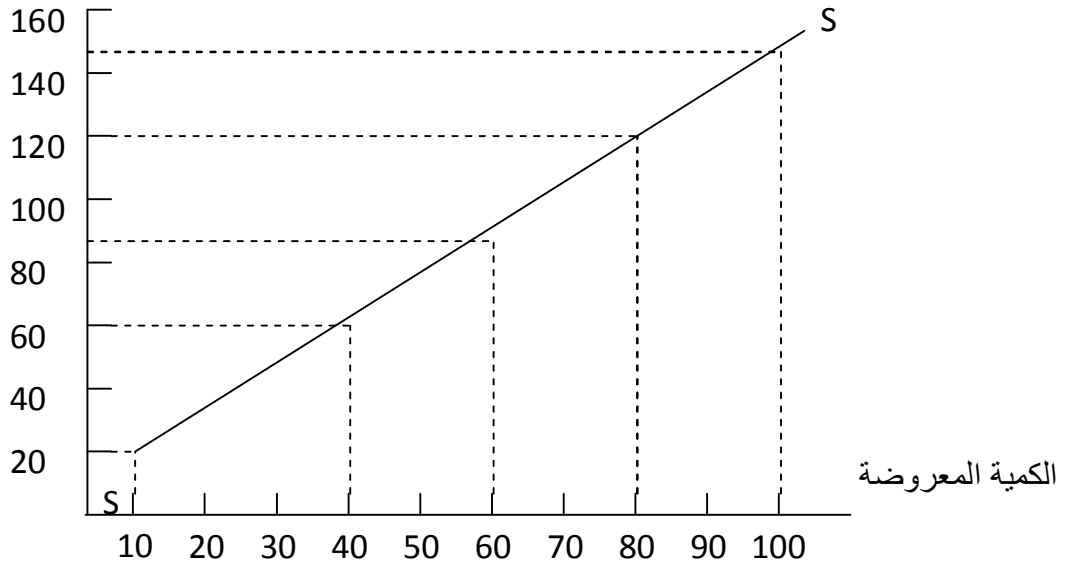
ويمكن متابعة العلاقة بين التغيرات في الاسعار والكميات المعروضة من خلال جدول يسمى بجدول العرض (Supply Schedule) وكما في الجدول (2) الاتي :

جدول (2)

" العلاقة الطردية بين الكمية المعروضة والسعر "

الحالة	السعر (دولار)	الكمية المعروضة (وحدة)
A	20	10
B	60	40
C	90	60
D	120	80
E	150	100

ويمكن تحويل جدول العرض الى مخطط بياني ينتج عنه منحنى يسمى بمنحنى العرض (Supply Curve) ويلاحظ ان اتجاه المنحنى يكون متصاعدا من اسفل اليسار الى اعلى اليمين (على عكس منحنى الطلب) ليعبر عن العلاقة الطردية بين السعر والكميات المعروضة ، كما في الشكل (2) الاتي:



شكل (10)

" منحنى العرض السياحي "

ومن الجدير بالذكر ان الكمية المعروضة لا تعتمد فقط على السعر وإنما هي دالة للعديد من العوامل بالإضافة الى السعر ويمكن الإشارة اليها كالاتي :

- 1- سعر السلعة .
 - 2- تكاليف عوامل الانتاج
 - 3- المستوى الفني للإنتاج (التكنولوجيا)
 - 4- اسعار السلع ذات الصلة
 - 5- عوامل اخرى
- هذا وسوف يتم التطرق بالتفصيل الى العوامل المحددة للعرض السياحي لاحقا .

ثانيا : تعريف العرض السياحي

يبدأ طلب السياح على العرض السياحي اعتبارا من لحظة انطلاق السياح المؤقت من موطن اقامتهم الدائمة الى اماكن القصد السياحية، والاقامة المؤقتة في المواقع السياحية ومن ثم الرجوع حتى لحظة وصول السياح الى اماكنهم الدائمة . ويمكن تعريف العرض السياحي (Tourism Supply) على انه " جميع المستلزمات التي يجب ان توفرها اماكن القصد السياحي لسياحها الحقيقيين او المحتملين، وجميع الخدمات والبضائع التي قد يحتمل ان تغري الناس لزيارة بلد معين " .

ويتمثل العرض السياحي بسلسلة متصلة ومتكاملة من المغريات والجواذب الطبيعية والبشرية ومن التسهيلات والخدمات والمنشآت التي من الممكن لها مجتمعة ان تؤثر - أو أن تترك من الاثر - في نفوس قاصديها لزيارتها وللمكوث فيها مدة من الزمن دون غيرها . وللتبسيط فالعرض السياحي ((هو مجموعة المقومات (المغريات والجواذب) القادرة على جلب السياح الى منطقة ما وابقائهم فيها مدة من الزمن)) .

والعرض السياحي لا يختلف عن عموم العرض في النظرية الاقتصادية من حيث تناسبه الطردي مع الاسعار وانحدار المنحنى من اسفل اليسار الى اعلى اليمين . الا أن العرض السياحي يتمتع بمواصفات معينة تميزه عن العروض الاخرى وهي :

1- يعتمد بشكل كبير على عنصر العمل وبنسب تفوق عروض الانشطة الاقتصادية الاخرى كالزراعة والصناعة، وسبب ذلك يرجع بالدرجة الاساس الى صعوبة احلال الماكنة محل عنصر العمل في النشاط السياحي، اذ يبقى استخدام الماكنة محدودا جدا في عملية تقديم الخدمات السياحية مقارنة بالانشطة الاخرى . اذن العرض السياحي عرض مرتبط بعنصر العمل، وتنميته تعني بالضرورة زيادة احتياجاته لعنصر العمل، مما يجعله قادرا على امتصاص البطالة وتوفير المزيد من فرص العمل .

2- يُعدُّ العرض السياحي بالدرجة الاساس عرض للخدمات، فالسائح يشتري عادة مجموعة من الخدمات تشكل ما يعرف بالمنتوج السياحي وهي :

أ- خدمات النقل

ب- خدمات الايواء

- ت- خدمات الطعام والشراب
- ث- خدمات اللهو والتسلية والترويح
- ج- مجموعة خدمات و سلع اخرى .
- 3- يمتاز العرض السياحي بكونه خدمات آنية ومباشرة في الغالب . إذ يتم تصنيع هذه الخدمات على مدار اليوم او حتى على مدار الساعة . وفي الغالب تقدم الخدمات السياحية امام مرأى السياح او الضيوف ، وبذلك يمتاز العرض السياحي بعدم امكانية حجب المنتج الرديء عن المستهلك، وان اي خطأ يقع فيه العامل سوف يكون ظاهر للعيان ومن الصعوبة تلافيه، لذلك يتم الاعتماد في النشاط السياحي على كادر كفوء ومتدرب ونسبة الخطأ عنده يجب ان تكون معدومة .
- 4- العرض السياحي غير قابل للخرن ، فطالما انه عرض خدمي فلا يمكن خزن الخدمات، وبذلك يكون عرضا آنيا ومباشرا ويصنع يوميا وعلى مدار الساعة .
- 5- العرض السياحي غير قابل للنقل، فالمعتاد عليه ان المستهلك ثابت والسلعة هي التي تتحرك باتجاهه . اذ يتم نقل السلع من محل المنشأ الى الاسواق القريبة من المستهلكين . الا أن الحال يختلف تماما في العرض السياحي ، فالعرض السياحي هو الثابت والمستهلك (السائح) هو الذي ينتقل لكي يستطيع ان يتمتع بالخدمات السياحية .
- 6- العرض السياحي يخضع للمنافسة ، فطالما ان الحاجة الى السياحة في الغالب تعد حاجة كمالية، فانها ستخضع للمنافسة من قبل السلع البديلة الاخرى . وطالما أن العرض السياحي متوافر بشكل كبير في كافة ارجاء المعمورة ، فهناك تنافس بين البلدان على تسويق العرض السياحي، وكذلك هناك تنافس على صعيد المواقع السياحية داخل البلد الواحد، وان هناك تنافس بين مختلف المنشآت السياحية في تقديم العرض السياحي في الموقع السياحي الواحد .
- 7- يمتاز العرض السياحي بتعدد وتنوع وتداخل العناصر المكونة له، فالمنتج السياحي عبارة عن مزيج مركب ومعقد يتكون من العديد من السلع والخدمات والمكونات الطبيعية، وعادة يصعب فصل هذه العناصر والمكونات عن بعض، فالعوامل الطبيعية تتشابه مع العوامل التاريخية والدينية والتراثية والحضارية ... الخ لتشكل بمجموعها ما يعرف بالعرض السياحي . وقد يجمع السائح بين انماط سياحية متعددة في آن واحد فبالامكان الجمع بين السياحة الدينية والاقتصادية والموسمية في آن واحد، فبالوقت الذي يقوم السائح بزيادة العتبات المقدسة، فهو ايضا يزور الاسواق بهدف التبضع، وربما يتحقق ذلك خلال موسم سياحي معين .

8- تعدد المنتجين الذين يشاركون بالعرض السياحي، فطالما انه متعدد ومتنوع واسع وشامل، فهذا يعني ان هناك عددا كبيرا من المنتجين الذين يساهمون في العرض السياحي . ومنهم من يكون داخل القطاع السياحي مثل اصحاب الفنادق والمطاعم والمكاتب السياحية ووسائل النقل ... الخ، ومنهم من يكون خارج حدود القطاع السياحي مثل محطات توليد الكهرباء والوقود والغاز ومشاريع البنى التحتية الاخرى والاسواق والاfran ... الخ . وهكذا فان لكل منتج دوره الخاص في تصنيع جزء من العرض السياحي .

9- العرض السياحي غير مرن تجاه الاسعار . اذ تعرف المرونة السعرية للعرض على انها " مدى استجابة المنتجين للتغيير في اسعار السلع والخدمات "، وتقاس باستخدام (معامل مرونة العرض) والذي يعرف على انه " النسبة بين التغيير في الكميات المعروضة كرد فعل للتغيير في اسعارها .

ويعبر عن ذلك رياضيا :

$$E_{St} = \frac{\frac{\Delta Q_{st}}{Q_{st}}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q_{st}}{Q_{st}} \cdot \frac{P}{\Delta P} = \frac{\Delta Q_{st}}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q_{st}}$$

إذ أن E_{St} معامل مرونة العرض السياحي

ΔQ_{st} التغيير النسبي في الكميات المعروضة

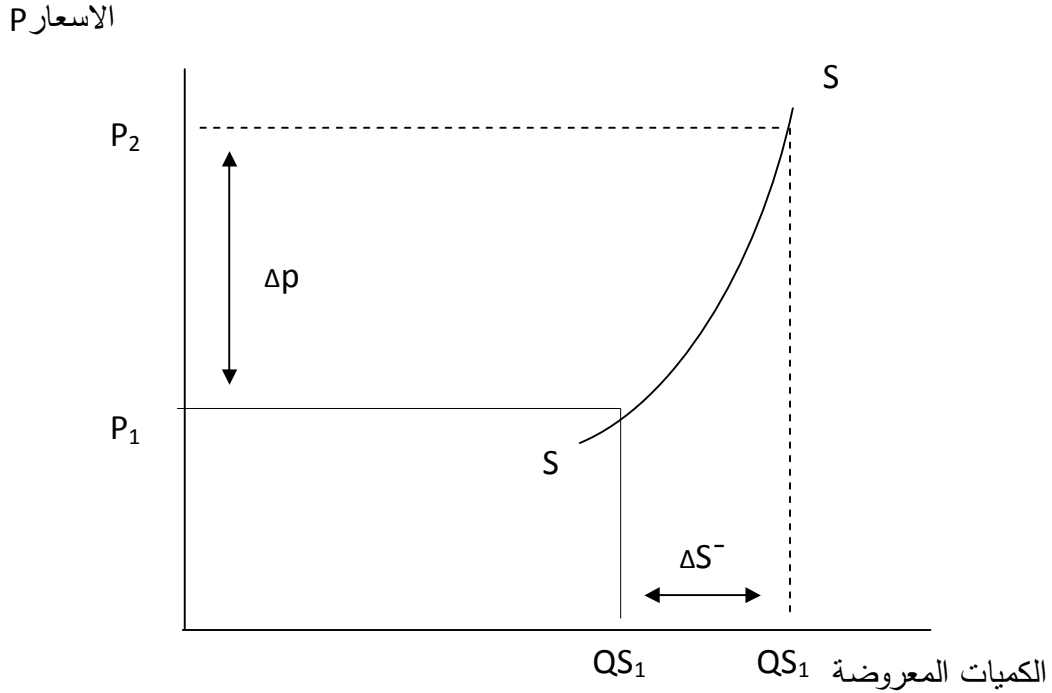
ΔP التغيير النسبي في الاسعار

Q_{st} الكمية السياحية المعروضة

P السعر

وهناك خمس حالات لمرونة العرض بشكل عام وهي (عديم المرونة، غير مرن، متكافئ المرونة، مرن، تام المرونة) . والسؤال الذي يطرح نفسه هو : أي من هذه الحالات الخمسة تنطبق على العرض السياحي ؟ .

كقاعدة عامة يكون العرض السياحي في الظروف الاعتيادية عرضا غير مرن، ويمكن التعبير عن ذلك كما في المخطط البياني الآتي :



شكل (11)

" مرونة العرض السياحي "

ويتضح من المخطط ان :

العرض السياحي غير مرّن، اي ان نسبة التغير في الكمية المعروضة من مستلزمات السياحة اقل من نسبة التغير في سعر الخدمة المقدمة .

وان قيمة معامل المرونة ستكون اكبر من صفر واقل من واحد .

وهكذا يتضح ان درجة استجابة المنتج او المستثمر في النشاط السياحي للتغيرات في اسعار الخدمات السياحية تكون منخفضة جدا ، على الاقل في الامد القصير، ويعزى سبب ذلك الى :

أ- عامل الوقت الذي يقصد به الوقت اللازم لاجراء التغيير والتحويل على الطاقة الانتاجية استجابة للتغيير في اسعار الخدمات السياحية وكلما طال الوقت اصبح العرض غير مرّن، المعروف ان بناء فندق مثلا او منتجعا سياحيا نتيجة لزيادة اسعار الايواء، ليس بالامر الهين ويتطلب وقتا طويلا ، مما يقلل من مرونة العرض السياحي .

ب- كثافة رأس المال الثابت، اذ ان عملية اجراء التغيير والتحويل على رأس المال الثابت عملية صعبة ومعقدة، تحتاج الى تكاليف عالية وجهد كبير، ووقت طويل لذا يكون العرض غير مرن في حالة اعتماده الكبير على رأس المال الثابت . وطالما ان العرض السياحي الذي يعتمد بكثافة على رأس المال الثابت المتمثل بالابنية والاثاث والديكورات والمعدات الموجود بالمنشآت السياحية فيعد عرضا غير مرن .

ت- العامل الطبيعي، فكلما كان العرض يعتمد على العامل الطبيعي فهذا يعني ان المنتج محكوما بالعامل الطبيعي والذي يصعب التحكم فيه لذا يصبح العرض غير مرن . اما بالنسبة للعرض السياحي فجزء كبير منه يعتمد على العامل الطبيعي وخاصة عامل المناخ الذي يحتم على المنتج في النشاط السياحي ان يقدم عرضه فقط في موسم الذروة السياحية الملائم، ويعجز عن تقديم عرضه في بقية المواسم الاخرى . وهكذا فان العرض السياحي يتأثر بشكل كبير بالعامل الطبيعي بحيث يجعل منه عرضا غير مرن .

ث- القابلية على الخزن، اذ يعتبر المخزون صمام امان يستخدمه المنتج للتحكم في كمية العرض . ومن ثم فان غالبية السلع التي لديها القابلية على الخزن يكون عرضها مرن . فمثلا السجاد كسلعة قابلة للخرن يتم تخزين انتاجها من موسم الصيف لكي يعرض للبيع في موسم الطلب موسم الشتاء البارد . والعكس بالنسبة لاجهزة التبريد التي يخزن منتوجها في موسم الشتاء لكي تعرض في موسم الصيف حيث الطلب عليها مرتفع . وطالما ان المنتج السياحي هو منتج خدمي بالدرجة الاساس وغير قابل للخرن فيكون عرضه غير مرن .

ج- القابلية على النقل، فاذا كان بالامكان نقل السلعة من سوق لآخر فان هذه الميزة تساعد المنتج على التحكم بكمية العرض حسب حالة الطلب والاسعار بالاسواق المختلفة . اذ يعتمد المنتج على زيادة الكميات المعروضة في السوق التي يكون الطلب قائما فيها على السلعة المنتجة بالاضافة الى ارتفاع سعرها . والعكس صحيح اذ يقلص من كمية عرضها في السوق الذي يقل فيه الطلب على السلعة المنتجة ويكون سعرها منخفض . وهكذا فان المرونة تكون عالية في عرض السلع القابلة للنقل الا ان العرض السياحي يمتاز بعدم امكانية نقله بين الاسواق . والمعتاد في السوق السياحية ان المستهلك (السائح) هو الذي ينتقل الى اماكن القصد السياحي لكي يستطيع ان يشتري المنتج السياحي . وبذلك يكون العرض السياحي فاقدا لميزة النقل فيكون عرضه غير مرن .

ح- القابلية على التحويل، فهناك بعض المشاريع الصغيرة التي من الممكن اجراء بعض التحويلات غير المكلفة عليها لتحويل نمط انتاجها من سلعة كاسدة الى سلعة رائجة بحسب حالة الطلب في السوق . يكون هذا الاجراء منطقي وغير مكلف بما يؤدي الى زيادة المرونة لدى بعض المنتجين . وتحصل هذه الحالة مثلا في بعض المحلات الصغيرة، فاذا ما قلّ الطلب على سلعة الاقمشة بسبب قلة الطلب عليها فبامكان المنتج ان يدوّر محله لبيع الالبسة الجاهزة لان الطلب عليها رائج . الا ان المنشآت السياحية كالفنادق مثلا مصممة هندسيا خصيصا لتقديم خدمات الايواء والطعام والشراب . وان تغيير بناية الفندق لبيع سلع من نمط آخر، يكون غير منطقي ومكلفا جدا ، لذا يكون العرض السياحي عرضا غير مرّن .

وهكذا، فوجود هذه العوامل الستة جميعها او جزءا منها كمحددات ستقلل من مرونة العرض السياحي وتجعل منه عرضا غير مرّن . وهذه هي القاعدة العامة في العرض السياحي . لكن هناك بعض الاستثناءات المحدودة من الممكن ان يستفاد منها المنتج في النشاط السياحي لاضفاء طابع من المرونة على بعض العروض السياحية مثل :

أ- الاستعانة بالمخيمات السياحية لتوسيع الطاقة الايوائية للعرض السياحي . فبالامكان انشاء مخيم سياحي في شمال العراق في موسم الصيف بوقت قصير لسد حاجة الطلب على الايواء في موسم الذروة . وبعد الانتهاء من موسم الذروة يمكن تخزين الخيم السياحية او نقلها الى منطقة الاهوار بجنوب العراق حيث الطلب على سياحة الاهوار يكون قائما في موسم الشتاء .

ب- الاستعانة بالكرفانات السياحية القابلة للنقل، اذ من الممكن الاستفادة منها لتوسيع الطاقة الايوائية في موسم الصيف شمال العراق، وهناك امكانية لنقلها والاستفادة منها لسد حاجة السياحة الشتوية في جنوب العراق .

ت- استخدام الفنادق النقلة (البواخر) لتوسيع الطاقة الايوائية في بعض المناسبات مثل اقامة دورة كاس العالم لكرة القدم او الدورات الاولمبية ... الخ . الا ان هذه الحالة ممكن ان تحصل فقط في الموانئ والمدن المطلة على البحار والمحيطات التي تمتلك ارسفا بحرية تستوعب هذه البواخر .

ث- تخصيص بعض العوائل المقيمة في المصايف قسما من غرف المنزل لاستضافة السياح في مواسم الذروة السياحية .

ج- الاستعانة باستخدام العمالة المؤقتة او العمالة الموسمية للعمل على زيادة عرض العمل كجزء من العرض السياحي .

ح- استخدام المزيد من المواد الأولية مثل اللحوم والخضراوات والفواكه لزيادة عرض الاطعمة والمشروبات كجزء من العرض السياحي .

ثالثا : العوامل المحددة للعرض السياحي

تختلف كمية ونوعية العرض السياحي من بلد لآخر ومن موقع لآخر، ويرجع سبب ذلك الى مجموعة العوامل المحددة والمؤثرة تأثيرا مباشرا في العرض السياحي وهي :

1- **العامل الطبيعي** : سوف نلاحظ في الفقرة القادمة ان العامل الطبيعي يشكل جزءا كبيرا من مكونات وعناصر العرض السياحي . لا بل هو الاساس الذي يرتكز عليه عرض الخدمات السياحية . فالاقليم الزاخر والغني بالمعالم السياحية الطبيعية يشكل عامل استقطاب مهم لاستثمار رؤوس الاموال في الانشطة السياحية، وهذا يعني بناء العديد من المنشآت السياحية المختلفة فيه، مما يؤدي الى نمو وازدهار العرض السياحي في الاقليم . وبذلك تكون العلاقة طردية بين العامل الطبيعي والعرض السياحي، فكلما توافر العامل الطبيعي زاد العرض السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة .

ويعد سبب نجاح السياحة في اسبانيا وفرنسا وايطاليا وتركيا والولايات المتحدة الامريكية .. الخ هو توافر العامل الطبيعي مثل السواحل المطلة على البحار والجبال والغابات والاراضي الخضراء والمناخ الملائم ... الخ . وعلى صعيد العراق يلاحظ ان غالبية الاستثمار السياحي يجذب نحو كردستان العراق وذلك لتوافر العرض السياحي الطبيعي فيها والمتمثل بالمناخ الملائم في موسم الصيف مقارنة بمناطق العراق الاخرى وكذلك الجبال والشلالات والغابات والاراضي الخضراء مما أدى الى نمو العرض السياحي في الاقليم بوتائر عالية وخاصة بعد عام 2003 اذ تمتع اقليم كردستان العراق بالامن والامان واصبح اقليما جاذبا للاستثمار بشكل عام والاستثمار السياحي بشكل خاص .

2- **اسعار المنتج السياحي** : وهو احد العوامل الاقتصادية المهمة التي تتحكم بالعرض السياحي . فزيادة اسعار المنتج السياحي مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة تعني تحقيق المزيد من الارباح للمستثمرين في النشاط السياحي، مما يشجع على استقطاب مستثمرين جدد للدخول في ميدان صناعة السياحة واستثمار اموالهم في بناء المزيد من المنشآت السياحية فينمو ويزدهر العرض

السياحي . وهكذا فان العلاقة طردية بين اسعار المنتج السياحي والعرض السياحي، فكلما زادت اسعار المنتج السياحي زاد العرض السياحي، والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة .
ويعد عامل السعر عاملا اساسيا لازدهار السوق السياحية ولتطور العرض السياحي وخاصة في الانظمة التي تعتمد اسلوب الاقتصاد الحر . ولا بأس ان نحذر بأن أي تدخل من قبل الحكومة في تحديد أسعار المنتج السياحي وجمود هذه الاسعار لفترات طويلة سيكون عائقا أمام تطور العرض السياحي . وبالإمكان توضيح العلاقة بين أسعار المنتج السياحي وكمية العرض السياحي من خلال مخطط بياني، اذ بالإمكان الرجوع الى الشكل (11) المعروض سابقا ضمن الفقرة ثانيا من الفصل نفس .

3- **تكاليف عوامل الانتاج :** ان أي عملية انتاجية لا تتحقق الا بالاستعانة بعناصر الانتاج الاربعة (الارض، رأس المال، العمل، التنظيم) . والمنتج في النشاط السياحي يستخدم نفس هذه العناصر. وتعد التكاليف من العوامل المادية او الاقتصادية التي تتحكم بالعرض السياحي في انظمة الاقتصاد الحر . فانخفاض تكاليف عوامل الانتاج السياحية مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة، يعني زيادة الارباح لدى المستثمرين في النشاط السياحي، مما يحفز اصحاب رؤوس الاموال للدخول في ميدان صناعة السياحة كمستثمرين جدد، وبناء المزيد من المنشآت السياحية ومن ثم نمو وازدهار العرض السياحي . وهكذا فان العلاقة بين تكاليف عوامل الانتاج والعرض السياحي تكون عكسية، فكلما انخفضت تكاليف الانتاج زاد العرض السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة .
وفي الدول النامية بإمكان الحكومات تقديم الدعم للمنتجين في ميدان صناعة السياحة من اجل تخفيض تكاليف الانتاج واستقطاب المزيد من اصحاب رؤوس الاموال للاستثمار في صناعة السياحة. ويتحقق هذا الدعم من خلال اعتماد سياسة سياحية داعمة للاستثمار السياحي باستخدام العديد من الوسائل الاقتصادية منها مثلا :

- أ- اعتماد سياسة ضريبية تميز النشاط السياحي عن الأنشطة الاخرى وبما يؤدي الى تخفيض الضرائب على المستثمرين في النشاط السياحي .
- ب- اعفاء او تخفيض الرسوم الكمركية على عناصر الانتاج المستوردة لحساب المستثمرين في النشاط السياحي .

ت- العمل على توفير خدمات البنى التحتية التي تعد أساسا ومرتكزا لقيام الاستثمار السياحي من خدمات الكهرباء والماء والطرق والجسور ... الخ للمشاريع السياحية أينما وجد الاستثمار السياحي .

ث- اعطاء امتياز لأصحاب المشاريع السياحية فيما يخص اسعار الطاقة الكهربائية والماء والوقود، فتخفيض اسعار هذه الخدمات يقلل من تكاليف الانتاج ويدعم الاستثمار السياحي .

ج- توفير القروض الميسرة وباسعار فائدة منخفضة وبأقساط تسديد مريحة للمستثمرين بالنشاط السياحي .

ح- وقد يصل الامر الى حد تقديم المنح المالية لدعم المشاريع السياحية في بعض الحالات المحدودة .

4- استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة : إذا كان الاقتصاد القومي للبلد على درجة عالية من التطور ولديه وسائل تكنولوجية متطورة وبتقنيات حديثة وذات كفايات انتاجية عالية، فمن الممكن أن تسخر في عملية بناء المشاريع السياحية وتؤدي الى تقليل تكاليف المشاريع السياحية والاقتصاد في الوقت اللازم لانجازها . وهذا يؤدي بالنتيجة الى تحقيق وتائر عالية في عملية التنمية السياحية مما يؤدي الى تطور وازدهار العرض السياحي . إذن العلاقة طردية بين استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة والعرض السياحي . فكلما تم استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة في عملية بناء المشاريع السياحية زاد العرض السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة.

وقد لا يقتصر استخدام الوسائل التكنولوجية المتطورة فقط في بناء المشاريع السياحية، بل يتم استخدامها ايضا في عملية تشغيل المنشآت السياحية . فبإدخال الحاسوب ومكننة العمل في الفنادق السياحية مثلا يطور أداء الادارات السياحية في عمليات الحجوزات . الا انه لابد من التنكير أن العرض السياحي يعتمد بكثافة على عنصر العمل، وان هناك صعوبة بامكانية احلال الماكينة محل عنصر العمل في الانشطة السياحية والفندقية . لذلك يبقى تأثير التكنولوجيا في تشغيل المنشآت السياحية محدودا مقارنة باستخدامها في عملية بناء المنشآت السياحية.

5- اهداف القيادات العليا المشرفة على النشاط السياحي : لقد أشرنا في النقطة الثانية والثالثة الى مدى أهمية أسعار المنتج السياحي وتكاليف عناصر الانتاج السياحية وكيفية تحكمها كعوامل مادية اقتصادية في العرض السياحي خصوصا في الانظمة ذات الاقتصاد الحر . والحقيقة أن تأثير

الاسعار والتكاليف في العرض السياحي يأتي من خلال تأثيرهما في الارباح . إذ إن ارتفاع اسعار المنتج السياحي مع انخفاض تكاليف عناصر الانتاج السياحية يعني زيادة الارباح في النشاط السياحي مما يشكل عامل جذب للمستثمرين لاستثمار رؤوس اموالهم في ميدان صناعة السياحة بما يؤدي بالنتيجة النهائية الى نمو وازدهار العرض السياحي .

والحقيقة ان هذه العملية تتحقق في الاقتصاد الحر بموجب آلية تلقائية تسمى بآلية الاسعار . فارتفاع اسعار المنتج السياحي وانخفاض اسعار عوامل الانتاج السياحية يعد مؤشرا باتجاه المزيد من الاستثمار السياحي والعكس صحيح . الا ان الحال يختلف تماما في الانظمة الاشتراكية والتنمية . فالعوامل المادية الاقتصادية (السعر، التكاليف، الربح) هي بعض العوامل المتحكمة بالعرض السياحي وليس الوحيدة . فالعرض السياحي في الانظمة الاشتراكية والتنمية يعتمد بالدرجة الاساس على الاهداف المرسومة له من قبل القيادات العليا للبلد والمثبتة ضمن السياسة الاستراتيجية للسياحة . وهذه الاهداف ربما تعطي اولوية للعوامل السياسية والاعلامية والاجتماعية والانسانية قبل الاهداف المادية الاقتصادية . وهكذا فان العرض السياحي يعتمد على نظرة القيادات العليا للبلد الى السياحة .

فاذا ما إرتأت القيادة العليا للبلد بأن تكون السياحة واجهة سياسية واعلامية مشرقة من أجل اعطاء تصور ايجابي للسياح الاجانب الوافدين الى البلد، فانها سوف تقدم المزيد من الدعم للاستثمار السياحي من أجل النهوض بالتنمية السياحية ودعم العرض السياحي بغض النظر عن الاهداف المادية (الربح او الخسارة) .

واذا ما إرتأت القيادة العليا للبلد بأن تكون السياحة عاملا مهما لتوطيد العلاقات الاجتماعية والانسانية بين المواطنين في مختلف المحافظات والأقاليم، وكذلك لترفيه المواطنين، فانها سوف تقدم المزيد من الدعم للاستثمار في مجال السياحة الداخلية وهذا حتما سوف يؤدي الى نمو وازدهار العرض السياحي .

واذا ما إرتأت القيادة العليا للبلد التركيز فقط على السياحة الدينية، فانها سوف تقدم المزيد من الدعم للاستثمار في مجال السياحة الدينية وهذا سوف يؤدي الى نمو وازدهار العرض السياحي في مجال السياحة الدينية فقط، وتراجع العرض السياحي في الانماط السياحية الاخرى .

وهكذا فان العرض السياحي في الانظمة الاشتراكية والتنمية ربما يعطي اولويات للعوامل غير المادية ويقدمها على العوامل المادية للتحكم بمصير العرض السياحي في البلد كما ونوعا .

وان السياسة السياحية المرسومة من قبل القيادات العليا للبلد هي التي تحدد مسار العرض السياحي في البلد .

- وهناك عوامل أخرى ثانوية مؤثرة في العرض السياحي يشير اليها الباحثون لكنها أقل أهمية ومنها :
- أ- الموقع الجغرافي للبلد وقربه عن البلدان الرافدة للسياح . فاحدى عوامل نجاح العرض السياحي في اسبانيا وايطاليا مثلا هو قربهما من مجموعة بلدان اوروبا الغربية والتي تمتاز بارتفاع الدخل القومية لها وارتفاع المستوى المعاشي لسكانها، مما يجعلها من أهم البلدان الرافدة للسياح .
 - ب- مشاريع البنى التحتية ومدى توافرها في اماكن القصد السياحي . إذ أن وجودها سوف يدعم الاستثمار السياحي فيها ويقلل من تكاليف الانتاج بما يؤدي الى نمو وازدهار العرض السياحي .
 - ت- مقومات الضيافة واهمها الملاك السياحي المتخصص . فتوافر هذا الملاك ضمن السوق المحلية يعني انخفاض الاجور مقارنة مع اجور العمالة الاجنبية التي قد يضطر الى استقطابها في حالة خلو السوق السياحية المحلية من الملاك السياحي المتخصص . فاذا ما توافر الملاك السياحي محليا وباجور مناسبة فهذا سوف يؤدي الى تقليل تكاليف عنصر العمل وينعكس ايجابيا على العرض السياحي .
 - ث- امكانات البلد التاريخية والاثريّة والتراثية ومدى توافرها في البلد . فمخلفات حضارة وادي الرافدين والحضارة الفرعونية والحضارة اليونانية والحضارة الرومانية حتما تؤثر ايجابيا في العرض السياحي في العراق ومصر واليونان وايطاليا وعلى الاقل فانها تنشط نمط السياحة التاريخية فيهم .
 - ج- الاماكن والعتبات المقدسة ومدى توافرها في البلد . فالعتبات المقدسة في مكة والمدينة جعلت من المملكة العربية السعودية محط انظار المسلمين مما ادى الى ازدهار السياحة الدينية فيها . وكذلك العتبات المقدسة في كربلاء والنجف والكاظمية وسامراء في العراق والتي يتمنى المسلمون في كل أرجاء المعمورة زيارتها، أثرت ايجابيا على تطور العرض السياحي في العراق .
 - ح- شبكة النقل والمواصلات والموانئ والمطارات والجسور والاتصالات الحديثة التي تقدم التسهيلات للسياح تؤثر ايجابيا في العرض السياحي .

رابعاً : عناصر العرض السياحي

نظراً لتعدد وتداخل عناصر ومكونات العرض السياحي، فقد تعددت الدراسات التي تناولت تصنيف عناصر الانتاج السياحي، حتى ان بعضها كان يتقاطع مع الاخرى، وكل له رأيه الخاص بها . الا اننا سوف نتناول استعراض عناصر العرض السياحي بشكل مبسط وسهل . وكمدخل في هذه الفقرة لابد من تعريف عناصر العرض السياحي وهي " مجموعة المقومات المكونة للعرض السياحي " . وبدون هذه المقومات لا يمكن توافر العرض السياحي . والمقومات من حيث التعبير اللغوي تعني الاسس او المرتكزات او الدعامات التي يقوم عليها بناء الشيء . وعلى صعيد العرض السياحي فان المقومات تعني الجاذبيات والمغريات القادرة على جلب السياح الى منطقة ما وابقائهم فيها لمدة مؤقتة من الزمن . وهذه المقومات هي :

1- **المقومات الطبيعية** : ويقصد بها المقومات ذات الاصل النابع من الطبيعة . بتعبير آخر كل الجاذبيات الموجودة في البيئة الطبيعية وتضم :

أ- الارض، أي السمات الطبيعية للارض بحيث تشكل عاملاً جاذباً للسياح مثل هيكल تضاريس الارض والجبال والوديان والسهول والكهوف وتكسرات الصخور .

ب- المناخ، إذ يجب أن تتوفر شروط معينة بالمناخ لكي يكون مناخاً سياحياً ملائماً وهي :

- اعتدال في درجات الحرارة
- انخفاض في نسب الرطوبة
- توافر اشعة الشمس
- نقاوة الهواء وعدم تلوثه
- بالاضافة الى الامطار والثلوج وسرعة الرياح .

ت- المياه بمختلف انواعها وهي :

- المياه الجوفية سواء كانت صالحة للشرب أم مياه معدنية أم مياه حرارية .
- الانهر بمختلف اطوالها واحجامها وعمقها
- البحيرات الطبيعية منها والاصطناعية مثل خزانات السدود .
- البحار والمحيطات .

- المساقط المائية او الشلالات .
- ث- الغطاء النباتي كالغابات والحشائش والاشجار المختلفة والمناطق الخضراء والاراضي المزروعة والادغال والبساتين .
- ج- الحيوانات مثل الاسماك والطيور والحيوانات المتوحشة سواء كانت حرة في الطبيعة أم في حدائق الحيوانات او المحميات وحيوانات الصيد .
- ح- مناطق الجمال الطبيعي الفريدة، سواء كانت طبيعية وبرية غير مستغلة مثل (البراكين وقمم الجبال التي يكسوها الجليد في موسم الصيف والكهوف والمغارات الطبيعية والصحارى والاهوار) او مستغلة مثل (بعض الكهوف التي حولت الى مطاعم، او بعض ينابيع المياه المعدنية التي استغلت كحمامات، او جسور صخرية من صنع الطبيعة) .
- 2- المقومات البشرية :** ويقصد بها المقومات الناتجة عن الجهود البشرية، سواء في الوقت الحاضر أم في الماضي القريب او البعيد . وتضم :
- أ- السكان من حيث الاعداد والملامح البشرية المميزة .
- ب- التاريخ والتراث والثقافة مثل المواقع التاريخية والأثرية القديمة كالاهرامات ووادي الملوك في مصر وبابل واور في العراق بالإضافة الى المتاحف وما تحويه من آثار وكذلك الابنية والشواخص والنصب والأبراج مثل نصب الجندي المجهول وبرج ايفل في باريس وبرج العرب في دبي .
- ت- العتبات المقدسة والمرابد الدينية والمزارات مثل بيت الله الحرام في مكة وقبر الرسول (ص) في المدينة والعتبات المقدسة للائمة الطاهرين في العراق وبيت المقدس في فلسطين والفاتيكان في ايطاليا .
- ث- العمالة من حيث الاعداد والمهارة والتخصص والتدريب والتأهيل والخبرة .
- ج- روح الضيافة وتعني مشاعر الود والاحترام اتجاه السياح والاستعداد لخدمتهم والتعايش معهم وعدم استغلالهم بما يوفر الشعور بالامان والاطمئنان للسياح .
- ح- سمات المعاصرة والحدثة وتشمل مراكز العلم والمعرفة بالإضافة الى المناسبات والمواسم والفعاليات الفنية والمهرجانات والكرنفالات والمعارض .
- 3- المقومات المساعدة والتكميلية :** وتعني الخدمات والتسهيلات التي يحتاجها السياح في أماكن القصد السياحية بحيث تمكنهم من التمتع بالمقومات الطبيعية والمقومات البشرية المشار اليها سابقا .

وبدون المقومات المساعدة تبقى المقومات الطبيعية والبشرية مجرد كواامن ليست قادرة على الاستجابة للطلب السياحي او سد حاجاتهم او رغباتهم من السياحة . وتشمل ما يأتي :

أ- المرافق والخدمات العامة، وتعني الخدمات التي تقدم لعموم السكان ويستفاد منها ايضا السياح وهي (سبل الوصول الى اماكن القصد السياحي، وسبل التنقل داخل أماكن القصد السياحي، وبالإضافة الى خدمات الاتصالات والخدمات الطبية ومرافق الخدمات العامة الاخرى) .

ب- المرافق والخدمات المتخصصة، وتعني الخدمات التي تقدم خصيصا للسياح وتشمل :

- اماكن الايواء المختلفة

- اماكن الطعام والشراب المختلفة

- اماكن اللهو والتسلية والترفيه والرياضة

ت- المرافق والخدمات الوسيطة وتضم :

- الخدمات المعلوماتية مثل الصحافة المتخصصة ومكاتب الاعلان والترفيه، وغرف التجارة والهيئات السياحية .

- الخدمات التنظيمية مثل وكلاء السفر ومنظمي الرحلات الشاملة والنوادي والمنظمات السياحية

- الخدمات التوضيحية والارشادية مثل مراكز استقبال السياح والمعارض السياحية ولوحات الارشاد والدلالة ونقاط التوقيف والاستراحة والمماشي البرية والايحائية والمرشدين والادلاء المرافقين السياحيين .

وبعد هذا الاستعراض المطوّل لعناصر ومكونات العرض السياحي يمكن عرضها جميعا في

جدول واحد وكالاتي :

مخطط (1)

مخطط لعناصر ومكونات العرض السياحي الرئيسية والفرعية والجزئية

المكونات الرئيسية	الفرعية	المكونات الجزئية للمكونات الفرعية
المكونات الطبيعية	أ- الأرض ب- المناخ ت- المياه ث- الغطاء النباتي ج- الحياة البرية ح- مناطق الجمال الطبيعي الفريدة	1- الموقع 2- المساحة 3- السمات السطحية 4- الشكل العام 5- الفروقات الحرارية 6- الامطار 7- الثلوج 8- الجوفية 9- الانهر 10- البحيرات 11- المساقط المائية 12- الغابات 13- البساتين 14-حيوانات الصيد 15- الطيور 16- الاسماك 17-مطورة 18- غير مطورة
المكونات البشرية	خ- السكان د- العمالة ذ- الضيافة ر- التراث ز- المعاصرة	19-الاعداد 20-السمات والملاح 21-الرغبة 22-الاعداد 23-مستوى المهارة 24-مراكز التعليم المتخصص 25-الاستعداد 26-الود 27-الاستغلال 28-الامان 29-الاثار 30-التاريخ 31-الفلكلور 32-المراقد الدينية 33-المناسبات 34-المواسم 35-المهرجانات 36-مراكز العلم والمعرفة
المكونات المساعدة	س- العامة ش- المتخصصة ص- الوسيطة	37-امكانية الوصول 38-سبل التنقل 39-مرافق الخدمة العامة 40-الايواء الفردي 41-الايواء الجماعي 42-الاطعام والشراب 43-التسلية واللهو 44-الترويج والرياضة 45-الرعاية الصحية 46- الصحافة المتخصصة 47-الوكالات المتخصصة 48-غرف التجارة 49-هيئات السياحة الرسمية 50-وكالات السفر 51-منظمي الرحلات الشاملة 52-نوادي السفر 53-الجمعيات الشبابية 54- مراكز الارشاد 55- المعارض 56- المسققات 57-لوحات الدلالة 58-محطات الاستراحة 59- المماشي 60- الادلاء والمرشدين السياحيين

وفي نهاية هذا الفصل هناك سؤال مهم جدا يثار الا وهو ماهي وحدة قياس العرض السياحي ؟
بعد ان عرفنا بأن الطلب السياحي يقاس بعدد من المقاييس الاحصائية الكمية مثل أعداد السياح أو أعداد
النزلاء في الفنادق أو أعداد الغرف المبيعة أو أعداد الاسرة المبيعة . أما وحدة قياس العرض السياحي
فانه على الرغم من وجود مكونات كثيرة ومتداخلة تشكل بمجموعها العرض السياحي، الا انها كلها
تتلاشى عندما نود قياس كمية العرض السياحي لتبقى فقط مقاييس الطاقة الايوائية إذ نعبر عن العرض
السياحي اما بعدد الفنادق وأماكن الايواء المختلفة أو باعداد الغرف المعروضة أو بعدد الاسرة
المعروضة . فنقول مثلا إن الطاقة الايوائية للمنطقة السياحية الفلانية تبلغ مثلا (4000 سرير / ليلة) .
وهذا يمثل العرض السياحي لليوم الواحد . وإذا ما اردنا قياس الطاقة الايوائية السنوية لنفس المنطقة
الافتراضية، فسوف نقوم بضرب الطاقة الايوائية اليومية في 365 يوم. وبذلك فان الطاقة الايوائية
السنوية ستكون 1460000 سرير سنويا . ومن الناحية العملية فان المقياس الاول (سرير/ليلة) هو
الاكثر استخداما وشيوعا .

أسئلة الفصل الثالث

- س1: ماذا نعني بالعرض بشكل عام ؟ وماهي المواصفات التي تميزه عن العروض الاخرى ؟
- س2: عرف العرض السياحي و اشرح العوامل المحددة له؟
- س3: ماهي عناصر او مقومات العرض السياحي؟ عددها مع الشرح؟
- س4 : ما هي المقومات المساعدة والتكميلية للعرض السياحي ؟
- س5 : ماذا نعني بمرونة العرض السياحي ؟ وما هي الصيغة الرياضية التي تمثلها ؟
- س6 : ما هي اسباب انخفاض درجة استجابة المنتج او المستثمر في النشاط السياحي للتغير في اسعار الخدمات السياحية ؟
- س7 : هناك عوامل اخرى ثانوية فضلا عن العوامل الرئيسة تكون مؤثرة في العرض السياحي، عددها؟

السياحة والدخل القومي

أولاً : تعريف الدخل القومي

ثانياً : طرق احتساب الدخل القومي

ثالثاً : تعريف الدخل السياحي

رابعاً : طرق احتساب الدخل السياحي

أهداف الفصل الرابع

يهدف هذا الفصل إلى :

- تعريف الطالب بمفهوم الدخل القومي وطرق احتسابه .
- التعريف بالدخل السياحي وكيفية احتسابه واثـر السياحة عليه .

أولا : تعريف الدخل القومي

1- تقديم :

تعد دراسة الدخل القومي من أهم المؤشرات التي تعطي صورة رقمية عن النشاط الاقتصادي في البلد بشكل يظهر لنا حجم التدفقات والمعاملات والاستهلاك والادخار والاستثمار . بمعنى آخر فإن حسابات الدخل القومي تهتم بقياس وتحليل عناصر الدخل القومي وأوجه استخداماته في الانفاق على السلع والخدمات النهائية التي انتجت في الاقتصاد القومي لبلد ما خلال مدة محددة من الزمن عادة تكون سنة .

ويعد الدخل القومي من أهم المؤشرات الاقتصادية لقياس قوة الاقتصاد القومي سواء كان ذلك على مدار السنوات فيقال مثلا ان الدخل القومي للبلد الفلاني في السنة الحالية قد تحسن عن ما كان عليه في السنة السابقة، او للمقارنة بين قوة الاقتصاد القومي للبلد مقارنة بالبلدان الاخرى فيقال مثلا ان الدخل القومي في كوريا الجنوبية أعلى من الدخل القومي لكوريا الشمالية .

2- مفاهيم الناتج القومي (National Product) والدخل القومي (National Income)

لتوضيح العلاقة بين المصطلحين لابد من التأكيد على أنهما (الناتج القومي والدخل القومي) وما هما الا مصطلحين للتعبير عن مفهوم واحد . او انهما وجهان لعملة واحدة . فالناتج القومي هو " مجموع السلع والخدمات النهائية المنتجة في البلد خلال مدة سنة " . ولكن كيف يمكن ان نوثق هذا الناتج من السلع والخدمات في السجلات المحاسبية، وكيف يمكن ان ندخل الناتج من السيارات مع الناتج من السلع الزراعية مع الناتج من الخدمات الاخرى في سجل واحد مع اختلاف أقيام كل سلعة او خدمة منتجة . إذن لابد من البحث عن وحدة قياس كمية توحيد أقيام الناتج من السلع والخدمات المتحققة في البلد خلال مدة سنة . وهنا يتم الاستعانة باستخدام القيم النقدية لهذه المنتجات، وهذا ما يوصلنا الى تعريف الدخل القومي اذ يعرف على انه " مجموع أقيام السلع والخدمات النهائية المنتجة في البلد خلال مدة سنة " . إذن الناتج القومي هو عبارة عن تعبير عيني والدخل القومي هو عبارة عن تعبير نقدي والاثنان واحد .

ولتوضيح العلاقة بين الناتج القومي والدخل القومي نستعين بالجدول (3) الاتي :

جدول (3)

" العلاقة بين الناتج القومي والدخل القومي "

اسعار او عوائد عوامل الانتاج دولار	عوامل الانتاج	عملية المزج	الناتج	الكمية المنتجة وحدة	سعر الوحدة دولار	قيمة الناتج دولار
500000	الأرض	يتم مزج عوامل الانتاج بنسب مختلفة	سيارات	48	10000	480000
200000	العمل		حواسيب	100	500	50000
200000	راس المال		مكيفات	500	300	150000
100000	التنظيم		ثلاجات	800	400	320000
1000000						1000000

الدخل القومي = الناتج القومي

1000000 = 1000000

وهكذا فان الناتج القومي لا بد وان يساوي الدخل القومي وهذا ينسجم مع القاعدة العامة التي تقول ان كل دخل يقابل انتاج . وان عوامل الانتاج تمثل المدخلات (Input) والناتج من السلع والخدمات يمثل المخرجات (Output) .

3- الناتج المحلي (Domestic Product) والناتج القومي (National Product)

يقصد بالناتج المحلي " مجموع الناتج المتحقق داخل الرقعة الجغرافية للدولة، بصرف النظر عن جنسية المساهمين بالعملية الانتاجية " . فالاصل هو ما تحقق من ناتج داخل حدود العراق مثلا سواء كان ذلك الناتج للمواطنين من حملة الجنسية العراقية أم للاجانب المقيمين في العراق . اما الناتج القومي فيقصد به " مجموع الناتج المتحقق بواسطة المواطنين من حملة جنسية البلد بصرف النظر عن المكان الذي تحقق في الانتاج " فكل عراقي يقيم خارج البلد يضاف انتاجه الى الناتج القومي العراقي وفي نفس الوقت يطرح منه ما يحققه الاجانب المقيمين في العراق من انتاج .

وهكذا نفهم ان الفرق بين الناتج المحلي والناتج القومي انما هو (صافي دخل الملكية)، والذي هو حاصل طرح تحويلات العاملين الاجانب في العراق الى الخارج من تحويلات العاملين العراقيين المقيمين في الخارج الى داخل العراق .

إذن الناتج القومي = الناتج المحلي - (صافي دخل الملكية)

أي ان الناتج القومي = الناتج المحلي + تحويلات المواطنين العاملين في الخارج الى البلد - تحويلات الاجانب العاملين في البلد الى الخارج

4- الناتج المحلي الاجمالي (G.D.P) : Gross Domestic Product

يعرف على انه " المجموع الاجمالي لاقيام السلع والخدمات المنتجة في البلد خلال مدة سنة " ويلاحظ انه بغض النظر عن الاندثار الحاصل في رأس المال المساهم في العملية الانتاجية . ويقسم الى قسمين :

أ- **الناتج المحلي الاجمالي بسعر السوق**، اذ يتم تقدير الناتج المحلي الاجمالي هنا على اساس الاسعار السائدة (الجارية) في السوق خلال مدة التقدير. ولكن يلاحظ ان العديد من أسعار السلع والخدمات في الاسواق غالباً ما تشتمل على الضرائب غير المباشرة (Indirect tax) والتي تفرض على السلع والخدمات لكي تشكل مورداً لتمويل خزينة الحكومة. وبذلك يكون الناتج المحلي الاجمالي بسعر السوق أعلى مما تحصل عليه عوامل الانتاج.

وقد يحصل العكس عندما تقدم الحكومة دعماً واعانات Subsidies لمنتجي بعض السلع والخدمات عند ذاك سيكون الناتج المحلي الاجمالي بسعر السوق اقل مما تحصل عليه عوامل الانتاج.

ب- **الناتج المحلي الاجمالي بسعر التكلفة**، أي تكلفة عوامل الانتاج. وهو عبارة عن " قيمة الناتج المحلي بسعر السوق مطروحاً من قيمة الضرائب غير المباشرة مضافاً اليه قيمة الدعم والاعانات للانتاج. وبذلك سوف نحصل على المعادلات الآتية :

الناتج المحلي بسعر التكلفة = الناتج المحلي بسعر السوق - الضرائب غير المباشرة + الاعانات.

5- الناتج المحلي الصافي (N.D.P) : Net Domestic Product

ويأخذ بنظر الاعتبار الاندثار الحاصل في رأس المال نتيجة لمساهمته في العملية الانتاجية على عكس الناتج المحلي الاجمالي :

إذن الناتج المحلي الصافي = الناتج المحلي الاجمالي - الاندثار

وعلى نفس الاسس يمكن أن نقول بأن :

الناتج القومي الصافي = الناتج القومي الاجمالي - الاندثار

6- الدخل القومي (National Income) :

ويأخذ بنظر الاعتبار طرح الاندثار في رأس المال وكذلك طرح الضرائب غير المباشرة واطضافة الاعانات الحكومية فتكون المعادلات كالآتي :

الدخل القومي = الناتج القومي الصافي - الضرائب غير المباشرة + الاعانات

إذن الدخل القومي = الناتج القومي الاجمالي - الاندثار - الضرائب غير المباشرة + الاعانات

ثانيا : طرق احتساب الدخل القومي

توجد ثلاث طرق لاحتساب الدخل القومي وهي :

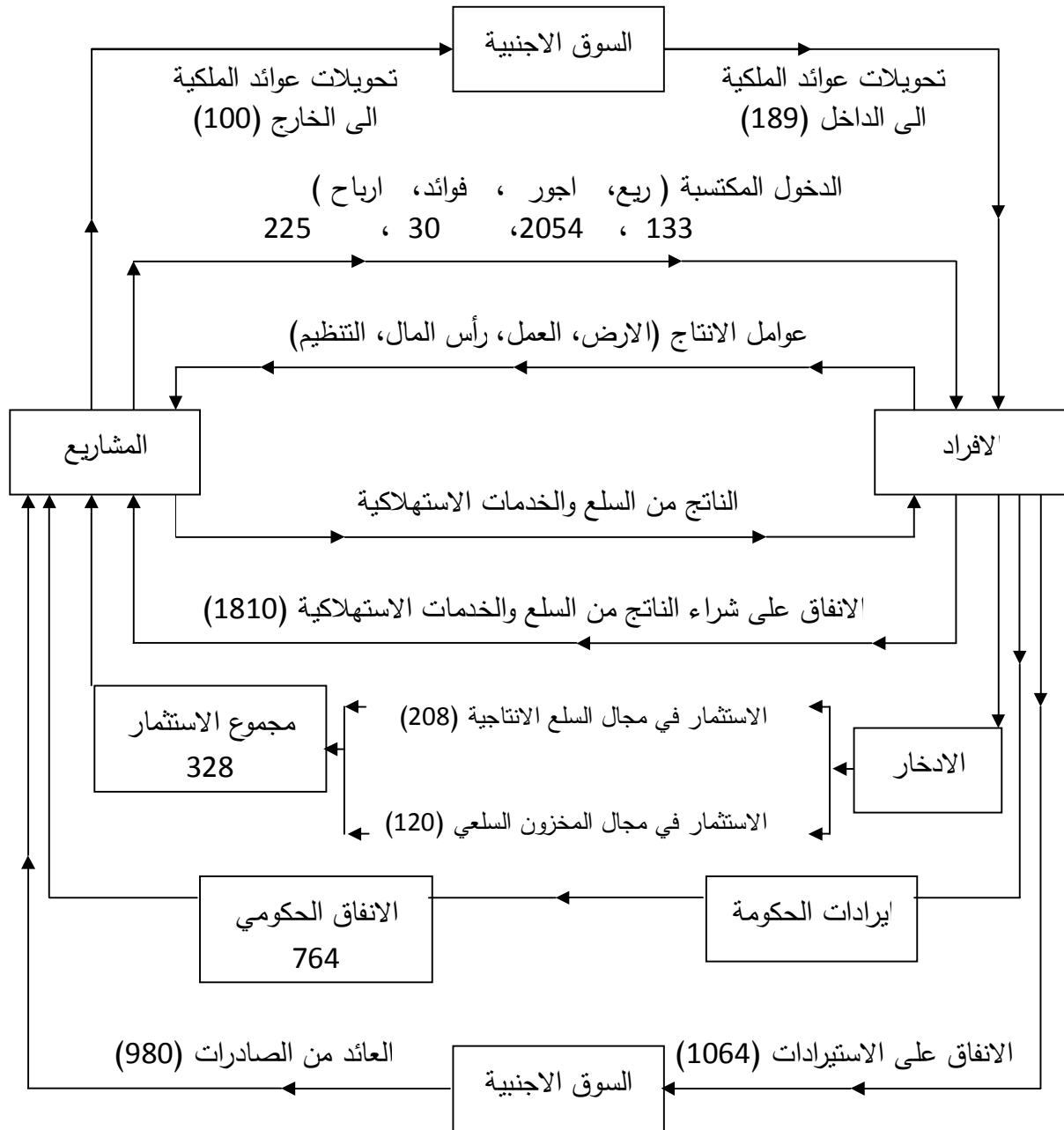
1- طريقة الدخول المكتسبة او طريقة عوائد عوامل الانتاج .

2- طريقة الانفاق .

3- طريقة الناتج

وقبل الدخول في شرح هذه الطرق لابد من الاستعانة بالمخطط المعروض في المخطط (2) الذي

يبين التدفق الدوري للناتج والدخل .



مخطط (2)

التدفق السلعي والنقدي في الاقتصاد القومي

علما بأن : 1- المقياس هو مليون دولار

2- قيمة الاندثار = 38 مليون دولار

استنادا الى المخطط السابق والارقام الواردة فيه يمكننا احتساب الدخل القومي بالطريقة الاولى (طريقة الدخول المكتسبة) والطريقة الثانية (طريقة الانفاق النهائي) وكالاتي :

1- طريقة الدخول المكتسبة او طريقة عوائد عوامل الانتاج :

إن الدخل القومي بموجب هذه الطريقة هو " مجموع الربوع والاجور والفوائد والارباح التي يحصل عليها الافراد نظير تقديم عوامل الانتاج الى المشاريع خلال مدة سنة " . وهنا لابد من شرح مبسط لعوائد عوامل الانتاج وكالاتي :

- أ- **الربيع (R) Rent** : ويشمل عائد او ثمن الارض مقابل استخدامها في العملية الانتاجية ويشمل الناتج من الغلات الزراعية والملكيات العقارية وغيرها .
- ب- **الاجور (W) Wages** : وتمثل عائد عنصر العمل نظير مساهمته في العملية الانتاجية . وهي ذلك الدخل الذي يحصل عليه الفرد مقابل الجهود الجسمية والذهنية، وقد يكون أجر عيني أو أجر نقدي .

- ت- **الفوائد (F) Interest** : وتمثل ثمن استخدام رأس المال في العملية الانتاجية .
- ث- **الارباح (P) Profits** : وتمثل العائد الذي يحصل عليه المنظمون مقابل جهودهم من العملية الانتاجية . وتحسب قبل توزيعها على اصحابها او مستحقيها من مالكي رأس المال وكذلك قبل دفع الضرائب عنها .

وبعد كل هذه الايضاحات يمكن احتساب الدخل القومي وفقا لطريقة الدخول المكتسبة

كالاتي:

الدخل المحلي الاجمالي بسعر التكلفة = الربوع + الاجور + الفوائد + الارباح

$$= 133 + 2054 + 30 + 225 = 2442 \text{ مليون دولار}$$

وللحصول على الدخل القومي الاجمالي تستخدم المعادلة الآتية :

الدخل القومي الاجمالي = الدخل المحلي الاجمالي + تحويلات عوائد الملكية من الخارج -

تحويلات عوائد الملكية الى الخارج

$$= 2442 + 189 - 100 = 2531 \text{ مليون دولار}$$

وللحصول على الدخل القومي الصافي نقوم بطرح الاندثار كما في المعادلة :

الدخل القومي الصافي = الدخل القومي الاجمالي - الاندثار

$$= 2531 - 38 = 2493 \text{ مليون دولار}$$

2- طريقة الانفاق النهائي :

إن الدخل القومي بموجب هذه الطريقة هو " مجموع ما ينفقه الافراد على شراء السلع والخدمات خلال مدة سنة " . وقبل الدخول في طريقة الاحتساب لابد من توضيح الآتي :

أ- **الانفاق على السلع والخدمات الاستهلاكية (C) Consumption** : ويشمل انفاق الافراد على السلع المعمرة وغير المعمرة ونصف المعمرة وكذلك الخدمات مثل التعليم والصحة والاتصالات والسياحة ... الخ .

ب- **الانفاق الاستثماري (I) Investment** : ويمول من ادخارات الافراد ويشمل عنصرين :

- الاستثمار في مجال السلع الانتاجية او كما تسمى بالسلع الرأسمالية .
- الاستثمار في مجال المخزون السلعي من مواد اولية ووسيطه ونهائية . والفارق بين موجودات المخزون في بداية السنة مع نهاية السنة يسمى بصافي الزيادة في الخزين .

ج- **الانفاق الحكومي (G) Government** : ويمول من قبل الضرائب بعد طرح الاعانات منها . وهناك نوعان من الانفاق الحكومي وهي :

- الانفاق الحكومي الذي تتلقى الحكومة مقابلته سلعا او خدمات من قبل المشاريع وهذا الانفاق يعد نشاطا انتاجيا .
- الانفاق الحكومي الذي لا تتلقى الحكومة مقابلته سلعا او خدمات من قبل المشاريع وهذا الانفاق لا يعد نشاطا انتاجيا .

والذي يدخل في حساب الانفاق الحكومي كجزء من الدخل القومي هو النوع الاول فقط.

د- **صافي التجارة الخارجية أو كما يسمى بصافي الصادرات Net Exports** : ويمثل المعاملات الخارجية مع الدول الاخرى من حيث التصدير (X) Export او الاستيراد (M) Import. والفرق بينهم يسمى بصافي التجارة الخارجية وقد يكون موجبا " أو سالبا". وبعد هذه الايضاحات يمكن احتساب الدخل القومي وفقا " لطريقة الانفاق كالآتي:

الانفاق المحلي الاجمالي بسعر السوق = انفاق الافراد على السلع والخدمات الاستهلاكية + الانفاق الاستثماري + الانفاق الحكومي + الصادرات - الاستيرادات

$$= 1064-980+764+328+1810$$

$$= 2818 \text{ مليون دولار}$$

الانفاق القومي الاجمالي بسعر التكلفة = الانفاق المحلي الاجمالي بسعر السوق + صافي عوائد الملكية من الخارج

$$2531 = 89 + 2442 = \text{مليون دولار}$$

الانفاق القومي الصافي بسعر التكلفة = الانفاق القومي الاجمالي بسعر التكلفة - الاندثار

$$2493 = 38 - 2531 = \text{مليون دولار}$$

وهكذا نلاحظ ان قيمة الانفاق القومي الصافي بسعر التكلفة والبالغة (2493) مليون دولار تتساوى مع قيمة الدخل القومي الصافي بسعر التكلفة والبالغة أيضا (2493) مليون دولار. اذا" الطريقتان توصلان الى نفس النتيجة اذا ما كانت الحسابات دقيقة .

3- طريقة الناتج:

ويتم قياس الدخل القومي وفق هذه الطريقة بأسلوبين هما:

أ- **طريقة الناتج النهائي** : يتم بموجب هذه الطريقة احتساب السلع والخدمات النهائية فقط دون احتساب السلع الوسيطة (*)، أي استبعاد جميع المراحل التي تمر بها السلعة في انتاجها وعدها مراحل وسيطة، وان قيمة ما تم انتاجه خلاله قد تم تضمينه داخل قيمة المنتج النهائي واحتساب المرحلة الاخيرة فقط والتي أخذت فيها السلعة شكلها النهائي . وتعتمد هذه الطريقة على المعادلة الآتية:

الناتج المحلي الاجمالي = قيمة الانتاج الكلي في البلد - قيمة المستلزمات الوسيطة

ان اعتماد هذه الطريقة قد يترتب عليه نتائج غير دقيقة، ومن أجل تلافي العيوب وتجنب الوقوع في أخطاء تكرار أو ازدواجية الحساب، يجب استبعاد السلع الوسيطة اما بحساب الناتج النهائي فقط أو باستخدام طريقة القيمة المضافة والتي سيرد شرحها حالا".

ب- **طريقة القيمة المضافة** : جاءت هذه الطريقة لتحول دون الوقوع في أخطاء الطرق الاخرى كالحساب المزدوج أي احتساب السلعة اكثر من مرة وعدم التمييز او التفرقة بين السلع

(*) يقصد بالسلعة الوسيطة مجموعة السلع والخدمات التي دخلت في انتاج غيرها من السلع كالمواد الاولية مثل القطن والقمح ونصف المصنعة مثل القماش والدقيق .

أما السلع النهائية فهي السلع والخدمات التي لم تدخل في انتاج سلع وخدمات اخرى، بل ان المنتجات الوسيطة هي نفسها دخلت في مراحل العملية الانتاجية مثل الملابس والسيارات والاجهزة الكهربائية ... الخ.

الوسيلة والنهائية . فجاءت هذه الطريقة لتقوم باحتساب القيم الصافية لمجموع السلع والخدمات المنتجة، أي احتساب الناتج القومي .

فتعتمد هذه الطريقة على ايجاد قيمة ذلك الجزء الذي تعتبر الوحدة الانتاجية او المشروع مسؤولة عن انتاجه فقط، إذ أن انتاج كل سلعة يمر بعدة مراحل، وان مخرجات مرحلة معينة قد تعتبر مدخلات لمرحلة تالية . فان الطريقة تركز على ما تضيفه كل مرحلة من تلك المراحل من زيادة في قيمة الانتاج على قيمة ما تستخدمه من مستلزمات الانتاج .

وتعرف القيمة المضافة على انها " الفرق بين الانتاج الكلي للوحدة الانتاجية وقيمة مستلزمات الانتاج الوسيطة التي حصلت عليها واستخدمتها في عملياتها الانتاجية خلال مدة محددة من الزمن عادة تكون سنة " .

وتحتسب القيمة المضافة بموجب المعادلة الآتية :

القيمة المضافة = قيمة الانتاج المتحقق – قيمة مستلزمات الانتاج

ويتم قياس الدخل القومي بهذه الطريقة وذلك من خلال احتساب القيمة المضافة المتحققة في كل قطاع من خلال تقسيم الاقتصاد القومي الى عدد من القطاعات، ثم تحسب اولاً القيمة المضافة لكل قطاع ومن ثم تجمع القيم المضافة لجميع القطاعات للحصول على الناتج القومي او الدخل القومي .

وتعد هذه الطريقة من أدق الطرق وأكثرها شيوعاً حيث تتجاوز عيوب الطرق الأخرى، إضافة الى اظهارها لجميع النشاطات الاقتصادية والاهمية النسبية لمساهمة كل قطاع في توليد الناتج القومي . وفيما يأتي جدول يوضح فيه كيفية احتساب الناتج القومي :

جدول (4)

الناتج القومي بطريقة القيمة المضافة لكل قطاع بأسعار الكلفة

(مليون دولار)

ت	القطاع الاقتصادي	القيمة المضافة
1	الزراعة والغابات والصيد	200
2	التعدين والمقالع	800
3	الصناعة التحويلية	600
4	الإنشاء	150
5	الكهرباء والغاز والماء	50
6	الإدارة العامة والدفاع	260
7	النقل والخزن والمواصلات	40
8	تجارة الجملة والتجزئة والفنادق والسياحة	80
9	البنوك والتأمين	70
10	ملكية دور السكن	35
11	الخدمات	157
12	الناتج المحلي الاجمالي بسعر الكلفة	2442
13	صافي تحويلات عوائد الملكية	89
14	الناتج القومي الاجمالي بسعر الكلفة	2531
15	الاندثار	38
16	الناتج القومي الصافي بسعر الكلفة	2493

وهكذا نلاحظ انه مهما اختلفت طرق احتساب الدخل القومي فانها لابد وأن تؤدي الى نفس النتيجة إذا ما

كانت البيانات المعتمدة من قبل الحسابات القومية صحيحة ودقيقة . فقد لاحظنا ان :

قيمة الانفاق القومي الصافي بسعر التكلفة = 2493 مليون دولار

وان قيمة الدخل القومي الصافي بسعر التكلفة = 2493 مليون دولار

وان قيمة الناتج القومي الصافي بسعر التكلفة = 2493 مليون دولار

ثالثا : تعريف الدخل السياحي

لقد وردت التعاريف العديدة للدخل السياحي (Tourism Income) بحسب معيار طرق احتساب الدخل القومي الثلاث . وسوف نختار منها ثلاثة تعاريف كل منهم يمثل طريقة من طرق احتساب الدخل القومي وكالاتي :

1- بموجب معيار طريقة الدخول المكتسبة : يعرف الدخل السياحي على انه " مجموع الربوع والاجور والفوائد والارباح التي يحصل عليها الافراد نظير تقديم عوامل الانتاج السياحية للمشاريع السياحية خلال مدة سنة " .

2- وبموجب معيار طريقة الانفاق : يعرف الدخل السياحي على انه " كل ما ينفقه السياح المواطنين والاجانب داخل البلد المضيف على شراء الخدمات السياحية وغير السياحية يضاف اليها الرسوم المستحصلة منهم في المطارات والموانئ ومناطق الحدود وكذلك اجور النقل والنشاطات الاخرى وتأثيرات المرور خلال مدة سنة " .

3- وبموجب معيار طريقة الناتج او القيمة المضافة : يعرف الدخل السياحي على انه " القيمة المضافة الحقيقية المتحققة في القطاع السياحي جراء ممارسة تقديم الخدمات للسياح المحليين والاجانب خلال مدة سنة " .

ومهما اختلفت التعاريف فالقطاع السياحي كأى قطاع اقتصادي آخر يشكل جزءا من الاقتصاد القومي ويساهم في تكوين الناتج القومي والدخل القومي . الا ان هذه المساهمة تختلف من بلد لآخر بحسب اهمية القطاع السياحي في ذلك البلد، اذ يرتفع الدخل السياحي في البلدان المتطورة سياحيا مثل اسبانيا وايطاليا وينخفض في بلدان اخرى مثل السودان واليمن .

رابعا : طرق احتساب الدخل السياحي

كثيرا من الكتاب السياحيين والذين تنقصهم الخلفية الاقتصادية يعطون تصورات خاطئة عن مفهوم الدخل السياحي . فمنهم من يعتقد ان الايرادات او العوائد السياحية (Tourism Receipts) المتحققة للبلد نتيجة لانفاق السياح الاجانب في البلد هي الدخل السياحي، ويصلون الى ابعد من ذلك

بحيث انهم يقارنون نسبة العوائد السياحية على اساس انها دخل سياحي بالدخل القومي لتبيان مدى مساهمة السياحة في الدخل القومي، وهم بذلك يهملون العديد من المساهمات الفعالة للسياحة في تكوين الدخل القومي . فمثلا اين الدخل الناتج عن الاستثمار السياحي، واين الانفاق على السياحة المحلية من قبل السياح المواطنين، ولماذا تهمل ؟ .

وهناك من يعتقد أن الدخل السياحي هو حصيلة الفرق بين انفاق السياح الاجانب داخل البلد وانفاق السياح المواطنين خارج البلد، وبينون دراساتهم على هذا الاساس . وان صح ما يدعون فانه في بعض الحالات سيكون الدخل السياحي سالبا اذا ما تفوقت نفقات السياح المواطنين خارج البلد على انفاق السياح الاجانب داخل البلد، الا انه هذه العملية تمثل صافي التجارة الخارجية السياحية وهي جزء من الدخل السياحي وليس الكل . ولا يمكن بأي حال من الاحوال تجاهل الدخل السياحي الناتج عن السياحة الداخلية والاستثمار السياحي .

لذا نود التأكيد ان مفهوم الدخل السياحي مفهوما واضحا ومحددا ويختلف عن المفاهيم الاخرى، ولا يجوز الخلط بينهم .

خامسا : افضل الطرق لاحتساب الدخل السياحي

طالما ان هدفنا احتساب الدخل السياحي فالكلام هنا ينصب على جزء من الدخل القومي المتحقق في القطاع السياحي . ولو رجعنا الى طرق احتساب الدخل القومي الثلاثة والمشار اليها في الفقرات السابقة من الفصل الرابع، سنلاحظ ان الطريقة الاولى (طريقة الدخول المكتسبة) والطريقة الثانية (طريقة الانفاق) لا تجزء الاقتصاد القومي الى قطاعات، وانما تتعامل مع عموم الاقتصاد القومي بشكل متكامل، ومن ثم فهما طريقتان يمكن استخدامهما في احتساب الدخل القومي للبلد عموما ، أي لجميع قطاعات الاقتصاد القومي في آن واحد، لذلك فهما يصلحان لاحتساب الدخل القومي وليس الدخل في كل قطاع على انفراد بما في ذلك الدخل السياحي المتحقق في القطاع السياحي .

وبناء على هذه الحقيقة فان طريقة الدخول المكتسبة وطريقة الانفاق لا يمكن اعتمادها لاحتساب الدخل السياحي . وهنا فان الواقع العلمي يحتم علينا استخدام طريقة القيمة المضافة لاحتساب الدخل السياحي لانها تقوم على اساس تقسيم الاقتصاد القومي لعدة قطاعات بما فيها القطاع السياحي، ثم نقوم باحتساب الدخل لكل قطاع ثم تجمع دخول القطاعات للوصول الى الدخل القومي .

لذلك فان أنسب الطرق لاحتساب الدخل السياحي هي طريقة القيمة المضافة . وفيما يأتي استعراضا لهذه الطريقة بارقام مفترضة :

الانتاج الكلي بسعر السوق (مبيعات القطاع السياحي)	12 000	مليون دولار
- الاستخدامات الوسيطة	3 500	=
القيمة المضافة الاجمالية بسعر السوق	8 500	=
- الضرائب غير المباشرة	900	=
+ الاعانات الحكومية لقطاع السياحة	300	=
القيمة المضافة الاجمالية بسعر التكلفة	7 900	=
- الاندثار	500	=
صافي القيمة المضافة بسعر التكلفة	7 400	=

هذا وتستمد البيانات اللازمة لاحتساب الدخل السياحي بطريقة القيمة المضافة من الحسابات الختامية للمنشآت السياحية بمختلف انواعها والتي تقدم نسخة منها سنويا لهيئة الضرائب ونسخة اخرى للجهة المسؤولة عن الحسابات الختامية وعادة تكون وزارة التخطيط كما هو الحال في العراق . علما بأن الحسابات الختامية تعد من قبل محاسبين من ذوي الخبرة وتخضع للتدقيق والرقابة من قبل ديوان الرقابة المالية .

والمعروف ان الحكومة هي التي تمنح اجازات ممارسات العمل للمنشآت السياحية بمختلف انواعها وتلزم الحكومة هذه المنشآت السياحية بضرورة انجاز الحسابات الختامية بمواعيدها المحددة وتسلم نسخ منها للجهات ذات العلاقة .

ومن الجدير بالذكر ان هناك بعض المطاعم الصغيرة او الاكشاك وما شابه ذلك ليس لديها حسابات ختامية، فعلى القائمين على احتساب الدخل السياحي أخذ هذا الامر بالحسبان، وعادة يتم تقدير الدخل المتحقق من هذه المشاريع السياحية الصغيرة ثم تضاف الى الدخل السياحي .

سادسا : احتساب مساهمة الدخل السياحي في الدخل القومي

يمكن احتساب اهمية دور الدخل السياحي في الدخل القومي بشكل رياضي من خلال اجراء مقارنة نسبية بين الجزء (الدخل السياحي) من جهة والكل (الدخل القومي) من جهة اخرى وكما في المعادلة الاتية :

$$\text{مساهمة او دور الدخل السياحي في الدخل القومي} = \frac{\text{الدخل السياحي}}{\text{الدخل القومي}} \times 100\%$$

فلو افترضنا ان الدخل السياحي = 800 مليون دولار

وان الدخل القومي = 16000 مليون دولار

$$\text{فأن مساهمة او دور الدخل السياحي في الدخل القومي} = \frac{800}{16000} \times 100\% = 5\%$$

هذا ويمكن تبين دور الدخل السياحي من اجمالي الناتج المحلي في عام 2000 لعدد من البلدان كما في الجدول (5) الآتي :

جدول (5)

دور الدخل السياحي من اجمالي الناتج المحلي في عام 2000 لعدد من البلدان

البلد	%	البلد	%
مالطا	34.1	بريطانيا	14.2
الاردن	26.1	ايطاليا	13.7
مصر	21.7	كندا	12.1
اسبانيا	19.1	فرنسا	11.7
النمسا	16.9	الولايات المتحدة الامريكية	11.5
تونس	16.1	السعودية	7.3

واستنادا الى الجدول السابق يمكن تصنيف الدول الى ثلاث مجاميع :

1- المجموعة الاولى : وتضم مالطا والاردن ومصر إذ تجاوزت نسبة الدخل السياحي من اجمالي الناتج المحلي 20% . ويرجع سبب ذلك الى ان اقتصاديات هذه البلدان متواضعة وتعاني من ضعف امكانات القطاعات الانتاجية وخاصة القطاع الصناعي مما يؤدي الى ارتفاع دور الدخل

السياحي من اجمالي الناتج المحلي الى اكثر من 20% لعدم وجود قطاعات منافسة له . وينطبق هذا الكلام ايضا على الجزر والبلدان الصغيرة مثل البحرين ولبنان وبعض جزر البحر الكاريبي .

2- المجموعة الثانية : وتضم البلدان من اسبانيا الى الولايات المتحدة الامريكية إذ تتراوح نسبة الدخل السياحي من اجمالي الناتج المحلي ما بين (10-20%) ويلاحظ انه على الرغم من تطور القطاع الصناعي في هذه البلدان (باستثناء تونس) الا ان القطاع السياحي دخل دائرة المنافسة مع القطاعات الانتاجية الاخرى واستطاع ان يحقق مساهمة جيدة في الدخل القومي .

3- المجموعة الثالثة : وتضم السعودية والتي تعتمد بشكل كبير على القطاع النفطي في تكوين الدخل القومي بحيث لا يستطيع اي قطاع بما فيها القطاع السياحي ان يتنافس القطاع النفطي، لذلك تبقى نسبة الدخل السياحي من اجمالي الناتج المحلي اقل من 10% . وينسحب هذا الكلام على غالبية البلدان المنتجة للنفط مثل العراق وايران ودول الخليج العربي .

ويمكن ايضا الاستعانة بنموذج آخر من البيانات التي توضح دور الدخل السياحي في الدخل القومي باعتماد طريقة القيمة المضافة المتحققة لكل قطاع بما فيها القطاع السياحي لمعرفة اهمية القطاع السياحي مقارنة بالقطاعات الاخرى كما في الجدول (6) الاتي :

جدول (6)

نسبة مساهمة الدخل السياحي في الناتج المحلي الاجمالي بسعر التكلفة

حسب القطاعات في الاردن للسنوات 1992-1997

القطاع	1992	1993	1994	1995	1996	1997	المعدل
الزراعة	11	7.7	6.4	6	6.3	5.3	7.12
الصناعة	16.1	15.4	17.7	17.8	16.2	16.8	16.67
الكهرباء والمياه	3.1	3.3	3.2	3.6	3.7	3.9	3.47
الانشاءات	7.2	8.7	9	8.5	7.9	6.9	8.03
التجارة العامة	3.4	4.1	4.6	4.7	5	5.8	4.60
النقل والاتصالات	14.6	14.4	13.9	14.3	15.3	15.2	14.62
الخدمات	22.8	27.5	24.5	24.7	24.9	25.2	24.94
السياحة	9	10.26	9.57	10.14	11.14	11.1	10.20

ويلاحظ ان الجدول السابق يعطي فكرة واضحة عن طبيعة المنافسة بين القطاعات الاقتصادية في تكوين الناتج المحلي الاجمالي بسعر التكلفة، وان القطاع السياحي استطاع ان يحتل المرتبة الرابعة وبمعدل (10.20%) خلال السنوات 1992-1997 وهي نسبة جيدة اذا ما علمنا ان القطاع السياحي في الاردن ليس قطاعا عريقا وقد دخل دائرة التنافس مع القطاعات الاخرى في عقد التسعينات من القرن العشرين .

سابعا : الدخل السياحي في العراق

لا توجد محاولات رسمية لاحتساب الدخل السياحي في العراق من قبل الجهات المعنية (وزارة التخطيط – الحسابات القومية) . والسبب في ذلك يعود الى ان هيكلية الاقتصاد القومي المعتمدة من قبل وزارة التخطيط لم تخصص قطاع منفرد للسياحة، وانما جاءت السياحة كجزء من قطاع يسمى بقطاع تجارة الجملة والمفرد والفنادق . وهكذا تم دمج النشاط السياحي مع النشاط التجاري، وعادة يتم احتساب الدخل لهذا القطاع ككل ولا توجد عملية فصل بين الدخل الناتج عن النشاط السياحي والدخل الناتج عن النشاط التجاري . لذلك فان احصاءات وبيانات الحسابات القومية العراقية لا تعطي صورة واضحة عن الدخل السياحي في العراق ولا عن دوره في الدخل القومي العراقي .

الا انه توجد العديد من المحاولات الشخصية لتقدير الدخل السياحي اعتمادا على ما متاح من بيانات، ومن ثم معالجة هذه البيانات وصولا الى تقديرات للدخل السياحي ودوره في الدخل القومي . وأهم هذه المحاولات اعتمدت طريقة القيمة المضافة للقطاع السياحي بسعر التكلفة وب الاسعار الجارية، اعتمادا على بيانات الفنادق تم الوصول الى صافي القيمة المضافة بسعر التكلفة للنشاط الفندقي . وطالما أن النشاط الفندقي يشكل نسبة 34.6% من النشاط السياحي، فقد تم ضرب القيمة المضافة بسعر التكلفة للنشاط الفندقي $\times 100\%$ وصولا الى صافي القيمة المضافة بسعر التكلفة لعموم القطاع السياحي كما في الجدول (7) الاتي :

جدول (7)

احتساب صافي القيمة المضافة للقطاع السياحي العراقي
بسعر التكلفة وبالاسعار الجارية (مليون دينار)

2007	2006	2005	2004	2003	السنوات	صافي القيمة المضافة للقطاع السياحي
63768	48740	34224	46655	80363	الانتاج الاجمالي (الايرادات)	
7051.4	4519	4377	6041	1387	السلعية	- مجموع
3639	4100	5689	6811.4	4615	الخدمية	المستلزمات
8120.2	7918	1192	2482	3786	المشتريات	السلعية
18810.6	16537	11247	15334.4	9788	المجموع	والخدمية والمشتريات (المستخدم)
44957.4	32203	22977	31320.6	70575	= اجمالي القيمة المضافة بسعر السوق	
111.1	122	98.5	65.2	101	- الضرائب غير المباشرة	
44846.3	32081	22878.5	31255.4	70474	= اجمالي القيمة المضافة بسعر التكلفة	
6364.4	6190	9305.6	6017	13123	- الاندثار	
38481.9	25891	13572.9	25238.4	57351	= صافي القيمة المضافة بسعر التكلفة للقطاع الفندقي	
111219.4	74829.5	39228.0	72943.4	165754.3	صافي القيمة المضافة بسعر التكلفة للقطاع السياحي $= 34.6 / 100 \times$ صافي القيمة المضافة بسعر التكلفة للقطاع السياحي	

ويلاحظ من الجدول السابق ان البيانات المتاحة يمكن استخدامها لاحتساب الدخل الفندقي وهو جزء من الدخل السياحي . ولمعالجة الموضوع اعتمدت المحاولة على ما يسمى بميزانية السائح والتي توضح أوجه انفاقات السياح على الخدمات السياحية، ولوحظ ان ما ينفقه السياح على خدمات الايواء تشكل نسبة 34.6% من اجمالي انفاق السياح في العراق .

والملاحظة الثانية التي يمكن أن يشار إليها في هذا المجال أن الدخل السياحي في العراق لم يصل حتى الى المليار دينار مما يؤثر ضعف النشاط السياحي في العراق (*) . وتوضع الدخل السياحي فيه ايضا ولتبيان دور الدخل السياحي في الدخل القومي سوف نستعين بالجدول (8) الآتي :

جدول رقم (8)

دور الدخل السياحي في الدخل القومي العراقي خلال

السنوات 2003-2007 بالاسعار الجارية

السنة	الدخل السياحي	الدخل الفندقي	النسبة %
2003	165754.3	25728748.9	0.64
2004	72943.4	41800134.7	0.17
2005	39228.0	56780212.0	0.07
2006	74829.5	85431538.8	0.08
2007	111219.4	100100816.6	0.11

ويلاحظ من الجدول السابق النسبة المتدنية لمساهمة الدخل السياحي في الدخل القومي العراقي والتي هي دائما أقل من 1% . ويرجع سبب ذلك الى :

1- هيمنة القطاع النفطي على الاقتصاد العراقي إذ يوصف الاقتصاد العراقي على انه أحادي الجانب يعتمد على القطاع النفطي الذي تشكل نسبته في الدخل القومي اكثر من 80% . ومن ثم فان أي قطاع آخر لا يقوى على منافسة القطاع النفطي بما في ذلك القطاع السياحي .

(*) الحسابات الواردة في الجدول السابق تخص جميع محافظات العراق باستثناء محافظات اقليم كردستان (اربيل، السليمانية، دهوك) .

- 2- الظروف الصعبة التي يمر بها العراق من حالة عدم الاستقرار السياسي والامني بحيث انعكست سلبا على اداء عموم القطاعات بما في ذلك القطاع السياحي، اذ يُعد الطلب السياحي حساس جدا للاحداث السياسية والعسكرية والامنية ويعد من اكثر القطاعات تأثرا بها .
- 3- فشل عملية التنمية السياحية وقلة الاستثمار السياحي والاعتماد الكامل على القطاع الخاص دون تقديم الدعم له .
- 4- ضعف البنى التحتية وتردي الخدمات مما يحمل الاستثمار السياحي اعباءا كبيرة ويزيد من تكاليف الاستثمار السياحي .
- 5- عدم توافر المناخ الاستثماري الملائم (البيئة الاستثمارية) حال دون استقطاب رؤوس الاموال الاجنبية الى العراق .
- 6- نقص بالتشريعات والقوانين التي تنظم النشاط السياحي استثمارا و انتاجا .
- 7- قلة المطارات والموانئ وضعف امكاناتها وعدم استيعابها لاستقبال اعداد كبيرة من السياح الوافدين.
- 8- البيروقراطية والروتين والفساد الاداري والمالي والتأخير في انجاز المعاملات السياحية .

أسئلة الفصل الرابع

س1: عرف الدخل القومي؟ وما هي العلاقة بينه وبين الناتج القومي والناتج المحلي الاجمالي؟

س2: عدد طرق احتساب الدخل القومي ثم اشرحها بايجاز؟

س3: عرف الدخل السياحي؟ وما هي اهم طرق احتسابه؟

س4: تكلم عن كيفية احتساب الدخل السياحي في العراق؟

السياحة وميزان المدفوعات

أولاً : تعريف ميزان المدفوعات

ثانياً : عناصر ميزان المدفوعات

ثالثاً : تعريف الميزان السياحي

رابعاً : أهم عناصر الميزان السياحي

خامساً : دور السياحة وأثرها في ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية

أهداف الفصل الخامس

يهدف هذا الفصل إلى :

- تعريف الطالب بميزان المدفوعات بشكل عام والميزان السياحي بشكل خاص وعناصره المنظورة وغير المنظورة ، فضلا عن عناصره الأخرى المتمثلة بالمساعدات والتعويضات والغرامات والهبات .
- التعرف بدور السياحة وأثارها الإيجابية والسلبية في ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية .

أولاً : تعريف ميزان المدفوعات

هو سجل مختصر للمعاملات التجارية والمالية والنقدية كافة التي تتم بين المقيمين في بلد معين سواء اكانوا اشخاصا ام مشروعات ام حكومة مع المقيمين في دول اخرى خلال مدة زمنية معينة هي السنة في العادة .

اهمية ميزان المدفوعات :

ان الغرض من ميزان المدفوعات هو اعلام الحكومة بالمركز الاقتصادي الخارجي للبلد ليساعدها ذلك في رسم سياساتها النقدية المالية والتجارية .

تنظيم ميزان المدفوعات :

يتكون ميزان المدفوعات من جانبين احدهما يدعى الحساب الدائن وهو الجانب الذي تسجل فيه المعاملات الاقتصادية كافة التي تمكن الدولة من ان تتسلم ايرادات من العالم الخارجي ومن امثلة ما يسجل في هذا الجانب قيم الصادرات من السلع الى الخارج والفوائد والارباح الناجمة من قروض واستثمارات المقيمين في الخارج ، وكذلك قيم خدمات النقل والتأمين التي يؤديها المقيمون الى الاجانب وغيرها .

اما الجانب الاخر فهو الحساب المدين وهو الجانب الذي تسجل فيه المعاملات الاقتصادية كافة التي تلتزم الدولة بموجبها ان تؤدي مدفوعات الى الخارج . ومن الامثلة التي تسجل في هذا الجانب قيم الاستيرادات من السلع وقيم خدمات النقل والسياحة التي يؤديها الاجانب للمواطنين وكذلك قيم الذهب المستورد وغير ذلك مما يترتب عليه من مدفوعات الى الخارج .

ثانيا : عناصر هيكل ميزان المدفوعات :

اذا ما اريد لميزان المدفوعات ان يكون اكثر من مجرد بيانات تبين حقوق الدولة على العالم الخارجي او حقوق العالم على الدولة واذا ما اريد له ان يكون اداة تحليل اقتصادية فإنه ينبغي ان يصنف تصنيفا اخر يمكن التمييز من خلاله بين اربعة انواع من الحسابات يختص كل حساب بنوع معين من المعاملات الدولية ، وهذه الحسابات هي :

1. الحساب الجاري .

2. حساب رؤوس الاموال .

3. حساب التحويلات من طرف واحد (ويضم احيانا الى الحساب الجاري) .

4. حساب الذهب النقدي .

وفيما يأتي تعريف بكل من هذه الحسابات :

1 – الحساب الجاري :

وتسجل فيه قيم جميع السلع والخدمات المتبادلة بين الدولة والعالم الخارجي وهو يتضمن :

أ – الحساب التجاري : ويتضمن تجارة السلع فقط ويطلق على السلع المسجلة فيه مصطلح الصادرات والاستيرادات المنظورة كما يطلق على الفرق بين قيمة هذا النوع من الصادرات وقيمة هذا النوع من الاستيرادات اصطلاح الميزان التجاري اي ان :

الميزان التجاري = الصادرات المنظورة – الاستيرادات المنظورة

ب – حساب الخدمات :

ويطلق على الصادرات والاستيرادات من الخدمات مصطلح الصادرات والاستيرادات غير المنظورة ، والصادرات من الخدمات تشمل جميع الخدمات التي يؤديها المقيمون الى الاجانب كخدمات السياحة والنقل والتأمين وغيرها اما الاستيرادات من الخدمات فتشمل جميع الخدمات التي يؤديها الاجانب للمقيمين .

2 – حساب رؤوس الاموال :

تسجل في هذا الحساب جميع المعاملات الدولية التي تتعلق بالملكية والديون وهو يتضمن الاسهم والسندات والعملات والودائع في البنوك والحوالات والقروض تحت الطلب وهو يتكون من قسمين حساب رؤوس الاموال الطويلة الاجل كالاستثمارات المباشرة في المصانع في الخارج وحساب رؤوس الاموال القصيرة الاجل والذي تسجل فيه كل يستحق الدفع خلال مدة تقل عن السنة . كالودائع المصرفية والقروض تحت الطلب واذونات الخزينة .

3 – التحويلات من طرف واحد :

وتسجل في هذا الحساب التحويلات من طرف واحد والتي تتم بدون مقابل ومثال هذه التحويلات هو الهدايا والهبات والتعويضات من قبل الافراد والحكومات سواء أكانت من الاجانب الى المقيمين ام من المقيمين الى الاجانب .

4 - حساب الذهب النقدي :

للذهب اهمية خاصة بالنسبة لمعظم الدول بوصفه موجودات نقدية ولانه وسيلة دفع تتمتع بقبول عالمي وما دام الذهب مقبولا عالميا فأن بإمكان اي بلد ان يحصل على اي نوع من العملة الاجنبية عن طريق تصدير الذهب .

وفيما يأتي نموذج لميزان المدفوعات المركب بتصنيف ثنائي لجميع الفقرات التي تؤلف عادة حساب المعاملات الدولية .

- نموذج لميزان المدفوعات -

مدین	دائن	اولا : الحساب الجاري
		1- الحساب التجاري
	x	أ - السلع المستوردة
	x	ب - السلع المصدرة
		2 - حساب الخدمات
		أ - النقل
	x	1 - ما يقدم من قبل الاجانب من خدمات وسائط النقل الخ
		2 - ما يقدم من قبل المقيمين للأجانب من خدمات وسائط النقل
	x	
		ب - نفقات السفر
	x	1 - في البلدان الاجنبية
	x	2 - نفقات الاجانب في داخل البلد
		ج - الفوائد والارباح
	x	1 المدفوعة للأجانب لقاء استثماراتهم في الداخل
	x	2 - المستلمة من الخارج لقاء استثمارات المقيمين هناك
		د - خدمات الصيرفة والتأمين
	x	1 - ما يقدم من قبل المؤسسات الاجنبية
	x	2 - ما يقدم للأجانب من قبل المؤسسات المحلية

- هـ - نفقات الحكومة
- 1 - نفقات حكومة البلد في الخارج ×
 - 2 - نفقات الحكومات الاجنبية في داخل البلد ×
- ثانيا : حساب رؤوس الاموال
- 1 - الطويلة الاجل :
- أ - شراء السندات المالية من الاجانب ×
 - ب - بيع السندات المالية الى الاجانب ×
- 2 - القصيرة الاجل
- أ - زيادة ارصدة البلد في الخارج ×
 - ب - نقص ارصدة الاجانب في الداخل ×
 - ج - زيادة ارصدة الاجانب في الداخل ×
 - د - نقص ارصدة البلد في الخارج ×
- ثالثا : التحويلات من طرف واحد
- 1 - التحويلات الخاصة
- أ - تحويلات الاشخاص والمشروعات الى الخارج ×
 - ب - التحويلات المستلمة من الخارج ×
- 2 - تحويلات الحكومة
- أ - المنح والتعويضات الممنوحة للبلدان الاخرى ×
 - ب - المنح والتعويضات المتسلمة من البلدان الاخرى ×
- رابعا : حساب الذهب
- 1 - الاستيرادات من الذهب ×
 - 2 - الصادرات من الذهب ×

ثالثا : تعريف الميزان السياحي

يعرف الميزان السياحي على انه سجل خاص بالحقوق والديون الناشئة عن النشاط السياحي لبلد ما والعالم الخارجي خلال مدة زمنية تقدر بسنة عادة .

من خلال نشاط السياحة الخارجية تظهر جملة من المعاملات والمبادلات الاقتصادية والتي تؤثر في ميزان المدفوعات في اي بلد نتيجة لحركة السياح عبر الحدود وكذلك حركة السلع والبضائع والمواد الاولية والاجهزة والالات والقوى العاملة التي يحتاجها القطاع السياحي ما يترتب على ذلك من نتائج ايجابية او سلبية على ميزان المدفوعات ولان الميزان السياحي يوضح ((الناتج الكلي لحاصل طرح قيم العوائد والمدفوعات السنوية الناتجة عن النشاط السياحي خلال السنة في بلد ما)) والبعض يسمى الميزان السياحي (بالميزان غير المنظور) لأنه يشمل خدمات السفر والنقل السياحي والتأمين والخدمات المالية والاعمال المصرفية الخاصة بالنشاط السياحي الخارجي ، ولكن هذا غير صحيح لأن الميزان السياحي يشمل كل فقرات وعمليات ميزان المدفوعات المنظورة وغير المنظورة (وكما سنرى لاحقا) والذي يؤثر في نتيجة ميزان المدفوعات سلبا او ايجابا من خلال الحالات الآتية:

الحالة الاولى - تخفيض العجز في ميزان العمليات الجارية (الميزان التجاري + ميزان الخدمات) (حالة ايجابية) .

الحالة الثانية - تخفيض الفائض في ميزان العمليات الجارية (حالة سلبية)

الحالة الثالثة - زيادة الفائض في ميزان العمليات الجارية (حالة ايجابية)

الحالة الرابعة - زيادة العجز في ميزان العمليات الجارية (حالة سلبية)

رابعا : اهم عناصر الميزان السياحي

تظهر تأثيرات النشاط السياحي في عناصر ميزان المدفوعات في عدة فقرات نورد اهمها:-

- 1- العوائد السياحية من انفاق السائحين الاجانب (غير المقيمين) في الداخل (ايرادات من السياحة الدولية) والمدفوعات السياحية وتتمثل في انفاق السائحين الوطنيين (المقيمون) في الخارج (الانفاق على السياحة الدولية) ويدخل ضمن حساب التجارة غير المنظورة.

- 2- عوائد ومدفوعات خدمات النقل الدولية (شركات الطيران وشركات النقل البحري والبري) وتعتبر ضمن بنود التجارة غير المنظورة.
 - 3- صادرات وواردات السلع المختلفة للأغراض السياحية ويدخل فيها المعدات والتجهيزات والأثاث والطعام ... الخ المتعلقة بالأنشطة السياحية والفندقية وتُدعى ضمن بنود التجارة المنظورة.
 - 4- عوائد او مدفوعات الفوائد والأرباح على الاستثمارات السياحية بالنسبة للدول المصدرة للاستثمارات والمستوردة لها وتدرج ضمن حساب التجارة غير المنظورة.
 - 5- التحويلات النقدية من جانب العاملين في القطاع السياحي في الداخل او الخارج (العمالة المغتربة) وتدخل في حساب التحويلات من جانب واحد.
 - 6- الانفاق على التسويق السياحي والدعاية والإعلان ونفقات المكاتب السياحية وشركات الطيران والملاحة في الداخل او الخارج ويدرج ضمن حساب التجارة غير المنظورة.
 - 7- الاستثمارات الأجنبية في مجال السياحة والفنادق في الداخل والاستثمارات الوطنية في الخارج وتُدعى احد بنود حساب رأس المال طويل الأجل.
- ويمكن توضيح عناصر الميزان السياحي كما في النموذج الآتي:

نموذج عناصر الميزان السياحي

القيم	- المدين	القيم	+ الدائن
	1. مصروفات السياحة الدولية (انفاق المواطنين في الخارج)		1. إيرادات السياحة الدولية (انفاق السواح غير المقيمين في الداخل)
	2. السلع والبضائع المستوردة (ماكولات ومشروبات والألات وتجهيزات للمشاريع السياحية وغيرها)		2. الصادرات (السلع والبضائع كالألات والتجهيزات السياحية والقطع الأثرية والفنية والهدايا التذكارية ... الخ)
	3. مصروفات النقل (استخدام المواطنين لوسائل النقل الأجنبية في الخارج)		3. إيرادات النقل (استخدام السواح غير المقيمين لوسائل النقل الوطنية)
	4. نفقات الاستثمارات السياحية		4. عوائد الاستثمارات السياحية

الاجنبية في الداخل وعوائد الاستثمارات الوطنية في الخارج (المحولة الى الداخل)	الوطنية بالخارج وعائدات الاستثمار الاجنبي المحولة الى الخارج.
5. تحويلات العملة الوطنية في قطاع السياحة بالخارج الى الداخل	5. تحويلات العملة غير الوطنية في قطاع السياحة الى الخارج
6. نفقات الدعاية والاعلانات السياحية الاجنبية في الداخل	6. النفقات الوطنية على الدعاية والاعلام السياحي في الخارج

Rebert .w. McIntoch, Tourism, principles, Preactices, and philosophies, BaBsoncallege, Library. 1972.

ومن خلال نموذج عناصر الميزان السياحي يتضح لدينا جانبان:

الاول: جانب الدائن (العوائد السياحية) Tourism Receipts والذي يمثل (الصادرات السياحية)

الثاني: جانب المدين (الانفاقات والمصروفات السياحية) Tourism Expenditure والذي يمثل (الاستيرادات السياحية).

لو تفوق الجانب الاول على الثاني اي تفوقت العوائد السياحية على الانفاقات السياحية لكانت النتيجة ايجابية ولصالح الميزان السياحي اي هناك فائضا في الميزان السياحي ومن ثم يكون دور السياحة في ميزان المدفوعات ايجابيا والعكس صحيح فيما لو تفوق جانب الانفاقات السياحية على جانب العوائد السياحية فستكون نتيجة الميزان السياحي سالبة اي هناك عجزا في الميزان السياحي ويكون دور السياحة في ميزان المدفوعات سلبيا .

خامسا : دور السياحة وأثرها في ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية

يصاحب عملية استضافة السياح الوافدين دخول مصادر كبيرة من العملات الاجنبية وبذلك تسهم السياحة في تدفق النقد الاجنبي الى داخل الدولة الامر الذي يدعم ميزان المدفوعات ولذلك تسجل جميع الالتزامات والديون الناتجة عن المعاملات والمبادلات للنشاط السياحي العالمي ضمن ميزان المدفوعات

في سجل خاص تمثل فقرات الميزان السياحي ، والهدف منه تقييم النشاط السياحي خلال سنة عادة وتبيان أثره النهائي في ميزان المدفوعات. ويمكن معرفة النتيجة المحققة من الميزان السياحي (فائض او عجز) عن طريق مقارنة نتيجة العوائد السياحية بالإنفاقات السياحية وهو الذي يعبر عن حقيقة مساهمة السياحة لأي دولة في ميزان مدفوعاتها والذي سنتناوله في هذا المبحث .

1: الاثار المباشرة للسياحة في ميزان المدفوعات :

وتقسم الى قسمين:

الاول: التأثير الايجابي وينشأ عنه:

أ. دخول السياح الاجانب الى داخل حدود البلد ، واقتنائهم السلع والخدمات السياحية والمحلية ، وهذا يعني تصدير غير منظور Invisible Export للسلع والخدمات السياحية ، مما يؤدي الى دخول رؤوس الاموال ، وتدوّن في جانب (الدائن) ومن ثم يزيد رصيد الدولة من العملات الاجنبية.

ب. استعانة المنتج السياحي الاجنبي بالسلع والخدمات المحلية، وهذا يعني تصدير لها ، وقد تكون السلع منظورة مثل المشروبات ، الاغذية ، المكائن والمعدات ، ... السلع السياحية ، وقد تكون غير منظورة مثل الخدمات التي تقدمها القوى العاملة المحلية والتي تعمل في المنشآت السياحية الاجنبية ، ومن ثم يترتب عنه دخول رؤوس الاموال وتدوّن في جانب (الدائن) ويزيد رصيد الدولة من العملات الاجنبية.

الثاني: التأثير السلبي وينشأ عنه:

أ. خروج السياح المحليين الى خارج البلد ، واقتنائهم للسلع والخدمات السياحية والاجنبية ، وهذا يعني استيراد غير منظور للسلع والخدمات السياحية ، ويترتب عنه خروج رؤوس الاموال الى الخارج وتدوّن في حقل (المدين) ومن ثم ينخفض رصيد الدولة من العملات الاجنبية.

ب. استعانة المنتج السياحي المحلي ، بالسلع والخدمات الاجنبية وهذا يعني استيراد له ، ويترتب عنه خروج رؤوس الاموال ويدوّن في جانب (المدين) ومن ثم ينخفض رصيد الدولة من العملات الاجنبية.

ويشير الجدول ان نتيجة الميزان السياحي العراقي كانت موجبة للاعوام 2005 و 2008 و 2009 و 2010 والذي له الاثر الايجابي في ميزان المدفوعات العراقي ، بينما كانت النتيجة سالبة للاعوام

2006 و 2007 بسبب تدهور الوضع الامني والسياسي مما أثر سلبا في حركة السياحة الدولية الوافدة الى العراق ومن ثم في مساهمتها في ميزان المدفوعات وهذا ماستوضحه ارقام الجدول الآتي .

جدول (9)

صافي الميزان السياحي العراقي للمدة (2005 – 2010) مليون دينار

السنة	العوائد السياحية	الانفاق السياحي	صافي الميزان السياحي العراق	نسبة مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات %
2005	335	202	133+	3.60
2006	288	353	65 –	0.55
2007	1031	1032	1 –	0.004
2008	843	748	95 +	0.28
2009	1403	1183	220 +	5.31
2010	1648	1543	105 +	0.73

المصدر: البنك المركز العراقي / المديرية العامة للإحصاء والابحاث / قسم احصاءات ميزان المدفوعات للاعوام (2010-2005)

ومن الدول السياحية العالمية ذات الفائض المستمر في ميزانها السياحي وبشكل دائم هي اسبانيا وفرنسا وتركيا وتونس. ويمكن التوصل الى نتيجة الميزان السياحي من خلال المعادلة البسيطة الاتية :

$$B.T = R_t - E_t$$

حيث $B.T$ = الميزان السياحي

R_t = العوائد السياحية

E_t = الانفاقات السياحية

فمثلا لو اخذنا ارقام الجدول الخاص بالميزان السياحي العراقي لعام 2010 وكما يأتي :-

$1648 = R_t$ (مليون دينار)

$1543 = E_t$ (مليون دينار)

$$\begin{aligned} B.T &= R_t - E_t \\ &= 1648 - 1543 \\ &= 105 + \end{aligned}$$

اي نتيجة صافي الميزان السياحي العراقي لعام 2010 موجبة وبلغت (105) مليون دينار عراقي. وكذلك يمكن تحديد دور الميزان السياحي في ميزان المدفوعات من خلال المعادلة الاتية والتي تعتمد على اغلب المنشورات الدورية لمنظمة السياحة العالمية W.T.O:-

$$\frac{B.T * 100}{B.M} = \text{دور السياحة في ميزان المدفوعات}$$

$$B.M = R - E$$

حيث ان B.M = ميزان المدفوعات

R = مجموع العوائد (اجمالي الصادرات)

E = مجموع المصروفات (اجمالي الاستيرادات)

مثال: توفرت البيانات الاتية عن ميزان المدفوعات العراقي لعام 2009.

اجمالي الصادرات العراقية لعام 2009 مليون دينار R = 41447

اجمالي الاستيرادات العراقية لعام 2009 = م.د. 37302 E =

الميزان السياحي = م.د. 220 B.T = لعام 2009 وحسب ما موجود في الجدول السابق .

$$\diamond B.M = R - E$$

$$B.M = 41447 - 37302 = 4145 \text{ م. دينار (فائض)}$$

❖ نتيجة ميزان المدفوعات العراقي لعام 2009 موجبة.

ونسبة الميزان السياحي B.T لنفس العام = 220 م.د. فائض ايضا.

$$\diamond \text{ دور السياحة في ميزان المدفوعات} = \frac{220 * 100}{4145} = 5.31\% \text{ وهي نسبة مهمة توضح دور السياحة}$$

الايجابي في ميزان المدفوعات العراقي لعام 2009

2: العوامل التي تؤثر في نتيجة الميزان السياحي

هناك عوامل تقلل من دور السياحة في ميزان المدفوعات منها معدل التسرب في النقد الاجنبي والمتمثل بثلاثة عوامل رئيسية:

العامل الاول: الميل السياحي للاستيراد والمتمثل بالانفاق السياحي الذي يخصص لشراء سلع وخدمات من الخارج (مواد اولية وغذائية ومشروبات وتجهيزات وعدد والآت وايدي عاملة ... الخ) والذي يشكل احد اهم اشكال التسرب في الاقتصاد القومي.

العامل الثاني: تحويلات الايدي العاملة غير الوطنية في المشاريع السياحية التي تشكل جانب مهم في التسرب للنقد الاجنبي خارج الاقتصاد الوطني من خلال تحويلات العاملين المغتربين الى الخارج.

العامل الثالث: حجم الاستثمارات الاجنبية في القطاع السياحي سواء من خلال (تنفيذ المشروع السياحي او ادارته او تشغيله) .

جميع هذه الاطراف تشكل تسربا لأنها تمثل جزءا كبيرا من ايرادات هذه المشاريع والتي تتسرب الى الخارج من خلال تحويل حصتها من العائدات خارج الاقتصاد الوطني.

أسئلة الفصل الخامس

- س1 عرف ميزان المدفوعات وسعر الصرف؟
- س2 اذكر اهم عناصر ميزان المدفوعات الدولي .
- س3 عرف الميزان السياحي ، واذكر حالات نتيجة الميزان السياحي الاربعة .
- س4 وضح أهم العناصر التي يتضمنها الميزان السياحي .
- س5 وضح عناصر الميزان السياحي على شكل جدول .
- س6 وضح التأثيرات الايجابية للسياحة في ميزان المدفوعات .
- س7 وضح التأثيرات السلبية للسياحة في ميزان المدفوعات .
- س8 اعط نتائج صافي الميزان السياحي العراقي لسنتين على الاقل .
- س9 لو توفرت لديك المعلومات الآتية عن بلد ما:-

$$R = 10000 \text{ م.د} \quad R_t = 1200 \text{ م.د}$$

$$E = 8000 \text{ م.د} \quad E_t = 800 \text{ م.د}$$

المطلوب:

- 1- استخرج نتيجة ميزان المدفوعات
- 2- استخرج نتيجة الميزان السياحي
- 3- استخرج دور الميزان السياحي في ميزان المدفوعات
- س10 عدد اهم العوامل المؤثرة في مساهمة السياحة في ميزان المدفوعات الدولي؟

السياحة والتوظيف

أولاً : دور السياحة في الاستخدام وتوفير فرص العمل

ثانياً : أنواع العمالة التي يوفرها قطاع السياحة

ثالثاً : العوامل المؤثرة في أهمية السياحة في التوظيف

أهداف الفصل السادس

يهدف هذا الفصل إلى:

- التعرف بدور السياحة في الاستخدام واثرها في توفير فرص العمل .
- تعريف الطالب بأنواع العمالة التي يولدها قطاع السياحة والعوامل المؤثرة في أهمية السياحة في التوظيف .

اولا : دور السياحة في الاستخدام وتوفير فرص العمل

ان صناعة السياحة بحكم انتمائها الى (قطاع الخدمات) وبحكم تأثرها المحدود بالتقدم التكنولوجي واعتمادها الكبير على العمل البشري، الذي يتزايد من خلال الاستثمار السياحي فأنها تعد عامل توظيف كبير جدا ، إذ يستخدم اكثر من 10% من مجموع القوى العاملة في العالم، كما انها تعد عاملا مهما في تخفيف البطالة في العالم، إذ تجلب الاستخدام للمناطق الاقل تطورا وتلك التي لم تصلها احيانا مشاريع التنمية القومية، كما في الجزر اليونانية وكذلك التركية وبعض مناطق المكسيك والبرازيل واسبانيا. ولقد اثبتت العديد من الدراسات التي نشرتها اليونكتاد (مؤتمر الامم المتحدة للتجارة والتنمية) على ان فرص العمل التي تتولد من كل وحدة استثمار جديدة في السياحة تكون اكبر من باقي الانشطة الاخرى، ويختلف هذا الاثر تبعا للاهمية المعطاة للسياحة في الدخل القومي، ومدى مساهمتها في الناتج المحلي الاجمالي، واولوياتها في قائمة القطاعات الانتاجية التي يتم الاستثمار فيها، وتشير الاحصاءات في البلدان التي تمثل السياحة فيها جانبا مهما في التنمية الاقتصادية الى ان نسبة التوظيف والاستخدام في قطاع السياحة يقع بين (2-5%) من اجمالي العاملين وتزيد هذه النسبة احيانا ، في حين يكون التوظيف السياحي في الدول التي تكون السياحة فيها اقل تطورا بنسبة (1%) من اجمالي التوظيف والاستخدام وتقل النسبة احيانا ، إذ نلاحظ ان البلدان الاوربية تتميز بارتفاع نسبة التوظيف في قطاع الإقامة الى اجمالي التوظيف في هذه البلدان مثل بريطانيا وفرنسا والنمسا وفنلندا.

ومن الجدير بالذكر بان العنصر البشري يمارس دورا كبيرا في نمو اي صناعة الا ان صناعة السياحة تتميز عن غيرها في هذا الشأن كون المنتج السياحي يقدم مباشرة للمستهلكين من دون وجود شخص ثالث غير (السائح والعامل) وهذا يتطلب اتقان في تقديم الخدمة لأنه لايمكن حجب المنتج الرديء عن المستهلكين كما في الصناعات الاخرى داخل الوحدات الانتاجية، وفي هذا دعم قوي للحجة التي تنادي بالاهتمام بالسياحة ولأن العنصر البشري يعد مرتكزا اساسيا في عملية التنمية السياحية التي ترتبط خططها بهذا العنصر لاعتمادها عليه في مجالات الانتاج السياحي.

وليس من السهولة تحديد دور السياحة في الاستخدام والتوظيف وبشكل دقيق وعلمي وهذا يعود الى ان هناك عدة عوامل يتأثر بها حجم العمالة التي تولدها صناعة السياحة والتي تختلف من دولة الى أخرى وهي كما يأتي:-

- 1- مميزات النظام الاقتصادي للدولة وسياسات العمل والتشغيل.
 - 2- مميزات صناعة السياحة نفسها في كل بلد سواء كانت صناعة كبيرة وذات أنشطة متعددة ام تتحدد بنشاط معين والاساليب العلمية المستخدمة في ادارة وتنظيم مشروعاتها الكبيرة.
 - 3- مستوى مهارة العمل وفاعليته وملاءمته لصناعة السياحة في البلد.
 - 4- المنافسة بين صناعة السياحة والقطاعات الانتاجية الاخرى، على الاكثر من ناحية مستوى الاجور والدخول المدفوعة.
 - 5- تتميز صناعة السياحة بالموسمية العالية او تكرارها لعدة مرات على مدار السنة.
 - 6- الانطباع او التصور عن وظيفة السياحة في البلد، اي مدى تأثير العادات والتقاليد الاجتماعية في صناعة السياحة، وهل تستهوي الافراد من فئة الشباب المتعلم ام لا؟
 - 7- دخل السائح الوافد للبلد ومتوسط انفاقه اليومي، إذ ان كل سائح سيكون عماله تتناسب مع مستوى انفاقه، حيث ان سائح الانفاق العالي يتميز بكونه يقيم مثلاً في فنادق ذات تصنيفات عالية (مثل فنادق الدرجة الممتازة والفنادق العالمية) ومن ثم هذا النوع من الفنادق يولد وظائف كثيرة ومتنوعة تتناسب مع نوع ومستوى الخدمات التي تقدمها هذه الفنادق.
- وهناك ثلاث صعوبات رئيسة تحد من معرفة الدور الحقيقي لصناعة السياحة في توفير العمالة، والتي تظهر بصورة عامة في الدوائر الاحصائية وعدم دقتها في اغلب البلدان السياحية وهي:
- 1- صعوبة التمييز بين العاملين الذين يقدمون السلع والخدمات للسائح ويقدمون الخدمات نفسها لغير السائح مثل العاملين في المطاعم والنوادي وخدمات الغسيل والكي ووسائل الترفية وحتى المواصلات المحلية.
 - 2- اغلب الأنشطة السياحية تتأثر بالموسمية واعداد المشتغلين فيها يختلف بمقدار كبير في وقت معين من السنة الى وقت آخر لذلك فان اعداد العاملين في الفنادق والقرى والمدن السياحية مثلاً في نهاية السنة لايمثل الصورة الحقيقية عن فرص العمل التي وفرتها هذه الفنادق والقرى السياحية، إذ ان هناك عمالة مؤقتة او بدوام جزئي وهناك عمالة دائمية، ولو توافرت البيانات عن حجم العمالة بصورة شهرية ستكون افضل بكثير في وصف حالات التوظيف والتشغيل في هذه المنشآت السياحية والفندقية.
- ونستعرض في الجدول الاتي مساهمة القطاع السياحي في التوظيف وتوفير فرص العمل لبعض البلدان العربية وللمدة (1999-2010) وكالاتي:

جدول (10)

الاهمية النسبية للسياحة في التوظيف في بعض الدول العربية

الدولة	نسبة مساهمة السياحة في العمالة %		معدل النمو
	1999	2010	
البحرين	7.9	8.3	2.7
مصر	8.7	9.6	3.3
الاردن	18.7	21.8	4.2
الكويت	6.3	6.8	3.1
عمان	5.4	5.9	4.2
قطر	4.7	4.9	2.1
السعودية	4.9	5.3	3.8
سوريا	6.1	6.2	3.5
اليمن	4.9	5.2	3.6

المصدر: احمد انصاف، محمود الراوي، اقتصاديات الوطن العربي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2010، ص172.

ونلاحظ من الجدول ان حجم العمالة في المجال السياحي لجميع الدول للمدة (1999-2010) في زيادة واضحة وهذا يعبر عن مدى اعتماد السياحة على العنصر البشري واهميته بنسبة اكبر من باقي القطاعات الاقتصادية، ومن ثم يعد مؤشرا مهما على دور السياحة في التوظيف وتوفير فرص العمل مع الاخذ بنظر الاعتبار العوامل المؤثرة والمذكورة سابقا .

ثانيا : أنواع العمالة التي يوفرها قطاع السياحة

ان العنصر البشري هو المرتكز الاساس للقطاع السياحي مقارنة بباقي القطاعات الاقتصادية الاخرى، ان هذه الميزة للسياحة تؤثر بدرجة كبيرة في العمالة وتوفير فرص العمل بالنسبة للبلدان النامية ولاسيما انها تمتاز بعرض وفير للعمالة، ومن ثم تسهم السياحة في زيادة مقدرات التوظيف وتخفيف مشكلة البطالة التي تعاني منها اكثر البلدان النامية، يمكن القول انه توجد علاقة طردية بين نمو القطاع السياحي وزيادة فرص العمل المتاح، ليس فقط في القطاع السياحي وانما في العديد من المجالات والقطاعات والانشطة المرتبطة بالنشاط السياحي، لذا يمكن ان نميز بين نوعين رئيسيين من العمالة الناتجة عن السياحة وهي:-

1: العمالة المباشرة Direct Employment

وهي فرص العمل المتاحة في المنشآت السياحية والفندقية وكافة الجهات التي تمارس عملا ((سياحيا صرفا)) والتي تتمثل بالخدمات المباشرة والتي غالبا ما ترتبط بالسياح انفسهم مثل ((الفنادق على اختلاف تصنيفاتها وانواعها والمطاعم وشركات السفر والسياحة وشركات النقل السياحي والادلاء السياحيين، واماكن التسلية والترفيه ومحلات بيع الهدايا التذكارية والتحف ودور الترويج والتسويق السياحي وغيرها من الخدمات الاخرى))، لان الانفاق يؤثر في النشاط السياحي في قطاعات متعددة من الاقتصاد القومي، اذ لا يقتصر هذا الانفاق على الدخول (مضاعف الانفاق السياحي) وانما يمتد الى تأثيرات اخرى فيها لتوليد

فرص العمالة والذي يسمى (مضاعف الاستخدام او العمالة) The employment multiplier

ويعني هذا المضاعف بالعمالة الاضافية المتولدة عن الانفاق السياحي ويقسم القطاع السياحي حسب المنتج المقدم الى ستة قطاعات تمثل أنشطة سياحية مختلفة، وكما يأتي:-

- أ- الإقامة ويتضمن (الفنادق والمنتجعات)
- ب- الطعام والشراب (مطاعم وكافيتيريا)
- ت- نقل المسافرين (خطوط جوية، ومائية وباصات)
- ث- قنوات توزيع وسطاء (وكالات سفر ومنظمو الرحلات)
- ج- أنشطة التسلية والترفيه والترويج

ح- منظمات سياحية محلية ودولية

تؤكد اغلب الدراسات ان قطاعات الفنادق والمطاعم هو من اكثر القطاعات توفيراً لفرص العمل، ففي بريطانيا تتميز صناعة المطاعم والفنادق بأنها سابع اكبر توظيف مقارنة مع باقي الصناعات والخدمات فيها والرابع كصناعة وتجارة وخامس اكبر توظيف في النساء. ولان طبيعة صناعة السياحة والفنادق تلائم بشكل كبير الاستخدام الجزئي او الدوام الجزئي او المؤقت وخاصة لدى النساء المتزوجات والمتقاعدين والطلاب بشكل كبير في اوقات المواسم السياحية ولكن ترتفع البطالة في قطاع الفنادق اكثر من باقي القطاعات السياحية خارج موسم التشغيل السياحي والتي سببها الرئيس ظاهرة الموسمية.

2: العمالة غير المباشرة Indirect Employment

تتميز السياحة كونها صناعة ليست قائمة بذاتها فحسب وانما هي صناعة متطورة تتأثر وتؤثر في انتاجية الصناعات الاخرى، ولذلك تعمل السياحة على توليد فرص عمل غير مباشرة في القطاعات الاخرى التي تسهم في تصنيع وتجهيز المستلزمات السياحية والتي تضم مجهزي المطاعم وشركات تشييد الفنادق والقطاع الزراعي والقطاع الصناعي والبنوك والتأمين وجميع الشركات التي يعتمد عليها النوع الاول (العمالة المباشرة)، وفي دراسة عن مجلس السفر والسياحة العالمي اظهرت ان المعدل السنوي للتغير في النسبة المئوية لاعداد المستخدمين في النوع الثاني (العمالة غير المباشرة) تتقدم على العمالة المباشرة بفارق 0.4% وباستمرار من عام 1991 ولغاية عام 2005 وفي تقرير للبنك الدولي يؤكد ايضا ان السياحة تسهم في توليد فرص العمل للقطاعات المرتبطة بها (ذات الاستخدام والعمالة غير المباشرة) وكما يأتي :

في الصناعة 4.3 فرصة عمل

وفي الخدمات 1.2 فرصة عمل

وفي الزراعة 0.7 فرصة عمل

وفي التشييد والبناء 0.3 فرصة عمل

وهذه البيانات تظهر اهمية السياحة في خلق فرص عمل متنوعة ومختلفة بمستويات وتخصصات مختلفة مرتبطة بالسياحة بشكل مباشر او غير مباشر، وهناك عدة اسباب توضح القدرة الفائقة للسياحة في ايجاد فرص عمل واهمها:-

- أ- ان النشاط السياحي يعمل على توليد فرص العمل والتوظيف لكونه ينتمي الى القطاع الثالث من القطاعات الاقتصادية الا وهو قطاع الخدمات، وهذا القطاع متميز بالامكانية المحدودة للاستعانة بالمكائن والالات محل القوة العاملة البشرية مقارنة بالقطاعين (الزراعي والصناعي)
- ب- ان المنتج السياحي مزيج معقد ومركب تتعدد وجهات الانتاج فيه، وتسهم القطاعات الاقتصادية الاخرى بشكل مباشر او غير مباشر برغد السياحة من مستلزمات الانتاج، ومن ثم فان القطاع السياحي كثيف التشابك ويرتبط مع العديد من القطاعات الاقتصادية الاخرى، وهذا يعني ان امكانية السياحة على توليد فرص العمل تتعدى حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الاخرى التي تجهز السياحة بمستلزمات الانتاج وهناك دراسة عالمية تؤكد بان:
- كل غرفة فندقية تولد ما نسبته 100% فرصة عمل في الفنادق.
 - وتولد ما نسبته 75% فرصة عمل في بقية الانشطة السياحية الاخرى.
 - وتولد ما نسبته 100% في القطاعات الاخرى.
- وهذا يعني ان فندق بطاقة ابوائية (200) غرفة سوف يولد (550) فرصة عمل منها (350) فرصة عمل بالقطاع السياحي و (200) فرصة عمل في القطاعات الاخرى.
- وتذكر احصائيات منظمة السياحة العالمية لعام (2008) ان عدد فرص العمل المباشرة وغير المباشرة التي توفرها السياحة على المستوى العالمي حوالي (250) مليون فرصة عمل ويتوقع ان يرتفع ليصل الى (300) مليون فرصة عمل عام 2020.

ثالثا : العوامل المؤثرة في اهمية السياحة في التوظيف

1 – المهن المرتبطة بالعمل السياحي :

ابتداء يجب ان نميز بين نوعين من المهن المرتبطة بالعمل السياحي وكما يأتي :

النوع الاول – المهن السياحية: وتتضمن وكالات السفر والادلاء والمرشدين السياحيين، المخطط السياحي، التسويق السياحي ... الخ.

النوع الثاني – المهن الفندقية: مثل العمل في (الاستقبال، والتدبير الفندقي، و انتاج الاطعمة، والضيافة). اذن لا يكفي اقامة المشروعات السياحية الضخمة وتخصيص رؤوس الاموال الكبيرة لها ولكن يجب ان توفر من يقوم بتشغيلها وادارتها، إذ ان العمل في القطاع السياحي يتطلب قدرات فنية وادارية لمواجهة احتياجات هذا القطاع وتنميتها باستمرار من خلال التعليم والتأهيل والتدريب الكافي لكي تنجح هذه المشروعات السياحية.

فالسياحة هي صناعة خدمات تتطلب مستوى معين من المهارة سواء في الخدمة السياحية (العمالة المباشرة في المشروعات السياحية) أم الخدمات المعاونة (الجهات وثيقة الصلة بالخدمة السياحية كالجوازات) والمنافذ الحدودية جو او برا وبحرا وغيرها)

2 – التعليم والتدريب:

في مجال تنمية الموارد البشرية يجب ان نميز بين التعليم والتدريب. **فالتعليم:** يهدف الى توسيع مدارك الفرد الذهنية وتزويده باصول المعارف المهنية مع عدم التطرق الى شغله وظيفه بذاتها او تحمل مسؤوليات بعينها.

فالتعليم اذن عملية عمومية ورسمية تزود الانسان بمعلومات ومعارف تساعد على حل مشكلاته اليومية او مجابهة المواقف المختلفة عبر حياته.

وفي المجال السياحي من الضروري ان يوضح النظام التعليمي المتطلبات اللازمة في العمالة المطلوبة لتضمينها المناهج في المستويات التعليمية المختلفة (جامعات متخصصة بالتعليم السياحي وكذلك معاهد ومدارس فندقية)

اما التدريب: فهو يهدف الى تهيئة الفرد ليقوم باعداد وظيفة او بتحمل مسؤوليات مختلفة ويتم ذلك على عدة مستويات (المهني الاساس، او التخصص والاشراف او الادارة العليا) .

وتفضل السلاسل الفندقية العالمية مثل (سلسلة فنادق ميرديان وشيراتون وموفنمبيك وهوليداي ان، وغيرها) وسلسلة المطاعم العالمية مثل (ماكدونالد و KFC وغيرها) ان يتم تدريب العاملين فيها طبقا للسياسات والبرامج التي تعدها حيث يكون لديها ادارات متخصصة لهذا الغرض لكي تضمن مستوى معين من الاداء وجودة الخدمة، وللتدريب السياحي والفندقي أصول فنية نذكر بعضها على سبيل المثال:

أ- ان التدريب ليس برنامجا يبدأ ثم ينتهي في مدة سنة فهو عملية مستمرة، اذ يجب مواكبة التطورات التي تحدث سواء في الناحية الادارية والتعليمية أم العملية والتقنية .

- ب- يجب ان يشمل التدريب جميع العاملين في المنشآت السياحية والفندقية بضمنهم العاملين القدامى لضمان مستوى معين من الخدمة.
- ت- ان التدريب يتطلب عناصر معينة من اجل نجاحه منها:
- مكان مناسب للتدريب بمختلف مستوياته.
 - مدربون اكفاء لهم القدرة على نقل معلوماتهم للغير.
 - ادوات التدريب التي تتناسب مع التخصصات المختلفة وجهاز كفوء يقوم بوضع برامج التدريب ومتابعة حيث يجري تقييما لاحقا للدورات التدريبية ليتسنى تعديل البرامج اولا بأول في ضوء النتائج المتحققة.
- ث- ان تدريب المدربين هو امر ضروري، قد يتم محليا او في الخارج او من خلال دعوة الخبراء من الخارج للقيام بالتدريب.
- ج- يستخدم التدريب اساليب متعددة، فقد يستخدم اسلوب المشاهدة او دراسة الحالات او الزيارات الميدانية او التمرين العملي وغيرها.
- ح- يجب ان يشمل التدريب ايضا كيفية تحقيق الاتصال بين المستويات المختلفة من العمالة في المنشآت السياحية او الفندقية ويمكن ان يتم هذا التدريب في اثناء العمل.

3- المهارات المطلوبة في العمل السياحي :

- تشير المهارة الى الخبرة التي يتم تطويرها عبر دروس التعليم والتدريب وهي لا تتضمن فقط المهارات الحرفية او التجارية المكتسبة في العمل ولكنها اداء رقميا عاليا وفي عدة حقول مثل التطبيقات المتخصصة والفنون والالعب. ولذلك عرفت المهارة على انها مستوى الجدارة الشخصية في انجاز المهمات.
- وتقسم المهارات الى انواع منها ما يأتي :-
- أ- مهارات فكرية التي يغلب عليها الطابع الفكري ويقل فيها الطابع اليدوي والعضلي وهذا النوع يتطلب في الغالب اعدادا خاصا ولمدة طويلة في قطاع التعليم الرسمي.
- ب- مهارات يدوية وهي تلك المهارات التي يغلب عليها الطابع اليدوي والعضلي ويقل فيها الطابع الفكري والنظري وهذه المهارات تكتسب من خلال التدريب.

ت- المهارات التي تكون مزيج من المهارات اليدوية والفكرية وهذا النوع من المهارات يمكن توليده من خلال التعليم او من خلال الخبرة في العمل (فندق او شركة سفر او شركة خطوط طيران)، وتقسيم المهارات يعتمد على المنظمة نفسها، ولكي تحقق اهدافها من خلال الاستثمار الامثل لمواردها المادية والبشرية يجب ان يمتلك العاملون في المنظمة المهارات الاساسية الاتية :

أ- المهارة الفنية : وهي قدرة العاملين على اتقان المهام والمسؤوليات الملقاة على عاتقهم.
ب- المهارة الادراكية : وهي قدرة العاملين في التنظيم والتطوير والابداع والابتكار والتجديد اثناء ممارسة العمل.

ت- المهارة التشخيصية : وهي قدرة العاملين على وصف موقف اداري او سلوك اداري او ظاهرة حديثة ومن ثم تحديد اسباب ومكونات هذه الظاهرة.

ث- المهارات الانسانية : وهي قدرة العاملين على التعامل مع بعضهم البعض ومع الجمهور وبطريقة حضارية.

وتختلف المهارات بحسب المستويات الاساسية للمنظمة السياحية بحسب الوظائف والمسؤوليات والقدرات التي يجب ان يتصف بها كل مستوى من هذه المستويات خاصة وان التنمية السياحية ترتبط بتهيئة التخصصات المهنية والمهارات اللازمة من الايدي العاملة ضمن برامج متخصصة في التعليم والتدريب السياحي لتوفير هذه التخصصات والمهارات السياحية المطلوبة.

4- الصفات المطلوبة في العاملين في القطاع السياحي والفندقي

ان العمل في القطاع السياحي والفندقي يستلزم ان يكون الفرد على مستوى مرتفع من الناحية المهنية والناحية السلوكية مع اجادة لغة اجنبية واحدة في الاقل اجادة تامة (الانجليزية او الفرنسية) ومعرفة لغة اجنبية اخرى فضلا عن المظهر اللائق اضافة الى الصفات الاتية:-

أ- ان يكون الفرد معتدا بنفسه : ان صناعة السياحة والفندقة تتطلب من الفرد ان يحب العمل الذي يؤديه ويكون مقتنعا به، ولديه وفرة من المعلومات العامة والثقافة مع احساس بالثقة في النفس. ان هذه الصفات تكون ضرورية للفرد مهما كانت وظيفته متواضعة لأنه يتعامل مع سائحين لا يعرفون الا القليل عن العادات والنواحي الاجتماعية المحلية، والثوق بالنفس في المجال الوظيفي يمكن الوصول اليه من خلال التعليم والتدريب، ولاشك ان الانسان المعتد بنفسه يحظى بنظرة اعجاب من السائحين.

ب- ان يتمتع الفرد بصفة الصبر والتعاطف مع الآخرين : ان من يتعامل مع السائحين لابد ان تتوافر له صفة الصبر والتعامل مع الآخرين بقدر يفوق المستوى المادي، فالسائح يصل الى المنطقة السياحية بعد رحلة قد تكون شاقة، وفي مكان الوصول غالبا ما يكون الجو اما حارا او باردا فضلا عن مشاق حمل الامتعة، وقد يواجه السائح مشكلات في الكمارك او الجوازات وغيرها، ويتعامل مع حمالين وسائقي تاكسي وافراد اجانب لهم عادات مختلفة ولغة قد تكون مختلفة ... الخ ومن هنا يحتاج السائح الى شخص تتوافر لديه القدرة على تفهم ما قد يواجهه السائح في مكان الوصول ويقابله بالصبر والتعاطف معه وتقدير كل انواع المساعدة وهذا يتم عن طريق البرامج التدريبية للعاملين في المجال السياحي والفندقي.

ت- القدرة على التعامل مع المواقف:-

ان القدرة على تكوين الرأي تُعد من متطلبات وظيفة العاملين في المجال السياحي، فهم مطالبون بالاتصاف بالمرونة واتخاذ القرار السليم في موقف معين فعلى سبيل المثال يصل السائحون الى مكان ما غالبا ما يرونه لأول مرة، إذ تجذبهم مواقع سياحية او مزارات معينة ويبدون الرغبة في الذهاب اليها، وهنا تظهر قدرة الدليل او المرافق السياحي للمجموعة السياحية على التعامل مع هذا الموقف بحكمة، هل يبلغهم بانه لا يستطيع تعديل مسار البرنامج دون الحصول على موافقة سابقة؟ ام انه يقوم بالاستجابة لرغبتهم. واذا استجاب لهم فهل هناك تكلفة اضافية على الرحلة وكيف يواجه السائحون بهذه الامور؟ كل هذه المعارف والمهارات يمكن ان يتزود بها الموظف من خلال التعليم والتدريب.

ث- القدرة على التكيف:-

ان العامل في المجال السياحي والفندقي يجب ان يكون متعاوننا يعمل في تناسق مع زملائه، فالعمل السياحي والفندقي هو عمل فريق، فعمل كل فرد يكمل عمل الاخر مثله في ذلك مثل الفريق الرياضي. ان اي تداخل او تعارض او اختلاف بين العاملين ينعكس فورا على الاداء ويجب ان يراعى عند اختيار العاملين الجدد التأكد من انهم يتمتعوا بهذه الصفة ويكونوا قادرين على العمل مع غيرهم لتحقيق الاهداف المطلوبه.

أسئلة الفصل السادس

- س1: لماذا تعد صناعة السياحة عامل توظيف كبير جدا وتساهم في تخفيف البطالة في العالم؟
- س2: اذكر العوامل التي يتأثر بها حجم العمالة التي تولدها صناعة السياحة .
- س3: ماهي الصعوبات التي تواجه معرفة الدور الحقيقي للسياحة في توفير فرص العمل؟
- س4: وضح معنى العمالة المباشرة التي تولدها السياحة وضح ذلك مع الامثلة؟
- س5: ما هو معنى العمالة غير المباشرة ؟ وضح ذلك مع الامثلة .
- س6: ماهي اهم الاسباب التي توضح القدرة الفائقة للسياحة على توفير فرص العمل؟
- س8: ماهي انواع المهن المرتبطة بالسياحة؟
- س9: كيف تميز بين التعليم والتدريب؟
- س10: ماهي الاصول الفنية للتدريب السياحي والفندقي؟
- س11: ما هي اهم المهارات المطلوبة في العمل السياحي؟
- س12: اذكر اهم الصفات المطلوب توافرها في العاملين في القطاع السياحي والفندقي؟

السياحة والتنمية الاقتصادية

أولاً : التخلف الاقتصادي

ثانياً : التنمية الاقتصادية

ثالثاً : أثر السياحة في عدالة توزيع التنمية بين الأقاليم

رابعاً : أثر السياحة في تنشيط حركة الانتاج والاستثمار

أهداف الفصل السابع

يهدف هذا الفصل إلى :

- تعريف الطالب بالتخلف الاقتصادي ومظاهره وتفسير أسبابه .
- تعريف الطالب بالتنمية الاقتصادية في البلدان النامية .
- التعرف بأثر السياحة في عدالة توزيع التنمية بين الأقاليم وأثرها في تنشيط الاستثمار في القطاعات الأخرى .

أولا : التخلف الاقتصادي

1 - مفهوم التخلف الاقتصادي :

ان التخلف الاقتصادي يتناول وضع البلدان التي توصف بأنها (نامية) او (متخلفة اقتصاديا) والتي تشكل معظم ما يسمى بـ (بلدان العالم الثالث) التي تشمل بلدان اسيا وافريقيا وامريكا اللاتينية .

ان اول مصطلح اشيع تداوله في الفكر الاقتصادي لوصف هذه البلدان هو اصطلاح الدول المتأخرة، والتي عرفت بأنها تلك المجموعة التي تسود فيها المستويات المنخفضة من التقدم الفني والاقتصادي، بحيث يترتب على ذلك شيوع الفقر بين سكانها، غير ان هذا الاصطلاح استبدل لاحقا بمفهوم جديد وهو البلدان المتخلفة على اعتبار ان الفقر او الغنى مفاهيم نسبية وليست مطلقة، وبناء على ذلك فأن مفهوم البلدان المتخلفة يعني تلك الدول التي تنخفض فيها مستويات المعيشة عن تلك المستويات السائدة في الدول المتقدمة مثل اوربا الغربية والولايات المتحدة الامريكية واستراليا واليابان .

غير ان المأخذ الذي يسجل على هذا المفهوم كونه لا يفرق بين الركود الاقتصادي الذي تعاني منه احيانا اقتصاديات الدول المتقدمة والتخلف الذي تتسم به اقتصاديات البلدان المتخلفة بحيث يعطي الانطباع بأن مشكلة التخلف الاقتصادي هي حالة ركود في هذه الاقتصاديات، وهو امر لا يتفق مع الواقع، وتجاوزا لهذا النقد حاول بعض كتاب التنمية استخدام مفهوم جديد، وهو البلدان النامية الذي يحظى باستخدام واسع النطاق في الوقت الحاضر ومن المفيد ان نذكر بأن الاصطلاح الذي تستخدمه الامم المتحدة للتعبير عن البلدان النامية بأنها البلدان التي يكون دخلها منخفضا .

لا يوجد تعريف محدد ومتفق عليه بين الاقتصاديين بخصوص التخلف الاقتصادي، ذلك ان مشكلة التخلف بحد ذاتها مشكلة مركبة ومعقدة، فكونها مركبة يتأتى من انها تتصل بعوامل وجوانب متعددة اقتصادية واجتماعية وسياسية، اما كونها معقدة فيتأتى من ان هذه العوامل تتبادل التأثير فيما بينها، اي كل منها يؤثر ويتأثر بالآخر في تشكيل حالة التخلف، فضلا عن ان هذه البلدان التي تعاني من وطأة التخلف تتباين من حيث اوضاعها وظروفها ومستويات التطور التي استطاعت تحقيقها خلال الفترات الماضية، ومن حيث الامكانيات والموارد المتاحة لديها .

ونتيجة لما سبق، ونظرا لاختلاف وجهات نظر الكتاب فقد اخذ كل منهم ينظر الى مشكلة التخلف من زاوية معينة . ويمكن ان نستعرض بعض الاراء ومنها :

- البلد المتخلف هو ذلك البلد الذي يعاني من ندرة شديدة في رأس المال .

- البلد المتخلف هو ذلك البلد الذي يفتقر الى الموارد الطبيعية او سوء استغلالها .
 - البلد المتخلف هو ذلك البلد الذي يسيطر الانتاج الاولى (الزراعة، الصناعة الاستخراجية) على نسبة من الناتج القومي .
 - البلد المتخلف هو ذلك البلد الذي يعاني من حالة التخلف التكنولوجي .
- ولقد شاع استخدام متوسط الدخل الفردي كمقياس للتدليل على المستوى الاقتصادي الذي يتمتع به اي بلد من بلدان العالم، ومن ثم كمعيار للفصل بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية، فالاولى يرتفع فيها متوسط الدخل الفردي والثانية تتميز بالانخفاض النسبي في متوسط دخل الفرد . وهناك العديد من التحفظات التي ترد على متوسط الدخل الفردي كتعريف ومعيار للتخلف، الا ان ذلك لا يمنع من اعتماده مؤشرا يستدل بواسطته على تواجد ظاهرة التخلف، وحقيقية الارتباط بين انخفاض الدخل والتخلف . والواقع يؤكد انه حينما ينتشر مستوى المعيشة المنخفض يظهر التخلف .
- وبسبب عدم الاتفاق على تعريف محدد للتخلف الاقتصادي . تم اللجوء الى دراسة مظاهر التخلف الاقتصادي في البلدان النامية .

2 - مظاهر التخلف الاقتصادي :

يشير المهتمون بشؤون التنمية الى نوعين من المظاهر وهما المظاهر الاقتصادية للتخلف والمظاهر الاجتماعية .

النوع الاول : المظاهر الاقتصادية للتخلف :

أ - التخصص في انتاج المواد الاولية : حيث تتسم اقتصاديات البلدان النامية في كونها بلدانا متخصصة بآنتاج المواد الاولية خاصة الاستخراجية، وان اقتصادها قائم على الانتاج الزراعي المتخلف، حيث ارتفاع عدد العاملين في هذا القطاع والذي يعبر عنه بظاهرة البطالة المقنعة، والتي تعني بأن الانتاجية الحدية للعاملين منخفضة جدا بحيث لو جرى تحويل نسبة كبيرة منهم سوف لن يؤدي ذلك الى خفض الناتج الزراعي .

ب - ضعف القاعدة الصناعية : حيث تتصف اقتصاديات البلدان النامية بعدم وجود قاعدة صناعية كفوءة للاقتصاد الوطني، مما يحول دون القدرة على استيعاب الايدي العاملة الفائضة في القطاع الزراعي، ويمكن ان يلاحظ الضعف عبر عدد من المؤشرات الاقتصادية الهامة مثل :

- انخفاض مساهمة القطاع الصناعي في الناتج القومي الاجمالي .
- انخفاض نسبة اعداد العاملين في القطاع الصناعي قياسا الى عدد القوى العاملة الكلية في تلك البلدان .
- صغر حجم المنشآت الصناعية بحيث يحررها من فرصة الاستفادة من مزايا الانتاج الكبير .
- انخفاض مستوى انتاجية العامل الصناعي .

ج - ضعف التراكم الرأسمالي : ويعد من اهم الخصائص الاقتصادية التي تعاني منها البلدان النامية، وان الاسباب التي تؤدي الى انخفاض مستوى التراكم الرأسمالي لتلك البلدان متعددة، من اهمها : سوء توزيع الفائض الاقتصادي، وهذا يعني ان مستوى الفائض الاقتصادي الذي تحققه البلدان النامية لا يأخذ طريقه نحو الاستثمار الصحيح، وانما تذهب حصة مهمة منه لاغراض الاستهلاك المفرط على السلع الكمالية المستوردة من الخارج . والانفاق الحكومي المرتفع نتيجة توسع القطاعات الحكومية، فضلا عن استحواذ الطبقات الطفيلية على جزء من الفائض، هذا كله يمنع من قيام مستوى مناسب للتراكم الرأسمالي .

د - ازدواجية الاقتصاد : ان اقتصاديات البلدان النامية غالبا ما تكون تبعيتها للمراكز الاقتصادية العالمية، وما تمليه عليها هذه التبعية من تطوير القطاعات المنتجة للمواد الاولى التي تحتاجها الصناعات الرأسمالية المتقدمة . بينما تبقى القطاعات الاقتصادية الاخرى من غير رعاية، وبذلك ينشأ اقتصاد ذو طابع مزدوج، فهو من جهة يتكون من قطاع رأسمالي متطور ينتج لاغراض التصدير مثل الصناعات الاستخراجية كالنفط والغاز والفوسفات والقصدير والذهب . او الصناعات التجميعية او المكملات لصناعات قائمة في الدول الرأسمالية، حيث تستفيد هذه الاخيرة من رخص تكلفة العمل والمواد الخام . الى جانب هذا القطاع يوجد قطاع اخر ينتج للأستهلاك المحلي يتصف بالبدائية وانخفاض المستوى التكنولوجي فيه. وادى هذا الواقع الى ان يصبح القطاع الرأسمالي عامل اعاقا لا قوة دافعة للتطور ما ادى الى تشويه الهيكل الاقتصادي في البلدان النامية .

هـ - انتشار ظاهرة البطالة : تُعد ظاهرة البطالة بأشكالها المختلفة احدى المظاهر الاساسية لتخلف اقتصاديات البلدان النامية، وتعد البطالة المقنعة من أبرز اشكال البطالة التي تعاني منها البلدان النامية وتعني وجود عمال اكثر من حاجة العمل من حيث الكم والنوع حيث يشيع ظهورها في القطاع الزراعي بوجه خاص، وذلك لما يتميز به هذا القطاع من تركيز الجزء الاكبر من القوة العاملة فيه، غير انها تظهر في بعض الحالات في قطاع الخدمات، وكذلك في بعض الخدمات الحكومية . وتفاوت البطالة المقنعة من

بلد الى اخر وذلك تبعا للظروف والمتغيرات التي يمر بها كل من هذه البلدان، وتواجه البلدان النامية شكلا اخر من البطالة يعرف بالبطالة الموسمية وتظهر كنتيجة لموسمية العمل في النشاطات الاقتصادية ولذا فأنها توجد في القطاع الزراعي بسبب الطبيعة الموسمية للإنتاج الزراعي وعدم استخدام الارض طوال السنة، كما انها توجد في بعض الصناعات الموسمية .

النوع الثاني : المظاهر الاجتماعية :

أ – ارتفاع الكثافة السكانية : ان ارتفاع معدل النمو السكاني للبلدان النامية يعد من اهم عوامل تخلفها، لما يعنيه من مظاهر البطالة وزيادة حجم الاستهلاك ومن ثم تقليص فرص الادخار والاستثمار، مما يقلل معدل النمو الاقتصادي لديها . وبعبكس ما يحصل في الدول المتقدمة فإنها تبحث عن الزيادة في السكان لما يعنيه ذلك من الزيادة في قوة العمل . ان اسباب ارتفاع الكثافة السكانية تعود الى ارتفاع نسبة الولادات من جهة، والى انخفاض نسبة الوفيات من جهة اخرى . وذلك بسبب تحسن الاوضاع الاقتصادية والاجتماعية والى الزواج المبكر وتعدد الزوجات . مما يجعل هيكل الاعداد يميل نحو زيادة نسبة صغار السن والشيوخ الى مجموع السكان اذ ان ذلك يؤدي الى انخفاض نسبة القادرين على العمل من السكان ومن ثم يؤدي الى انخفاض مستوى نصيب الفرد من الناتج القومي، ويتحول بذلك الى عقبة مهمة في طريق التنمية الاقتصادية للبلدان النامية .

ب – انخفاض المستوى الصحي : يعد انخفاض المستوى الصحي في العديد من البلدان النامية من الخصائص المميزة لها مقارنة مع البلدان المتقدمة، ففي البلدان النامية ما يزال العديد من الامراض منتشرا كالمalaria والبلهارزيا بسبب تردي الاوضاع الاجتماعية والمعيشية وتلخف البيئة وعدم توافر المياه الصالحة للشرب فضلا عن قلة الملاكات الطبية من الاطباء والمرضين والفنيين .

ج - شيوع الامية وانخفاض مستوى التعليم : حيث تعد من الظواهر الاكثر شيوعا في البلدان النامية لانها تنتشر على نطاق واسع خصوصا بين كبار السن وتشير معظم الاحصاءات الدولية الى ارتفاع نسبة الامية الى اكثر من 60% في عدد من البلدان النامية . كما يلاحظ انخفاض متوسط سنوات الدراسة .

كل هذا يؤدي الى انخفاض قدرات وكفايات الافراد الانتاجية فضلا عن ضعف قدراتهم على تعلم طرق الانتاج الحديثة، الامر الذي ينعكس بشكل واضح على انخفاض انتاجية العمل .

3 - تفسيرات التخلف الاقتصادي :

لقد تعددت نظريات تفسير التخلف حسب مناهج البحث ومن أهمها ما يأتي :

أ - تفسير التخلف على اساس العوامل الطبيعية (الحتمية الجغرافية)

يعد هذا التفسير على ان المناخ الملائم يهيء اساسا لتقدم بعض الدول في حين ان المناخ غير الملائم لا يهيء مثل هذا الاساس لدول اخرى، وقد تم الاستناد في ذلك على واقع ان معظم الدول المتقدمة في الوقت الحاضر تقع في مناطق ذات مناخ معتدل يساعد على الحركة والنشاط في الوقت الذي تقع فيه معظم الدول النامية في مناطق ذات مناخ استوائي حار يحد من نشاط الافراد ويضعف قابليتهم الانتاجية .

ب - تفسير التخلف على اساس العوامل الاجتماعية (الحتمية الثقافية)

تعزو هذه النظرية سبب التخلف الى انخفاض المستويات الثقافية والاجتماعية للأفراد في البلدان النامية، وتأثير العادات والتقاليد والقيم في سلوكهم مما يجعل عملية التنمية امرا صعبا ، ومثال على ذلك المغالاة في الانفاق الاستهلاكي بهدف المباهاة والتفاخر، والمضاربة في شراء العقارات واكتناز الذهب والمجوهرات بدلا من توجيهها للاستثمار، وعدم السماح للمرأة في الاشتغال، وضعف الوعي الصحي وانتشار الامراض والامية وغيرها .

ج - التأثيرات السلبية للعلاقات الدولية :

يرى العديد من الاقتصاديين ان حالة التخلف وكذلك حالة التقدم، لم تكن حالات بارزة وواضحة بحيث يمكن اعتمادها كأساس للفصل بين الدول اذ لم تكن هناك حالات متقدمة مقابل حالات متخلفة في المدة التي سبقت الثورة الصناعية، اما بعد الثورة الصناعية فقد برزت حالات تتميز بالتقدم الواضح، مقابل حالات تنسم بالتخلف، ان امتلاك دول معينة لامكانيات كبيرة وتوفر الظروف الملائمة مكنها من تحقيق تطور ملموس في كافة المجالات . وخاصة في الصناعة وكانت البداية في انكلترا ثم المانيا وفرنسا، وعملت هذه الدول على توظيف مستلزمات هذا التطور مما ادى الى اعاقا تطور البلدان الاخرى، كما فرضت علاقات دولية غير متكافئة بأساليب شتى من بينها الاستعمار والسيطرة المباشرة على الدول الاخرى من خلال شركات هذه الدول التي عملت على استغلال ثروات البلدان النامية . واغرقت اسواقها بالمنتجات واعاقت تطورها صناعيا ، وساهمت بعدم توفير الظروف الملائمة لتطورها.

ثانيا : التنمية الاقتصادية

1 - مفهوم التنمية الاقتصادية :

قبل ان نتناول تعريف التنمية الاقتصادية لا بد من بيان جوهرها المتمثل في التخلص من التخلف بجوانبه الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتوفير مستلزمات ادامة الحياة من حاجات اساسية (الغذاء، السكن، الصحة، الحماية الخ) وزيادة الدخول وتوفير فرص عمل اكثر، وتحقيق مستويات تعليم افضل . وان ننظر الى التنمية على انها عملية مقصودة ومستمرة تعمل على تهيئة الشروط الاجتماعية والسياسية والتكنولوجية بقصد استغلال الموارد الطبيعية والطاقات البشرية .

يجري التفريق بين مصطلحين يقتربان من بعضهما، وهما النمو والتنمية، فالنمو يعني الزيادة في الدخل القومي الحقيقي خلال مدة زمنية معينة دون حصول تغيرات ملموسة في الجوانب الاخرى . بينما تعني التنمية اضافة الى النمو في الدخل القومي حصول تغيرات مهمة وواسعة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية، وفي التشريعات والانظمة التي تحكم هذه المجالات وان يزداد الانتاج بمعدلات اعلى من معدلات الزيادة في السكان .

يمكن تعريف التنمية الاقتصادية بأنها ((عملية مجتمعية واعية وموجهة لايجاد تحولات هيكلية تؤدي الى تكوين قاعدة، واطلاق طاقة انتاجية ذاتية، يتحقق بموجبها تزايد منتظم في متوسط انتاجية الفرد وقدرات المجتمع ضمن اطار من العلاقات الاجتماعية يؤكد الارتباط بين المكافأة والجهد ويعمق متطلبات المشاركة مستهدفا توفير الاحتياجات الاساسية وموفرا ضمانات الامن الفردي والاجتماعي والقومي . بالنظر لسعة التغيرات المطلوب اجرائها وتعددتها بحيث تشمل معظم نواحي الحياة . فأن هذا يجعل دور الدول اساسيا وذلك لامتلاكها امكانيات التخطيط لعملية التنمية .

ان عملية التنمية الاقتصادية عملية شاملة تتضمن ابعادا عديدة فضلا عن بعدها الاقتصادي، يمكن تلخيصها بالاتي :

- أ - البعد الاقتصادي / ويتضمن تصفية التخلف وتحقيق النمو، وتحديث التصنيع .
- ب - البعد الاجتماعي / ويتضمن اجتثاث الفقر، اشباع الحاجات الاساسية، التوزيع الاكثر عدالة لفرص العمل والدخل .
- ج - البعد السياسي / ويتضمن التحرر من التبعية والاستغلال الاقتصادي .

د - البعد الدولي / ويتضمن التعاون الدولي والتكامل الاقليمي .

هـ - البعد الحضاري / ويفهم التنمية كمشروع لنهضة حضارية .

2 - مستلزمات التنمية الاقتصادية :

يتطلب تحقيق التنمية الاقتصادية توافر عدد من المستلزمات من اهمها الموارد الطبيعية والموارد البشرية اضافة الى رأس المال والتكنولوجيا، وان البلدان النامية في سعيها لتحقيق التنمية تحتاج فضلا عن هذه المستلزمات الى المؤسسات الداعمة للتنمية والى جملة من التغييرات في الهيكل الاقتصادي والاجتماعي والسياسي للبلد .

أ - الموارد الطبيعية : تعرف الموارد الطبيعية بأنها كل العناصر الاصلية التي تؤلف الارض او موارد الارض، وهذه الموارد موجودة فوقها او تحت سطحها وتشمل ايضا كل الموارد المتوافرة في اعماق البحار . وبصيغة اكثر تحديدا فإن هذه الموارد تشمل : الصخور التي تحتوي على خامات المعادن ومصادر الطاقة مثل النفط والفحم والغاز والمياه الجوفية والسطحية والتربة التي تزرع فيها النباتات .

تمثل هذه الموارد العنصر الرئيس في الاهمية وبخاصة في المراحل الاولى للتنمية ذلك ان البلد في وضع يجب ان ينتج فيه فائضا من الغذاء يسمح لبعض العمال ان يغادروا قطاع انتاج الغذاء ويعملون في نشاطات غير زراعية . ان توفر الموارد الطبيعية يساعد على ادامة النمو بمعدلات عالية .

ب - الموارد البشرية : تحتاج عملية التنمية الى العناصر البشرية القادرة على المشاركة في الانتاج بكفاءة واداء الخدمات التي تتطلبها العملية الانتاجية اضافة الى فئة المدراء والمنظمين لدورهم الحاسم في تطوير المؤسسات الانتاجية .

ان تحقيق هدف زيادة الانتاج بشكل مستمر تحتاج الى العناصر البشرية المدربة وذات الكفاية، لانه لا يمكن تحقيق اي تقدم بدونها .

ج - رأس المال : ويشمل المباني والطرق وسكك الحديد والموانئ والمطارات وشبكات الكهرباء والاتصالات والمصانع والمدارس والمستشفيات والجامعات والسلع الرأسمالية ونعني بها المكنات والمعدات (الطويلة العمر) التي تساهم في انتاج سلع اخرى، فضلا عن (رأس المال الخزين) وهو يضم انواع السلع (السلع الوسيطة، والسلع قيد التصنيع، والسلع الجاهزة)، لذا فإن مساهمة رأس المال المادي تشكل العنصر الرئيس الذي تحتاجه التنمية في البلدان النامية .

د - التكنولوجيا : تعرف التكنولوجيا بأنها اية معرفة عملية منظمة مبنية على التجربة او النظرية العلمية التي تعزز قدرة المجتمع على انتاج السلع والخدمات، ان التكنولوجيا ليست مثل عناصر الانتاج (الارض والعمل ورأس المال) فالتكنولوجيا تساهم في زيادة انتاج السلع الرأسمالية، وكذلك في اساليب الادارة والتنظيم، ان اي اسلوب تكنولوجي تستعمل فيه عناصر الانتاج بكفاية يؤدي الى تحسن في المنتج والى تقليل تكاليف الانتاج .

3 - عوائق التنمية الاقتصادية :

تعرض عملية التنمية الاقتصادية في البلدان النامية العديد من العوائق من ابرزها الاتي :

أ - الحلقة المفرغة للفقر : ان مضمون الحلقة المفرغة يشير الى ان اقتصاديات البلدان النامية محكومة بسلسلة من الحلقات المتشابكة من الفقر والركود، وهذه الحلقات تعتبر الفقر نقطة البداية، فالحلقة الاساس تبين ان الفقر يعني انتاجية منخفضة ومدخولات منخفضة وهي تفضي الى ادخارات منخفضة، ومن ثم تؤدي الى مستويات منخفضة من الاستثمار، ويعني استمرار النقص في رأس المال الذي يفسر دوام الفقر.

وتؤكد حلقة اخرى على دور الطلب في التنمية والبداية ان حالة الفقر تعني دخول منخفضة تؤدي الى انخفاض الادخار وهذا يؤدي الى انخفاض الاستثمار المربح والذي يؤدي الى انخفاض جديد في مستوى الدخل، هذا يقود الى ان البلدان النامية عاجزة عن كسر هذه الحلقات لان هناك اسبابا تكرر نفسها باستمرار تؤدي الى ديمومة التخلف .

ب - ضيق السوق : ان من ابرز عوائق التنمية في البلدان النامية هو ضيق السوق التي تحد من عملية التوسع والتطور الاقتصادي وتقف عائقا بوجه تحقيق التنمية، حيث لا يحفز ذلك على التوسع في هذه البلدان لان سعة السوق تتأثر بمستوى الدخل الحقيقي للأفراد وحجم السكان وكفاية الطرق ووسائل النقل . في بداية عملية التنمية ينبغي الاعتماد على السوق المحلية في تصريف منتجات هذه المشروعات لانه من الصعب تسويقها في الاسواق الخارجية التي تتسم بجودة اعلى وكلفة اقل . لذلك فأن ضيق السوق يحد من عملية التوسع في اقامة المشروعات التنموية .

ج - العوائق الاخرى : هي العوائق الاجتماعية والادارية والظروف الدولية :

- ارتفاع حجم السكان قياسا بحجم الموارد الاقتصادية .
- انخفاض المستويات التعليمية وعدم توافر الامكانيات الكافية للتدريب .

- انخفاض مستوى وكفاية القدرات الادارية والتنظيمية .
- عدم الاستقرار السياسي يجعل من رسم السياسات وتنفيذها امرا صعبا .
- اعتماد البلدان النامية على البلدان المتقدمة في مجالات رأس المال والتكنولوجيا .
- القيود المفروضة على تجارة البلدان النامية من قبل الاحتكارات الدولية .

ثالثا : اثر السياحة في عدالة توزيع التنمية بين الأقاليم

ان عملية التنمية الاقتصادية في البلدان النامية غالبا ما تركز على تنمية القطاع الصناعي وتُعد القطاع القائد في الاقتصاد، ويتم انشاء المصانع في المدن الكبرى او بالقرب منها لتوفر عنصر العمل الماهر من ناحية وضمان عملية التسويق من الناحية الثانية، وهذا ما يوفر لسكان هذه المدن العديد من الخدمات الضرورية لحياة الانسان من ماء وكهرباء وشبكات الطرق والمدارس والجامعات فضلا عن اماكن اللهو والترفيه من مسارح وسينمات الخ .

بل انهم يحصلون على افضل فرص التعليم لتوافر المؤسسات التعليمية بمختلف مراحلها وفرص العمل في المصانع او في مجالات الخدمات الوفيرة .

في الوقت نفسه فإن المناطق الريفية والنائية التي تعتمد على الزراعة والرعي وبعض المهن والحرف اليدوية تشكو من نقص كبير في الخدمات وعدم توافر فرص العمل إذ يعاني الكثير منهم من البطالة المقنعة، وكذلك الصعوبة في الحصول على فرص التعليم . وينشأ عن ذلك ظهور فوارق في الدخل والمستوى المعاشي، فيكون الدخل والمستوى المعاشي لسكان الارياف منخفضا قياسا بسكان المدن وكذلك المستوى الثقافي يكون ايضا لصالح سكان المدن .

ان اقامة المنشآت السياحية تحتم الاخذ بنظر الاعتبار اذواق السياح الذين يفضلون الابتعاد عن اجواء المدن والازدحام الموجود فيها الى الاماكن الطبيعية الهادئة والجميلة (البحيرات، الغابات، شواطئ البحار) . والتي تقع في المناطق النائية البعيدة عن المدن .

بحكم هذه الميزة للمواقع السياحية . لابد من اقامة المنشآت السياحية في المناطق النائية وتوفير كل الخدمات التي يحتاجها السائح وبمستوى راقى كما تتوفر في المدن، ان اقامة المنشآت السياحية في المناطق الريفية والنائية وتعبيد الطرق وايصال الكهرباء والماء والمستشفيات وغيرها يجعل السياحة تساهم في تنمية المناطق النائية، بتوفير فرص العمل لسكان الارياف ورفع مستوى دخولهم .

- ويمكن اجمال الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة على تنمية الاقاليم الريفية بما يأتي :-
- أ - ان طبيعة التشابك القطاعي الكثيف للنشاط السياحي ومساهمة العديد من القطاعات الاقتصادية بتصنيع المنتج السياحي سوف يعمل على تكوين عدد من الصناعات والخدمات في الاقاليم لتجهيز السياحة بمستلزمات الانتاج .
- ب - تعمل السياحة على تنمية وتطوير الصناعات الحرفية والفلكلورية في هذه الاقاليم .
- ج - المشاريع السياحية تتطلب المزيد من القوى العاملة، ومن ثم خلق تجمعات سكانية يستوجب توفير الخدمات التعليمية والصحية وغيرها .
- د - كثرة المشاريع السياحية تؤدي الى خلق فرص عمل لسكان الاقاليم وتساهم في القضاء على البطالة .
- هـ - الحصول على فرصة عمل في المشاريع السياحية يساهم في خلق دخول جيدة لسكان الاقاليم ويرفع المستوى المعاشي والثقافي لديهم .
- و - ان ظهور المجمعات السياحية في الاقاليم يستوجب اقامة مراكز لحفظ الامن ودوائر البلدية والجنسية ومن ثم توفير عناصر الاستقرار .
- وهكذا تعمل السياحة على تصحيح ما خلفته التنمية الصناعية من اختلال في توزيع المشاريع التنموية، وتعمل على اعادة توزيع التنمية لصالح الاقاليم الريفية .

رابعا : أثر السياحة في تنشيط حركة الانتاج والاستثمار

ان مجموعات السياح القادمين الى المواقع السياحية في البلدان النامية غالبيتهم من بلدان متطورة اقتصاديا ويمتازون بمستويات ثقافية وحضارية عالية وهم في الغالب متمكنين ماديا ، ومن هذه الدول هي الولايات المتحدة وكندا والمانيا وفرنسا واليابان . إذ ان سياح بهذا المستوى العالي من الامكانيات المادية والثقافية ويتمتعون بكل مستلزمات حياة العصر في بلدانهم يحتاجون الى توفير مستلزمات عديدة لاستقبالهم والظهور بالمظهر اللائق يحتم على البلد المستضيف توفير مستلزمات الحياة العصرية لهم لكي يحصل البلد على رضا السياح وكسبهم الى جانب البلد ومن قبيل ترويج السياحة ايضا لهذا البلد .

بناء على ذلك فإن على البلدان النامية ان تهتم وتنمي جميع المرافق السياحية ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بالنشاط السياحي والتي يمكن ان توفر اساس العمل للنشاط السياحي، الا وهي البنى

التحتية . وبذلك تكون السياحة الحافز القوي لإنشاء هذه البنى وتنميتها، وتعم فائدتها على القطاع السياحي والقطاعات الاقتصادية الأخرى، ويستفيد من خدماتها جميع السكان في الأقاليم الريفية .

تنمية البنى التحتية والتكاليف الاستثمارية السياحية : -

تختلف التكاليف الاستثمارية لأي مشروع اقتصادي بحسب الموقع الجغرافي ومدى توافر خدمات المرافق الأساسية فيه . وبناءً على ذلك فإن المشروع المقام في مراكز المدن تكون تكاليفه الاستثمارية أقل من أقامته في الأقاليم الريفية التي تقتقر إلى الطرق والماء والكهرباء، مما يضطر إلى إضافة تكاليف إنشاء هذه المرافق (الطرق والكهرباء والماء) إلى تكلفة المشروع السياحي في الأقاليم ومن ثم ارتفاع تكاليف أقامته .

إن إقامة المشاريع السياحية والحرص على توفير المنتج السياحي المتطور للسياح الأجانب، سوف يحمل الاستثمار السياحي تكاليف إضافية، وفي كثير من الأحيان يؤدي ارتفاع التكاليف الاستثمارية إلى عدم تنفيذ المشاريع السياحية، وهكذا يقرر إذا ما تكون السياحة حافزا لإقامة وتنمية مشاريع المرافق الأساسية بقدر ما تكون هذه المرافق الأساسية عبئا ثقيلا على التنمية السياحية في البلدان النامية .

أسئلة الفصل السابع

- س1: ما هي اسباب زيادة السكان في البلدان النامية ؟ وضح ذلك .
- س2 : ما الفرق بين مصطلح النمو والتنمية الاقتصادية ؟
- س3 : وضح دور السياحة في تنمية الاقاليم الريفية ؟
- س4 : عرف ما يأتي : البطالة الموسمية، بلدان العالم الثالث، رأس المال الخزين، البنى التحتية .
- س5 : ما المقصود بالتكنولوجيا . وما هو دورها في تحقيق التنمية ؟
- س6 : تعاني البلدان النامية من ازدواجية الاقتصاد وضح هذه الظاهرة .
- س7 : عدد الابعاد التي تحققها التنمية الاقتصادية ؟
- س8 : من اسباب التخلف الاقتصادي الحلقة المفرغة للفقر وضح كيفية حدوثها .
- س9: ماهو أثر السياحة في عدالة توزيع التنمية بين الاقاليم ؟
- س10: تكلم عن دور السياحة في تنشيط حركة الانتاج والاستثمار ؟

السياحة وتمويل الموازنة العامة للدولة

أولاً : تعريف الموازنة

ثانياً : مكونات الموازنة

ثالثاً : اثر السياحة في الدخل الحكومي

أهداف الفصل الثامن

يهدف هذا الفصل إلى :

- تعريف الطالب بالموازنة العامة ومكوناتها .
- التعرف بأثر السياحة في الدخل الحكومي ودورها في ارتفاع إيرادات الموازنة .

أولاً : مفهوم الموازنة العامة

تعد الموازنة العامة برنامج العمل الذي تعتزم الحكومة تنفيذه لتحقيق اهداف المجتمع والوسيلة التي تستخدمها السلطة التشريعية للوقوف على كفاية الاجهزة التنفيذية والرقابية، من خلال النظر الى مدخلات ومخرجات الموازنة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية .

وقد اكتسبت الموازنة العامة اهميتها من حاجة الحكومات على اختلاف انظمتها السياسية الى ابراز فلسفتها في ادارة الحكم وتطوير المجتمع في كافة المجالات . ولم تعد الموازنة مجرد جداول تتضمن ارقاما بل خطة عمل تتضمن اهدافا معينة تسعى لتحقيقها خلال مدة زمنية محددة (سنة واحدة) .

1 - تعريف الموازنة :

عرف الباحثون الموازنة بتعاريف مختلفة كل من وجهة نظره، فهي اداة للرقابة والمحاسبة بالمفهوم الرقابي، وهي قانون مالي بالمفهوم القانوني، واداة اساسية للتخطيط بالمفهوم التخطيطي، وهي اداة لكبح التضخم والانكماش بالمفهوم الاقتصادي، ويمكننا ان نعرف الموازنة العامة للدولة بأنها مجموعة من الاهداف والبرامج المعبر عنها بالارقام والتي ترغب السلطة السياسية بتنفيذها بواسطة وحدات الدولة المختلفة بأقل التكاليف خلال مدة قادمة (سنة) معبر عنها بحجم كلفة كل هدف او برنامج مع بيان مصادر التمويل التي ستحصل عليها الوحدات للمدة ذاتها)) .

مما تقدم يتضح ان مفهوم الموازنة يتضمن الاتي :-

- أ - ان الموازنة العامة وثيقة تنبؤ بالايادات والنفقات المتوقعة لمدة زمنية قادمة .
- ب - انها تصدر بقانون يسمى بـ (قانون الموازنة) وهي الاذن (الاجازة) من السلطة التشريعية للسلطة التنفيذية .
- ج - هي خطة مستقبلية تعبر عن اهداف الدولة المالية والاقتصادية والاجتماعية النابعة من فلسفتها السياسية .

2 - قواعد الموازنة العامة :

تتميز الموازنة العامة بخضوعها لقواعد معينة عند تحضيرها هي :
السوية، الوحدة، الشمول، التوازن .

أ – السنوية :

يجري اعداد تقديرات الموازنة العامة للدولة عن مدة زمنية محددة تكون عادة سنة واحدة، مما يكسب الموازنة صفة الدورية . ويعود السبب في اختيار المدة الزمنية بسنة الى :

- امكانية تغطية جميع العوامل الموسمية التي تؤثر في الانفاق العام وعلى تحصيل الايرادات العامة.

- ان اعداد الموازنة ومناقشتها واعتمادها يتطلب وقتا وجهدا لا يقل عن سنة .
- يصعب اعداد تقديرات دقيقة في بعض النفقات والايرادات اذا زادت المدة عن سنة .
- ان مدة السنة تتفق مع مختلف انواع الرقابة التي سنذكرها في ما بعد، إذ ان هذه الرقابة تسير بصورة دورية وضمن فترات متقاربة .

ب – الوحدة :

تقضي هذه القاعدة بأن تدون جميع نفقات الدولة وجميع ايراداتها في وثيقة واحدة لتستطيع الاجهزة الرقابية المختلفة من التعرف على مركزها المالي ومراقبة تصرفاتها المالية وانطباقها مع الاهداف المرسومة وما تم اعتماده من قبل السلطة التشريعية .

ان هذه القاعدة تعني عدم تخصيص الايرادات لتمويل نفقة معينة، اي ان جميع موارد الدولة تصب في خزانة واحدة ومنها ما يجري تمويل جميع الانشطة التي تقوم بها .

ج - الشمول :

تقضي هذه القاعدة ان تكون الموازنة العامة شاملة لجميع النفقات والايرادات، بحيث تظهر الايرادات اجماليا بدون خصم اي نوع من المصروفات المتعلقة بجبايتها، ويتم صرف النفقات في حدود الاعتمادات المخصصة بالموازنة . وهناك اسلوبين في تدوين الايرادات والنفقات في الموازنة، الاول : اجراء مقاصة بين ايرادات ونفقات كل وحدة بحيث تظهر النتيجة النهائية في الموازنة العامة اي صافي الايرادات، ويطلق على هذه الطريقة اسم (الناتج الصافي)، والثاني : هي ان يدون في الموازنة مقدار كل نفقة دون اجراء مقاصة بينها ويطلق عليها اسم (الموازنة الشاملة)، وبسبب من اعتبارات الرقابة فإن الاسلوب الثاني هو المتبع كقاعدة في اعداد الموازنة الشاملة .

د – التوازن :

وطبقا لهذه القاعدة يجب ايجاد التوازن الرقمي بين نفقات الموازنة وايراداتها، بمعنى ان يكون جانب النفقات مساويا لجانب الايرادات هذا ما كانت تؤكد عليه النظرية التقليدية في المالية العامة .
الا ان الفكر المالي الحديث قد تجاوز مسألة التوازن الرقمي او الحسابي، اذ لم يعد من الممكن الفصل بين التوازن المالي والتوازن الاقتصادي العام .

بل ذهب بعض علماء الاقتصاد والمالية العامة الى ان التوازن الاقتصادي العام قد يتحقق احيانا على حساب العجز في الموازنة، لما يتضمنه من حل لبعض المشاكل الاقتصادية لحل ازمة البطالة مثلا واصبح تنظيم الموازنة بعجز او فائض امرا مقبولا .

3 – مراحل اعداد الموازنة العامة :

يمر اعداد الموازنة العامة للدولة بأربع مراحل هي :

أ – مرحلة التحضير والاعداد :

في هذه المرحلة يتم اعداد تقديرات النفقات والايرادات من قبل الوزارات والمؤسسات غير المرتبطة بوزارة، متضمنة مشاريعها للعام القادم وفقا لتعليمات اعداد الموازنة التي تصدرها وزارة المالية والتي تتضمن الاسس التفصيلية لاعداد الموازنة وجدولة بياناتها ويتم ارسالها الى وزارة المالية .

تتولى وزارة المالية تدقيق البيانات ومناقشتها مع الوزارات والمؤسسات غير المرتبطة بوزارة ومن ثم تقدمها بصيغتها النهائية الى مجلس الوزراء مرفقة ببيان يتضمن الاسس التي تم اعتمادها في تقديرات الموازنة، وبعد مناقشتها في مجلس الوزراء والموافقة عليها يتم إحالتها الى مجلس النواب .

ب – مرحلة التصديق (الاعتماد) :

يتولى مجلس النواب مناقشة مشروع الموازنة من خلال اللجنة المالية التي تقوم بدراسة الموازنة ومناقشتها مع وزارة المالية، ومن ثم اعداد تقرير مفصل عن الموازنة يقدم الى المجلس حيث تتم مناقشة جميع الفقرات وللمجلس الصلاحية الكاملة بتخفيض ما يراه مناسبا وفقا لامكانيات الدولة واولوياتها . وبعد ذلك يصدر قانون الموازنة الذي يصبح واجب التطبيق من قبل الحكومة .

ج - مرحلة التنفيذ :

في هذه المرحلة تقوم الحكومة بتنفيذ الموازنة، فنتولى وزارة المالية ابلاغ الوزارات بموازنتها المعتمدة في قانون الموازنة وقواعد تنفيذ الموازنة التي تلتزم بها الوزارات في تحصيل الإيرادات وصرف النفقات لتسيير المصالح الحكومية وتوفير الخدمات وتنفيذ البرامج والمشاريع .
وتنتهي هذه المرحلة بقلل الحسابات في اليوم الاخير من السنة المالية واعداد حساب ختامي بعملية التنفيذ للسنة المنتهية .

د - مرحلة الرقابة :

تعد الرقابة على تنفيذ الموازنة مرحلة مهمة من مراحل دورة الموازنة لانها تكشف مدى سلامة التنفيذ ودقة الارقام التقديرية ونجاح الموازنة في تحقيق اهدافها . كما ان هذه المرحلة تحدد نتيجة التنفيذ سواء كان ذلك بالفائض او العجز في الموازنة .
والرقابة على انواع منها :

● الرقابة السابقة والرقابة اللاحقة :

يقصد بالرقابة السابقة هي الرقابة التي تسبق عملية الصرف للحيلولة دون الوقوع في الخطأ .
اما الرقابة اللاحقة فتتم بعد تنفيذ الموازنة بمراجعة الدفاتر الحسابية ومستندات الصرف للكشف عن الخلل الحاصل في التصرف بالاموال العامة .

● الرقابة الحسابية والرقابة الاقتصادية :

يقصد بالرقابة الحسابية الرقابة التي يقوم بها المحاسبون والتي تتعلق بتنفيذ اوامر جباية الإيرادات وصرف النفقات وفقا لاحكام القانون والقواعد الحسابية المتعلقة بهما .
اما الرقابة الاقتصادية فالفحص منها متابعة تنفيذ البرامج التي تضمنتها الموازنة وحسن سير التنفيذ ومدى تحقيق النتائج المستهدفة، وفي العراق تتم الرقابة بواسطة ديوان الرقابة المالية الذي يعد بمثابة النائب عن السلطة التشريعية في مراقبة تصرفات السلطة التنفيذية المالية .

4 - انواع الموازنات :

تقضي قاعدة وحدة الموازنة بأن تكون جميع النفقات والإيرادات في موازنة واحدة، الا ان هذه القاعدة لا يلتزم بها بدقة دائما . فنجد هنالك موازنات مستقلة الى جانب الموازنة العامة .
وفي العراق يطبق مبدأ تعدد الموازنات وكما يأتي :

- أ - الموازنة الاعتيادية : وتمثل نفقات الوزارات والدوائر التي تقوم بتأدية الخدمات العامة وجباية الإيرادات العامة .
- ب - الموازنة غير الاعتيادية (الاستثمارية) : وهذه الموازنة تقوم بالانفاق على المشاريع المقرر تنفيذها وفقا للمناهج الاستثمارية السنوية .
- ج - الموازنات المستقلة : وهي موازنات مستحدثة يجري التصديق عليها بقوانين او قرارات خاصة، من أمثلتها، موازنة الاوقاف، والبنك المركزي، وشركة التأمين وغيرها .

ثانيا : مكونات الموازنة العامة

سبق ان اوضحنا ان الموازنة العامة للدولة هي وثيقة تتضمن تقديرات النفقات العامة والإيرادات العامة للسنة القادمة، وتصدر بقانون وتسعى لتحقيق اهداف اقتصادية واجتماعية .

تنظم الموازنة العامة للدولة بجانبها النفقات العامة والإيرادات العامة وفق اسس معينة تسهل عملية المتابعة والرقابة، واعداد الاحصائيات المالية المقارنة، وتحليل الإيرادات والنفقات تحليلًا اقتصاديًا وكما يأتي :-

1 - النفقات العامة :

النفقات العامة هي مجموع المبالغ التقديرية التي تخصصها الدولة للأنفاق على اشباع الحاجات العامة لأفراد المجتمع، المتمثلة بالأمن والدفاع والعدالة والتعليم والصحة والإسكان والكهرباء وغيرها من الحاجات .

أ - **تعريف النفقة العامة :** هي مبلغ من النقود يخرج من الذمة المالية للدولة او إحدى هيئاتها العامة بقصد اشباع إحدى الحاجات العامة .

يتضح من التعريف ما يأتي :

- النفقة العامة مبلغ من النقود : تحتاج الدولة الى النقود للحصول على السلع والخدمات التي تشبع بها الحاجات العامة .

- صدور النفقة العامة من الدولة او احدى هيئاتها : يشترط في القائم بالانفاق العام ان يكون هيئة عامة (الهيئات المحلية، المؤسسات العامة، المشروعات العامة الخ) تستهدف تحقيق المصلحة العامة، بالاعتماد على السلطة الامرة للدولة متمثلة بالقوانين والانظمة .
- غرض النفقة العامة تحقيق نفع عام : ان غرض النفقة العامة هو اشباع الحاجات العامة ولا تعتبر نفقة عامة تلك التي تصدر لمصلحة شخص او فئة معينة .

ب - صور النفقات العامة :

تتخذ النفقات العامة احد الاشكال الاتية :

- الاجور والمرتبات : تعرف الاجور والمرتبات بأنها المبالغ النقدية التي تدفعها الدولة ثمنا لخدمات الافراد العاملين في اجهزتها المختلفة حاليا او الذين كانوا يعملون معها ثم بلغوا من العمر حدا لا يسمح لهم بالاستمرار بالعمل، فأحيلوا على التقاعد .
- هناك عدة قواعد ينبغي ان تراعى في تحديد مرتبات الموظفين منها : تكاليف المعيشة التي تكفي لضمان حد العيش للموظف، وطبيعة العمل الذي يؤديه، والمؤهلات العلمية والفنية التي يمتلكها . اضافة الى وجود قانون ينظم رواتب الموظفين، ويبين كيفية الدخول في خدمة الدولة وشروط الترقية وغيرها .
- اما بالنسبة للمرتبات التقاعدية فيقصد بها المخصصات المالية التي تدفع شهريا الى افراد كانوا يعملون لدى الدولة قبل احوالهم على التقاعد، ويبرر حق الموظف في هذا المرتب على اساس انه مواطن وعلى الدولة ان ترعاه عندما يصبح عاجزا عن العمل ولكونه كان يدفع نسبة من مرتبه الى صندوق التقاعد طيلة خدمته في الوظيفة .
- اثمان مشتريات الدولة : وتمثل قيم الادوات والمعدات والالات التي تبتاعها الدولة وتخصيصها لاشباع الحاجات العامة وهناك عدة طرق للشراء من اكثرها شيوعا طريقة المناقصة .
- الاعانات : وهي نفقات تقرر الدولة منحها للهيئات العامة والخاصة والافراد، على حد سواء، دون ان تحصل منهم على مقابل لتلك الاموال .
- ويمكن ان نفرق بين نوعين من الاعانات وكما يأتي :-
- الاعانات الدولية : وتتمثل في المبالغ النقدية التي تدفعها دولة معينة الى دولة اخرى لاسباب سياسية من امثلتها الاعانات التي تقدمها الولايات المتحدة للعديد من الدول .

- الاعانات الداخلية : وهي المبالغ النقدية التي تدرجها الدولة في الموازنة العامة وتوجه لاجراض اقتصادية مثل دفع مبالغ للمشاريع الصناعية لدعم وقوفها بوجه المنافسة الاجنبية او الاعانات لتصدير سلعة معينة . او لاجراض اجتماعية مثل دفع مبالغ للعاطلين ورعاية دور العجزة والايتم واعانات للجمعيات الخيرية والنوادي الرياضية وغيرها .
- اقساط وفوائد القروض العامة : تقوم الدولة بتسديد قيمة سندات القروض العامة مع الفوائد المترتبة عليها، بالطريقة التي التزمت بها بموجب عقد القروض او بالطريقة التي تراها مناسبة، وهناك عدة طرق لاطفاء سندات القروض العامة، ويمكن للدولة اطفاء سندات القروض قبل موعد استحقاقها بفترة زمنية .

ج - تقسيمات النفقات العامة :

لا تشكل النفقات العامة وحدة متجانسة التكوين، بل تختلف فيما بينها بحسب انتظام بعضها وعدم انتظام الاخر، وتختلف ايضا بحسب وصف الغرض المنفقة من اجله، كما ان النفقات العامة تختلف تبعا لاثارها في الحياة الاقتصادية .

وسنتناول ثلاثة تقسيمات للنفقات العامة وكما يأتي :

● النفقات العادية والنفقات غير العادية:

ويقصد بالنفقات العادية تلك التي تنفق سنويا بصورة دورية ومنظمة، ومثال ذلك مرتبات الموظفين ونفقات صيانة الطرق ونفقات الادارة وفوائد القروض العامة . ويلاحظ ان المطلوب هو تكرار النفقة بصورة دورية، وليس مهما ان تتكرر بنفس الحجم .

اما النفقات غير العادية فهي التي لا تتميز بالانتظام والدورية ومثالها نفقات انشاء السدود واقامة المباني ونفقات مكافحة البطالة .

● النفقات الحقيقية والنفقات التحويلية :

يقصد بالنفقات الحقيقية تلك التي تنفق بقصد الحصول على السلع والخدمات ومثالها رواتب الموظفين واثمان السلع التي تحصل عليها الدولة .

اما النفقات النفقات التحويلية فهي التي تنفق دون ان يكون لها مقابل مباشر ومثالها الاعانات التي تمنحها الدولة لبعض منتجي السلع الضرورية للحد من ارتفاع اسعارها، واعانات البطالة واعانات الشيخوخة، وفوائد القروض العامة .

• النفقات المنتجة والنفقات غير المنتجة :

النفقات المنتجة هي التي تدر دخلا ماديا للدولة ومثالها النفقات لاقامة محطة لتوليد الكهرباء او مد السكك الحديدية . أما النفقات غير المنتجة فهي تلك النفقات التي لا تدر دخلا ماديا كنفقات اقامة المتنزهات وصيانة الطرق والنفقات الحربية .

2 – الإيرادات العامة :

الدولة بحاجة الى الاموال لتسديد رواتب الموظفين واثمان السلع التي تشتريها من التجار . فكيف تحصل على هذه الاموال ؟ للأجابة على هذا التساؤل، يمكن اجمال مصادر الإيرادات العامة للدولة الحديثة فيما يأتي : (أ) إيرادات املاك الدولة (ب) الرسوم (ج) الضرائب (د) القروض (هـ) الاصدار النقدي الجديد (و) الاعانات .

أ – إيرادات املاك الدولة :

تحصل الدولة على جزء من إيراداتها من دخل الاموال المملوكة لها، وتطلق كلمة (دومين) (Domaine) على املاك الدولة وهي كلمة اجنبية شاع استعمالها عند كتاب المالية العرب . وبشكل عام فإن املاك الدولة تنقسم الى قسمين هما :

- الاملاك المعدة للنفع العام (الدومين العام) ومثالها الطرق والجسور والشوارع والحدائق العامة والمتاحف والمستشفيات . والاصل ان الدولة لا تحصل على دخل من املاكها المعدة للنفع العام ، لكن هذه الاملاك قد تدر إيرادا كما في حالة فرض رسم على زيارة المتاحف والحدائق العامة .
- الاملاك للاستغلال الاقتصادي (الدومين)

ويمكن تقسيم الدومين الخاص الى قسمين هما الدومين العقاري، والدومين التجاري والصناعي .

- الدومين العقاري : يتكون الدخل الناتج عن هذا الدومين من إيرادات بيع المنتجات الزراعية واخشاب الغابات والعقارات ومقابل منح امتياز استغلال الثروات المعدنية للشركات في القطاع الخاص او الشركات الاجنبية .

- الدومين التجاري والصناعي : يتكون هذا النوع من املاك الدولة من المشروعات التجارية والصناعية المملوكة للدولة بصورة كاملة او التي تنشؤها بالاشتراك مع القطاع الخاص . وقد ازدادت اهمية هذا الدومين بعد قيام بعض الدول بتأميم المشاريع الصناعية .

في العراق تمتلك الدولة عدد من المشاريع مثل السكك الحديدية ومصافي النفط وشركات الكهرباء ومصرف الرافدين وشركة التأمين وشركات النقل البري وغيرها . وتظهر أهمية إيرادات املاك الدولة في العراق بما تحصل عليه من قيامها باستخراج واستغلال النفط الذي يشكل اكثر من 85 % من مجموع الإيرادات العامة لموازنة الدولة .

ب - الرسوم :

يمكن تعريف الرسم بأنه : مبلغ معين من المال يدفعه الفرد الى هيئة عامة مقابل خدمة معينة طلبها الفرد من هذه الهيئة . وهذه الخدمة يمكن ان يطلبها اي فرد في المجتمع ومن ثم فإن المقابل الذي يدفعه الفرد للهيئة العامة يسمى رسماً وهو بطبيعته دفع اختياري لان من لا يطلب مثل هذه الخدمة لا يدفع اي رسم وتكون طبيعة هذه الخدمة تتميز بخصوصيتها، اي انها تقيد من يطلبها فقط . ومن امثلة الرسوم في العراق، الرسوم القضائية، رسوم التسجيل العقاري، رسوم السيارات .

ج - الضرائب :

تعرف الضريبة بأنها : فريضة من المال تستحصلها الدولة بمالها من سلطتها على افراد مجتمعها، دون مقابل تعطيه لدافعها، بقصد تحقيق الاهداف التي تنبع من مضمون فلسفتها السياسية . ويمكن تناول الضرائب كما يأتي :-

• هدف الضريبة :

تهدف الضريبة الى تمويل النفقات العامة فضلاً عن تحقيق اهداف اقتصادية واجتماعية . فالاهداف الاقتصادية للضرائب عديدة منها، قدرتها على امتصاص القوة الشرائية الزائدة ومحاربة الاتجاهات التضخمية، والضرائب الكمركية تهدف الى حماية الانتاج الوطني، كما يمكن ان يكون هدف السياسة الضريبة تشجيع فرع معين من فروع الصناعة او مشروع معين من مشروعاتها فتخفيض او تلغى الضرائب - خلال مدة معينة - عن هذا الفرع او ذلك المشروع . اما الاهداف الاجتماعية للضريبة فتسعى للحد من استهلاك بعض السلع غير المرغوب فيها اجتماعياً كالخمر .

• انواع الضرائب :

تقوم الانظمة الضريبية الحديثة على الجمع بين نوعين من الضرائب هما الضرائب المباشرة والضرائب غير المباشرة .

فالضرائب المباشرة هي تلك الضرائب التي تفرض على عناصر الثروة وهذه هي الطريقة المباشرة للوصول الى وعاء الضريبة (الاموال) . وينصرف هذا الطريق الى تحديد عناصر الثروة دخلا كانت او رأسمال وفرض الضريبة عليها مباشرة مثل ضريبة الدخل، ضريبة العقار، ضريبة التركات، ضريبة العرصات .

اما الضرائب غير المباشرة فهي تلك الضرائب التي تفرض على واقعة التداول والانفاق وهذه هي الطريقة غير المباشرة للوصول الى وعاء الضريبة ، ومن امثلتها الضرائب الكمركية على السلع المستوردة .

د – القروض العامة :

تلجأ الدول الى الاقتراض لعدة اسباب منها : حاجتها للإنفاق على اقامة محطات توليد القوة الكهربائية او لمواجهة نفقات حربية عاجلة او لمواجهة احتمال حدوث التضخم فتقل القوة الشرائية للأفراد او المشروعات .

ويعرف القرض العام : بأنه مبلغ من المال تستدينه الدولة او احدى هيئاتها العامة من الافراد او المؤسسات المحلية او الاجنبية مع تعهد برد المبلغ المقرض ودفع فائدة عنه طوال مدة القرض .

• انواع القروض العامة :

يمكن ان نفرق بين عدة انواع من القروض كما يلي :-

- القروض الاختيارية والقروض الاجبارية : القروض الاختيارية هي التي تعلن الدولة عن مقدارها، وشروط الاكتتاب فيها، وتترك للأفراد حرية اقراضها، دون ان تباشر عليهم اي نوع من انواع الضغط .

اما القروض الاجبارية، فهي التي يرغم الافراد فيها على اقراض الهيئات العامة .

- القروض الداخلية والقروض الخارجية : عندما تقترض الدولة من مواطنيها وبالعملة المحلية لتغطية احتياجات التنمية الاقتصادية يعتبر قرضا داخليا .

- وعندما تقترض الدولة من دول أخرى أو مؤسسة دولية وبالعملة الأجنبية لاصلاح ميزان مدفوعاتها يعتبر قرضا خارجيا .
- القروض من حيث اجل الوفاء تنقسم الى ثلاثة اقسام :
 - القروض القصيرة الاجل : تكون مدتها بين 3 اشهر وسنتين، وتصدر لتغطية عجز في الموازنة، وفائدتها قليلة، ويتعامل بسنداتها البنوك والمؤسسات المالية .
 - القروض المتوسطة الاجل : هي القروض التي يزيد اجل الوفاء بها عن سنتين ولا يزيد عن عشرين سنة.
 - القروض الطويلة الاجل : هي التي يزيد اجل الوفاء بها عن عشرين سنة .

هـ - الاصدار النقدي الجديد :

عندما تعجز الدولة عن تمويل نفقاتها العامة عن طريق ايرادات املاكها او من الضرائب والقروض، تلجأ الى اصدار نقود جديدة لتمويل هذه النفقات . وذلك بناء على سلطتها في الاشراف على تنظيم النقود وتحديد كميتها، ويتم الاصدار عن طريق البنك المركزي الذي هو احد مؤسساتها .

اما بالنسبة للأثار المترتبة على الاصدار النقدي الجديد فأنها تختلف بين امكانية الدول المتقدمة اقتصاديا والبلدان النامية في الالتجاء الى هذه الطريقة .

ففي البلدان المتقدمة : يمكن الاستفادة من هذه الوسيلة في التمويل دون الخشية من خطر التضخم، لان الجهاز الانتاجي قادر على الاستجابة لزيادة الطلب الناجمة عن انفاق مبالغ النقود الاضافية .

اما في البلدان النامية : فأن الجهاز الانتاجي يتصف بعدم مرونته ولا يستطيع مواجهة زيادة الطلب الناجمة عن الاصدار النقدي الجديد بزيادة عرض السع، فترتفع الاسعار، ويحدث التضخم .

و – الاعانات : تشكل الاعانات احد مصادر التمويل، فقد تكون الاعانات داخلية آتية من مواطني الدولة نتيجة شعورهم بضرورة مساعدة حكومتهم . الا ان هذه الاعانات ليست كبيرة المقدار كما انها غير منتظمة .

اما الاعانات الأجنبية فتكون مقدمة من افراد ومنظمات او دول اجنبية وهذه لها اهمية كونها بالعملة الاجنبية ومبالغها كبيرة .

ثالثا : اثر السياحة في الدخل الحكومي

نتناول في هذه الفقرة مساهمة القطاع السياحي في الموازنة العامة للدولة . وذلك من خلال استعراض النفقات العامة التي تصرف لتنمية وتطوير القطاع من ناحية، والإيرادات التي يحققها للموازنة من ناحية ثانية .

1 – الانفاق على القطاع السياحي :

ان الوصول الى الاماكن السياحية في المناطق الريفية او الجبلية يحتاج الى انشاء طرق وتوفير اماكن اقامة تكون مستعدة لاستقبال السواح وهذا يتطلب من الحكومة – خصوصا في البلدان النامية – انفاق الاموال لهذا الغرض .

يمكننا اجمال هذه النفقات التي تتحملها الموازنة العامة بما يأتي :-

أ – البنى التحتية : ويقصد بها الطرق والجسور وايصال الماء والكهرباء ووسائل الاتصال الحديثة، وواسطة التلفريك احيانا او مراسي للزوارق وغيرها من التأسيسات التي تحتاجها هذه المرافق .

ب – المنشآت السياحية : والتي تتمثل بالفنادق والمطاعم والمساح والكازينوهات والمسارح والحدائق وابنية الخدمات والكراجات وغيرها من المنشآت، والتي تتكفل الدولة بإنشائها وتوفير العاملين لصيانتها .

ج - توفير السلامة : تحتاج المرافق السياحية الى الحماية وتوفير الامن للسواح، فضلا عن خدمات الاطفاء والاسعاف والطوارئ .

د – الاجهزة والمعدات : تحتاج الابنية السياحية الى تجهيزها بالاجهزة الكهربائية ووسائل التدفئة والتبريد والطبخ والالعاب وغيرها .

هـ - الرواتب والاجور : تتولى الحكومة دفع رواتب للعاملين في ادارة المنشآت السياحية من موظفين وعمال وفلاحين وحراس .

و – الاعانات : تحتاج المرافق السياحية في بداية انشائها الى تشجيع القطاع الخاص للعمل في المجال السياحي وذلك عن طريق منح قطعة ارض بدون مقابل لبناء دور للعاملين او مرفق سياحي، او منح قرض بدون فائدة او بأقساط قليلة ولمدة طويلة، في العراق يحصل المستثمر في القطاع السياحي على قرض قد يصل الى 60 % من كلفة المشروع السياحي .

ز – الاعفاء من الضرائب لمدة زمنية : بهدف تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي يتم اعفاء المستثمرين من الضرائب لمدة زمنية محددة، كما هو معمول به في العراق حيث تقدم الاعفاءات الضريبية الآتية :-

- اعفاء من ضريبة الدخل عن الأرباح المتحققة من قبل المشاريع السياحية لمدة خمس سنوات اعتباراً من سنة التشغيل الأولى .
 - اعفاء من ضريبة الدخل على المبالغ الاحتياطية التي يخصصها المشروع من أرباحه السنوية على أن لا تتجاوز هذه المبالغ (25 %) من مجموع الأرباح السنوية .
 - اعفاء من ضريبة العقار لمدة عشر سنوات اعتباراً من تاريخ انجاز المشروع السياحي .
- ح – الدعاية : من أجل جذب السواح لزيارة البلاد والترويج للأماكن السياحية، لابد من القيام بحملة دعائية في الداخل والخارج تتضمن عرض افلام والاعلان في التلفزيون وتوزيع الملصقات والبوسترات والخرائط السياحية وتوزيع هدايا وتذكارات .
- كل هذه الفقرات السابقة تتطلب انفاً يجب ان تتحمله الموازنة العامة لتحقيق اهداف اقتصادية واجتماعية تجعل البلد في مصاف البلدان المتطورة .

2 – الإيرادات التي يحققها القطاع السياحي :

- تدر المرافق السياحية إيرادات متنوعة تصب في الموازنة العامة وتزداد هذه الإيرادات بأتساع وتنوع المرافق السياحية من ناحية وبأزدياد عدد السواح وخصوصاً الأجانب منهم .
- ويمكن استعراض أهم إيرادات القطاع السياحي التي ترفد الموازنة العامة للدولة بما يأتي :
- أ – إيرادات المرافق السياحية المملوكة للدولة : تمتلك الدولة العديد من الأملاك في القطاع السياحي (فنادق، مطاعم، مسابح، مسارح، كازينوهات، ملاهي، مدن العاب، حمامات، غابات، محميات طبيعية، وغيرها، إذ تحقق لها إيرادات ترفد خزانة الدولة بأحد الصور الآتية :-
- جميع الإيرادات تدخل خزانة الحكومة، إذا كانت تدار مباشرة من الهيئات المحلية التابعة للحكومة .
 - تتسلم الحكومة حصة من الإيرادات إذا كانت تدار بشكل مختلط مع القطاع الخاص .
 - تحصل الدولة على إيجار سنوي في حالة تأجير المرافق السياحية للقطاع الخاص وهو الذي يتحمل مسؤولية الإدارة والصيانة .

ب - الرسوم : تستوفي الحكومة رسوما متنوعة لقاء الخدمات التي تقدمها للمنتج السياحي وللشواح الاجانب وللزوار المحليين، وكما يأتي :-

*تستوفي الحكومة مبلغ من المال عند فتح المنتج السياحي اجازة مزاوله المهنة، وعند تجديد الاجازة سنويا ، وكذلك عند منحه اجازة استيراد مستلزمات سياحية، كما وتفرض غرامات على المنتج السياحي في حال مخالفة التعليمات .

• يفرض على السائح دفع مبلغ لقاء حصوله على سمة الدخول الى البلد (الفيزا) او تأخذ طابعا اخر هو التصريف الاجباري عند الجهات الرسمية لمبلغ محدد من العملة الاجنبية لقاء عدد ايام البقاء في البلد .

• استيفاء مبلغ من المال من الشواح الاجانب والزوار المحليين لقاء دخول المتاحف والمواقع الاثرية والمعارض والمتنزهات على شكل تذاكر عائدها للحكومة .

د - الضرائب : تفرض على النشاط السياحي نوعين من الضرائب هما :

*الضرائب المباشرة : وهي التي تصيب دخل السائح بشكل مباشر، وفي القطاع السياحي تفرض على المنتجين من اصحاب المنشآت السياحية كالفنادق والمطاعم والمسارح او اي مشاريع سياحية اخرى علاوة على العاملين فيها ضريبة الدخل وتدفع سنويا وقد تكون تصاعدية . كما يمكن فرض ضريبة الانتاج، وتقاس بأعداد الاسرة المباعة في السنة اذا كان فندقا . او بعدد التذاكر المباعة اذا كان مسرح او ملهى . وقد تأخذ شكل ضريبة عقار .

• الضرائب غير المباشرة : وهي الضرائب التي تصيب دخل السائح بشكل غير مباشر، فتفرض على السلع والخدمات التي يشتريها الفرد، وهي بكل الاحوال سوف تكون عبئا على دخل الفرد . وفي السياحة تفرض الضرائب غير المباشرة على بعض السلع والخدمات التي تدخل ضمن المنتج السياحي، مثل المشروبات والسكاير والعطور والمعلبات خاصة المستوردة منها، وعادة فإن هذه السلع تحمل اعباء ضريبية عالية، وقد تصل اضعاف سعرها الحقيقي في بعض الاحيان وذلك للأسباب الاتية :-

- ان المشرع الضريبي يرى ان هذه السلع كمالية، وهي في الغالب لاستهلاك الفئات الغنية في المجتمع والتي لها القدرة على تحمل الاعباء الضريبية .

- كما ويحمل المشروع الضريبي اعباء ضريبية عالية لمثل هذه السلع بهدف الحد من استيرادها من الخارج، اذ انها تكلف الدولة مبالغ كبيرة من العملات الاجنبية .
- وقد يرى المشروع الضريبي ان هذه السلع مضرة بصحة الافراد او انها منافية للعادات والتقاليد الاجتماعية او منافية لاحكام الدين لذا يحملها المزيد من الاعباء الضريبية للحد من استهلاكها تماشيا مع عادات المجتمع وحفاظا على صحة الافراد، وبسبب هذه المبررات تكون الضريبة موردرئيسٍ وكبير لتمويل الموازنة العامة .
- د - اجور النقل : عندما تمتلك الحكومة شركات النقل البرية وتسيير الباصات السياحية تستوفي اجورا لقاء ذلك . وكذلك في حال امتلاكها شركة طيران، اضافة الى استيفاء اجور هبوط وايواء الطائرات الاجنبية، كما انها تحصل على اجور من النقل النهري والبحري، لذا فأن جميع هذه الاجور تمويل الموازنة العامة .

أسئلة الفصل الثامن

- س1: ما هي اسباب اختيار سنة واحدة مدة للموازنة العامة ؟
- س2: عدد الرسوم التي تستوفى من المنتج السياحي .
- س3: عرف ما يأتي : قانون الموازنة، الاعانات، الرسوم، البنى التحتية، الفيزاء، الرقابة السابقة .
- س4: ما هي الاثار المترتبة على الاصدار النقدي الجديد ؟
- س5: ما الفرق بين :
- أ – الموازنة الاعتيادية والموازنة الاستثمارية .
- ب – الضرائب المباشرة والضرائب غير المباشرة .
- ج - القروض الداخلية والقروض الخارجية .
- س6: عدد صور النفقات العامة، و اشرح واحدة منها .
- س7: لماذا تفرض ضريبة عالية على السكاير والمشروبات والمعلبات ؟

المصادر

المصادر العربية

1. الحوري ، مثنى ، واسماعيل الدباغ ، " اقتصاديات السفر والسياحة " ، الطبعة الاولى ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، عمان 2001 .
2. الدباغ ، اسماعيل ، ومثنى الحوري ، " مبادئ السفر والسياحة " ، الطبعة الاولى ، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع ، عمان 2000 .
3. طاقة ، محمد ، وآخرون ، " اساسيات علم الاقتصاد الجزئي والكلي " ، الطبعة الثانية ، دار اثراء للنشر والتوزيع ، عمان 2009 .
4. سامويلسون ونورد هاوس ، " علم الاقتصاد " ، الطبعة الاولى ، مكتبة لبنان ناشرون ، بيروت 2006 .
5. علام ، احمد عبد السميع ، " علم الاقتصاد السياحي " ، الطبعة الاولى ، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر ، الاسكندرية 2008 .
6. الراوي ، محمد وآخرون ، " الاسس في علم الاقتصاد " ، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان 2007 .
7. النصر ، محمد محمود وآخرون ، " مبادئ الاقتصاد الجزئي " ، الطبعة الثالثة ، مطبعة دار الفكر ، عمان 2005 .
8. عبد العظيم ، حمدي ، " اقتصاديات السياحة " ، مكتبة زهراء الشرق ، القاهرة 1996 .
9. ابو العلا ، يسري محمد ، " علم الاقتصاد " ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية 2007 .
10. توفيق ، ماهر عبدالعزيز ، " صناعة السياحة " ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان 1997 .
11. الانصاري ، رؤوف محمد علي ، " السياحة في العراق ودورها في التنمية والاعمار " ، الطبعة الاولى ، مطبعة هادي بريس ، بيروت 2008 .
12. البنا ، محمد ، " اقتصاديات السياحة ووقت الفراغ " ، الطبعة الاولى ، مطابع الولاء الحديثة ، المنوفية 1998 .
13. كافي ، مصطفى يوسف ، " اقتصاديات السياحة " ، دار الرضا للنشر ، دمشق 2008 .
14. الحاج ، فيصل وآخرون ، " صناعة السياحة في الاردن " ، الطبعة الاولى ، دار وائل للطباعة والنشر ، عمان 2000 .
15. مقابلة ، احمد محمود ، " صناعة السياحة " ، الطبعة الاولى ، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع ، عمان 2007 .

المصادر

16. ملوخية ، احمد فوزي ، " اقتصاديات الفنادق " ، الطبعة الاولى ، دار الفكر العربي ، الاسكندرية 2008 .
17. الحجار ، بسام واخرون ، " الاقتصاد الكلي " ، الطبعة الاولى ، دار المنهل اللبناني للدراسات ، بيروت 2012 .
18. مقلد ، رمضان محمد واخرون ، " النظرية الاقتصادية الكلية " ، دار التعليم الجامعي ، الاسكندرية 2012 .
19. السامرائي ، مها عبدالستار عبدالجبار ، " اسس علمية مقترحة لحساب الدخل السياحي واثره في الدخل القومي العراقي " ، رسالة ماجستير مقدمة الى كلية الادارة والاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، بغداد 2010 .
20. ابو رمان ، اسعد واخرون ، السياحة في الاردن ، ط1 ، اثناء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2009.
21. الشافعي ، محمد زكي ، مقدمة في العلاقات الاقتصادية الدولية ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر ، بيروت ، بدون سنة.
22. حسن ، غادة صالح ، اقتصاديات السياحة ، ط1 / دار الوفاء لدينا للطباعة والنشر ، الاسكندرية ، 2008.
23. الروبي ، نبيل ، اقتصاديات السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، الاسكندرية ، 1985.
24. البنك المركزي العراقي ، المديرية العامة للإحصاء والابحاث ، قسم احصاءات ميزان المدفوعات للاعوام 2005-2010.
25. شبر ، الهام خضير ، واقع وامكانات تطور العمالة في القطاع السياحي الاشتراكي في العراق، رسالة ماجستير ، كلية الادارة والاقتصاد في الجامعة المستنصرية ، بغداد ، 1988.
26. شبر ، الهام خضير ، تخطيط التعليم والتدريب السياحي ودورهما في بناء قوة العمل السياحي في العراق، مجلة الادارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية ، العدد 20 شباط ، 1997.
27. المسلماوي ، حسين مظلوم عباس ، واقع العلاقة بين مؤسسات التعليم السياحي وسوق العمل السياحي في العراق – دراسة تحليلية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الادارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية ، بغداد ، 2012.
28. الجزراوي ، موسى ، ومحمد علي ابراهيم المدهون ، تحليل السوق التنظيمي سيكولوجيا واداريا للعاملين والجمهور ، ط1 ، المركز العربي للخدمات الطلابية ، الاردن ، 1995.

المصادر

29. الحبيب ، مصدق جميل ، التعليم والتنمية الاقتصادية ، سلسلة دراسات ، 261 ، وزارة الثقافة والاعلام ، دار الرشيد ، بغداد ، 1981.
30. عبد ، طاهر موسى ، وآخرون ، اقتصاديات علم المالية العامة ، مطبعة جامعة بغداد ، بغداد 1989 .
31. الصكبان ، عبد العال ، مقدمة في علم المالية العامة والمالية في العراق ، مطبعة العاني . بغداد 1972 .
32. السيد علي ، عبد المنعم ، مبادئ علم الاقتصاد الكلي ، الجامعة المستنصرية . بغداد 1984 .
33. الظاهر ، نعيم ، وآخرون ، مبادئ السياحة ، دار المسيرة . عمان 2007 .
34. النجار ، يحيى غني ، وآخرون ، التنمية الاقتصادية (نظريات ، مشاكل ، مبادئ وسياسات) ، دار الكتب للطباعة والنشر ، جامعة الموصل ، 1991 .
35. العساف ، احمد عارف ، وآخرون ، التخطيط والتنمية الاقتصادية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان . 2011 .
36. الفهداوي ، خميس خلف موسى ، وآخرون ، التنمية الاقتصادية ، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ، بغداد 2000 .
37. القرشي ، محمد صالح تركي ، علم اقتصاد التنمية ، اثناء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2010 .
38. خلف ، فليح حسن ، التنمية الاقتصادية ، الجامعة المستنصرية ، مطابع جامعة الموصل ، 1986 .
39. الطائي ، عبد الرحيم مكطوف حمد ، الاصلاح الاقتصادي في العراق ، اطروحة دكتوراة ، الجامعة المستنصرية ، كلية الادارة والاقتصاد ، 2009 .
40. المصلح ، ثامر علوان ، علم الاقتصاد الجزئي والكلية ، دار الايام للنشر والتوزيع ، عمان ، الاردن ، 2014 .

المصادر

المصادر الانكليزية

1. Tribe , John , " The Economics of Recreation , Leisure & Tourism " , 3th , Great Britain , Tokyo 2004 .
2. Robert W. McIntosh & etal , " Tourism , Principles , Practices and Philosophies " , 7th , USA , Gohn Wiley & sons , I.N.C , Singapore 1995 .
3. Gregory Mankiw , " Principles of Economics " , 4th , Thomson , south – western , U.S.A 2007 .
4. Stanley .L. Bure , " Macroeconomics , Principles and Policies " , 16th Edition , Mc Graw – Hill , INC , Boston 2005 .
5. David . C. Colander , " Macroeconomics " , 6th , Mc Graw – Hill , Irwin , New York 2006 .
6. John . Tribe , " The Economics of Recreation , Leisure and Tourism " , 3th , Great Britan , Tokyo 2004 .
7. Burkart and medlik; The management of Tourism Henemaan – 1981.
8. Robert – w. McIntosh; Tourism, principles, practices, and philosophies, Babson College, library, 1972.
9. J. Christopher Holloway; The Business of Tourism, Second edition, pitimanpuplishing Limited, Great Britain, 1986.

المصادر

10. Chermernhorn, John; management, 7thed, John Willey sons incNy, 2005.
11. David Airy, John Tribe; International Hand book of Tourism Education, copyright by Eisver, 2005.
12. W.T.O; Economic Review of world tourism, Madride, Spain, 1982.

الفهرست

ت	الموضوع	الصفحة
1.	المقدمة	3
2.	الفصل الاول: مدخل مفاهيمي في الاقتصاد والاقتصاد السياحي	23-5
3.	اسئلة الفصل الاول	24
4.	الفصل الثاني : الطلب السياحي	25-50
5.	اسئلة الفصل الثاني	51
6.	الفصل الثالث : العرض السياحي	52-71
7.	اسئلة الفصل الثالث	72
8.	الفصل الرابع : السياحة والدخل القومي	73-93
9.	اسئلة الفصل الرابع	94
10.	الفصل الخامس : السياحة وميزان المدفوعات	95 – 107
11.	اسئلة الفصل الخامس	108
12.	الفصل السادس : السياحة والتوظيف	109-120
13.	اسئلة الفصل السادس	121
14.	الفصل السابع : السياحة والتنمية الاقتصادية	122-134
15.	اسئلة الفصل السابع	135
16.	الفصل الثامن : السياحة وتمويل الموازنة العامة للدولة	136-152
17.	اسئلة الفصل الثامن	153
18.	المصادر	157
19.	الفهرست	159

تم بعون الله