

### الملخص:

يعتبر قطاع السياحة من أهم القطاعات الاستثمارية حيث يعد مصدراً أساسياً للدخل من قطاع الصادرات غير المنظورة، كما يلعب النشاط السياحي دوراً هاماً ومؤثراً في تنشيط اقتصاديات دول كثيرة، ويمثل رافداً قوياً ومصدراً مهماً من مصادر الدخل القومي لعدد من الدول، وللاستثمار السياحي أثر كبير على النشاط الاقتصادي من عدة وجوه، فهو من أكثر القطاعات جذباً للاستثمارات الأجنبية المباشرة ويؤثر بشكل إيجابي على تطوير الخدمات العامة كوسائل النقل والاتصالات وغيرها مما يحرك عجلة التنمية وينشرها في الأقاليم المختلفة.

كلمات مفتاحية: الاستثمار، مقومات الاستثمار، التكنولوجيا، الفنادق، منشآت سياحية.

### Résumé :

Le tourisme joue un rôle important et influent dans l'activation de l'économie de nombreux pays et représente une source de revenus importants pour de nombreux pays, Le secteur du tourisme est l'un des secteurs d'investissement les plus importants, source majeure de revenus du secteur des exportations imprévues. C'est l'un des secteurs les plus attractifs pour les investissements directs étrangers et il a un impact positif sur le développement des services publics tels que le transport, les communications et autres, qui fait avancer la roue du développement et la diffuse dans différentes régions.

Mots-clés : investissement, motifs d'investissement, technologie, hotel, institutions touristique

يكتسب قطاع السياحة أهمية لا تقل عن أهمية بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى وقد يتبوأ هذا القطاع المرتبة الأولى بين القطاعات الأخرى في بعض الدول ومن هذه الدول عربية كتونس ولبنان وأخرى أجنبية كأسبانيا وفرنسا، ورغم وجود بعض المقومات لهذا القطاع في العراق إلا أنه لم يحظى بالاهتمام أسوة ببقية قطاعات الاقتصاد الوطني وان كانت هي لم تحظى بالاهتمام أيضا.

إذ أن الجزائر فيه مواقع سياحية ودينية وأثرية وتاريخية يمكن ان تكون مجالاً لهذا الاستثمار إذا ما أحسن اتخاذ القرار من قبل أصحاب القرار في الحكومة الوطنية بالتوجه نحو هذا القطاع وينصب هذا البحث على تناول الاستثمار السياحي عربياً أو أجنبياً كان برؤية مستقبلية متواضعة والآثار التي ستترتب على هذا الاستثمار في دعم الاقتصاد الوطني أسوة بالقطاعات الزراعي والصناعي.

إن تشجيع المستثمر العربي و الأجنبي الذي يريد الاستثمار في مختلف القطاعات الاقتصادية ومنها قطاع السياحة، إذ أن الجزائر فيها مواقع سياحية ودينية وأثرية وتاريخية يمكن أن تكون مجالاً لهذا الاستثمار إذا ما أحسن اتخاذ القرار من قبل أصحاب القرار في الحكومة بالتوجه نحو هذا القطاع وينصب هذا البحث على تناول الاستثمار السياحي عربياً أو أجنبياً كان برؤية مستقبلية متواضعة والآثار التي ستترتب على هذا الاستثمار في دعم الاقتصاد الوطني.

### إشكالية البحث:

بالرغم من توفر المواقع الدينية والأثرية التاريخية في الجزائر التي ترجع حضارته إلى ما يزيد عن مئات السنين، إذ توجد مثل هذه المواقع في مختلف مناطق الجزائر من الشمال حتى الجنوب، وبرزت السياحة الصحراوية والحموية، إلا ان هذه المواقع مهملة ولم يجري الاهتمام بها من قبل المخطط الاقتصادي الجزائري خلال السنين الماضية رغم وجود وزارة للسياحة، إلا أنها لم تكن فعالة بما يفي بالغرض المطلوب وأن عدم الاهتمام هذا أفقد البلد المنافع الاقتصادية والاجتماعية التي يمكن الحصول عليها من الاستثمار في قطاع السياحة.

وللإجابة على هاته الإشكالية قسمت بحثي هذا إلى مبحثين هما:

المحور الأول: الاستثمار السياحي العربي والأجنبي، المفهوم والأهمية.

المحور الثاني: دور الاستثمار العربي والأجنبي في تطوير قطاع السياحة.

المحور الأول: الاستثمار السياحي العربي والأجنبي، المفهوم والأهمية

أ- مفهوم الاستثمار السياحي العربي والأجنبي:

الاستثمار كمصطلح يعني توظيف الأموال أو تخصيصها في المجالات أو الفرص الاستثمارية التي يعتقد المستثمر بأنها فرص ذات جدوى تحقق أفضل عائد في أقل مستوى من المخاطر وأن أحد مجالات الاستثمار هي الاستثمار السياحي، ويقصد بهذا النوع من الاستثمار أن يوجه المستثمر أيا كان عربيا أو أجنبيا جزء أو كلا من أمواله التي بحوزته في الفرص الاستثمارية السياحية المتوفرة في البلد،

ويعرف أيضا: كل إقامة لمنشآت سياحية، وفق القواعد المتعلقة بالفندقة وأسس الاستثمار بشكله العام، والتي تقام داخل مناطق التوسع السياحي وتعتمد بشكل أساسي على العقار السياحي المهيأ لإنجاز هذه البرامج المحددة في مخطط التهيئة السياحية<sup>(1)</sup>.

وبصفة عامة يمكن أن نعرف الاستثمار السياحي ذلك النشاط الذي عنه ينتج قيمة مضافة في مجال السياحة وأن يكون هذا الاستثمار مباشرة في القطاع السياحي كبناء فنادق ومدن سياحية، كما أن يمكن يكون غير مباشر كتشييد بناء وطرق مطارات الخ ...  
(2)

ومما يشجع على الاستثمار أن الحركة السياحية العالمية تطورت بشكل واسع فخلال العشرين سنة الأخيرة تضاعف عدد المسافرين والسياح في العالم من 700 مليون فرد إلى 1,6 مليار فرد سنويا وقد ازداد هذا النشاط السياحي نموا بنسبة 4% قبل أحداث 11 سبتمبر في الولايات المتحدة الأمريكية والردة السريعة التي حصلت إزاء هذا الهجوم وأن ما أنفقه هؤلاء السياح 463 مليار دولار لغاية نهاية 2001 ويوفر فرص عمل للجنسين (رجال ونساء) حوالي 200 مليون يشكلون 8% من العمالة العالمية<sup>(3)</sup>.

إلا أن نسبة النساء تشكل 70% ونصف هذا العدد أعمارهم 25 سنة فأقل هذه المؤشرات تدل على أن الحركة السياحية ناشطة في العالم، ويمكن أن تتشط في المنطقة العربية لما لها من سمات وخصائص تاريخية وحضارية تشجع على إقامة مرافق سياحية تخلق الطلب السياحي لدى الأفراد، ولذلك فإن المستثمر العربي أو الأجنبي هو ذلك

المستثمر الذي يطلب استثمار أمواله في تنشيط السياحة ك مجال وكفرصة استثمارية لتشغيل ما لديه من موارد وفي مختلف المناطق والمواقع الأثرية والتاريخية أو الدينية<sup>(4)</sup>.

#### ب-أنواع الاستثمار السياحي العربي والأجنبي:

يمكن أن يأخذ الاستثمار السياحي العربي والأجنبي الأنواع الآتية:

**ب-1- الاستثمار السياحي المباشر:** يشير الاستثمار السياحي المباشر إلى عملية توظيف أموال غير وطنية يملكها أفراد من جنسيات عربية أو أجنبية وفق قوانين الاستثمار السائدة في الدول التي يتحقق فيها الاستثمار وحسب الاتفاقيات التي تجري بين طرفي الاتفاق وهم الدولة المضيضة والمستثمر العربي أو الأجنبي وربما تسمح له هذه الاتفاقيات بإدارة استثماراته من بلده بواسطة وكلاء أو مديرين يختارهم بنفسه<sup>(5)</sup>، أما عن كون الاستثمار سياحي فهو أن يكون توظيف الأموال في قطاع السياحة فالمستثمر يقدم رأس المال وتقدم الدولة المضيضة التسهيلات اللازمة الأخرى لهذا الاستثمار في المواقع السياحية والأثرية والتاريخية والدينية، وطالما هو استثمار فهو ينطوي على أفق زمني طويل لأنه استثمار في موجودات ثابتة ذات عمر اقتصادي طويل الأجل وقد لعبت الشركات متعددة الجنسية دورا واضحا وكبيرا في هذا النوع من الاستثمار، وللاستثمار الأجنبي مكونات ثلاث هي الآتي:

**ب-1- رأس المال الممتملك:** وهو مبلغ رأس المال الذي يستثمره المستثمر الأجنبي المباشر لشراء حصة في مشروع في دولة أخرى هي غير الدولة التي ينتمي إليها، وقد عرف صندوق النقد الدولي الاستثمار الأجنبي المباشر بأنه مباشر عندما يمتلك المستثمر ما نسبه (10%) أو أكثر من رأس مال الشركة المساهمة أو ما يساوي النسبة في الشركة غير المساهمة، إلا أن بعض الدول المضيضة للاستثمار تحدد هذه النسبة كما هو في فرنسا التي حددتها نسبة 20% تخوفا من تحرر رأس المال الأجنبي داخل فرنسا، في حين خلت قوانين الكثير من الدول من تحديد لهذه النسبة كما هو الحال بالنسبة للقانون المغربي وهذا يتيح لرأس المال الأجنبي التحكم بإدارة المنشآت التي يملكها على حساب المصلحة الوطنية وفي بعض الدول العربية تسمح قوانينها للعربي الاستثمار والتملك في أراضيها كالمملكة الأردنية الهاشمية التي ارتفعت استثمارات العراقيين فيها إلى حوالي (50) مليون دولار شهريا ومن الدول العربية التي تسمح بالتملك سوريا أيضا<sup>(6)</sup>.

**ب-1-ب- إعادة استثمار الأرباح :** أي أن الأرباح التي تتحقق يتم توزيع جزء منها على المساهمين ويتم توزيعها على عدد الأسهم، فيحصل كل مساهم على مقسوم أرباح بعدد الأسهم التي يمتلكها مضروباً بحصة السهم الواحد ويسمى مقسوم أرباح للسهم الواحد، أما الجزء المتبقي فيسمى أرباح محتجزة أو غير موزعة وهذا الجزء هو الذي يسمح بإعادة استثماره، وحسب ما تسمح به التشريعات القانونية ومنها قوانين الاستثمار.

**ب-1-ج- المديونية :** وهو ما تقوم به الشركة من استئانة أي الحصول على التمويل من مصادر تمويل خارجية من غير الدولة المضيفة للاستثمار وكذلك الإقراض الذي يجري بين الشركة الأم وفروعها.

### **ب-2- الاستثمار السياحي غير المباشر:**

يمكن للمستثمر أياً كان عربياً أو أجنبياً أن يشارك في توظيف أمواله في البلد المضيف، كأن يكون في الأوراق المالية (السهم والسندات) أو قروض لشركات دون أن يكون له حق إدارة موجودات الشركة، ويسمى هذا النوع من الاستثمار استثمار غير مباشر أو استثمار عربي أو أجنبي محفظي<sup>(7)</sup>.

ويتم ذلك من خلال تأسيس شركات سياحية تتولى إقامة المنشآت السياحية في المواقع الأثرية والتاريخية والدينية من قبل القطاع الخاص، وطرح أسهم وسندات في سوق الأوراق المالية داخل البلد أو خارجه، وبالتالي تمكين المستثمر العربي أو الأجنبي المساهمة في استثمارات هذه الشركات من أجل دعم قطاع السياحة، وذلك بامتلاك الأوراق المالية التي تمكنه من المشاركة في الاستثمار ويشار إلى أن هذا الاستثمار قصير الأجل، لأن المستثمر باستطاعته بيع ما يملكه خلال أيام أو أسابيع لكن ذلك يعني دخول مالك جديد هو المستثمر الذي اشترى ما باعه المستثمر السابق وغالباً ما يتم ذلك من قبل مؤسسات التمويل كالبنوك وصناديق التقاعد وشركات التأمين والمصارف الاستثمارية.

### **ج- مقومات الاستثمار السياحي العربي والأجنبي :**

لدعم وإسناد الاستثمار السياحي عربياً أو أجنبياً يتطلب مناخ استثماري - بيئة استثمارية - ويقصد بذلك مجمل الأوضاع والظروف المكونة للمحيط الذي تتم فيه العملية الاستثمارية وتتأثر بالأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأمنية والقانونية والإدارية<sup>(8)</sup> ويمكن التعرض لمكونات المناخ الاستثماري كما يأتي:

### ج-1- البيئة السياسية:

يقصد بالبيئة السياسية وجود نظام سياسي مستقر وموقف القوى السياسية من المشروعات الاقتصادية<sup>(9)</sup>، فالبعض منها يعد محددًا لاسيما إذا كانت تدخلاتها واسعة وليس لها حدود ولذلك اعتبرت دولا غير مستقرة وفيها مخاطر سياسية تواجه الاستثمارات.

### ج-2- الاستقرار الأمني:

يحتاج المستثمر إلى بيئة آمنة ذات ذات استقرار امني واضح ويعكسه فإن عدم الاستقرار الأمني يعد عامل دفع لهروب رأس المال إلى خارج الوطن والبحث عن بيئة مستقرة<sup>(10)</sup>، كما يحصل الآن في غالب الدول العربية من عدم الاستقرار الأمني أدى إلى هروب رؤوس الأموال والاستثمار إلى بعض الدول العربية المجاورة.

### ج-3- البيئة الضريبية المناسبة:

بالنظر لما تشكله التشريعات الضريبية من محدد أمام اتساع وانتشار الاستثمارات الضريبية قد تشكل نسبة مرتفعة يتم حسمها من التدفقات النقدية المتوقعة من المشروعات الاقتصادية المقترحة، لذا فإن البيئة الضريبية المناسبة هي إما تشجيع هذه الاستثمارات بإعفاءات ضريبية محددة بزمان معين أو تقليل نسبة الضريبة التي تستوفى من أصحاب الاستثمارات<sup>(11)</sup>.

### ج-4- البيئة الاقتصادية:

البيئة الاقتصادية هي وجود اقتصاد مستقر لا توجد فيه مشكلات اقتصادية كإنخفاض الإنتاج وارتفاع التكاليف وزيادة الطلب، دون وجود إنتاج مقابل هذا الطلب أو وجود عرض أو زيادة العرض دون وجود طلب.. الخ من مشكلات غير محسوبة، وجود مثل هذه المشكلات يخلق أمام المستثمر بيئة غير آمنة اقتصاديا.<sup>(12)</sup>

### ج-5- وجود مدخرات:

المدخرات هي ما يفيض عن حاجة المستهلك أو هو تنازله عن استهلاك أي آملًا في الحصول على عائد جيد عن استثمار مدخراته في المستقبل، ويحتاج ذلك إلى دعم وإسناد من السياسة المالية للدولة بشكل عام، من خلال تشريعات قانونية ومالية تساهم في تسهيل مهمة المستثمر كالسماح بالاستيراد لتلبية احتياجات ومتطلبات المشروع الاستثماري المقترح أو تسهيل تصدير ما ينتج إلى الأسواق التي يراها المستثمر وآية تسهيلات مالية ومصرفية.

## ج-6- الأسواق المالية:

الأسواق المالية هي الموقع التي يتم التعامل فيها بالأوراق المالية سواء كانت هذه الأوراق أسهم أو سندات أو أوراق تجارية تصدرها كبرى الشركات الصناعية، وهي على عدة أنواع منها أولية يتم التعامل فيها بالأوراق الصادرة لأول مرة، وثانوية يتم التعامل فيها بالأوراق المالية التي صدرت في الماضي ولا زالت قائمة، وتحتاج الأسواق المالية التي تكون مناسبة للاستثمار العربي أو الأجنبي أن تتوفر لها كل مقومات السوق المالية لتسهل للمستثمر تحقيق غاياته ومتطلباته<sup>(13)</sup>.

### المحور الثاني: دور الاستثمار العربي والأجنبي في تطوير قطاع السياحة

إن السياحة هي نشاط إنساني و ظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات فأصبحت من أهم الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبرى في العالم وتقوم عليها اقتصاديات الكثير من الدول، فهي صناعة قائمة بحد ذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها.

وتعد عملية الاستثمار في القطاع السياحي على درجة عالية من الأهمية التي تسعى إليها العديد من الدول، فهو يعتبر بمثابة القوة الإنتاجية في مجال صناعة السياحة من أجل تقديم أفضل الخدمات فهي بذلك واحدة من أهم مصادر الدخل للاقتصاد الوطني للعديد من الدول لما توفره من فرص جديدة للتشغيل، وتنوع في مصادر الدخل، كزيادة في الناتج المحلي الإجمالي، وما تحققه من توازن بين مختلف القطاعات الاقتصادية بما يسمح بدفع عجلة التنمية ، كما يمكن أن يكون مدخلا مناسباً لخلق التنمية المستدامة من خلال ترقية هذا القطاع.

وتتضح لنا مدى مساهمة الاستثمار الأجنبي والعربي في تطور وترقية قطاع السياحة في الدولة المضيفة من خلال النقاط التالية:

#### 1- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية :

يساهم القطاع السياحي بدرجة كبيرة في توفير جزء من النقد الأجنبي للدول المستقبلية للسياح، وهذا بدوره يمكنها من الحصول على الأموال اللازمة لتنفيذ خططها التنموية الشاملة، تتمثل هذه التدفقات من النقد الأجنبي فيما يلي:

\* ما تساهم به رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة ( بناء فنادق، القرى السياحية... الخ)<sup>(14)</sup>.

\* المدفوعات السيادية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلاد.

\* فروق تحويل العملة.

\* الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات التي تقدمها المنشآت السياحية مثل :  
الإنفاق في المطاعم، الملاهي، شراء التحف وغيرها من الخدمات بالإضافة إلى  
الإنفاق على شراء السلع الإنتاجية والخدمات من قطاعات أخرى (15).

\* الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين.

\* ضرائب على الاستثمارات السياحية بأنواعها.

## 2- نقل التقنيات التكنولوجية:

تعتبر عملية نقل التكنولوجيا خاصة عن طريق الشركات الأجنبية من أحد  
الموضوعات المثيرة للجدل ويدور هذا الجدل حول عدد المحاور الرئيسية مثل:

1-مدى ملائمة المستوى التكنولوجي الذي تجلبه الشركات الأجنبية مع التغيرات البيئية  
داخل الدولة مثل مدى توافر المهارات اللازمة لتشغيل الأجهزة أو المعدات والأنظمة  
المختلفة للإنتاج ، طرق تقديم وتسويق المنتج ومدى تلاؤمها مع المعتقدات والقيم  
الثقافية والروحية ، الخدمات المرفقية.

2-تكلفة التكنولوجيا والآثار المرتقبة على العمالة وميزان المدفوعات .. الخ.

3-الآثار السلبية على المشروعات الوطنية.

ويمكن القول بصفة مبدئية إن السماح للشركات الدولية بالدخول في مشروعات  
الاستثمار السياحي يمكن أن يحقق درجة التقدم التكنولوجي بالجزائر لأن إذا نظرنا إلى  
اليد العاملة المستخدمة في قطاع السياحة وبالأخص الفنادق هي يد عاملة غير مكونة  
في أغلبها تكويننا عاليا في تقنيات السياحة، ويمكن أن تستفيد الجزائر من خلال الشركات  
الأجنبية المستثمرة من العديد من الطرق منها:

1- نقل فنون وطرق تسيير الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المنشآت السياحية؛

2- إدخال تجهيزات ( آلات، معدات ..) جديدة يمكن استخدامها إما في تسهيل تقديم  
الخدمات السياحية بأنواعها المختلفة أو إنتاج سلع صناعية للأغراض السياحية بالإضافة  
إلى الخدمات المرفقية المختلفة؛

3-تطوير وتحسين طرق العمل الحالية في الأنشطة السياحية بالإضافة إلى برامج  
التدريب للقوى العاملة؛

4- القيام ببحوث التنمية والتحديث في المجالات المختلفة للنشاط السياحي.



## 2-أ- أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في قطاع السياحة.

إن جودة الخدمات السياحية لن تتم إلا بإتاحة واستخدام التكنولوجيا في مختلف مجالات السياحة ، من تخطيط وترويج وتسويق وحجز وتعاقد وتسوية مالية، وغيرها، وقد نبهت إلى ذلك منظمة السياحة العالمية الحكومات والهيئات والمؤسسات بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع السياحة والفندقة، وأصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال اللبنة الأساسية للتنمية السياحية، ولم تعد خيارا بالنسبة للقائمين على القطاع، بل حتمية تفرضها الأوضاع الاقتصادية الراهنة لتطوير وتنمية القطاع السياحي، ولا يمكن بأي حال من الأحوال اعتبار السياحة الإلكترونية هي منافسة للسياحة التقليدية، بل هي مكملة وضرورية من أجل تطوير قطاع السياحة، وينبع هذا التكامل<sup>(16)</sup> من خلال:

أ- اعتماد الخدمات السياحة بمختلف أنواعها بشكل كبير على تداول المعلومات السياحية، المتصفة بالتباين، وبالتالي يصعب قياس جودتها إلا بعد التجربة، ولذلك تعد الانترنت الوسط المناسب لها، فهي تقلل من حدة هذا التباين عن طريق الزيارة التخليقية/الاقتراضية للخدمة السياحية بحيث تمكن الزائر من التعرف على المعالم والمناطق السياحية بكل سهولة ويسر، من خلال صورة تفاعلية مرئية تخيلية للموقع والاطلاع على البيانات والمعلومات التفصيلية للمناطق السياحية المراد زيارتها، وأيضا تمكن السائح من تخطيط ووضع برنامج لرحلته واختيار المناطق التي يرغب في زيارتها، وترتيب مواعيد زيارته لها حتى يتسنى له مشاهدة أكبر عدد ممكن من المعالم السياحية، وتخصيص ميزانية تقريبية لنفقاته.

ب- يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تخفيض تكلفة إنتاج الخدمة السياحية، حيث تساهم من جهة في رفع الترويج السياحي، ومن جهة أخرى تعمل التكنولوجيا على تخفيض التكاليف، خصوصا تلك المتعلقة بالاتصال، الاتصال المباشر بالوسطاء والسياح وتلك المتعلقة بالتوزيع، طالب الخدمة هو من يسعى لإقتنائها، مما يقلص تكاليف طباعة المطبوعات والدوريات السياحية، بالإضافة إلى خفض حجم العمالة الزائد ورفع قدرات العاملين وتدريبهم على استخدام الحاسب الآلي والإنترنت والتطبيقات والبرامج المختلفة.

ج- التوسع في استخدام التكنولوجيا قد يؤدي إلى ظهور احتياجات كامنة لم تكن موجود من قبل، مما يدفع بالعاملين بالقطاع السياحي بتطوير منتجات جديدة ومتنوعة تلبي هذه الاحتياجات الكامنة، وأيضاً هذا التوسع يؤدي إلى تحسين الخدمة المقدمة، وتوسيع قاعدة الزبائن، والرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة السياحي، ويضفي عليها حالة من المصداقية وجودة الخدمة، مما ينعكس إيجاباً على دخل القطاع السياحي إجمالاً.

وقد عززت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات تطور القطاع السياحي العالمي، وأفرزت تغييرات كثيرة في بنيته الاقتصادية والخدمية، فأصبحت التكنولوجيا ميزة تنافسية في مجال الأعمال السياحية.

والجدير بالذكر أن القطاع السياحي متعدد الروافد، يلتقي فيه فاعلون كثر وتتقاطع بداخله مصالحهم، والمقصود هنا، المؤسسات الرسمية متمثلة في الوزارة الوصية بالسياحة، المؤسسات الفندقية، المنعشون العقاريون، المستثمرون الماليون كالمصارف والصناديق الاستثمارية، وكالات الأسفار، معاهد التكوين السياحي والفندقي، المرشدون السياحيون ومؤسسات النقل الجوي، وبذلك أضحت التكنولوجيا حلقة الوصل، للضبط والربط بين اختصاصات وتداخلات هؤلاء الفاعلين في صناعة السياحة.

وفي هذا السياق، تستحوذ السياحة على حصة الأسد من حجم التجارة الإلكترونية، وقارب دخلها 150 مليار دولار سنة 2014، واعتمد مليار و235 مليون سائح على الخدمات السياحية الإلكترونية، إمالاستفسار أو للحجز والسفر، كما يستأثر القطاع السياحي على 45 % من عائدات الإعلانات الإلكترونية، ونجد أن نسبة السياحة الإلكترونية من مجمل القطاع، وصلت في فرنسا إلى 85 % و 70 % في إسبانيا و66 % في تركيا<sup>(17)</sup>.

وعلى هذا النحو، توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال، إمكانية إنجاز وترويج الخدمات السياحية عبر شبكات التجارة الإلكترونية، وتستعمل في إرساء كيانات سياحية معتمدة على إدارة المعرفة، كالفنادق الذكية التي تتبنى النظم المعلوماتية الحديثة، المخفضة للتكاليف والمريحة للوقت، والتطبيقات المركبة المقوية للتنافسية. بالإضافة إلى التسويق الإلكتروني للعرض السياحي القادر على جلب السائحين، والمؤسس للمناخ الاستثماري الملائم والداعم لترويج السفر.

تقدم السياحة الإلكترونية عروضاً مرنة وموجهة حسب حاجات الزوار، من خلال مد جسور التواصل معهم لمعرفة رغباتهم وميولهم فيما يتعلق بوسيلة التنقل، درجة ومكان الفندق، الأماكن المتاحة للزيارة وكذلك أنواع المطاعم ومحلات التسوق، ناهيك عن إسهامات تكنولوجيا التواصل في تقريب المسافة من السياح، دون الحاجة إلى وسطاء، حيث تمكنهم من البحث عن الخدمات السياحية المعبرة عن حاجياتهم الفعلية، ومرافقتهم عبر النصح والإرشاد، كما تسهل عليهم أداء فواتير الزيارة من خلال الأداء ببطاقات الائتمان الدولية<sup>(18)</sup>.

وعلى هذا الأساس، فالسياحة اليوم هي سوق افتراضية<sup>(19)</sup> تتأثر بفعل التطور التكنولوجي، ويظهر ذلك بوضوح عبر مستويين، الأول يهتم بالمحتوى الرقمي الذي يتطلب تجميع المعلومات السياحية عن المؤشرات، العروض، الأسعار ورقمنة ونشر المعلومات السياحية، عبر شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج للخدمات السياحية.

أما المستوى الثاني، فتبرز فيه الطفرة التكنولوجية في صناعة السياحة التي أفرزت زيادة في الفاعلين بالقطاع، واتساعاً لنسيجه الاقتصادي بظهور مؤسسات جديدة ترتبط بالخدمة عبر الإنترنت، الاتصالات والوساطة الإلكترونية، محركات البحث السياحي، وكذلك المصارف الإلكترونية المساعدة على الحجز وصرافة العملة.

تتجلى أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في القطاع السياحي، في تداخلها مع مسار العملية السياحية من التخطيط إلى التعاقد مروراً بالحجز والتسويق والترويج، وتبين الاتجاهات المستقبلية للسياحة الإلكترونية، أن تغييرات جذرية ستطرأ على القطاع من خلال بوادر بدأت تلوح في الأفق، كالاستعانة بالحجوزات المباشرة عبر الإنترنت بدلاً من وكالات الأسفار ومكاتب الطيران، ترويج المنتج السياحي من خلال الهواتف الذكية والأجهزة التفاعلية. وكذلك، اللجوء إلى الأفلام الترويجية عبر الإنترنت، والتي تدخل السائح في تجربة حية بالمنطقة التي يود زيارتها. ونتيجة لكل ما تقدم، فهام تكنولوجيا المعلومات ستتجسد في تعزيز الشراكات الاستراتيجية بالقطاع السياحي، والارتقاء بالقطاعات السياحية الصاعدة كالسياحة الطبية، السياحة الثقافية والسياحة الرياضية<sup>(19)</sup>. وهناك عدد آخر من المزايا الناجمة عن وجود مثل هذه الشركات الأجنبية في طرق بيع الخدمات السياحية، أو في تطبيق نظم الإدارة الحديثة، يضاف إلى هذا أن وجود

الشركات الأجنبية يمكن أن يدفع الشركات الوطنية على تحديث وتطوير أنظمتها الحالية حتى تستطيع الاستمرار في سوق الخدمة.

كما ذكرنا سلفاً أن وجود الشركات الأجنبية في مجال صناعة السياحة بالجزائر يمكن أن يؤدي إلى تحسين وتطوير أنظمة وفنون الإدارة ، وتبرز أهمية العقود الإدارية بصفة خاصة من هذا الشأن كأسلوب لنقل التقنيات التكنولوجية في مجال إدارة الفنادق مثلاً أو الأنشطة السياحية الأخرى إلى الجزائر، ومن أمثلة العقود الشراكة الإدارية ما هو مطبق بالنسبة لسلسلة فنادق هيلتون في جميع أنحاء العالم وتجدر الإشارة إلى أن اهتمام الدولة بصناعة السياحة يزيد من أهمية الحاجة إلى وجود طبقة إدارية وخبرات ومهارات من طبيعة خاصة قد لا تتوفر في المنظمات الصناعية أو الخدمات الأخرى بالقطاعين العام والخاص ، وهذا بالضرورة يدفع القائمين على صناعة السياحة إلى توفير الخبرات والمهارات الإدارية والفنية الأخرى اللازمة للإدارة مثل هذه الصناعة بأنشطتها المختلفة عن طريق التوسع في إنشاء كليات ومعاهد علمية وتدريبية ومراكز للبحوث والبعث للخارج.. الخ لتوفير احتياجات القطاع السياحي من القوى العاملة ( الإدارية والفنية ) المدربة(20).

### 3- بناء المنشآت السياحية:

لقد ظهرت منشآت سياحية تستغل رأسمالها في سبيل تحقيق الراحة وتقديم تسهيلات سياحية لخدمة السياح، مستفيدة بذلك من توافر عوامل الجذب السياحي داخل الدولة، التي تغري السياح الأجانب على زيارتها والإقامة فيها أطول مدة ممكنة من ناحية، كما تغري المواطنين وتشجعهم على الاهتمام بالسياحة الداخلية والتعرف على المناطق الجميلة التي تزخر بها البلاد من ناحية أخرى.

3- أ- تعريف المنشآت السياحية : توجد عدة تعاريف للمنشآت السياحية، فهناك من يعتبر منشأة سياحية الأماكن المعدة لاستقبال السياح لتقديم المأكولات والمشروبات، وكذلك تعتبر منشأة سياحية وسائل النقل المخصصة لنقل السياح في رحلات برية أو بحرية أو جوية(21).

أو: «هي تلك الأماكن المعدة أساساً لاستقبال السياح وتقديم الخدمات المختلفة من مأكولات و مشروبات، التي يتم استهلاكها في نفس المكان كالمطاعم وكذلك المنشآت

التي تمتلك وسائل النقل المختصة لنقل السائحين أو تلك المعدة لإقامة النزلاء والسائحين مثل الفنادق (22).

ويمكن تعريفها أيضا بأنها: «مؤسسات تجارية تقوم بالعمل على تقديم مختلف الخدمات السياحية اللازمة، من خدمات إقامة وطعام وشراب وخدمات علاجية، ثقافية، رياضية، تجارية، إرشاد سياحي، تنظيم برامج للرحلات وكذلك خدمات النقل السياحي بمختلف أنواعه لكافة السياح على مختلف أنواعهم» (23).

من هذه التعاريف يمكن القول أنه من أجل صناعة السياحة لابد من توفر مجموعة من الأركان أو المقومات و المتمثلة في : النقل،الإيواء، المطاعم و البرامج السياحية كما يلي:

**3- أ-1- الفنادق:** هي صناعة سياحية لمؤسسة تجارية تشكل مزيجا من الخدمات المتجانسة، أو بالمفهوم الكلاسيكي فإن صناعة الفندقة تشمل المنشآت والمؤسسات السياحية التي تقدم مجموعة من الخدمات التي يتم من خلالها عرض غرف ومنازل جاهزة وذلك بعقد إيجار لفترة مؤقتة.

ولم يعد دور (الفندق) في عصرنا الحالي يقتصر على مجرد تقديم الخدمة السياحية، ولم يعد يعرف بأنه مكان لإيواء النزلاء كما كان في الماضي، حيث كان أقدم وأبسط تعريف للفندق هو مكان لإيواء المسافرين والمصابين، ولكن الفندق الحديث يعد تنظيما يستهدف تقديم الخدمة السياحية بمفهومها الشامل (24).

ويعرف مجلس السياحة العربية الفندق السياحي بأنه: "عبارة عن نزل يعد طبقا لأحكام القانون ليجد فيه النزيل المأوى والمأكل والخدمة لمدة معينة لقاء أجر معلوم." (25)

**3- ب- الخدمات الفندقية :** هي مجموعة من الأنشطة التي يقدمها العامل للنزيل من طعام وإيواء وراحة بغية إشباع رغباته وحاجاته وتمتاز الخدمات الفندقية بأنها :معنوية وتمتاز كذلك بالتلازم والتغاير وقابلية الفناء والطلب المتذبذب وهو ما يخلق تحديا إضافي بين الفنادق (26).

مما يبين أن الخدمة الفندقية تعتمد أوأل وأخيرا على العنصر البشري من خلال تدريبه بطريقة سليمة، فال بد من اكتساب ثالث مهارات لها دور فعال في نجاح العمل الفندقية(الخدمة) وهي: المقدرة على التعامل مع الآخرين عن طريق عالقات عامة، مقدرة

الفرد على تقديم الخدمة بكفاءة، المقدرة على تطوير الخدمة باستمرار، ومن بين هاته الخدمات نجد:

▪ **المطعم:** ويعرف أنههو ذلك المكان المهيأ والمعد لتحضير وتقديم الطعام للزبائن خارج مكان سكنهم لأسباب عديدة منها الراحة والاستجمام، أو لإقامة الحفلات والمناسبات لقاء ثمن معين يحدد مسبقا، ويتناسب المكان مع نوع الخدمة ودرجة وطبيعة المطعم<sup>(27)</sup>.

لقد أصبح تناول الوجبات خارج المنزل من الأنشطة التي يمارسها غالبية الأفراد في هذه الأيام، نتيجة لظروف العمل، أو نتيجة لظروف وجوده في رحلة سياحية داخل الوطن أو خارجه، أو لرغبة في قضاء وقت ممتع للترفيه عن النفس، لذلك كان لابد من إدارة المطعم مراعاة مجموعة من الأمور الهامة حتى تتمكن من جلبهم وزيادة إقبالهم على المطعم، لذا يذكر بعض الكتاب والباحثين في مجال السياحة أن المطاعم السياحية بسياقاتها وتقاليدها وجودة الطعام فيها من حيث النوعية أو الطهي عامل جذب للسياح، فيشعر السائح بأن حاجته للطعام ممكن تلبيتها وبالنوعية والكمية المطلوبة.

▪ **شركات النقل السياحية:** يحتاج السائح إلى خدمات النقل للانتقال من موقع سياحي إلى آخر ومن أجل كسب السياح يجب تهيئة هذه الخدمات وذلك من خلال توفر وسائل نقل حديثة ومريحة ومكيفة، ومثل هذه الشركات غير موجودة حاليا وهي لا يمكن أن تتوفر ما لم يكن هناك تكامل في الخدمة السياحية، أي ان يكون هناك موقع سياحي جذاب وهذه هي مهمة هيئة السياحة ووجود أماكن إيواء بخدمة سياحية مقبولة ومحفزة، إلى جانب ذلك تظهر الحاجة إلى شركات النقل السياحية وهي تهيئة وسائل النقل الحديثة التي تتوفر فيها خدمة النقل المريحة.

ترتبط فاعلية النقل، في تخديم الجوانب المتعلقة بالحركة السياحية، من خلال تأمين الراحة والأمان في عملية الانتقال، إلى جانب السرعة والتردد والانتظام والمصدقية في التعامل والالتزام بالمواعيد مع مختلف وسائل النقل المعروفة والمتاحة<sup>(28)</sup>.

وعليه يمكن القول أن القطاع الفندقي وما يرتبط به من خدمات يعتبر أحد أبرز ركائز التطوير السياحي، لافتاً إلى أن أي دولة في العالم لا تستطيع أن تحقق نمواً في القطاع السياحي دون الاهتمام بالقطاع الفندقي وإعطائه الأولوية من الاهتمام والتطوير<sup>(29)</sup>.

#### 4- تنمية المهارات الإدارية وخلق طبقة جديدة من المديرين :

صناعة السياحة تتطلب طبقة إدارية تتوفر على خبرات ومهارات من طبيعة خاصة قد لا تتوفر في المنظمات الصناعية والتجارية الأخرى، هذا ما يدفع القائمين على صناعة السياحة بتعليم الأفراد العاملين وتدريبهم في مختلف المجالات المرتبطة بالسياحة من أجل زيادة كفاءتهم وإمامهم بالعمل و تطوير مهاراتهم وترقيتهم، عن طريق إقامة وإنشاء معاهد وكليات علمية وتدريبية وإرسال البعثات إلى الخارج، بهدف تغطية مختلف المنشآت السياحية بالقوى العاملة المدربة، لأن نجاحها وتنميتها مرتبط على ما تعتمد عليه من مهارات إنسانية ومختلف مهارات التعامل .

كما أنه لا يمكن تجاهل الآثار التي تحدثها زيادة فرص العمل على الفرد والأسرة والمجتمع ككل كإنخفاض البطالة وما يترتب عليه من ارتفاع لمستوى الرفاهية للمجتمع، وغيرها من المنافع والآثار الإيجابية الأخرى.(30)

لذا يعد الإنسان الثروة الحقيقية لأي مجتمع، إذا أحسن إعداده وتأهيله وأخذ فرصته الحقيقية فإنه يبدع ومن ثم يفيد مجتمعه ووطنه، فالعنصر البشري يمثل أساس عملية التطوير السياحي وهو العنصر المتحكم في التطوير والتنمية في كافة مجالات التنمية السياحية، لذا لا بد من الموازنة والتنسيق بين الموارد المادية والبشرية المتاحة لتحقيق ذلك، ولاشك أن تنمية القوى البشرية جزء لا يتجزأ من العمل والتطوير ولا يمكن أن يكون هناك تنمية سياحية بدون موارد بشرية مؤهلة، فمواكبة التطور السريع في المعرفة العلمية والتقنية السياحية الحديثة، وملاحقة ركب دول العالم المتقدمة، يعتبر أحد عوامل نجاح التنمية السياحية، فالمجال اليوم لمن يسرع السير على ركب التقدم والتطور العلمي ولا مجال للتقاعس والنظر للخلف.

إن مدراء المشاريع السياحية ما يزالون يواجهون صعوبة في العثور على عمالة جيدة بمهارات عالية وأن المهارات المتوفرة ليست بالمستوى المطلوب مما يدعو المؤسسات التعليمية لمراجعة نوعية وجودة التعليم والمناهج لديها(31).

لذا فإن الاستثمارات الأجنبية في مجال السياحة من خلال نقل التكنولوجيا والمعرفة تسمح بتكوين أفضل للعمال والطاقم العامل في المجال السياحي وبخاصة في ميدان الفنادق وتتجلى أهم صور مسار التكوين فيما يلي(32):

\* التعامل الفوري مع شكاوي السائح؛

\* عدم تكرار الأخطاء؛

\* تعزيز صلاحيات العاملين في الفندق؛

\* تعزيز عمليات الاتصال والتواصل مع السياح؛

\* التركيز على سواح مميزين زاروا الفندق؛

\* إطلاق دورات تدريبية للكادر الفني ومجموع العمال الذي يشكلون الواجهة الحقيقية للمنشآت السياحية.

## 5- خلق علاقات بين القطاعات الاقتصادية و الخدمية وقطاع السياحة

إن إنشاء مشروعات سياحية أو تطوير المشروعات الحالية يؤدي إلى ظهور مشروعات أخرى جديدة تمارس نشاطات اقتصادية و خدمية معينة يزداد الطلب عليها نتيجة زيادة نشاط الحركة السياحية و زيادة الطلب السياحي، هذا بدوره يساهم في تحسين دخل التجار الحرفيين و أصحاب الفنادق أو المطاعم ، لأن السائح عند إقامته يستهلك عدة مواد: مثل المواد الغذائية والعطور، الجرائد والمجلات، التحف التذكارية والحلي التقليدية مما يعود بالأرباح على المنتجين والتجار ويساهم في استمرار نشاطهم وتحسين مستوى معيشتهم و التوسع في أعمالهم أو خلق مشروعات جديدة. (33)

وبشكل عام فإن تطوير وتنشيط قطاع السياحة في أي دولة يساعد على خلق أنواع مختلفة من العلاقات بين القطاعات الاقتصادية وتحقيق التكامل الرأسي والتكامل الأفقي.

ومما لا شك فيه أن، مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل مباشر على زيادة الإنتاجية في القطاعات التي تتصل به والخدمات التي تتفاعل معه، ومنها مرافق النقل، وشبكات الاتصالات، وخدمات الكهرباء والمياه، وحتى القطاعات المنتجة مثل القطاع الزراعي والصناعي.

فلا يكفي تطوير المواقع السياحية الحديثة إذا كان من المتعذر الوصول إليها أو كانت تفتقر للخدمات الأساسية. وعلاوة على ذلك، فإن قطاع السياحة يجلب الاستثمار اللازم لتطوير الخدمات الأساسية في المناطق المجاورة للمواقع السياحية، وبالتالي يعطي حافزاً لتنمية القطاعات الأخرى.

فلا جدال في أن هناك علاقة وثيقة بين تنمية قطاع السياحة والتنمية الاقتصادية بمفهومها العام، فقد اهتمت البلدان المتقدمة بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية



التي تتفاعل مع تنمية قطاع السياحة، مثل النقل والاتصالات، والمياه والكهرباء، والخدمات الصحية.

كما قامت هذه البلدان بتوفير أسباب الجذب السياحي الإضافية لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح، وبفضل الجهود التي بذلتها للتوسع في تسويق السياحة وترويجها، ازداد عدد السياح الوافدين إليها. (34)

## 6- خلق بنية أساسية على مستوى عال:

مصطلح يطلق على الخدمات الأولية الواجب توفرها لقيام أي مشروع أو منطقة سياحية، مثل شبكات المياه الثقيلة، المياه العذبة، الكهرباء، الغاز، التلفونات، الخدمات الصحية، الطرق، البنوك .. إلخ، وأن أي مشروع سياحي لا يستطيع أداء خدماته بصورة كاملة بدون توفر هذه الخدمات وتعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية (35).

البنية الأساسية مفهوم جامع يضم تحت مظلته طائفة متراكبة من القطاعات المتميزة والنشاطات المتنوعة التي يطلق عليها اقتصاديو التنمية أوصافاً عديدة أبرزها وصف رأس المال الاجتماعي العام، ومع أن أي من المصطلحين لم يجر تحديدهما تحديداً دقيقاً ، إلا أن كليهما يتضمن أنشطة تميزها سمات تقنية وسمات اقتصادية، لذا هناك نوعين من البنية الأساسية (36) وهما:

6-أ- البنية الأساسية الاقتصادية: وتشمل الهياكل الهندسية والمعدات والمرافق الطويلة العمر، ثم الخدمات التي توفرها والتي تستخدم في الإنتاج الاقتصادي ومن جانب الأسر المعيشية، وتضم البنية الأساسية الاقتصادية (المادية)

- المرافق العامة: ( القوة الكهربائية، والغاز المنقول بواسطة الأنابيب والاتصالات السلكية واللاسلكية، وإمدادات المياه)؛

- الأشغال العامة: ( السدود، وأشغال القنوات الهامة من أجل الري ، والطرق).

-قطاعات النقل الأخرى: ( السكة الحديد، النقل الحضري، الموانئ، والمجاري المائية، والمطارات).

6-ب- البنية الأساسية الاجتماعية : وهي تضم في الغالب التعليم والرعاية الصحية، أي إنها تمثل مجموعة من القضايا التي تتساوى في الأهمية وأن كانت في الواقع مختلفة كل الاختلاف.

ومنه نجد أن الاستثمار الأجنبي والعربي في المجال السياحي وبغية تطوير هذا القطاع يستوجب توفر بنية أساسية فعالة وقوة تواكب حجم الاستثمارات، وعليه فإن أي مشروع استثماري سيجتنب عنه حتما بناء هاته المنشآت القاعدية بما يسمح بالنهوض بقطاع السياحة.

## خاتمة:

في ختامنا لهذه الدراسة، نصل إلى أن السياحة لها دور مهم في زيادة النمو الاقتصادي نظرا لما تحمله ضمن مكونات الصادرات الخدمية، وبالتالي تساهم في تقليص البطالة، إذ لا يمكن للجزائر أن تهمل هذا القطاع خاصة وأن تنوع الاقتصاد والموارد على الصعيد المحلي ضرورة لا بد منها .

فالاستثمار الأجنبي في قطاع السياحة وسيلة هامة لتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية وبناء اقتصاد متوازن و قادر على الصمود أمام التقلبات العالمية بتنوع مصادر الدخل وتحقيق درجة عالية من الاكتفاء الذاتي وتنمية الصادرات وتكثيف الرأسمال الأجنبي ونقل التكنولوجيات العالية وتوطينها وتنمية الكوادر الوطنية وتكوين العمالة الماهرة.

من أجل تحقيق ذلك يجب منح مكانة أكبر للسياحة في إطار السياسة التنموية العامة، كما يجب على السياسة الوطنية للسياحة أن تركز على مخطط رئيسي للتنمية على المدى الطويل والسهر على توافقه مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية وذلك بتحديد الأولويات في مناطق التوسع السياحي وفي أشكال السياحة التي يجب ترفيتها.

يعتبر الاستثمار أساس تنمية قطاع السياحة التي تعتبر من القطاعات الحيوية التي تؤدي دورا رياديا في الكثير من الدول العالم بما يحققه من تدفقات مالية وخلق لفرص.

بالرغم ما تمثله الاستثمارات السياحية كمصدر من مصادر العملة الأجنبية حيث تسعى العديد من الدول خاصة النامية منها الحصول على هذه الاستثمارات لما لها من فوائد بسبب اتصال السياحة بالعديد من القطاعات الإنتاجية الأخرى كالبناء كالزراعة كالصناعة والقطاعات الخدمية الأخرى، فزيادة الاستثمارات السياحية سيؤدي إلى زيادة العمالة في القطاع السياحي بصورة مباشرة في القطاعات التي تؤثر وتتأثر بالسياحة بصورة غير مباشرة.

- 1- ABOU-KAHF, A PH.D THESIS. FOREIGN DIRECT INVESTMENT IN DEVELOPING COUNTRIES, AN ANALYSIS OF THE DETERMINANTS, IMPACT POLICIES AND ORGANIZATION WITH SPECIFIC REFERENCE TO THE CASE OF EGYPT, UNIVERSITY OF STRATHCLYDE, GLASGOW, U.K, 1985. PP 610-614.
- 2- ALAIN MESPLIER PIERRE BLOC-DURAFOUR,(LE TOURISME DANS LE MONDE), FRANCE, EDITION BREAL, 1992, P60.
- 3-F.LEROUX, MARCHER INTERNATIONAUX DES CAPITAUX , MONTREA, 2 EME EITION, 1995, P03.
- 4-J.M. HAZBROUCQ , MANAGEMENT DES PROJETS DE TOURISME ET DE LOISIRS , PARIS, EDITION GAETAN MORIN, 1999, P10.
- 5- LILIANE BANSahal, M. D. (1999). LE TOURISME FACTEUR DE DEVELOPPEMENT LOCAL. PARIS: EDITION HORIZON GROUPE.
- 6- أبو قحف عبد السلام، اقتصاديات الأعمال والاستثمار الدولي، بيروت لبنان: مكتبة الإشعاع، 2001، ص 04.
- 7- أبو قحف عبد السلام، نظريات التدويل وجدوى الاستثمارات الأجنبية، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 1989، ص 13.
- 8- الدكتور سولوى السامرائي / جامعة الإسراء- عمان الأردن الدكتورآمال العمالي / جامعة الإسراء- عمان الأردن الدكتور علاء السرايبي / جامعة الملك سعود-المملكة العربية السعودية مدى توفر المهارات التقنية والعلمية لدى العاملين في قطاع السياحة-دراسة تطبيقية للآراء عينة من العاملين في قطاع السياحة بالأردن، (بلا تاريخ)، ص 124.
- 9-تريكي العربي. واقع الاستثمار السياحي دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس رسالة ماجستير، علوم تسيير ، جامعة الجزائر، 2013، ص 37.
- 10-تقرير مناخ الاستثمار في الدول العربية، الكويت: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، 1991-1995.
- 11-د. ندى الروابدة،محاضرات في علم السياحة، الجامعة الأردنية، كلية الآثار والسياحة قسم الإرشاد والتطوير السياحي، بلا تاريخ نشر .
- 12-د. سليم محمد خنفر . د. علاء حسين السرايبي، صناعة الفنادق إدارة ومفاهيم، الطبعة الأولى، السعودية: دار جرير للنشر والتوزيع، 2011، ص 114.
- 13-رحالطة مصطفى، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني. ماجستير علوم اقتصادية، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية، 2006-2007، ص 85.
- 14-سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية- دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة جيجل- جامعة منتوري قسنطينة، قسم العلوم الاقتصادية، 2005-2006، ص 89.
- 15- سعدي يحي، تقييم مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر رسالة دكتوراه دولة، جامعة منتوري قسنطينة،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، 2006-2007، ص 125.
- 16- سليم محمد مخنفر السرايبي، مرجع سابق، ص 47.
- 17- سليمان علي القطابري، البنية الأساسية ودورها في التنمية السياحية، اليمن: مدير تخطيط الخدمات بوزارة التخطيط والتنمية.
- 18-سوزان علي حسن، التشريعات السياحية والفندقية، الإسكندرية: دار الجامعية الجديدة، 2001، ص 90.
- 19- شوقي ناجي جواد، إدارة الأعمال الدولية، الأردن: الأهلية للنشر والتوزيع، 2001، ص 114.

- 20- عاطف الأخرص - سмир حمودة، محاسبة المنشآت السياحية، ط1، عمان: دار البركة، 2001، ص190.
- 21- عبد الغفار هناء الاستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الدولية الصين أنموذجاً، بغداد: دار الحكمة، 2002، ص123.
- 22- عينين فضيلة، النظام القانوني للاستثمار السياحي في الجزائر، رسالة ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، البلدة، 2010، ص21.
- 23- فريد النجار، الاستثمار الدولي والتنسيق الضريبي، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 1998، ص23.
- 24- فضيلة عينين، مرجع سابق ص 125.
- 25- فؤاد السيد المليجي، المحاسبة في الأنشطة السياحية والفندقية، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة، 1996، ص04.
- 26- مخير أمين، محفوظ صالح، نزال عبد العال، مبادئ الآثار السياحية، بغداد: دار الحكمة، 1988.
- 27- مونية كريمة، التجارة الالكترونية ضرورة حتمية لتفعيل السياحة الالكترونية، الصناعة السياحة والتنمية المستدامة واقع وفاق، كلية الاقتصاد، جامعة مستغانم، 2010، ص08.
- 28- ناجي التونسي، دور وفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية، الكويت: المعهد العربي للتخطيط، 2001.
- 29- ناصر بن عبد العزيز النشمي، دور الهيئة العامة للسياحة والآثار في تحسين مرافق وخدمات الفنادق " رسالة ماجستير قسم إدارة عامة، السعودية، 2013، ص185.
- 30- نبيل عيد، السياحة الالكترونية في المنطقة العربية ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة، مؤتمر تطوير السياحة والفندقة في الوطن العربي، مصر: اتحاد الجامعات العربية، بتاريخ 2015/07/15.
- 31- نور الحملي، القطاع الفندقي رافعة أساسية لنمو النشاط السياحي القطري، تاريخ الاطلاع 2013/10/01، يومية العرب، ALARAB.QA.
- 32- نيكول طعمة، السياحة الافتراضية من التكنولوجيا الى الواقع، جريدة النهار اللبنانية، تاريخ الاطلاع 2016/08/25، NEWSPAPER.ANNAHAR.COM/ARTICLE/316742.
- 33- هيثم ناعس، أهمية قطاعي النقل والسياحة ودورهما في استثمار الموارد البشرية والاقتصادية وتنميتها في مدينة دمشق ومنطقة الزيداني، مجلة جامعة دمشق، مجلد 26 العدد الأول والثاني 2009، ص210.
- 34- يوسف أبو فارة، سмир أبو زنيد، النشاط الترويجي في البيئة الفندقية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا عدد 3، 2010، صفحة 200.
- 35- يونس بلفلاح، التكنولوجيا ترسم معالم مستقبل السياحة، العربي، www.alaraby.co.uk، 20/03/11.