

جامعة سعد دحلب بالبليدة

كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة ماجستير

التخصص : نقود ، مالية و بنوك

الاستثمارات السياحية في الجزائر

من طرف

حيزية حاج الله

أمام اللجنة المشكلة من

رئيسا	أستاذ محاضر، جامعة البليدة	كمال رزيق
مشرفا و مقررا	أستاذ محاضر، جامعة الجزائر	مبارك بلالطة
عضوا مناقشا	أستاذ التعليم العالي، جامعة الجزائر	سعدون بوكبوس
عضوا مناقشا	أستاذ التعليم العالي، جامعة الجزائر	عبد الله بدعيدة
عضوا مناقشا	أستاذة مكلفة بالدروس، جامعة البليدة	فتيحة عوالي

البليدة، ماي 2006

ملخص

أصبحت السياحة نشاطا اقتصاديا هاما تعتمد عليه الكثير من الدول في تنمية اقتصادها نتيجة لآثارها على الدخل الوطني و ميزان المدفوعات، و يمثل الاستثمار السياحي أكبر نسبة من الدور الذي يؤديه القطاع السياحي في التأثير على القطاعات الاقتصادية الأخرى من خلال إحداث استثمارات و صناعات إضافية فيها و خلق مناصب عمل هائلة و إيجاد توازن جهوي بين المناطق .

تتوفر الجزائر على موارد سياحية متنوعة نتيجة لتنوع تضاريسها ومناخها إضافة إلى تراث حضاري وثقافي وديني، غير أن هذه الموارد لم تؤهلها أن تكون مقصدا سياحيا معروفا كون القطاع اعتبر قطاع ثانوي.

وبسبب تقلبات أسعار النفط و عولمة الاقتصاد الدولي الذي يفرض استغلال كل الموارد المتاحة، أولت الجزائر اهتماما خاصا بالسياحة والاستثمار فيها حيث تم إعداد إستراتيجية تنموية طويلة المدى، تهدف إلى إقامة صناعة سياحية تنافسية من خلال تحسين نوعية الخدمات المقدمة ورفع قدرات الاستقبال وتحسين صورة الجزائر في الخارج، إذ تتخلى السلطات العمومية عن الاستثمار تاركة المجال للقطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار مباشرة أو عن طريق الشراكة.

ولقد أوليت أهمية كبرى لتشجيع الاستثمار السياحي بترقيته و تطويره من خلال توفير مناخ ملائم و محفز يتماشى مع متطلبات السياحة الدولية الراقية، فالدولة توفر التسهيلات اللازمة للاستثمار في القطاع السياحي و يقوم القطاع الخاص الوطني أو الأجنبي بالعملية الاستثمارية، ويشكل الإطار القانوني أهم مطلب لتشجيع الاستثمار إضافة إلى إيجاد حلول لمشكل العقار و التمويل اللذين يعقان الاستثمار في هذا المجال.

شكر

بعد إتمام هذا العمل المتواضع بعون الله تعالى الذي بنعمته تتم الصالحات، أتقدم بالشكر الجزيل والامتنان الوفير إلى مشرفي الأستاذ " بلالطة مبارك " الذي قبل الإشراف على هذا العمل وعلى ما قدمه لي من عون ونصح.

أتوجه بالشكر إلى إدارات وزارة السياحة وأخص بالذكر السيد بن صفية إبراهيم والسيد سعيد محمد على جميل مساعدتهم وإلى جميع أساتذتي.

كما أتوجه بالشكر والامتنان إلى كل من أزرني من قريب أو من بعيد ولو بعبارات التشجيع والمواصلة والمثابرة حتى يرى هذا العمل النور.

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	تطور التدفقات السياحية البشرية والنقدية خلال الفترة (1950-2000)	100
02	تطور التدفقات السياحية البشرية عبر مختلف الأقاليم خلال الفترة (1995-2004)	101
03	ترتيب دول القمة العشر حسب التدفقات البشرية	103
04	تطور التدفقات السياحية النقدية عبر مختلف المناطق خلال الفترة (1995-2004)	106
05	ترتيب دول القمة العشر حسب العائدات السياحية	109
06	توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الثلاثي (1967-1969)	140
07	توزيع الأسرة المبرمجة في المخطط الثلاثي حسب نوع المناطق السياحية	141
08	حصيلة برنامج المخطط الثلاثي (1967-1969)	141
09	توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي الأول (1970-1973)	144
10	عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط الرباعي الأول حسب المنتج السياحي	145
11	توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)	146
12	توزيع طاقات الإيواء المنجزة خلال الفترة (1974-1978) حسب نوع المنتج السياحي	147
13	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1970-1977)	149
14	تطور الإيرادات السياحية خلال الفترة (1970-1978)	149
15	توزيع المشاريع السياحية حسب نوع المنتج خلال المخطط الخماسي الأول (1980-1984)	151
16	طاقات الإيواء المنجزة خلال المخطط الخماسي الأول	152

157	توزيع طاقات الإيواء السياحي في نهاية سنة 1989	17
158	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1989-1980)	18
159	تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة (1989-1985)	19
161	توافد السياح خلال الفترة (2000-1990)	20
161	مقارنة عدد السياح الوافدين إلى دول المغرب العربي خلال الفترة (2000-1997)	21
162	المداخل بالعملة الصعبة لقطاع السياحة خلال الفترة (2000-1990)	22
163	توزيع طاقات الإيواء حسب الدرجة سنة 2000	23
163	توزيع طاقات الإيواء حسب المنتج السياحي	24
168	الفنادق المعروضة للخصوصية في الفترة الأولى	25
169	تصنيف الوحدات الفندقية لغرض الخصوصية	26
182	تطور التدفقات السياحية خلال الفترة (2004-2001)	27
183	تطور عدد السياح الأجانب خلال الفترة (2003-2001)	28
184	ميزان مدفوعات – عمليات الأسفار والخدمات-	29
185	توزيع الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب فئة المؤسسة	30
185	توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب الفئة	31
186	توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة لها حسب النوع	32
197	نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لطاقات الاستثمار في الجزائر	33
201	المزايا الجبائية الممنوحة للاستثمارات السياحية	34
202	تطور حركة الاستثمار خلال الفترة (1999-1994)	35
229	المشاريع السياحية خلال الفترة (2004-2000)	36

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
29	استثمار ذو تدفق نقدي داخل وحيد وتدفق نقدي خارج وحيد	01
30	استثمار ذو تدفق نقدي خارج وحيد وتدفقات نقدية داخلية متعددة	02
30	استثمار ذو تدفقات نقدية خارجة متعددة وتدفقات نقدية داخلية متعددة	03
31	استثمار ذو تدفقات نقدية خارجة متعددة وتدفق نقدي داخل وحيد	04
102	تطور التدفقات البشرية عبر المناطق خلال الفترة (1995-2004)	05
105	ترتيب دول القمة العشر حسب التدفقات البشرية	06
107	تطور التدفقات السياحية النقدية عبر المناطق خلال الفترة (1995-2004)	07
108	نسبة نمو عدد السياح والعائدات السياحية خلال الفترة (1996-2004)	08
110	تطور التدفقات البشرية خلال الفترة (1970-2000) وتوقعات 2010 و2020	09
110	تطور التدفقات النقدية خلال الفترة (1970-2000) وتوقعات 2010 و2020	10
181	الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة	11

الفهرس

ملخص

شكر

قائمة الجداول والأشكال

الفهرس

13	مقدمة
20	1. مفاهيم عامة أساسية
20	1.1. الاستثمار والقرار الاستثماري
21	1.1.1. مفهوم الاستثمار وأهميته
21	1.1.1.1. مفهوم الاستثمار
23	2.1.1.1. أهمية الاستثمار
24	2.1.1. محددات الاستثمار وتصنيفاته
24	1.2.1.1. محددات الاستثمار
27	2.2.1.1. تصنيفات الاستثمار
32	3.1.1. أهمية وتعقيد القرارات الاستثمارية
32	1.3.1.1. صعوبة قرار الاستثمار
34	2.3.1.1. الأسس والمبادئ العلمية لاتخاذ قرار الاستثمار
35	2.1. ماهية السياحة
35	1.2.1. تطور وتعريف السياحة والسائح
35	1.1.2.1. التطور التاريخي للسياحة
40	2.1.2.1. مفهوم السياحة والسائح

45 2.2.1 خصائص ومقومات السياحة
45 1.2.2.1 خصائص السياحة
48 2.2.2.1 المقومات السياحية
54 3.2.1 أنواع السياحة
54 1.3.2.1 الأنواع المعروفة للسياحة
58 2.3.2.1 أنواع السياحة الحديثة
60 3.1 أهمية السياحة والاستثمار السياحي
60 1.3.1 أهمية وأثار السياحة
60 1.1.3.1 أهمية السياحة
67 2.1.3.1 الآثار السلبية للسياحة
68 2.3.1 الاستثمار السياحي ودواعيه
69 1.2.3.1 طبيعة الاستثمار في السياحة
71 2.2.3.1 دوافع الاستثمار السياحي
73 3.3.1 محددات نمو الاستثمار السياحي وعوائقه
73 1.3.3.1 محددات نمو الاستثمار السياحي
77 2.3.3.1 معوقات الاستثمار السياحي
79 2. السوق السياحي وحركة السياحة الدولية والعربية
79 1.2 مكونات السوق السياحي
80 1.1.2 الطلب السياحي ومحدداته
80 1.1.1.2 تعريف وأنواع الطلب السياحي
82 2.1.1.2 العوامل المحددة للطلب السياحي
85 2.1.2 خصائص الطلب السياحي وسياسات تنشيطه
85 1.2.1.2 خصائص الطلب السياحي
87 2.2.1.2 سياسات تنشيط الطلب السياحي
88 3.1.2 العرض السياحي وخصائصه
88 1.3.1.2 تعريف العرض السياحي ومكوناته
90 2.3.1.2 خصائص العرض السياحي

93.....	2.2. السياحة الدولية واتجاهاتها
94.....	1.2.2. المنظمات السياحية الدولية
95.....	1.1.2.2. المنظمات الحكومية
96.....	2.1.2.2. المنظمات غير الحكومية
97.....	2.2.2. العوامل المؤثرة في السياحة الدولية
98.....	1.2.2.2. العوامل الايجابية المؤثرة في السياحة الدولية
99.....	2.2.2.2. العوامل المؤثرة سلبا على السياحة الدولية
100.....	3.2.2. نمو السياحة الدولية
101.....	1.3.2.2. التدفقات السياحية البشرية
106.....	2.3.2.2. التدفقات السياحية النقدية
111.....	3.2. حركة السياحة العربية
111.....	1.3.2. السياحة العربية البينية
112.....	1.1.3.2. خصائص السياحة العربية
112.....	2.1.3.2. واقع السياحة العربية البينية
114.....	2.3.2. أثر اتفاقية التجارة في الخدمات على قطاع السياحة العربية
115.....	1.2.3.2. أهداف ومبادئ الاتفاقية
117.....	2.2.3.2. تطبيق اتفاقية التجارة في الخدمات في الدول العربية
119.....	3.3.2. مناخ الاستثمار السياحي العربي
119.....	1.3.3.2. حوافز الاستثمار السياحي العربي
121.....	2.3.3.2. شروط تشجيع الاستثمار السياحي العربي
124.....	3. معالم السياحة في الجزائر
124.....	1.3. المقومات السياحية في الجزائر
125.....	1.1.3. الإمكانيات السياحية في الجزائر
125.....	1.1.1.3. الموارد السياحية
129.....	2.1.1.3. المنشآت القاعدية
130.....	2.1.3. لمحة تاريخية عن السياحة في الجزائر
130.....	1.2.1.3. قبل الاستقلال

132.....	2.2.1.3. بعد الاستقلال
133.....	3.1.3. مناطق وأنواع السياحة في الجزائر
133.....	1.3.1.3. مناطق التوسع السياحي
136.....	2.3.1.3. أنواع السياحة في الجزائر
139.....	2.3. الاستثمارات والسياسة السياحية عبر المخططات التنموية
139.....	1.2.3. السياحة خلال المخطط الثلاثي
140.....	1.1.2.3. الاستثمارات السياحية خلال الفترة (1967-1969)
142.....	2.1.2.3. تنظيم القطاع
144.....	2.2.3. السياحة من خلال المخططين الرباعيين
144.....	1.2.2.3. الاستثمارات السياحية خلال المخططين الرباعيين
147.....	2.2.2.3. النتائج المحققة
150.....	3.2.3. السياحة من خلال المخططين الخماسيين
150.....	1.3.2.3. الاستثمارات السياحية خلال المخططين الخماسيين
154.....	2.3.2.3. النتائج المحققة خلال الفترة (1980-1989)
159.....	3.3. السياسة السياحية الجديدة
159.....	1.3.3. أداء القطاع خلال الفترة (1990-2000)
159.....	1.1.3.3. المؤشرات السياحية
164.....	2.1.3.3. خوصصة القطاع السياحي في الجزائر
170.....	2.3.3. إستراتيجية تطوير القطاع
171.....	1.2.3.3. برنامج تنمية القطاع السياحي
176.....	2.2.3.3. برنامج التنمية لآفاق 2013
179.....	3.3.3. الوضعية الحالية للقطاع السياحي
179.....	1.3.3.3. الإطار التنظيمي للقطاع
182.....	2.3.3.3. المؤشرات الحالية للقطاع
188.....	4. الاستثمارات السياحية في ظل التحولات الاقتصادية
189.....	1.4. البيئة الاستثمارية في الجزائر
189.....	1.1.4. مناخ الاستثمار في الجزائر

189.....	1.1.1.4 عوامل مناخ الاستثمار
195.....	2.1.1.4 تقييم مناخ الاستثمار
198.....	2.1.4 تطور الإطار التشريعي للاستثمارات
198.....	1.2.1.4 قوانين الاستثمار
203.....	2.2.1.4 القوانين السياحية الحديثة
208.....	3.1.4 فرص الاستثمار في القطاع السياحي
208.....	1.3.1.4 أسباب الاستثمار في المجال السياحي في الجزائر
210.....	2.3.1.4 الإجراءات المتخذة لتشجيع الاستثمار السياحي
213.....	2.4 واقع الاستثمار السياحي في الجزائر
213.....	1.2.4 معوقات الاستثمار السياحي
213.....	1.1.2.4 مشكل العقار السياحي
215.....	2.1.2.4 عدم ملاءمة طريقة التمويل الحالي مع نوعية الاستثمار
219.....	3.1.2.4 تدهور المحيط الطبيعي والثقافي
220.....	4.1.2.4 عدم استقرار الإطار التشريعي والتنظيمي للنشاط السياحي
220.....	5.1.2.4 تردد القطاع الخاص إزاء الاستثمار السياحي
220.....	6.1.2.4 مشاكل على مستوى قطاع الصناعات التقليدية
221.....	2.2.4 سبل ترقية الاستثمار السياحي
222.....	1.2.2.4 التهيئة والتحكم في العقار السياحي
224.....	2.2.2.4 تأطير وتمويل المشاريع السياحية
228.....	3.2.4 الاستثمارات وعروض الشراكة
228.....	1.3.2.4 حجم الاستثمارات
233.....	2.3.2.4 أهم طلبات الاستثمار السياحي
241.....	3.4 التنمية السياحية وآفاقها
241.....	1.3.4 تدابير الدعم لتنمية القطاع السياحي
241.....	1.1.3.4 تدابير دعم التكوين
242.....	2.1.3.4 تدابير دعم النوعية
243.....	3.1.3.4 تدابير دعم الترويج السياحي

247.....	4.1.3.4. إجراءات دعم تأطير النشاطات السياحية على المستوى المحلي.....
248.....	2.3.4. الآفاق المستقبلية للتنمية السياحية.....
248.....	1.2.3.4. العولمة والسياحة الدولية.....
251.....	2.2.3.4. السياحة والتنمية المستدامة.....
255.....	خاتمة.....
263.....	قائمة المراجع.....

مقدمة

تكتسب السياحة أهمية متزايدة نظرا للدور الهام والبارز الذي تؤديه في نمو اقتصاديات معظم دول العالم كونها تؤمن موارد مالية بالعملة الصعبة وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة وعنصرا أساسيا من عناصر النشاط الاقتصادي كما أنها ترتبط بعملية التنمية ارتباطا وثيقا، وتعمل على حل بعض المشاكل الاقتصادية التي تواجه تلك الدول كالبطالة التي تعمل السياحة على التخفيف من حدتها بقدرتها على خلق فرص عمل جديدة، علاوة على دورها في تطوير المناطق والمدن التي تتمتع بإمكانات سياحية من خلال توفير مرافق البنية الأساسية والتسهيلات اللازمة لخدمة السائحين والمواطنين على السواء، وبمعنى آخر يترتب عن السياحة مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية في المقصد السياحي.

ولقد انتقلت السياحة من نشاط يعني التنقل لإشباع رغبات الإنسان إلى صناعة حقيقية قائمة بذاتها، وهذا ناجم عن تطور ونمو العلاقات الاقتصادية والسياسية بين الدول وما تبعها من حرية التنقل للأشخاص، بالإضافة إلى نمو وتحسن المداخل وتطور وسائل النقل والاتصال مما أسهم في إثارة الرغبة في التنقل والاكتشاف فأصبحت السياحة موردا رئيسيا وقطاعا استراتيجيا يتضمن التخطيط، الاستثمار، التشييد، التسويق والترويج.

فكلما زاد حجم التدفقات السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية وبالتالي ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط الصناعات والخدمات المتصلة بالسياحة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وكل استثمار جديد يتولد عنه إنفاق جديد ينشئ مداخل جديدة، كما يوجد نوع آخر من الإنفاق من قبل المستثمرين والدولة كالإنفاق على إنشاء المشاريع السياحية مثل الفنادق وقرى الإجازات والمنتجعات الشاطئية ومدن الألعاب الترفيهية... الخ، والإنفاق على مشاريع البنية الأساسية ومرافق الخدمات العامة، وهذا الإنفاق يؤدي إلى تنشيط الحركة الاقتصادية.

استوعبت الكثير من الدول المتقدمة أهمية النشاط السياحي في تحقيق التنمية، فاهتمت بتطوير وتحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية قطاع السياحة كالنقل، الاتصالات، شبكة المياه... الخ، وتوفير أسباب الجذب السياحي الإضافية لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح وبفضل الجهود التي بذلتها للتوسع في تسويق السياحة وترويجها ازداد عدد الوافدين إليها، واستطاعت بعض الدول النامية التي تمتلك ثروات سياحية من استغلالها في تطوير وتحسين أداء قطاعها السياحي فحققت نتائج إيجابية، وهذا ما جعل بقية الدول النامية تراجع استراتيجياتها السياحية في مجال التسيير والاستثمار، إذ أن السياحة الدولية في سنة 2004 حققت رقما قياسيا في عدد السياح بلغ 763 مليون سائح بزيادة تقدر بـ10% عن سنة 2003، وبلغ حجم استثماراتها 9.4% من إجمالي الاستثمارات العالمية كما أنها تساهم بأكثر من 10% من إجمالي الناتج العالمي بالإضافة إلى أنها توفر أكثر من 214 مليون منصب عمل.

وتشكل الاستثمارات السياحية النسبة الأكبر من الدور الذي يؤديه القطاع السياحي في التأثير على القطاعات الاقتصادية الأخرى من خلال التأثير المتبادل مع هذه القطاعات بتحضير استثمارات وصناعات إضافية فيها، كما تعمل على خلق توازن جهوى بين المناطق واستقطاب عمالتها للحد من النزوح نحو المدن الكبرى، وتساهم في استيعاب المزيد من السياح وبالتالي تشجيع الحركة السياحية ودر المزيد من العملة الصعبة في خزينة الدولة لاستغلالها في قطاعات تحتاج إلى التطوير والتجديد، ويتأثر الاستثمار في المجال السياحي بحجم التسهيلات والخدمات المقدمة والبيئة الاستثمارية الملائمة والمشجعة والبنية التحتية المتوفرة الضرورية لمزاولة النشاط.

تتوفر بلادنا على الشروط الأساسية لقيام صناعة سياحية رائدة، منها توفر مظاهر طبيعية متنوعة تتمثل في موقع استراتيجي على البحر الأبيض المتوسط بساحل يمتد على 1200 كلم، صحراء شاسعة، واحات، غابات، أنهار ومناخ معتدل ومقومات تاريخية وثقافية ومواقع أثرية مختلفة حيث تحتضن أكبر متحف مفتوح في الهواء الطلق موجود في الصحراء الكبرى كما تعد موطننا لحضارات عديدة، كل هذه المقومات تمثل شروطا محفزة لتنمية سياحية تعود عليها بمردود اقتصادي معتبر، إلا أن السياسة المتبعة من طرف البلاد بعد الاستقلال لم تول القطاع السياحي عناية كافية ولم تعتبره من أولويات مشاريع الدولة ونشاطاتها وذلك بالرغم من المحاولات الجادة في السبعينات لتكوين بنية تحتية للسياحة إعدادا للمستقبل إلا أنها لم تكتمل.

وتواجه بلادنا اليوم وضعا اقتصاديا واجتماعيا يفرض عليها انفتاحا اقتصاديا بل اندماجا شبه كلى في المنظومة الاقتصادية والتجارية الدولية، واستقبال استثمارات دولية يساعد بعضها على بعث النشاط السياحي وهذا ما دفع السلطات العمومية إلى الاهتمام بالقطاع في ظل سياسة تهدف إلى ترقية الصادرات خارج المحروقات من خلال تسطير برنامج يهدف إلى ترقية السياحة الجزائرية يرتكز على: رفع قدرات الاستقبال عن طريق الاستثمار والشراكة والخصوصية وتنويع العرض، تحسين نوعية الخدمات وتثمين الموارد البشرية وتحسين صورة الجزائر في الخارج.

وفي هذا الصدد أصبح القطاع السياحي عامة واستثماراته خاصة تحظى بأهمية كبرى إذ تعمل السلطات العمومية على تشجيعه وترقيته وتطويره، من خلال توفير مناخ ملائم ومحفز يتماشى مع متطلبات السياحة الدولية الراقية وإعطاء الفرصة للقطاع الخاص للاستثمار في هذا المجال.

أصبح إجراء تغييرات في القطاع السياحي أمرا ضروريا لاسيما مع إمضاء الجزائر لاتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي والانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، ويمثل الاستثمار الأداة الفعالة لتحريك القطاع من خلال إنشاء مشاريع جديدة أو تجديد المشاريع القائمة في مجال الإيواء، الإطعام، النقل، التسلية والترفيه وغيرها لتوفير طاقات وخدمات ذات جودة عالمية تؤدي إلى النهوض بالقطاع، وعليه يمكننا طرح الإشكالية التالية: ما هو واقع ومكانة الاستثمارات السياحية في النشاط الاقتصادي الوطني، وما هي النتائج التي حققتها هذه الاستثمارات ؟

وهذه الإشكالية تمكننا من طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي السياحة ؟ وما هو دورها الاقتصادي ؟
- ما هي خصائص الاستثمار في المجال السياحي ؟
- هل استغلت الجزائر إمكانياتها السياحية في إطار سياسة سياحية واضحة ؟
- هل اهتمت الجزائر بالاستثمار في القطاع السياحي خاصة بعدما عرفت من تحولات اقتصادية ؟
- ما هي التدابير التي اتخذتها السلطات العمومية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة ؟

- فرضيات الدراسة:

لمعالجة التساؤلات السابقة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- السياحة عبارة عن قطاع يؤدي دورا اقتصاديا هاما.
- يمتاز الاستثمار في المجال السياحي بخصائص تميزه عن غيره من القطاعات الاقتصادية.

- تمتلك الجزائر موارد سياحية هامة تم استغلالها بطريقة تتناسب مع حجم وقيمة هذه المقومات.
- يعرف الاستثمار السياحي اهتماما كبيرا من طرف الدولة من خلال منحه تحفيزات خاصة.
- قامت الدولة بإرساء تدابير عديدة ومتنوعة لدعم وتحقيق تنمية سياحية.

- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

- أهمية ومكانة القطاع السياحي في اقتصاديات دول عديدة والنتائج الإيجابية التي حققتها فيها.
- الدور الذي يؤديه الاستثمار السياحي في تنمية وتطوير القطاع السياحي وفي توفير فرص العمل العديدة سواء مباشرة أو غير مباشرة، الأمر الذي يجعل الاهتمام به في بلادنا ضروريا للنهوض بقطاع السياحة والتخفيف من حدة البطالة.
- الاهتمام الكبير الذي توليه السلطات بالقطاع السياحي في الآونة الأخيرة لإشراكه في تحقيق التنمية، بعد تبنيتها للإصلاحات الاقتصادية التي تحتم عليها تنويع الاقتصاد والموارد وعدم الاعتماد على قطاع المحروقات فقط.

- أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا إلى إبراز النقاط التالية:

- أهمية القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية.
- القدرات والإمكانيات السياحية التي تتمتع بها الجزائر والتي تؤهلها أن تكون قطبا سياحيا ينافس دول سياحية عديدة.
- السياسة السياحية الجديدة المتبعة من طرف القطاع والتي تعتمد على تشجيع القطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار فيه وتحديد فرص الشراكة.
- تحديد أهم المشاكل التي يواجهها المستثمر الوطني والأجنبي ومحاولة إيجاد حلول تناسبها.
- تحديد الفرص الاستثمارية التي يمنحها القطاع السياحي ليتم استغلالها والاستفادة منها.

- حدود الدراسة:

- تركزت دراستنا لموضوع البحث على الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال فترة الإصلاحات الاقتصادية (1990-2004)، ودراسة التطور التاريخي للسياحة مع الإشارة إلى وضع قطاع السياحة في الجزائر قبل الاستقلال وبعده، ودراسة الاستثمارات الخاصة به ومؤشراتها

المختلفة خلال المخططات التنموية التي عرفتها الجزائر، كما أنه تم دراسة أهم مؤشرات السياحة الدولية خلال الفترة (1995-2004).

- مبررات اختيار الموضوع:

توجد عدة مبررات وأسباب دفعتنا لاختيار هذا الموضوع تتمثل في:

- التطورات التي عرفتها السياحة العالمية وأهمية القطاع في اقتصاديات الدول من خلال الإيرادات التي تحققها وخلقها لفرص عمل كبيرة.

- النتائج الايجابية التي حققتها الدول المجاورة (تونس، المغرب) في هذا المجال والتي تشابه منتوجاتها السياحية منتوجاتنا.

- انفتاح الاقتصاد الجزائري على الاستثمار الخاص يشكل فرصة هامة لتطوير قطاع السياحة.

- الدور الاجتماعي الهام الذي تحققه السياحة من خلال خلقها لفرص العمل وتحسين مستوى معيشة الأفراد بالإضافة إلى تحقيق توازن بين المناطق.

- صعوبات الدراسة:

تتمثل أهم الصعوبات فيما يلي:

- نقص فئة المراجع الخاصة بالجزائر والمتعلقة بهذا الموضوع .

- تضارب الإحصائيات والتقارير الخاصة بالقطاع السياحي في الجزائر بين الوزارة والوكالات السياحية والدراسات الفردية.

- تداخل القطاع السياحي مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى مما يؤدي إلى صعوبة تحديد بياناته.

- منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، فالمنهج الوصفي يتعلق بمختلف المفاهيم والتعاريف المقدمة أما المنهج التحليلي فتم استخدامه لدراسة وضعية القطاع السياحي وأهم التطورات التي عرفها، بالإضافة إلى استخدام وسائل إحصائية لتحليل البيانات والمؤشرات السياحية المختلفة .

- أدوات الدراسة:

تتمثل أدوات الدراسة المستعملة فيما يلي:

- المراجع المتمثلة في الكتب، الدوريات المتخصصة والمنشورات، المجلات، المعلومات الالكترونية.

- تقارير المنظمات الدولية.

- الاتصال بالهيئات المختصة (وزارة السياحة، الوكالة الوطنية للتنمية السياحية،...).

- القوانين والتشريعات المتعلقة بالقطاع السياحي والاستثمار.

- الدراسات السابقة:

تتمثل أهم الدراسات فيما يلي:

- خالد كواش: أطروحة دكتوراه تحت عنوان أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر (2004)، تطرق فيها إلى تاريخ وماهية السياحة والسائح ومختلف أنواعها وأركانها، ثم تعرض للسياحة كنشاط اقتصادي وأهميتها، ثم عرض مقومات، تنظيم وأداء السياحة في الجزائر، وآفاق والمستقبل السياحة في الجزائر مع عرضه لتجارب بعض الدول السياحية، تحمل هذه الأطروحة معلومات هامة جدا، ووصل إلى أن النتائج المحققة في الجزائر لا تعكس حجم الموارد والمغريات السياحية التي تجعله يساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

- علي موفق: رسالة ماجستير تحت عنوان أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني (2002)، تطرق إلى مفهوم الاقتصاد السياحي والخصائص المميزة للسوق السياحي ثم انتقل إلى آثار الإصلاحات على تطور السياحة وآفاقها المستقبلية من خلال السياسة السياحية والاستثمارات، حيث أبرز مزايا الاستثمار السياحي ثم تعرض لترقية الاستثمار والإستراتيجية التي تتبعها الدولة للنهوض بالقطاع، ووصل إلى أن الخلل يتمثل في عدم وجود إستراتيجية تسويقية التي تتصف بالشمول والتكامل وعدم توفر خريطة سياحية كاملة وشاملة.

- عز الدين محمدي: رسالة ماجستير تحت عنوان التطور السياحي في الجزائر(2002)، تطرق فيها إلى مفهوم السياحة وأهميتها الاقتصادية ثم تطرق إلى السياسة السياحية في الجزائر منذ الاستقلال، ودرس السياسة السياحية بعد الإصلاحات إلى غاية سنة 2000 ثم تعرض لحصيلة هذه السياسة وآفاقها، وتوصل إلى أن النتائج المحققة في القطاع تبقى ضعيفة وتسعى الدولة لتدارك هذا التأخر.

- لويذة قويدر: رسالة ماجستير تحت عنوان السياحة من منظور اقتصادي وسبل ترقيتها في الجزائر(2002) ، تطرقت فيها إلى مفهوم السياحة والسائح وأنواعها كما تطرقت إلى العرض والطلب في ميدان السياحة والتسويق السياحي، تعرضت لبرنامج ترقية السياحة في الجزائر من خلال العرض والاستهلاك السياحي في الجزائر وأبرزت أهم المزايا الجبائية الممنوحة للاستثمارات

السياحية وأثارها على القطاع و نوهت بدور قطاع الصناعات التقليدية، وتوصلت إلى أن القطاع لم يصل إلى الأهداف المسطرة و المرجوة منه.

كما أن هناك دراسات متنوعة في هذا المجال ليسعنا ذكرها كلها، إلا أن دراستنا تبرز دور الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية بالتركيز على دوره في تحقيق وخلق فرص عمل لامتناس جزء من البطالة التي تؤدي إلى تحسين الوضعية الاجتماعية للفرد وبالتالي للمجتمع.

- هيكل الدراسة:

لقد حددت الدراسة في أربعة فصول تمثلت في :

- الفصل الأول: تضمن مفاهيم عامة أساسية، والتي تلخصت في الاستثمار والقرار الاستثماري، ماهية السياحة، أهمية السياحة والاستثمار السياحي.

- الفصل الثاني: تضمن السوق السياحي وحركة السياحة الدولية والعربية عن طريق عرض لمكونات السوق السياحي، السياحة الدولية واتجاهاتها وحركة السياحة العربية.

- الفصل الثالث: تضمن معالم السياحة في الجزائر، وقد تطرقنا إلى دراسة الإمكانيات السياحية في الجزائر، الاستثمارات والسياسة السياحية عبر المخططات التنموية والسياسة السياحية الجديدة.

- الفصل الرابع: تضمن الاستثمارات السياحية في ظل التحولات الاقتصادية من خلال دراسة البيئة الاستثمارية في الجزائر، واقع الاستثمارات السياحية والتنمية السياحية وآفاقها.

- الخاتمة : تتضمن ملخص عام حول الموضوع بالإضافة إلى أهم النتائج المتوصل إليها، مع تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات.

الفصل 1

مفاهيم عامة أساسية

أصبح النظر في ماهية السياحة ضرورة ملحة أمام كل باحث مهتم بالتنمية السياحية، ويشكل الاستثمار في الميدان السياحي من أولويات برامج التنمية في البلدان المتقدمة والبلدان النامية على حد سواء.

وتعتبر السياحة نشاطا متعلقا بالسفر والتنقل والإقامة خارج مقر السكن العادي لأغراض عديدة ترتبط ارتباطا وثيقا بعدة قطاعات جعلت من مفهومها يرتبط بها، فالجغرافي يعتبرها هجرة مؤقتة في أحضان الطبيعة، في حين يراها الاقتصادي على أنها استهلاك الخدمات البيئية، أما وجهة نظر الاجتماعي فهي عبارة عن وقت فراغ مخصص للراحة و الترفيه عن النفس.

والجدير بالذكر أن السياحة أصبحت نشاطا لأغلب الأشخاص في العالم، لذا فقد اعتمدت عليها العديد من الدول في تنمية اقتصادها الوطني لما لها من تأثير على الدخل الوطني وميزان المدفوعات، فهي تتمتع بخصائص ومقومات وأنواع عديدة، بالإضافة إلى أن الاستثمار في قطاع السياحة أضحت عاملا أساسيا وهاما لترقيتها كونه يؤدي دورا لا يستهان به في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلد.

وعلى ضوء ما سبق، قسمنا هذا الفصل إلى ما يلي:

1.1. الاستثمار والقرار الاستثماري،

2.1. ماهية السياحة،

3.1. أهمية السياحة والاستثمار السياحي.

1.1. الاستثمار والقرار الاستثماري

يعتبر الاستثمار المحرك الرئيسي لاقتصاد أي بلد ذلك أنه يمتص الأموال المدخرة ويوجهها للنشاط الاقتصادي من أجل تلبية احتياجات الأفراد المختلفة، وتعريف الاستثمار يختلف من اقتصاد

لآخر ومن فرد لآخر، فهو يعرف على أنه توظيف الأموال بهدف تحقيق العائد أو الربح أو بمعنى آخر اكتساب الموجودات المادية والمالية، الأولى تتمثل في الأراضي، الآلات، المعدات... الخ أما الثانية فتتمثل في النقود، الودائع تحت الطلب، أسهم، سندات.. الخ.

ولإظهار أهمية الاستثمار ودوره في النشاط الاقتصادي، ارتأينا تقسيم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب نتعرض فيها إلى مفهوم الاستثمار وأهميته، محددات وتصنيفاته المختلفة ثم نتطرق إلى القرار الاستثماري وأهميته.

1.1.1. مفهوم الاستثمار وأهميته

تتعدد المفاهيم المتعلقة بالاستثمار، وهي تبرز وتوضح ماهيته والأهمية التي يؤديها في النشاط الاقتصادي لأي بلد.

1.1.1.1. مفهوم الاستثمار

يعرف الاستثمار على أنه توظيف لرأس المال المدخر تحقيقا للربح فتعريف الاقتصاد يختلف عن تعريف الإدارة المالية وإدارة المحاسبة، من أجل هذا نعرفه من وجهات مختلفة.

1.1.1.1.1. المفهوم الاقتصادي للاستثمار

حسب المفهوم الاقتصادي فإن الاستثمار هو تخصيص موارد أنية متاحة بغية تحقيق مستقبلا نتائج موزعة عبر الزمن والتي تفوق الإنفاق الاستثماري أو التكلفة المبدئية.

يعرف الاستثمار على أنه: "التضحية بمنفعة حالية يمكن تحقيقها من إشباع استهلاك حالي وذلك بقصد الحصول على منفعة مستقبلية أكبر يمكن تحقيقها من إشباع استهلاك مستقبلي" [1] ص9.

كما يعرف على أنه اكتساب الموجودات المادية [2] ص13، وهذا لأن الاقتصاديين ينظرون إلى استثمار الأموال على أنه مساهمة في الإنتاج الذي يحقق منفعة على شكل سلع أو خدمات.

وفي نفس السياق يعرف على أنه: "تضحية بموارد حالية على أمل الحصول على نتائج أو مداخيل مستقبلية موزعة عبر الزمن بمبلغ إجمالي يفوق التكلفة المبدئية" [3] ص7.

ويعرف كمتغير اقتصادي كلي بأنه: "استخدام المدخرات في تكوين الطاقات الإنتاجية القائمة أو تجديدها" [4] ص37. يبرز هذا التعريف الارتباط القائم بين الاستثمار والادخار في علاقة تمويلية وبالاستهلاك بصورة غير مباشرة في علاقة إنتاجية في المجتمع الاقتصادي.

كما يمكننا تعريفه على أنه: "تدفق رأس المال الموجه لتغيير المخزون الموجود والذي يمثل أحد العوامل الأساسية لوظيفة الإنتاج، بالإضافة إلى عامل العمل" [5] ص21. نلاحظ من خلال التعريف السابقة الارتباط القائم بين الاستثمار والزمن بالإضافة إلى المردودية، وفعالية العملية الاستثمارية والمخاطر المرتبطة بالمستقبل.

2.1.1.1.1. المفهوم المالي للاستثمار

يقصد بالاستثمار مجموعة النفقات التي تتجم عنها مداخيل عبر فترات زمنية طويلة حيث يتم تغطية التكلفة المبدئية كليا [3] ص7.

ويعرف أيضا على أنه: "التعامل بالأموال للحصول على الأرباح بالتخلي عنها في لحظة زمنية معينة ولفترة زمنية محددة قصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية تعوض عن القيمة الحالية للأموال المستثمرة وتعوض عن عامل المخاطر المرافق للمستقبل" [2] ص14.

ويتفق مع هذا التعريف حنفي عبد الغفار حيث يعتبره المبادلة بين الإنفاق الحالي أو المبدئي بالإيرادات المستقبلية، فالإنفاق الاستثماري يحدث في الفترة الحالية إلا أن المكاسب التي يحققها والآثار المرتبطة به تستمر لفترة زمنية طويلة [6] ص244. ومنه فالاستثمار هو تخصيص أموال من أجل الحصول على أصل تنتج عنه تدفقات نقدية مقسمة على فترات زمنية، ونلاحظ أيضا أن الاستثمار مرتبط بعامل الزمن والمخاطرة.

3.1.1.1.1. المفهوم المحاسبي للاستثمار

يعرف المخطط الوطني المحاسبي الاستثمار كما يلي: "الاستثمار يتمثل في جميع الأصول المنقولة وغير المنقولة، المادية وغير المادية المكتسبة أو المحققة من طرف المؤسسة والموجهة للبقاء طويلا وعلى الشكل نفسه داخل المؤسسة" [7]. ويتم تسجيل الاستثمار في الصنف الثاني من هذا المخطط.

وفي نفس السياق يعتبر الاستثمار العناصر المتواجدة ضمن أصول المؤسسة والتي تبقى فيها خلال فترة لا تقل عن سنة والتي تعتبر ملك لها، إذن فالاستثمار يتمتع بخاصيتين: الاستهلاك المباشر والملكية القانونية [5] ص22. كما أنه يتمثل في اكتساب جديد للأصول المادية وغير المادية التي تزيد مدة حياتها عن سنة، ونلاحظ أن الاستثمار يرتبط بعامل الزمن أيضا هنا [8] ص13.

من خلال المفاهيم السابقة يمكننا استخلاص الخصائص المميزة للاستثمار:

- الاستثمار مبادلة بين الإنفاق الحالي بالإيرادات أو العوائد المستقبلية.
- التكلفة المبدئية للاستثمار: وتتمثل في المبالغ المدفوعة من أجل إنجاز المشروع والتي من خلالها يتم اقتناء أصول ودفع التكاليف اللازمة لانطلاقه.
- التدفقات النقدية الناتجة عن الاستثمار: وهي تمثل العوائد الناتجة عن الاستثمار خلال فترة حياته وتتمثل في الفرق بين العوائد المحصلة والمصاريف خلال فترة زمنية.
- القيمة المتبقية من الاستثمار: عند نهاية حياة المشروع الاستثماري، يظهر تدفق نقدي في نهاية آخر سنة استغلال قد يستخدم لتغذية مشاريع أخرى أو يعتبر تدفقا نقديا موجبا يضاف إلى آخر تدفق نقدي للاستثمار.
- فترة حياة الاستثمار: تمثل الفترة التي يكون فيها الاستثمار قادرا على توليد تدفقات نقدية موجبة.
- الخطر الذي ينطوي على تنفيذ الاستثمار.

2.1.1.1. أهمية الاستثمار

يعتبر الاستثمار الركيزة الأساسية للنمو الاقتصادي وإرادة فعالة لتحقيق جميع الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع بحيث يؤدي إلى رفع المستوى الاقتصادي، فهو يؤدي دورا هاما في تحريك النشاط الاقتصادي ومنفعته شبه دائمة، و يمكننا إبراز أهميته بالنسبة للاقتصاد الكلي من جهة وبالنسبة للمؤسسة من جهة أخرى.

فأهميته بالنسبة للاقتصاد الكلي تتمثل في:

يؤدي دورا هاما في مسار النظام الاقتصادي وتطوره حركيا، فهو وثيق الارتباط بصورة مباشرة أو غير مباشرة بمتغيرات اقتصادية كلية أخرى كالادخار والدخل ومستوى التوظيف [4] ص63. فالادخار هو الفائض من الدخل بعد الاستهلاك الموجه للاستثمار والعلاقة بينهما هي علاقة تمويلية والاستثمار هو أحد الأدوات الأربع الأساسية للإنتاج وبالتالي فهو مولد للدخل وحاكم لمستوى

التوظيف، وهنا يرتبط بالاستهلاك في علاقة إنتاجية وعليه يحتل دورا محوريا في النظريات الاقتصادية فهو مركبة في الطلب والعامل الأساسي لزيادة العرض.

فالاستثمار يساهم في تحقيق العائد أو الربح مما يؤدي إلى تكوين الثروة وتنميتها فهو عامل أساسي للنمو والبقاء، ويساهم في تأمين الحاجات المتوقعة للأفراد وتوفير السيولة لمواجهة تلك الحاجات ومن ثم تحقيق الرفاهية لهم والتخفيف من حدة البطالة، كما أن له أهمية في استغلال المصادر الهامة والطاقات والقدرات الكامنة للنشاط [3] ص10.

أما أهمية الاستثمار بالنسبة للمؤسسة فتتمثل في:

يمثل الاستثمار عامل أساسي للنمو من خلال رفع الإنتاجية وتحسينها، ويجعل من المؤسسة علامة خاصة تحت تأثير المحيط الاقتصادي والمالي وبالتالي يفتح باب المنافسة في السوق التجارية، مما يجعلها تنوع من منتوجاتها وتضاعف اختراعاتها.

2.1.1. محددات الاستثمار وتصنيفاته

يعتبر الاستثمار مصدرا هاما لحركة رؤوس الأموال، يختلف عن الأنماط الأخرى لتدفقات رأس المال في أنه مرتبط إلى حد كبير بالآفاق الطويلة الأجل المفتوحة أمام المستثمرين لتحقيق أرباح في الأنشطة الممارسة، وهذا الاستثمار يتحدد بعدة محددات وضوابط تؤثر فيه وعليه، كما أن له عدة أنواع وتصنيفات تختلف فيما بينها.

1.2.1.1. محددات الاستثمار

إن الاستثمار عنصر متقلب في الاقتصاد وتفسير هذه التقلبات راجع لعدة عوامل متداخلة تؤدي دورا كبيرا في التأثير على فعالية الاستثمار، ويمكن تقسيم هذه العوامل إلى عوامل مباشرة وعوامل غير مباشرة.

1.1.2.1.1. العوامل المباشرة

سميت هذه العوامل بالمباشرة لارتباطها بفعالية الاستثمار حيث يكون تأثيرها على الطاقة الإنتاجية للاقتصاد بشكل مباشر، وتتمثل هذه العوامل فيما يلي:

1.1.1.2.1.1. الفائض الاقتصادي

يعتمد الاستثمار في أي بلد على الفائض الاقتصادي والمتمثل في الناتج المحقق داخل الاقتصاد مطروحا منه استهلاك المنتجين وعوائدهم إضافة إلى النفقات العامة [9] ص52. فزيادة معدلات الاستثمار هي انعكاس لزيادة الفائض الاقتصادي الفعلي وزيادة هذا الأخير انعكاس لارتفاع مستوى الدخل الوطني الحقيقي الناتج عن زيادة الطاقة الإنتاجية التي تنجم عن زيادة الاستثمار.

2.1.1.2.1.1. العمل

هناك ارتباط وثيق بين العمل والاستثمار ذلك أن كل استثمار جديد يتطلب عمالا جددًا، وقوة العمل تمثل الجزء من السكان الفعال اقتصاديا الذين يمارسون العمل فعلا إضافة إلى الأفراد الذين يرغبون في العمل ويقدرّون عليه ويبحثون عنه، وتعتمد العلاقة بين الاستثمار والعمل على مجموعة من العوامل هي [9] ص 54: حجم السكان، التركيب العمري لهم والتركيب السكاني حسب البيئة.

3.1.1.2.1.1. الدخل الوطني

يعتبر الدخل الوطني من العوامل المحددة لحجم الاستثمار الكلي حيث أن زيادة الدخل تؤدي إلى زيادة الاستثمار والعكس بافتراض بقاء العوامل الأخرى ثابتة [9] ص56، إذ أن زيادة الدخل تؤدي إلى زيادة حجم الادخار وحجم الاستثمار لاحقا مما ينعكس بالنتيجة على حجم الدخل الناتج عن الزيادة في الطاقة الإنتاجية، ويتم ذلك بتشجيع الأفراد على الادخار وتوجيه الزيادة في الدخل نحو قنوات الاستثمار.

كما أنه كلما كانت تركيبة القطاعات الاقتصادية متوازنة من حيث التطور أمكن ذلك زيادة الادخار وبالتالي الاستثمار، إضافة إلى أن نمط توزيع الدخل من العوامل الفعالة والمحددة لحجم الاستثمارات من خلال تأثيرها على حجم مدخرات فئات المجتمع.

4.1.1.2.1.1. الاستهلاك

تؤثر الزيادة في معدلات الاستهلاك على ما هو مقرر في الخطة الاقتصادية، فيتأثر حجم الادخار الذي يحول دون تمويل الاستثمارات المستهدفة ومن ثم ينخفض معدل النمو الاقتصادي [9] ص59. وهذا ما يتطلب ترشيد الاستهلاك لتوجيه الزيادة في الدخل نحو قنوات الاستثمار بهدف زيادة الطاقة الإنتاجية من خلال سياسة مالية وخاصة سياسة ضريبية للقضاء على الاستهلاك الترفي والحد

من استيراد السلع الكمالية، وإمكانية استيراد السلع الإنتاجية لدعم الطاقة الإنتاجية وزيادة الإنتاج الذي يؤدي إلى زيادة الدخل والادخار والاستثمار فيما بعد.

5.1.1.2.1.1. الاختراعات

تفرز الاختراعات أساليب جديدة في الإنتاج تتطلب مزيداً من الاستثمارات، وهذا لتخفيض التكاليف وزيادة الإيرادات وبالتالي زيادة الكفاية الحدية لرأس المال التي تظهر مع الاختراعات وهذا من خلال الاستثمارات الموجهة لها.

6.1.1.2.1.1. الاتجاه العام للأسعار

يعتبر الارتفاع المستمر في الأسعار من العوامل السلبية المؤثرة على مستوى الدخل الحقيقي، فارتفاع الأسعار يؤدي إلى انخفاض القدرة الشرائية للنقود وبالتالي انخفاض مستوى الدخل الحقيقي ومن ثم انخفاض مستوى المعيشة، فينخفض الادخار ويليه الاستثمار بسبب حصول الاستهلاك على معظم الزيادة في الدخل، وارتفاع الأسعار يؤدي إلى إحجام الأفراد عن إيداع أموالهم في البنوك نظراً لتوجههم نحو المضاربة في الأراضي والعقارات وغيرها من العمليات التي لا تخدم الاقتصاد، ويحصل العكس في حالة انخفاض الأسعار.

2.1.2.1.1. العوامل غير المباشرة

تتمثل العوامل غير المباشرة فيما يلي:

1.2.1.2.1.1. سعر الفائدة

تتحقق الكثير من الاستثمارات عن طريق الاقتراض وسعر الفائدة عن القروض الممنوحة للمستثمرين يعبر عن نفقة الاقتراض مما يجعله مؤثراً قوياً عليها [4] ص49، فارتفاع أسعار الفائدة يؤدي إلى سحب أكبر قدر ممكن من فائض الدخل لغرض توظيفها في المجالات الاستثمارية والعكس في حالة انخفاضها حيث لا يوجه الأفراد الفائض من دخلهم نحو الادخار.

وسعر الفائدة ظاهرة نقدية متغيرة تتحدد وفقاً للنظرية النقدية الحديثة بعامل الطلب على السيولة وعرض النقود، أما من الوجهة التقليدية فيتحدد عند نقطة تقاطع منحنى الادخار والاستثمار، أما وجهة النظرية الكينزية فهي كأى سعر يتحدد في السوق الحرة عند مستوى تعادل العرض والطلب [10] ص21. فسعر الفائدة يستخدم لتوجيه مدخرات الأفراد نحو العملية الإنتاجية إلا أن

قرارات الإنتاج لا تتوقف عليه فقط و إنما أيضا على الكفاية الحدية لرأس المال التي تعرف على أنها نسبة العائد من الاستثمار المتوقع في أصل من الأصول إلى ثمن عرض هذا الأصل أو تكلفة إحلاله [10] ص22.

2.2.1.2.1.1. العوامل الذاتية

تشتمل العوامل الذاتية على العادات والتقاليد التي تؤثر على سلوك الفرد في توزيع دخله بين الاستهلاك والادخار، كما أن النظرة المستقبلية للدخل المتوقع تؤثر على الاستثمار، فتوقع الأفراد أن حالة الرخاء ستعم مستقبلا وترفع دخلهم مما يؤدي إلى شعورهم بالاطمئنان وزيادة استهلاكهم الحالي ونقص الادخار والاستثمار، والعكس إذا ساد التشاؤم حول المستقبل يؤدي ذلك إلى تخفيض مستوى الاستهلاك وزيادة الادخار والاستثمار.

3.2.1.2.1.1. توقعات مستوى الدخل والإنتاج

تؤدي توقعات الدخل دورا مهما في زيادة الإنفاق الاستثماري فقرارات رجال الأعمال الخاصة بإنشاء مشاريع جديدة يتوقف على مستوى الدخل المستقبلي، فتوقع ارتفاع الدخل يعني مزيدا من الأرباح إذ أن زيادة الدخل تعني أن رصيد المجتمع من رأس المال الذي يعظم الربح يصبح كبيرا، أي انتقال منحنى الكفاية الحدية لرأس المال إلى الأعلى والعكس في حالة توقع انخفاض الدخل [9] ص46. كما أن الإنتاج يؤثر على الكفاية الحدية لرأس المال، فظهور أساليب جديدة في الإنتاج تؤدي إلى انتقال أكبر في جدوى الكفاية الحدية لرأس المال وبالتالي زيادة الاستثمار.

2.2.1.1. تصنيفات الاستثمار

تنطوي قرارات الاستثمار على أنواع متعددة من الاستثمارات والتي يمكن تصنيفها طبقا لمعايير عديدة وسنعرض التصنيف وفقا لثلاثة معايير فقط، يخص الأول التصنيف طبقا للغرض أو الهدف من الاستثمار والثاني طبقا لشكل وتوقيت التدفقات النقدية أما الثالث فيتم وفقا لعلاقة الاستثمار ببرامج الاستثمار.

1.2.2.1.1. التصنيف وفقا للهدف أو الغرض

يأخذ الاستثمار وفقا لهذا التصنيف أي حسب الغرض من الاستثمار أشكالا متعددة تتمثل في:

1.1.2.2.1.1. الاستثمارات الإحلالية أو التجديدية

تعتبر هذه الاستثمارات الأكثر شيوعاً من حيث الحجم ويمكن أن تتميز بين نوعين منها، الأول يهدف إلى إحلال أصول جديدة مكان الأصول القائمة والتي انتهى عمرها الإنتاجي بالاستهلاك بحيث يحافظ على الطاقة الإنتاجية القائمة للوحدة الاقتصادية، أما الثاني فيهدف إلى إحلال أصول قائمة صالحة الاستخدام إلا أنها تعتبر متقدمة فنيا بهدف تخفيض تكلفة الإنتاج أو تحسين الأداء [11] ص46.

2.1.2.2.1.1. استثمارات التحديث والإنتاجية

تهدف هذه الاستثمارات إلى تقليص التكاليف والمخاطر وتحسين نوعية المنتج، من خلال تكثيف الآلية أي تطوير الجهاز الإنتاجي الحالي وتحديثه [6] ص248، حيث أن المؤسسة تسعى إلى قياس أثر تغيير التجهيزات وليس مردوديتها بحيث أنها تريد تقييم التكاليف بعد إدخال هذه التغييرات على التجهيزات وما يترتب عنها من تكلفة تكوين جديدة والعمالة الإضافية [8] ص17 فهذه الاستثمارات تهدف إلى زيادة الإنتاج بنوعية أحسن فالإنتاجية مرتبطة بنوعية الإنتاج وتقلص فيها نسبياً المخاطر.

3.1.2.2.1.1. استثمارات التنويع والتطوير

تتمثل هذه الاستثمارات في أبحاث تطوير منتج قائم أو بعث منتجات جديدة وهي مرتبطة بالتطور التكنولوجي، وتكاليف البحث والتطوير إما أنها تعتبر تكاليف أو تهلك خلال فترة زمنية أقصاها خمس سنوات، وينجز بالأشكال التالية: عقود المهارة الفنية، عقود تكوين والتسيير، عقود إجازة البراءة [5] ص25.

4.1.2.2.1.1. استثمارات التوسع

الغرض من هذا النوع هو توسيع الطاقة الإنتاجية و البيعية للمؤسسة لمواجهة زيادة الطلب في المستقبل، وذلك إما بزيادة الإنتاج القائم دون تغيير في تشكيلة المنتجات الحالية أو بإضافة خطوط إنتاج جديدة وهنا تتغير تشكيلة المنتجات القائمة [11] ص46، كما أن التدفقات النقدية الناتجة عن استثمارات التوسع تخضع للوضع الاقتصادية والتنافسية بالإضافة إلى مدة حياة الاستثمار المتأثرة بالتطور التكنولوجي، وتأخذ شكل الاستثمارات التركيزية أو التجميعية لعدة مشاريع.

5.1.2.2.1.1. الاستثمارات الإستراتيجية

تهدف هذه الاستثمارات إلى المحافظة على بقاء واستمرار المؤسسة، ويصعب تقدير عائدها المتوقع كمياً لارتباطها بعوامل غير مالية من الصعب قياسها وهي تضم البحث والتطوير وانتهاج استراتيجيات التكامل الأفقي والعمودي أو إنشاء فروع في دولة أجنبية [6] ص 248.

6.1.2.2.1.1. الاستثمارات الإجبارية

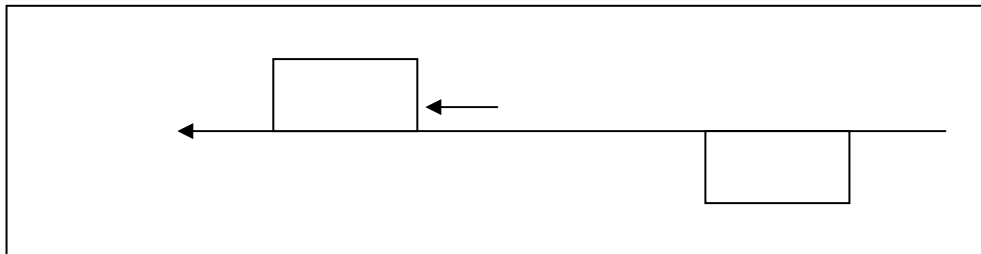
غرض هذه الاستثمارات اجتماعي وغير مرتبط بشكل مباشر بنشاط المؤسسة ويتم القيام بها نتيجة الإلزام القانوني إذ تفرضها الظروف أو تفرض بواسطة الدولة، وهي تهدف إلى الالتزام بالتشريعات فيما يخص الصحة والوقاية والأمن والتلوث وتحسين المناخ الاجتماعي كإنشاء مساكن للعاملين وغيرها من المرافق الضرورية لهم، كما أنها تضم مجمل الاستثمارات الخاصة بالهيكل القاعدية والتي تتسم بكبر حجم تكاليفها وأهميتها التي تعم على الجميع [8] ص 18.

2.2.2.1.1. التصنيف وفقاً لشكل وتوقيت التدفقات النقدية

يقصد بالتدفقات النقدية تلك الناجمة عن الاقتراح الاستثماري سواء كانت تدفقات خارجة أو داخلية، وهنا يمكن التمييز بين أربعة أشكال مرتبة حسب تدفقاتها: [3] ص 8

1.2.2.2.1.1. استثمار ذات تدفق نقدي داخل وحيد وتدفق نقدي خارج وحيد

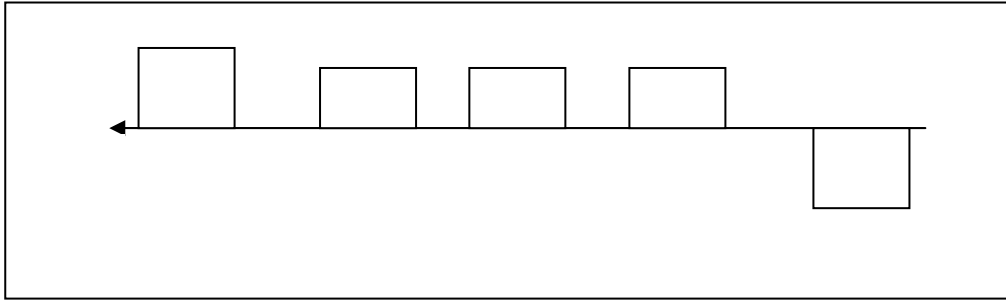
يخص هذا النوع الاستثمارات ذات التدفقات النقدية سواء الخارجة أو الداخلة (العائد) المتوقعة منها والتي تتم مرة واحدة في لحظة زمنية معينة [11] ص 47، حيث أن التدفق النقدي الخارج هو ثمن شراء الأصل الاستثماري والتدفق النقدي الداخل يمثل بيع الأصل في نهاية المدة، ومثال ذلك الاستثمار في الأراضي والمجوهرات...، وتأخذ التدفقات النقدية الشكل الآتي:



الشكل رقم 01: استثمار ذو تدفق نقدي داخل وحيد وتدفق نقدي خارج وحيد [3] ص 9

2.2.2.2.1.1. استثمارات ذات تدفق نقدي خارج وحيد وتدفقات نقدية داخلية متعددة

تتطلب هذه الاستثمارات دفع قيمة الاستثمار المبدئي في لحظة معينة واحدة بينما يترتب على ذلك سلسلة من التدفقات الداخلة على فترات زمنية [11] ص 48. ومثال ذلك الاستثمار في الأوراق المالية (الأسهم والسندات) يتمثل التدفق النقدي الخارج في ثمن شراء الأوراق المالية أما التدفقات الداخلة تمثل الفوائد السنوية في حالة السندات أو الأرباح والتوزيعات بالنسبة للأسهم بالإضافة إلى قيمة هذه الأوراق في نهاية مدة الاستثمار [6] ص 245، وتأخذ التدفقات النقدية الشكل التالي:

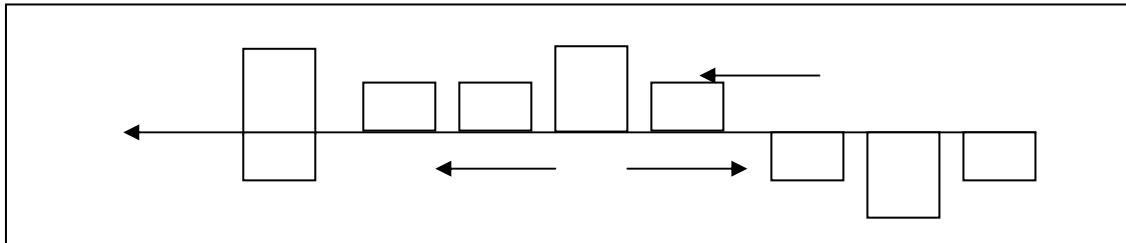


الشكل رقم 02: استثمار ذو تدفق نقدي خارج وحيد وتدفقات نقدية داخلية متعددة [3] ص 9

3.2.2.2.1.1. استثمارات ذات تدفقات نقدية خارجة متعددة وتدفقات نقدية داخلية

متعددة

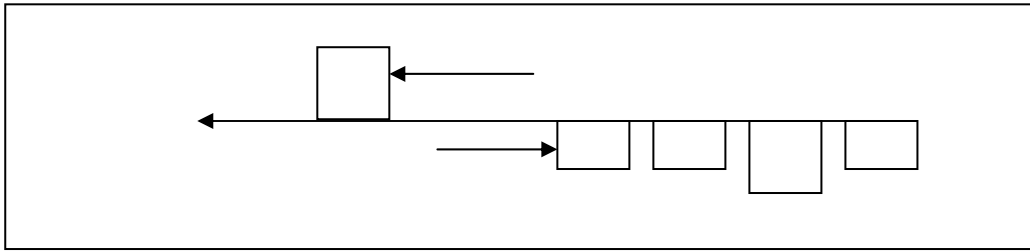
تكون التدفقات النقدية الخارجة في السنوات الأولى متعددة أي في مرحلة الإنشاء والإعداد قبل بدء التشغيل، ثم تحدث التدفقات النقدية الداخلة (المكاسب النقدية السنوية) إضافة إلى قيمة الأصل في نهاية المدة [6] ص 246. ومثال ذلك الاستثمار في المصانع والتجهيزات الضخمة، حق الانتفاع بالأرض، براءة الاختراع... الخ، وتأخذ التدفقات النقدية الشكل التالي:



الشكل رقم 03: استثمار ذو تدفقات نقدية خارجة متعددة وتدفقات نقدية داخلية متعددة [3] ص 9

4.2.2.2.1.1. استثمارات ذات تدفقات نقدية خارجة متعددة وتدفق نقدي وحيد

يتضمن هذا النوع الاستثمارات التي يكون فيها التدفق الخارج (الاستثمار المبدئي) يحدث خلال فترات زمنية متعددة بينما العائد المتوقع منها أي التدفق الداخل يتم الحصول عليه في لحظة زمنية معينة [11] ص 47. ومثال ذلك إنشاء مساكن، مطاعم للعمال...، حيث أن التدفق النقدي الداخل يمثل قيمة بيع مخلفات المشروع عند نهاية عمره الافتراضي، أما التدفقات الخارجة فتمثل تكلفة الإنشاء والإعداد المتعلقة بالمشروع إذ تأخذ هذه الاستثمارات الطابع الاجتماعي، ويمكن تمثيل هذا الصنف كما يلي:



شكل رقم 04: استثمار ذو تدفقات نقدية خارجة متعددة وتدفق نقدي داخل [3] ص 9

3.2.2.1.1. التصنيف طبقاً لعلاقة الاستثمار ببرامج الاستثمار

وفقاً لهذا المعيار تأخذ الاستثمارات ثلاثة أشكال أساسية هي:

1.3.2.2.1.1. الاستثمارات المستقلة

يعتبر الاستثمار مستقلاً إذا كانت ربحيته لا تتأثر بتنفيذ أو عدم تنفيذ الاستثمارات الأخرى، فإحلال آلة جديدة مكان أخرى يعتبر اقتراح مستقلاً عن الاستثمار في حملة إعلانية لمنتج جديد [11] ص 48، فقبول الاقتراح الأول لا يتطلب تنفيذ الثاني كما أنه لا يرتبط بقبوله أو رفضه.

2.3.2.2.1.1. الاستثمارات المتعارضة

تعتبر الاستثمارات متعارضة إذا كان تنفيذ أحدها يؤدي إلى عدم تنفيذ الاستثمارات الأخرى، فاختيار شراء شاحنة من نوعين مختلفين يكون باختيار نوع واحد وبالتالي اختياره يؤدي إلى رفض البديل الثاني.

3.3.2.2.1.1. الاستثمارات المتصلة (المتراصة)

هذا النوع هو عكس النوعين السابقين حيث أن تنفيذ أحد الاستثمارات يتطلب بالضرورة تنفيذ الاستثمارات الأخرى، وقد تتطلب بعض الاستثمارات عند تنفيذها ضرورة تنفيذ الاستثمار الأخر مسبقاً [11] ص 49.

إن تنوع وتعدد أشكال الاستثمار يؤدي بالضرورة إلى دراسة وتقويم البدائل المختلفة للمفاضلة بينها، والتي تتطلب التعرف على المنافع المتوقعة لكل بديل أي التدفقات النقدية الداخلة ومقارنتها بقيمة التكلفة الاستثمارية (التدفق النقدي الخارج)، التي تعتبر أساس عملية التقويم الذي يساعد على ترتيب الاستثمارات حسب أفضليتها.

3.1.1. أهمية وتعقيد القرارات الاستثمارية

يعتبر قرار الاستثمار أهم وأصعب وأخطر القرارات التي تتخذها إدارة المشروع إذ تؤثر على بقائه واستمراره ونموه، فهو قرار استراتيجي يحمل في طياته الكثير من المخاطر وأي خطأ في تقدير أهمية الاستثمار تكون نتائجه خطيرة، وتزداد الخطورة كلما كانت القيم المطلوب استثمارها كبيرة والأحوال الاقتصادية سريعة التغير لهذا فإن الاهتمام بقرار الاستثمار يعود إلى: [6] ص 251

- صعوبة التخلي أو العدول عن الاستثمار بسبب ضخامة حجم الأموال المنفقة في مرحلة الإعداد وبالتالي تحمل خسائر مالية ضخمة.
- المخاطر المترتبة عن الاستثمار لانعدام مرونة كثير من الاستثمارات التي تعني سرعة وسهولة تغيير النشاط.
- تكلفة الخطأ المترتبة على الاختيار الخاطئ للاستثمار عالية، حيث يتطلب الأمر وقتاً لإرجاع الأوضاع إلى الوضع المبدئي وما يترتب على ذلك من آثار تؤثر على مستقبل المؤسسة ككل.

1.3.1.1. صعوبة قرار الاستثمار

يحدث الاستثمار في الفترة الحالية إلا أن المكاسب التي يحققها والآثار المرتبطة به تستمر لفترة زمنية طويلة، لذا فإن أي خطأ في تقدير ذلك النوع من الاستثمار تكون نتائجه خطيرة وقد يصبح من المستحيل تصحيح هذه النتائج، وتزداد الخطورة كلما كانت المبالغ المطلوب استثمارها كبيرة، فحسب "شومبتر" [11] ص 43 فإن "الاستثمار طويل الأجل في ظل تغيرات سريعة ... هو محاولة إصابة هدف، ليس فقط غير واضح بل دائماً يتحرك وبطريقة يصعب توقعها".

ويمكن حصر الصعوبات الأساسية التي تعترض قرار الاستثمار فيما يلي:

- معلومات رقمية يصعب تجميعها كما أنه قرار يعتمد كلياً على التنبؤ، بالإضافة إلى أن إعداد التقديرات من أصعب مراحل دراسات الجدوى للمشروعات وهذا ليس بسبب الصعوبة في تقدير مختلف التدفقات النقدية وإنما مراعاة دقتها على مر الزمن، بسبب اختلاف القيمة الزمنية للنقود بمرور الزمن والتطور التكنولوجي في المستقبل و الظروف الاقتصادية المنتظرة [6] ص252.

- صعوبة تجانس وتناسق قرار الاستثمار مع سياسات وأهداف المؤسسة، بحيث أنها غالباً ما تكون معلنة بطريقة غير واضحة مما يؤدي إلى تعارض سياسة الاستثمار مع الأهداف مما يؤدي إلى التأثير على مستقبل المؤسسة.

- صعوبة التنسيق بين كل المتعاملين الاقتصاديين وتطبيق بعض الحسابات المالية (تكلفة رأس المال وهيكل التمويل والتحليل) وإدراك المخاطر الصعبة.

- البعد الزمني لتحقيق نتائج القرار الاستثماري قد يترتب عليه تحقيق آثار سلبية على الأنشطة المختلفة للوحدة الاقتصادية ومن ثم على قوتها الإرادية كما يؤدي إلى عدم التحكم في العوامل المؤثرة على التدفقات- الداخلة والخارجة- للاستثمار، ونظراً لأهمية وصعوبة قرار الاستثمار فإنه غالباً ما يتم إقرار الاستثمارات الجديدة (مشروعات جديدة لم تكن موجودة) على أعلى مستوى سواء في المؤسسة أو القطاع أو الوزارة، وبالنسبة للاستثمارات المرتبطة بالمؤسسة القائمة (الإضافات، الإحلال، التجديد) فإنه كلما زادت قيمة الاستثمار كلما تطلب الأمر رفع القرار إلى مستوى أعلى لما يحتاجه من دراسات تفصيلية وتحليلية.

وأهم ما يميز قرار الاستثمار أنه التزام طويل المدى لاستثمار الأموال ومراهنة على المستقبل لا تخلو من المخاطر. فهو مراهنة على صرف مبلغ مؤكد الآن مقابل أمل يمكن تحقيقه والوصول إليه مستقبلاً، وبالتالي فإنه لا يجب النظر إلى القرار الاستثماري ببساطة فهو خلاصة لسلسلة من الدراسات والفحوص يتم خلالها خلقه، ويستند هذا القرار إلى دراسات الجدوى الاقتصادية.

ولاتخاذ قرار الاستثمار لابد من الأخذ بعين الاعتبار العوامل التالية: [6] ص254

- * التدفقات النقدية الداخلة والخارجة التي تضم النفقات المبدئية ونفقات الإعداد والتشغيل.
- * التدفقات النقدية السنوية المتعلقة بتشغيل وإدارة الأصل الاستثماري حيث تعتبر المبيعات أهم التدفقات النقدية الداخلة بالإضافة إلى الأعباء والنفقات المتعلقة بالعمليات المختلفة.

* التدفقات النقدية المتوقعة في نهاية مدة الأصل الاستثماري وهي تمثل تدفقات نقدية داخلية ناتجة عن بيع الأصل في نهاية حياته.

* محيط التعامل وقوته وضعفه وأهدافه بالإضافة إلى دراسة السوق ووضع المنافسة فيه، أي وضعية ومكانة المؤسسة في أقسام النشاط.

2.3.1.1. الأسس والمبادئ العلمية لاتخاذ قرار الاستثمار

يفترض في اتخاذ قرار الاستثمار الرشيد مراعاة أمرين:

الأمر الأول أن يسلك في اتخاذ هذا القرار ما يعرف بالمدخل العلمي لاتخاذ القرار، والذي يقوم عادة على خطوات محددة أهمها:

- تحديد الهدف الأساسي للاستثمار.
- تجميع المعلومات الملائمة لاتخاذ القرار وتحديد العوامل الأساسية المتكيفة فيه.
- تقويم العوائد المتوقعة للبدائل الاستثمارية المتاحة.
- اختيار البديل الاستثماري المناسب للأهداف.

الأمر الثاني أن يراعي متخذ قرار الاستثمار بعض المبادئ أو المعايير في اتخاذ قراره، ومن أهم هذه المبادئ ما يلي: [1] ص 32

* مبدأ تعدد الخيارات الاستثمارية: يتسم الفائض النقدي المتوفر لدى المستثمر بالندرة بينما الفرص أو المجالات الاستثمارية المتنافسة على استقطاب هذا الفائض كثيرة في معظم الأحيان، وهذا ما يفرض على متخذ قرار الاستثمار مراعاة هذه الحقيقة باختيار ما يناسبه وما يتفق مع إستراتيجيته في الاستثمار، وكلما زادت الفرص المتاحة تتوفر لدى متخذ القرار مرونة أكبر في اتخاذ القرار الناجح الذي يحقق أهدافه.

* مبدأ الخبرة والتأهيل: اتخاذ قرار الاستثمار الرشيد يتطلب دراية وخبرة قد لا تتوفر لكل فئات المستثمرين، لذا يفترض بالمستثمر الذي لا يملك خبرة أن يستعين بمشورة فئة المستشارين والمحللين المتخصصين الذين يملكون خبرة ودراية كبيرتين في المجالات الاستثمارية.

* مبدأ الملاءمة: يطبق هذا المبدأ بعد اختيار المجال الاستثماري المناسب من بين المجالات المتاحة، ويسترشد المستثمر في تطبيقه بمنحى سوائه أو منحى تفضيله الخاص الذي يتحدد عادة في ضوء مجموعة من العوامل منها: عمره، وظيفته، مستوى دخله، حالته الاجتماعية والصحية... الخ. ويقوم منحى تفضيل المستثمر على فرضية مفادها أن لكل مستثمر معين نمط تفضيل معين يحدد درجة

اهتمامه اتجاه العناصر الأساسية في قرار الاستثمار وهي: العائد من الاستثمار، مخاطره وبالتالي درجة الأمان التي يراعيها المستثمر ثم السيولة [1] ص33.

* مبدأ التنوع أو توزيع المخاطر: نظرا لتعدد المخاطر المحيطة بالاستثمار كونها تحدث في ظروف استثنائية غير منتظمة مما يجعل التنبؤ بحدوثها صعب وإذا ما حدثت فإن آثارها تنعكس على الاستثمارات بعينها، من هنا يمكن تجنبها أو على الأقل التخفيف من آثارها عن طريق التنوع في الأدوات الاستثمارية وبالتالي توزيع المخاطر الممكنة الحدوث.

نستخلص مما سبق أن للاستثمار تعريف عديدة أخذت جزءا هاما من الدراسات الاقتصادية، تبرز خصائص الاستثمار وأهميته الفعالة في الاقتصاد إذ أنه أصبح موضع اهتمام مختلف الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، من أجل رفع معدلات تنميتها الاقتصادية وتحقيق استقرارها الاقتصادي والعمل على إشباع احتياجاتها الأساسية.

2.1. ماهية السياحة

تحولت السياحة من نشاط مقصور على قلة من الناس إلى ظاهرة شعبية يريد الجميع التمتع بمزاياها على صعيد الراحة والإطلاع، كما أن التطور المستمر في جوانب الحياة ووسائل الإنتاج والعمل والعلم والدخل أدى إلى اتساع نمو السياحة كما وشكلا حتى أصبحت صناعة قائمة بذاتها لها دور اقتصادي هام جدا، وعليه نتطرق في هذا المبحث إلى تاريخ نشأة السياحة وتطورها وتعريفها وتعريف السائح وكذا مكوناتها وأنواعها المختلفة.

1.2.1. تطور وتعريف السياحة والسائح

تعتبر السياحة نشاطا قديما أخذ بعد دولي منذ القرن العشرين فأصبح يشكل قطاعا اقتصاديا أساسيا في العديد من الدول، حيث أنها مرت بمراحل عديدة ومختلفة وسريعة جعلتها تصل إلى ما هي عليه الآن، وقبل الحديث عن مفهومها لابد من الحديث عن نشأتها.

1.1.2.1. التطور التاريخي للسياحة

السياحة ظاهرة قديمة قدم البشرية نفسها وبالتالي من الصعب تحديد البداية الحقيقية لها، وإن كانت كظاهرة قد أخذت تتبلور كمفهوم ونشاط اقتصادي وظاهرة اجتماعية مع بداية عصر النهضة وفي ظل الثورات الزراعية والصناعية في المجتمعات الأوروبية، ويمكن حصر تطورهما الزمني في المراحل التالية: [12] ص18

1.1.1.2.1 مرحلة العصور القديمة

كان دافع سفر الإنسان القديم الحصول على الطعام والمأوى وتوقي المخاطر والبحث عن مناخ أفضل أو الرعي، ومع تطور معارف الإنسان وخبرته ظهرت دوافع أخرى كالتجارة ومقايضة السلع وأبسط مثال هو رحلة الشتاء والصيف عند العرب التي كانت تقوم بها قريش بغرض التجارة بينهم وبين بلاد الشام و اليمن [13] ص121.

ومع ظهور طرق التجارة وتحسن النقل البري والبحري ازدادت إمكانيات الترحال والانتقال عند الشعوب ذات الحضارات القديمة خاصة الفينيقيين واليونان والرومان، حيث أن الفينيقيين انطلقوا من الساحل اللبناني يجوبون حوض البحر الأبيض المتوسط حتى وصلوا بحر الشمال والبحر الأحمر والبحر الأسود وذهبوا بعيدا إلى إن وصلوا الشاطئ الغربي لإفريقيا، ولم تقتصر رحلاتهم على أهداف تجارية بل تعدت إلى أهداف توسعية واستكشافية لإشباع رغبة السفر والمتعة لديهم، وبالتالي كانوا الرواد الأوائل للسياحة [14] ص11.

أما الإغريق فقد اشتهروا برحلاتهم البرية والبحرية لزيارة المواقع المقدسة المشهورة مثل موقع دلف، إليوس وايبودور... الخ، كما أنهم كانوا يسافرون لمشاهدة الألعاب الأولمبية التي ظهرت منذ سنة 776 قبل الميلاد، وكانت هذه الألعاب تحتضنها مدينة أثينا حيث أقيم فيها مباني رياضية كبيرة ومراكز استقبال عديدة [15] ص17، وفي عهد الإمبراطورية الرومانية كانت طبقة النبلاء الحاكمة تقضي وقت فراغها في الأماكن الحارة صيفا والمنتجعات الجبلية ومراكز المياه المعدنية، بالإضافة إلى أنهم ساهموا في تطوير السياحة الدينية من خلال زياراتهم للأماكن المقدسة.

2.1.1.2.1 مرحلة العصور الوسطى

تمتد هذه المرحلة بين القرن الخامس إلى القرن الخامس عشر، في هذه المرحلة حدث تراجع في الحركة السياحية نتيجة للحروب الناشئة وكذا الصعوبات التي تعترض المسافرين في الطريق بالإضافة إلى تأخر النمو الحضاري [15] ص17.

أخذت معظم الرحلات في بداية هذه المرحلة شكلا دينيا تخص السفر لزيارة المعابد الدينية ثم تجاوزتها إلى الأماكن المقدسة بفلسطين، كما أن العرب بعد الإسلام بدأت رحلاتهم بغرض الدعوة للدين الإسلامي ونشره وبغرض الحج والعمرة لمكة المكرمة والمدينة المنورة، بالإضافة إلى السفر بهدف الاستطلاع والاستكشاف أو حتى بحثا عن الرزق عندما يحل بهم الجفاف [13] ص121.

حيث أن المسلمين وصلوا إلى جنوب الصين وكوريا وجزر اليابان في الشرق وغرب إفريقيا وشرقها، وكانت الدولة الإسلامية تتمتع بمبان وقصور وحدائق رائعة شكلت عامل استقطاب لعدد كبير من الزوار من داخل الدولة وخارجها.

وأهم ما يميز هذا العصر هو قيام بعض المستكشفين والمغامرين برحلات طويلة كرحلة الإيطالي ماركو بولو الذي اكتشف طرق بين آسيا وأوروبا وكان كتابه مصدر معلومات للغرب عن الحياة في الشرق خلال تلك الفترة، واكتشاف كريستوف كولومبس للعالم الجديد سنة 1493 ورحلات ابن بطوطة والإدريسي وغيرهم من الرحالة.

وأهم مساهمة في تطوير الجغرافية بشكل العام والمعرفة السياحية بشكل خاص كانت لعلماء الدولة العربية في ذلك العهد لأنهم ورثوا المعلومات الجغرافية عن العالم القديم، وذهبوا أبعد من اليونان والرومان في سفرهم وتجولهم ودراساتهم الجغرافية وساعدهم في ذلك العادات والتقاليد العربية كحبهم للتنقل والأسفار وإكرامهم للضيف وإيوائه وسعيهم وراء التجارة والعلم ونشر الإسلام وزيارتهم للاماكن المقدسة، حيث انتشر الرحالة العرب في كل أنحاء الدولة من أهمهم ابن بطوطة، الخوارزمي، الإدريسي وغيرهم [14] ص13.

3.1.1.2.1. المرحلة الحديثة

تمتد هذه المرحلة بين القرن السادس عشر ونهاية القرن التاسع عشر، برزت فيها عدة عوامل ايجابية دفعت بالسياحة إلى مرحلة متقدمة جديدة وكانت السبب الرئيسي في إيصالها إلى ما هي عليه من الشمولية في العالم المعاصر، أبرزها الاكتشافات الجغرافية الحديثة التي أدت إلى اكتشاف أمريكا وأستراليا والقطب الجنوبي وجزر المحيطات..، وقد كان وراء هذه الاكتشافات بالإضافة إلى الدوافع الاقتصادية والاستعمارية والسياسية دوافع أخرى تمثلت في الرغبة في السفر والتنقل وحب المغامرة والتعرف على بلدان وشعوب جديدة [14] ص14.

وارتبط التطور الجديد للحركة السياحية بالثورة الصناعية وما رافقها من تقدم كبير في كل المجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وخاصة التقدم الهائل في وسائل النقل وتراكم الثروة وازدياد الرحلات السياحية بهدف الاستجمام والمعرفة والاستشفاء عند الطبقات الثرية، حيث في أواخر القرن الثامن عشر ظهرت رحلة جديدة تمثلت في رحلة أبناء النبلاء إلى باقي الدول الأوروبية

خاصة إلى فرنسا بهدف متابعة الدراسة والاستجمام، فظهر المرشدون بفرنسا الذين يقومون بمساعدة الزوار على اكتشاف عدة مناطق [15] ص 18.

بدأ في القرن التاسع عشر يتبلور شكل السياحة الحديث حيث أصبحت أكثر أهمية إلا أن الجزء الأكبر من الحركة السياحية بقيت تمثله الطبقات الغنية، وظهرت لخدمتهم الفنادق الكبرى والملاهي والملاعب المختلفة وظهرت أنواع سياحية جديدة، مثل السياحة الجبلية وتشكلت أقاليم سياحية بحرية وبرية كإقليم الريفيرا بفرنسا للسياحة البحرية وأقاليم الألب في النمسا وسويسرا للسياحة الجبلية، ومع نهاية المرحلة لم تعد السياحة مقتصرة على العائلات الإقطاعية بل أصبحت تمارس من طرف الشرائح السكانية بمختلف مستوياتها، الأمر الذي أدى إلى تزايد عدد السياح وتكثيف النشاطات السياحية المختلفة [16] ص 35، وهذا بعد استقرار النظم الاجتماعية للطبقة العاملة وارتفاع مستوى الأجر وتخفيض ساعات العمل والعطل المدفوعة، بالإضافة إلى تطور وسائل النقل والاتصال المختلفة التي أدت دورا هاما في نقل الأحداث والإثارة والتشويق لزيارة بعض الأماكن.

4.1.1.2.1. المرحلة المعاصرة

تبلور مفهوم السياحة وتطور في هذه المرحلة كما تنوعت أهدافها وتزايد عدد السياح بشكل كبير وامتازت حركة السفر بمختلف وسائل النقل البرية والبحرية والجوية بكثافة كبيرة، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية وبداية الانتعاش الاقتصادي والاجتماعي ويرجع الانفجار في المجال السياحي إلى ما يلي: [15] ص 20

- استقرار الأوضاع الأمنية والسياسية بانتهاء الحرب.
- النمو الاقتصادي السريع وارتفاع القدرة الشرائية لدى الأفراد وارتفاع مستوى دخولهم.
- التطور التكنولوجي الكبير خاصة في وسائل النقل بأنواعه ووسائل الاتصال بأنواعها المختلفة.
- تزايد أوقات الفراغ وانخفاض أوقات العمل اليومي والأسبوعي للعمال، وزيادة مدة الإجازات السنوية المدفوعة الأجر وتوفير الضمانات الاجتماعية لهم.
- الانفجار السكاني لاسيما النمو الكبير في عدد سكان المدن وارتفاع مستويات التعليم وتنامي الرغبة لديهم في الإطلاع والتعليم نتيجة لزيادة الوعي عند السكان بمختلف شرائحهم.
- تطور المؤسسات والتجهيزات السياحية وتنوعها حيث أنشئت فنادق من مختلف الدرجات تناسب مختلف الأذواق والمداخل، بالإضافة إلى تنوع وانتشار المطاعم ووكالات السفر وغيرها.

- ظهور منظمات دولية عديدة تهتم بتنمية السياحة كالمنظمة العالمية للسياحة التابعة لهيئة الأمم المتحدة.

انعكس كل هذا إيجاباً على تطور الحركة السياحية في العالم بشكل عام وفي أوروبا بشكل خاص، وتحولت السياحة من ظاهرة انتقال بسيطة ومحدودة في أهدافها ومظهرها إلى ظاهرة إنسانية عالمية متعددة الأبعاد، تشمل كل الطبقات خاصة الطبقة العاملة حيث أنه يمكن القول أن هذه المرحلة هي مرحلة السياحة الشعبية [16] ص36.

كما تحولت السياحة إلى قطاع قائم بذاته مستقل عن القطاعات الاقتصادية الأخرى، تؤمن للعديد من الدول دخلاً كبيراً من العملات الأجنبية وتشغل عدد كبير من العمال وتؤثر على ميزان المدفوعات إيجاباً، كما أنها أصبحت عامل اتصال ووسيلة تعارف وسلام بين الدول والشعوب والأفراد، وأهم ما يميز هذه الفترة ظهور أشكال جديدة ومتنوعة للسياحة وظهور الرحلات السياحية الرخيصة حسب مقدرة كل فرد، وظهور القرى السياحية في العديد من الدول بالإضافة إلى ظهور المخيمات والمنتجعات السياحية المنخفضة التكاليف.

أدركت الحكومات والهيئات أن السياحة لم تعد نزهة فقط بل هي اقتصاد واستثمار وعمالة ووعاء ضريبي، لذا اتجهت إلى التخطيط السياحي في أوسع معانيه وبهذا أصبحت علماً وفناً شأنه شأن أي عنصر من عناصر الحياة تخضع للدراسة والتحليل، ونتج عن كل هذا تزايد الحركة السياحية الدولية بمعدلات كبيرة حيث أن عدد السياح انتقل من 461.117.000 إلى 697.400.000 من سنة 1990 إلى سنة 2000 [17] ص14، في حين نجد أن أوروبا استقبلت سنة 2001 ما يقارب 60% من الوافدين العالميين وأمريكا 17.4%، والمملكة العربية السعودية 17.4%، أما إفريقيا فوصل عدد السياح الوافدين إليها 4.1% والشرق الأوسط 3.2% [17] ص28.

يلاحظ من المراحل السالفة الذكر أن التطور التاريخي للسياحة كظاهرة ونشاط قد ارتبط بعدد من العوامل كانت بمثابة نقاط تحول في مفهوم هذه الظاهرة ومسارها، فالثورات الزراعية والصناعية وما تبعها من تطورات وتحولات تكنولوجية واقتصادية واجتماعية ساهمت بشكل مباشر وغير مباشر في سرعة تطور وانتشار السياحة وحركة السفر.

2.1.2.1. مفهوم السياحة والسائح

1.2.1.2.1. مفهوم السياحة

تطور مفهوم السياحة من فترة زمنية لأخرى وفقا لتطور الظاهرة نفسها وقد ظهرت العديد من التعاريف في هذا السياق، فالاقتصادي يؤكد على النواحي الاقتصادية وما تجلبه من موارد مالية وتأثير ذلك على الدخل الوطني وميزان المدفوعات، بينما رجال الإعلام ينظرون إليها من وجهة نظر إعلامية ورجال السياسة ينظرون إليها من وجهة نظر سياسية تحقق إمكانية التعرف على قضايا وطنهم عن قرب بالاحتكاك المباشر.

وكلمة السياحة هي كلمة عربية معروفة عند العرب منذ القدم تعني السير في الأرض والتنقل في أرجائها مأخوذة من السبح وهو الجري على وجه الأرض والذهاب فيها [18] ص 44، وقد وردت هذه الكلمة في القرآن الكريم في ثلاثة مواطن، اثنان منها في سورة التوبة والثالثة في سورة التحريم [18] ص 45، أما في سورة التوبة فقد وردت في الآية الثانية في قوله تعالى: فسبحوا في الأرض أربعة أشهر واعلموا أنكم غير معجزي الله وأن الله مخزي الكافرين ومعنى الآية هنا خطاب للمشركين بأن يسيروا في الأرض أمنين غير خائفين لمدة أربعة أشهر ثم بعد ذلك إما يؤمنوا وإما أن يخرجوا أو يعمل فيهم السيف فيقتلوا، أما الموضع الثاني في نفس السورة في الآية الثانية عشر بعد المائة في قوله تعالى: التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون الأمرين بالمعروف والناهون عن المنكر والحافظون لحدود الله وبشر المؤمنين ، وفي سورة التحريم في الآية الخامسة في قوله تعالى: عسى ربه إن طلقكن أن يبدله أزواجا خيرا منكن مسلمات مؤمنات قانتات تائبات عابدات سائحات ثيبات وأبكارا .

وهذه الآيات تصف المؤمنين وتفسير كلمة السياحة هو السير في الأرض وهو الوارد في كلام عدد من العلماء والمفسرين حيث أن هذا السير خاص ومحمود شرعا وهو السفر الذي فيه قربة لله وامتنال لأمره [18] ص 54، مثل السياحة لطلب العلم والحج والعمرة وصلة الأقارب... الخ.

ولقد استعملت كلمة Tourism أول مرة في أواخر القرن الثامن عشر في إنجلترا للدلالة على رحلة النبلاء الإنجليز إلى أوروبا خصوصا إلى فرنسا لمتابعة الدراسة، ثم انتقل استخدامها إلى باقي الدول الأوروبية لدلالة على شخص يسافر بهدف الاستجمام أو التعلم أو الاستشفاء [14]

ص12. ولمعرفة وتحديد مفهوم السياحة نستعرض المفاهيم والتعاريف والاتجاهات النظرية التي تتعلق بها:

- يعرف معجم لاروس السياحة كما يلي: "مجموعة من الأنشطة أو التقنيات المتعلقة بالأسفار والاستجمام أو نشاط سفر وزيارة موقع ما من أجل المتعة".

- كما تعرف على أنها [12] ص12: "أنشطة الأشخاص الذين يتوجهون ويقومون في مكان خارج مكان إقامتهم المعتاد مدة لا تزيد عن سنة بهدف المتعة أو الأعمال أو أغراض أخرى".

- وتعرفها مدرسة الفكر السياحي السويسرية من خلال تعريف الخبيران Kraft و Hunziker بأنها [19] ص21: "مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة لسفر وإقامة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور".

- كما عرفها "Robert Lanquar" على أنها [20] ص11: "عبارة عن مجموعة الأنشطة المترابطة والمتعلقة بالسفر ووقت الفراغ، وهي صناعة هدفها إشباع حاجات السائح من خلال استغلال الموارد السياحية وتحويل الموارد البشرية والمادية والمالية إلى خدمة".

تبرز هذه التعاريف الحقائق التالية:

- تنشأ السياحة نتيجة لتنقل الأشخاص وإقامتهم في أماكن مختلفة.
- تتضمن السياحة السفر والإقامة والأنشطة المترتبة عليها بشكل مؤقت.
- الزيارة لأغراض غير الإقامة الدائمة أو العمل.

وعرفها مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي الذي انعقد في روما سنة 1963 كما يلي [21] ص61: "ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربعة وعشرون ساعة ولا تزيد عن اثنا عشر شهرا، بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية والسياحة كالتأثير لها جناحان يتمثلان في السياحة الداخلية والخارجية"، ويبرز هذا التعريف نفس الحقائق السالفة الذكر من خلال التعاريف السابقة.

وتم تعريفها في مؤتمر أوتاوا بكندا سنة 1991 كما يلي [21] ص62: "الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لفترة معينة من الزمن لا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه".

من خلال هذا التعريف ظهر اصطلاح البيئة المعتادة الذي يقصد به استبعاد عملية السفر داخل مكان الإقامة، واستبعاد الهجرة طويلة الأجل والمؤقتة لأجل العمل أو ممارسة أنشطة كسبية، ويعرفها الاقتصادي النمساوي شوليرن بأنها [22] ص21: "مجموع كل الظواهر ذات الطابع الاقتصادي التي تترتب على وصول المسافرين إلى منطقة ما أو دولة معينة وإقامتهم فيها ورحيلهم عنها وهي الظواهر التي تترابط بالتبعية".

أما علماء العرب فيعرفها كل من صبحي عبد الحكيم وحمدى الديب على أنها [22] ص22: "خليط من الظواهر والعلاقات التي تنبع من حركة الأفراد وإقامتهم في أماكن مختلفة وبالتالي فهي تتمثل في عنصرين الحركة "الرحلة" والثبات "الإقامة" في منطقة للجذب ينتج عنها أنشطة تختلف عن تلك التي تمارس في مناطق الإرسال خاصة وأن هذه الحركة لا ترتبط بعمل مدفوع الأجر".

وتعرفها الأكاديمية الدولية للسياحة على أنها [13] ص126: "اصطلاح يطلق على الرحلات الترفيهية وعلى هذا الأساس هي مجموعة الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات الترفيهية وهي صناعة تتعاون على سد حاجات السائح"، وقد اعتبر هذا التعريف السياحة صناعة قائمة بذاتها.

أما المنظمة العالمية للسياحة فتعرفها على أنها [22] ص62: "نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن سنة كاملة لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة أو العمل"، كما أنها تعتمد على مفهومين هما:

- السائح الذي يمثل زائرا مؤقتا يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل لأغراض ترفيهية (قضاء العطل، الراحة الرياضية، صحة، ثقافة، من أجل الأعمال والمؤتمرات).
- المتجول المتنزه وهو الزائر الذي لا تتجاوز إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته.

كما أنه يمكن إيراد التعريف التالي [23] ص11: "السياحة انتقال أي شخص من مكان إقامته إلى مكان آخر لمدة قصيرة نسبيا و الإنفاق من مدخراته فينتقل السائحون بصفة مستهلكين لا منتجين، وقد تكون السياحة داخلية أو خارجية".

مما تقدم نستنتج أن السياحة ظاهرة اجتماعية تتمثل في انتقال الفرد من البلد الذي يقيم فيه على سبيل الاعتياد إلى بلد آخر لأي غرض غير الهجرة أو العمل، فهي عبارة عن مزيج بين مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لهذا أصبحت تشكل من جهة ظاهرة اجتماعية ثقافية تتمثل في إشباع رغبات الأفراد والمتمثلة في الراحة والاستجمام والإطلاع وحضور التظاهرات الثقافية والرياضية والتجارية، وظاهرة اقتصادية من جهة أخرى إذ تعتبر صناعة تختص بتقديم الخدمات وتساهم شأنها شأن القطاعات الأخرى في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

أما عن الجزائر فقد تبنت تعاريف المنظمة العالمية للسياحة وأضافت بعض المفاهيم التي قدمها الديوان الوطني للإحصائيات وهي تشمل: [24] ص21

- الدخول: يعتبر داخلا كل مسافر عبر الحدود ودخل التراب الوطني خارج مساحة العبور.
- المسافر: كل شخص دخل التراب الوطني مهما كان سبب تنقله، مكان إقامته، جنسيته باستثناء الجوالين في رحلة بحرية.
- الجوال في رحلة بحرية هو كل مسافر يدخل الحدود ويغادرها في نفس السفينة التي يقيم على متنها طوال إقامته.
- الزائر: كل شخص دخل الجزائر ولا يمارس أي عمل مأجور فيها وهو يشمل فئتين من الزوار: السياح والجوالين.
- السائح: زائر لمدة محدودة يقيم بالجزائر على الأقل لمدة 24 ساعة تتمثل دوافع سفره في المتعة، عطلة، أسباب صحية ودراسية ودينية، أعمال، زيارة أقارب، مهام.
- غير المقيمين: هم السياح الجوالين المسافرين العابرين للتراب الوطني باستثناء الجوالين في رحلة بحرية.
- المقيمون: هم المسافرون غير المقيمين والجوالين في رحلة بحرية، حيث أن كل الجزائريين يعتبرون مقيمين بما فيهم المقيمين في الخارج.
- الجوال المتنزه: هو زائر لمدة محدودة إقامته في الجزائر لا تتعدى 24 ساعة، وهو ينطبق على كل المسافرين الذين هم في جولة بحرية ماعدا المسافرين الذين لا يمكن دخولهم التراب الوطني من الناحية القانونية وسكان الحدود العاملين في الجزائر.

2.2.1.2.1. مفهوم السائح

إن لتحديد مفهوم ومعالم السائح أهمية كبيرة، إذ لا يمكن تحديد إحصائيات وجمع بيانات عن أعداد السياح وأصنافهم وقابليتهم للصرف وفترة بقائهم إلا بعد أن يكون للإحصائي خلفية كاملة عن مفهوم السائح وشروطه كي يميزه عن بقية الفئات الأخرى، وبالتالي الوصول إلى أرقام دقيقة في هذا المجال، أما من الناحية الإدارية والتنظيمية فلا بد من تحديد فئة السياح ومعرفة الأماكن والمنشآت التي تستضيفهم وتقديم الخدمات لهم كي يتم تشكيلها لاستقبالهم.

تطور مفهوم السائح مثلما تطور مفهوم السياحة عبر الزمن، فعرفته لجنة الإحصائيين التابعة لعصبة الأمم سنة 1937 على أنه "كل شخص يسافر لفترة من 24 ساعة أو أكثر لمكان غير الذي يقيم فيه بصفة دائمة لأسباب عديدة: ترفيهية، صحية، دينية... الخ" [23] ص17، وقررت اعتبار بعض الأشخاص المسافرين لأغراض مختلفة سياحا وآخرين اعتبرتهم غير سياح، فالسياح هم الأشخاص الذين يسافرون من أجل المتعة أو لأسباب خاصة أو العلاج أو لحضور المؤتمرات أو الممثلين لأي غرض (علمي، إداري، سياسي، ديني) ولأغراض العمل في رحلة بحرية، أما غير السياح فهم الأشخاص الوافدون بعقد أو بدون عقد للعمل أو للإقامة الدائمة أو الطلبة والمقيمين في منطقة مجاورة للحدود ويعملون داخل تلك الدولة والمسافرين الذين يمرون دون توقف [23] ص18.

وعرفت اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة سنة 1953 الزائرين على أنهم غير المقيمين الذين يقصدون البقاء سنة أو أقل بدون مزاولة مهنة يعيشون منها في الدولة، أما مؤتمر الأمم المتحدة الخاص بالتسهيلات الحركية للسفر سنة 1954 فقد وصل إلى تعريف السائح كما يلي: [23] ص19 "كل شخص بدون تمييز لعنصر أو جنس أو لغة أو دين يدخل منطقة دولة طرف في اتفاقية غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، ويبقى لفترة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن ستة أشهر وذلك في خلال اثني عشر شهرا لأغراض مشروع غير الهجرة".

وأعاد مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين سنة 1963 النظر في تعريف السائح ووصل إلى تعريف شامل يتمثل فيما يلي [23] ص19: "السائح هو أي شخص يزور دولة غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها"، شمل هذا التعريف على فئتين السائحين والمسافرين المتنزهين حيث أن:

- السائحون: هم الزائرون المؤقتين الذين يقيمون على الأقل لمدة 24 ساعة بغرض قضاء وقت الفراغ، الترفيه، الصحة، الرياضة، الدين، لأغراض عائلية...

- المسافرين المتنزهون: هم زائرون يقيمون لمدة تقل عن 24 ساعة في الدولة التي يزورونها.

وفي نفس السياق يعرفه الاتحاد الدولي للصحفيين والكتاب السياحيين بفرنسا على أنه الشخص الذي ينتقل لغرض ما خارج الأفق الذي اعتاد الإقامة فيه، وينتفع بوقت فراغه لإشباع رغبة الاستطلاع تحت أي شكل من أشكال هذه الرغبة ولسد حاجته من الاستجمام والمتعة [25] ص8.

يتضح من خلال هذه التعاريف أن السائح هو الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الاعتيادي لأي سبب غير الحصول على عمل أو الدراسة و لفترة تزيد عن 24 ساعة، وهذا ما يجعلنا نميز بين فئتين هما:

* السائح: زائر أكثر من ليلة لأسباب تتمثل في قضاء الإجازة، الترفيه، الأعمال، التجارة، المؤتمرات ولأسباب رياضية وعلاجية ودينية أو زيارة الأقارب، حيث يقوم بإشباع حاجاته المختلفة التي تتباين بين الحاجات الفيزيولوجية مثل الراحة والطعام والحاجات الأمنية، الاجتماعية والاحترام وتحقيق الذات كما عرفها العالم Maslow في نظرية هرم الحاجات الأساسية [25] ص8.

* المتنزهون: الأشخاص الذين يزورون البلد لمدة أقل من 24 ساعة وهم لا يعتبرون سياحا.

وبالتالي فإن الأشخاص الذين لا ينطبق عليهم تعريف السائح هم [12] ص13: الجيوش والقوات المسلحة الأجنبية، أعضاء الهيئة الدبلوماسية، اللاجئين الذين يقصدون البلد بهدف الإقامة الدائمة، المسافرين العابرون، عمال الحدود و العمال المؤقتين الذين يربطهم عقد عمل مؤقت مع دولة أجنبية.

2.2.1. خصائص ومقومات السياحة

بعد تحديد مفهوم السياحة والسائح نتطرق في هذا المطلب إلى إبراز أهم خصائص السياحة ومقوماتها، باعتبارها صناعة تختلف عن باقي الصناعات فهي تتميز بخصائص عديدة تجعلها قطاعا هاما ومعقدا في الوقت ذاته.

1.2.2.1. خصائص السياحة

تهدف السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المنطقة كالتشواطئ والمناطق الجبلية والمناخ المعتدل والأماكن التاريخية والأثرية، فهي بذلك قطاع اقتصادي لا يختلف

عن القطاعات الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى استثمار المواد الطبيعية والبشرية كالموارد المعدنية والفلاحية فهي صناعة تتميز بالخصائص التالية: [26] ص 141

- السياحة قطاع من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، كما أنها تؤثر على القطاعات الأخرى حيث يكون تأثيرا مضاعفا بمعنى أن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة، كما أنها تشكل منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الاقتصادي والاجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع.

- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان لآخر، يحصل المستهلك على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه وبالتالي فالدولة المضيفة لا تتحمل نفقات نقل خارج حدودها كما هو حال المنتجات الأخرى [27] ص 12.

- المنتج السياحي الذي يمثل مزيج من عناصر غير متجانسة تشكل كلا غير قابل للتجزئة وهو يسمح بإشباع حاجيات سياحية وتتمثل في الموارد السياحية الطبيعية والثقافية...والنقل والإقامة والتنشيط والإطعام...الخ، فالمنتج السياحي عبارة عن عوامل الجذب السياحي وهو يتميز بعدم قابليته للمس فالخدمات غير ملموسة، وبتباينه فالخدمات غير متشابهة وقابل للفناء في أي لحظة. فهذا المنتج لا يباع إلا من خلال السياحة وهذه المغريات لا تدر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي بوجود خدمات مساعدة هي التسهيلات السياحية المتمثلة في الهياكل القاعدية (شبكة الطرقات، النقل، المياه، صرف صحي...) ومنشآت الإقامة (الفنادق وغيرها) والمنشآت الترفيهية كالملاعب وأماكن التسلية... [27] ص 13

- السياحة الدولية منتج تصديري يتعرض إلى درجة من عدم الاستقرار، لتعلقه بتأثيرات من القوى الخارجية ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكل الموسمية كما يلي:

* تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية: تتمثل في وجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار صرف العملات وتغيرات مناخية غير متوقعة، بالإضافة إلى قرارات الدول بالرقابة على النقد وتحديد الحجم الذي يصرح للسائحين الخروج به.

* تميز السياحة بمرونة عالية للأسعار والدخل: حيث تتأثر القرارات السياحية بالتغيرات الطفيفة في الأسعار والدخول، والمرونة السعرية يمكن تحديدها بسهولة مقارنة بالمرونة الدخلية حيث أن آثارها سريعة عكس الثانية التي يتم تحديدها بعد فترة عادة سنة .

* موسمية النشاط: غالبية النشاط السياحي عبارة عن نشاط موسمي بسبب تركيز العطل المدرسية والعطل في المنشآت المختلفة في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في الدول المصدرة والمستقبلة للسائحين تساعد على ذلك، إلا أن هناك أشكالاً لا علاقة لها بالظاهرة كالأعمال والمؤتمرات... الخ.

- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل إلى مكان آخر مما يؤدي إلى ضرورة أن تكون الأرباح المكتسبة خلال فترة الموسم كافية لمواجهة التراجع خلال الفترات المتبقية من السنة، وهذا بسبب الموسمية وقد بذلت محاولات عديدة لمواجهتها نذكر منها: [27] ص 16

* إطالة موسم العطل توسيعاً لفترة النشاط الموسمي من خلال تعديل التوزيع الزمني للطلب السياحي، كأن توزع مواعيد العطل بحيث تكون متعاقبة.

* تقرير عطل مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر في السنة، وهو اتجاه قوي في الدول المتقدمة ذات الدخل الفردي المرتفع وخصوصاً الدول التي يسودها شتاء بارد ككندا وشمال و.م.أ.

* تخفيض الأسعار في غير فترات الذروة الموسمية لإيجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار.

* تغيير حجم ومستوى العرض السياحي بحيث يتفق ومستويات تدفق السياح بمعنى خفض نوعية الخدمات المقدمة خلال فترات انخفاض الطلب السياحي.

- صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنوياً بسبب كثرة المغريات السياحية في المناطق المختلفة للعالم، لذلك يسعى العاملون بالقطاع إلى استقطاب وجذب وإرضاء السياح وإيجاد نوع من الوفاء والألفة لديهم للمنطقة السياحية على أمل العودة مجدداً.

- نطاق المنافسة الذي يتحرك فيه هذا القطاع يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، فالمنافسة في مجال السياحة غالباً ما تكون عالمية لهذا فهي تتأثر بتغيرات البيئة العالمية [26] ص 142.

- تعدد جهات الإنتاج كون السياحة صناعة متداخلة ومركبة تحتوي على العديد من الخدمات التي تعتبر بعضها صناعة كبيرة ومستقلة بحد ذاتها، ومحصلة لمجموعة من الخدمات مما يتطلب درجة عالية من التنسيق وتقويم سياحي كلي.

- السوق المستهدفة لقطاع السياحة يمتد من عملاء السياحة الداخلية من مواطني الدولة إلى عملاء السياحة الخارجية من مواطني الدول الأخرى، وهذا ما يعني توجيه حملات تسويقية إليه بشكل متنوع

الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية، وكل فئات المجتمع تشترك في تقديم الخدمات بطريقة مباشرة أو غير مباشرة لأنها الطابع المميز لمزيج الخدمات السياحية المقدمة [26] ص 142-143.

2.2.2.1. المقومات السياحية

يتأثر النشاط السياحي بعدة عوامل تساعد على تدفق السائحين من مختلف دول العالم إلى البلد المضيف في المواسم المختلفة لقضاء عطلهم أو للاستمتاع أو التنزه أو العلاج... الخ، وتتمثل هذه العوامل أو المقومات في مقومات طبيعية، بشرية، ثقافية، اجتماعية...

1.2.2.2.1. المقومات الطبيعية

تتعدد هذه المقومات ما بين الموقع الجغرافي، التضاريس، المناخ، توزيع المياه والنبات والحيوانات... الخ [28] ص 19.

1.1.2.2.2.1. الموقع الجغرافي

يعتبر الموقع الجغرافي عاملا أساسيا وهاما في التدفق السياحي على المناطق المختلفة، وتتمثل أهميته في تحديد خصائص المناخ وأشكال النبات كما أنه يبرز ما يتمتع به من شبكة الطرق المعبدة ووسائل النقل والاتصال، كما أن تواجد البلد المضيف قرب مناطق لا تتميز بنفس المقومات السياحية يجعل التدفق السياحي يزيد عليها، ووجود البلد المضيف بالقرب من الدول ذات الطلب السياحي يقلل من تكاليف السفر والتنقل مما يؤدي إلى زيادة مدة الإقامة وبالتالي زيادة الإنفاق [29] ص 421-420.

2.1.2.2.2.1. المناخ

يؤثر المناخ بصورة مباشرة في الأنشطة السياحية حيث أن خصائص بعض عناصر المناخ توفر جذب سياحي لأقاليم محدودة طوال السنة أو خلال فترات محددة، فالسائح يفضل الجو المعتدل ودرجة الحرارة المقبولة وبقية العناصر التي تحدد مواعيد استقبال السياح وأنواع السياحة الواجب تنميتها كاتجاه الرياح، أشعة الشمس، مواعيد هطول الأمطار وحجمها وغيرها.

3.1.2.2.2.1. التضاريس

نقصد بها شكل سطح الأرض من حيث الارتفاع والانخفاض والانحدار والاستواء وغير ذلك مثل الجبال، الهضاب، السهول والبحيرات... والتي ترتبط بها ظواهر أخرى متنوعة يمثل بعضها

عرضا سياحيا، كالأشكال النباتية وأنماط الحياة الحيوانية ومصادر المياه وسمات الهواء كما نجد أيضا الصحاري والواحات والغابات التي تعد مواقع سياحية تتمتع بسحر خاص.

4.1.2.2.1. النباتات الطبيعي والحيوانات

يشكل النبات الطبيعي عنصرا هاما من عناصر الجذب السياحي لما يحققه من تنوع وأشكال وألوان جمالية متفردة ومناظر طبيعية، تشكل لوحة بارعة الجمال أبدعها الخالق سبحانه وتعالى وهو يختلف حسب اختلاف المناخ والموقع وأشكال السطح... الخ.

والحيوانات البرية تعد عامل جذب هام من خلال ازدياد أنشطة الصيد والقنص التي تمارس في مناطق وأقاليم كثيرة، وللحفاظ عليها من الانقراض اتخذت إجراءات تحذر من الصيد الجائر من خلال إقامة المحميات الطبيعية التي أصبحت مقصدا سياحيا يستمتع فيه السائح بمشاهدة الحيوانات في طبيعتها الأصلية [29] ص 452.

2.2.2.2.1. المقومات التاريخية والأثرية

يعتبر التعرف على الحضارات والتاريخ الإنساني من خلال المعالم التاريخية متعة ذهنية رفيعة، فليست مشاهدة أو دراسة الآثار مجرد وسيلة للهروب من الحاضر والتنقيب عن الماضي ولكن هي وسيلة لفهم أنفسنا وانعكاسا لحضارات وامتدادا مطردا لتطور المعرفة الإنسانية، ويضم العالم معالم أثرية تعتبر مغريات سياحية تتفاوت أهميتها كالأثار الفرعونية في مصر والبابلية في العراق أو الأثار اليونانية أو الرومانية في أوروبا والشرق الأوسط والآثار الإسلامية في العالم الإسلامي وإسبانيا [13] ص 128.

3.2.2.2.1. المقومات الاجتماعية والدينية

تتمثل المقومات الاجتماعية في طريقة حياة الشعوب وسلوكها التي قد تجمع بين القديم الرائع والحديث المتقدم بالإضافة إلى النظم الاجتماعية التي تعيش في ظلها، فالعادات السلوكية تختلف وتباين من مجتمع لآخر ويتبلور هذا في عادات الطعام، الملبس، الحرف، المهن، اللغة، عادات الزواج والثقافات المختلفة، وهذه الأمور تدفع بالسواح لمعرفة واستكشاف هذه المناطق للتعرف على عاداتها وتقاليدها وتعتبر الموارد البشرية وعنصر الضيافة من أهم دعائم البناء السياحي بالإضافة إلى مقدار إحساس السائح بالأمن والحب الذي يظهر من خلال تقديم الخدمات للسائحين، أما المقومات

الدينية مثل الأماكن المقدسة والآثار الدينية كالمساجد والكنائس فتمثل عنصرا من عناصر الجذب السياحي لإشباع رغبات هذا النوع من السياحة.

4.2.2.2.1. مقومات أخرى

تتمثل هذه المقومات في التسهيلات السياحية المقدمة للسائح، وهي عبارة عن عوامل عديدة تساعد على الجذب السياحي نوردتها فيما يلي:

1.4.2.2.2.1. عملية الإقامة وتسهيلاتهما

يعد وجود أماكن الإيواء من كل الأنواع عاملا مساعدا على الجذب السياحي، فوفرتها وسهولة الوصول إليها عن طريق توفير أنواع مختلفة من وسائل النقل وقربها من أماكن الترفيه والخدمات المقدمة والاهتمام بأسلوب الخدمة فيها عامل هام في عملية تدعيم النشاط السياحي، ولا بد من مراعاة المستويات المتميزة اجتماعيا وثقافيا وماديا للسائحين فمدخراتهم لا تتساوى وعادات الاستهلاك تختلف من سائح لآخر، كما أنه لا بد من الارتقاء بالخدمات في هذه الأماكن واتساق نوعيتها مع نمط المجتمع المحلي أو البيئة المعمارية [29] ص 462، وتضم أماكن الإيواء السياحي الفنادق، الموتيلات، القرى السياحية، المخيمات، المنتجعات السياحية ودور الشباب... الخ

1.1.4.2.2.2.1. الفنادق

الفندق عبارة عن وحدة اقتصادية واجتماعية وفنية يحتوي على أسرة لتتويج الضيوف ويتألف من مجموعة من النشاطات الجزئية كالتدبير، الإطعام، التسويق... الخ، يهدف لتقديم خدمات المأوى والطعام للأفراد مقابل أجر محدد [30] ص 41. وفي إطار السياحة الدولية تعد الفنادق الوسيلة الهامة للإقامة حيث تمثل نسبة 50 إلى 80% من أماكن الإيواء في العديد من الدول، وقد وصلت الطاقة العالمية للفنادق في سنة 2000 إلى 15 مليون غرفة [15] ص 38، وتخضع الفنادق لمعايير لتصنيفها تتمثل في الجودة، تنوع الخدمة، التسهيلات المتاحة والموقع... الخ، كما أننا نجد أنواعا مختلفة منها:

- فنادق مراكز المدن: تقع في مراكز المدن بالقرب من مراكز العمل والتسوق، المؤتمرات، يحوي قاعات للاجتماعات تكون أسعارها مرتفعة وتتراوح أحجامها من فنادق صغيرة (25 غرفة) إلى فنادق ضخمة (3000 غرفة) [30] ص 45.

- فنادق المطارات: يقع هذا النوع بالقرب من المطارات أو بداخلها، يتم إيواء المسافرين بالطائرات والعاشرين الذين يضطرون للتوقف لسبب ما وأسعارها مرتفعة.

- فنادق العبور (الموتيلات): يقع هذا النوع على الطرقات البرية السريعة وضواحي المدن الكبرى، يأوي المسافرين بالسيارات الذين يحتاجون إلى مكان للراحة والخدمات لمواصلة رحلتهم [30] ص47.

- فنادق الضواحي: يقع هذا النوع في ضواحي المدن تقام في هذه المناطق نظرا لانخفاض أسعار الأرض المقام عليها، تأوي رجال الأعمال والسياح العاديين وتقدم لهم جميع الخدمات.

2.1.4.2.2.1. إيواء التراث

تحولت في العديد من الدول أبنية وصرح تاريخية إلى فنادق كالقصور والقلاع والحصون والأديرة وبيوت الرهبان، تديرها الحكومة كسلسلة مثل فنادق البارادوز بإسبانيا [12] ص70.

3.1.4.2.2.1. سرير وإفطار

هذا النمط نما بشكل ثابت مع السنوات وأصبح نموذجا يتبع في بيوت خاصة، ويتم بشكل سلاسل من مستوى عال إلى مستوى اقتصادي في مجال الإيواء إلى أن وصل إلى شكل شهير تقدمه مؤسسات عالمية متخصصة وتقدم الإفطار أحيانا ووجبات خفيفة.

4.1.4.2.2.1. المخيمات

هذا النوع يكون إما في الجبال أو على شواطئ البحار أو الغابات، يتميز بقلة تكاليفه ويستهوئ الأشخاص الذين يريدون التمتع بالحياة الطبيعية والتخلص من حياة المدن لفترة.

5.1.4.2.2.1. المنتجعات الخاصة

يقع هذا النوع قرب الجبال أو ينابيع المياه المعدنية أو قرب البحيرات والشلالات أو السواحل... الخ، أسعارها مرتفعة نسبيا وأحجامها تتراوح بين 500 و700 غرفة مخصصة لإيواء طالبي الترفيه والاستجمام وتوفر لهم كل الخدمات [30] ص46.

6.1.4.2.2.1. دور الشباب

البلدان التي تشتمل على بيوت الشباب تكون عنصر جذب هام للأفواج السياحية الجماعية خاصة الشباب، نظرا لقلّة تكاليفها وتوفرها على خدمات مختلفة وهي تتواجد في المدن الكبرى ولقد وصل عددها في سنة 2002 إلى 5500 بيت في العالم [15] ص44.

2.4.2.2.1. الإطعام

يعتبر الإطعام ضمن المشوقات السياحية والخدمات الأساسية للسائح في البلد ككل أو الموقع المزار بشكل خاص، إذ تشكل نسبة الإطعام من أصل إنفاق السائح حوالي 20-25% من إنفاقه، فغالباً ما يحاول الزائر تذوق الطعام المحلي لذلك فالتنوع في خدمات الطعام والشراب يجب أن يناسب شرائح السياح.

3.4.2.2.1. وفرة المواصلات وسهولتها

تعتبر المواصلات من العوامل الهامة التي تؤثر في النشاط السياحي حيث تقوم بنقل السائحين من مكان لآخر، فهناك علاقة مباشرة بين تقدم خدمات النقل والتنمية السياحية إذ تعتبر وسائل النقل العامل الأساسي للتطورات الكبيرة التي عرفتتها صناعة السياحة، وكلما كانت وسائل النقل سريعة وسهلة وأسعارها مناسبة ساهمت في تسهيل التدفق السياحي، وفي مجال إنفاق السائح فإن النقل يشكل بنداً هاماً خاصة في السياحة الدولية، ففي السياحة الداخلية بأوروبا تقدر حصته من 10 إلى 15% من ميزانية العطلة، أما في الأسفار الكبرى فتشكل من 50 إلى 60% من الميزانية [15] ص30، وتتعدد وسائل النقل التي يمكن أن تساعد على زيادة التدفق السياحي والجذب السياحي للمناطق البعيدة والقريبة كما يلي:

- النقل البري: يتحدد النقل البري بالسيارة و السكك الحديدية و الحافلات.
- * السيارة: تعد الوسيلة الشائعة اليوم في العالم للسفر وتؤدي دوراً هاماً في التنقل بيسر وسهولة خاصة في المسافات القصيرة، وتزيد شعبيتها نظراً لتطورها المستمر وكلفة اقتنائها المنخفضة كما تسمح بالمرونة في سير الرحلة كما أنه أصبح ممكناً تأجيرها.
- * السكك الحديدية: تعد أرخص وسيلة وأكثرها أماناً وأوفرها راحة بمقارنة الوسائل الأخرى، خاصة بعد تطوير القطارات وتحديثها ووجود قطارات بها غرف نوم لمسافري المسافات الطويلة.
- * الحافلات: أصبح استخدام الحافلات كثيفاً خاصة بعد ظهور الأنواع الحديثة المجهزة بمكيفات وإمكانات فنية عالية وخدمية وترفيهية ممتازة، تستعمل بكثرة في السياحة الداخلية وبين دول الجوار وكلفتها اقتصادية جداً [29] ص455.

- النقل الجوي: يعتبر النقل الجوي أسرع وسيلة وأقلها نفقة بالنسبة للمسافات الطويلة، كما توفر الرحلات الجوية الراحة والأمان وخدمات مختلفة وأدى تطور قطاع الطيران إلى ظهور العديد من

شركات الطيران وتطور المطارات، كما أن نظام الحجز تطور وأصبح يتم عن طريق الإنترنت حيث يستطيع الزبون معرفة الأسعار من خلاله مباشرة ليتم الحجز فيما بعد.

- النقل المائي: ينقسم النقل المائي إلى نوعين هما:

* النقل البحري: تستغرق عملية النقل البحري وقتاً أطول، حيث يرتادها طالبو التمتع في ملكوت الله وحسن صنيعه ويعتمد هذا النوع على البواخر والقوارب.

* النقل النهري: يتم هذا النوع في الأنهار والبحيرات ذات المناظر الخلابة حيث تتيح للسائح الاستمتاع بصفاء الأنهار والأنماط الطبيعية للحياة فيها ونجدها في فرنسا والنيل بمصر [15] ص34.

4.4.2.2.1. الشركات والوكالات السياحية

الشركات والوكالات السياحية هي المكان الذي يمكن للشخص الحصول على معلومات أو الاستشارة الفنية وتنظيم الترتيبات اللازمة للسفر [31] ص29، وتمثل وكالات السفر العديد من موردي الخدمات السياحية كشرركات الطيران، خطوط الملاحة البحرية، منظمي الرحلات، الفنادق ووكالات تأجير السيارات... الخ، فهي مكتب استشارة للعملاء في مجال السياحة ووكيل أو سمسار للموردين يقوم بتحصيل عمولات من موردي الخدمات مقابل مجهوداته في مجال التنشيط، الدعاية، الحجز، تقديم المعلومات، إصدار تذاكر السفر وباقي الخدمات [31] ص30. وتنقسم شركات السياحة إلى:

- منظمو الرحلات: هذا النوع يجمع عناصر المنتج السياحي وينظمها في شكل رحلة أو مجموعة خدمات سياحية في أوقات و مناطق محددة سلفاً، ويكون الوسيط بين موردي الخدمة والسائح وأحياناً يقوم ببيع مكونات الرحلة مباشرة لامتلاكه لها ويتولى التسويق والدعاية للمنتج السياحي [31] ص45.

- وكالات الخدمات السياحية: تقوم هذه الشركات بإعداد برامج نمطية تغطي المنطقة التي تعمل فيها، مع مراعاتها لاحتياجات السوق الخارجية وتوجيهات منظمو الرحلات من حيث الفترة والتكلفة والمستويات.

- وكالات السفر والسياحة: تتواجد في الأسواق المصدرة للسياح حيث تتولى البيع لما ينتجه منظمو الرحلات وشركات النقل، وتعتمد على قريباها من السائح وتقوم بحجز وبيع تذاكر السفر وإعداد وتنفيذ البرامج السياحية والقيام بالرحلات الداخلية والخارجية وحجز غرف الإقامة... الخ [31] ص54.

5.4.2.2.2.1. الإرشاد السياحي

يتمثل في النشاط المتعلق بتزويد الزوار بالمعلومات وتعليمات عن المكان المزور مما يجعل للزيارة معنى فالنشاط السياحي دون مرشد يفقد أهميته، ولا بد أن يتمتع بخبرة إرشادية متنوعة ويكون على قدر عال من التدريب والتأهيل ويكون ذو كفاءة علمية ومهنية عالية خاصة فيما يتعلق بالجانب التاريخي والجغرافي والحضاري وأداء اللغات.

6.4.2.2.2.1. الأمن والاستقرار

للأحداث والتطورات السياسية تأثيرات حادة على السياحة ومن ثم الجذب السياحي، فعدم وجود حروب أو نزاعات بين الدول أو حتى الدولة نفسها فضلا عن تمتع الدولة بإمكانيات سياحية يكون ذلك عاملا هاما في ازدياد حركة الرواج السياحي، ولقد أصبح العامل الأمني في السياحة الحديثة من أهم الشروط الواجب توفرها حتى تكون هناك حركة سياحية [29] ص459.

3.2.1. أنواع السياحة

تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات المختلفة التي تكون خلفها وتحركها والاحتياجات التي تشبعها، وتتعدد بتعدد البرامج السياحية والتنشيطية والترفيهية فتزداد الحركة السياحية المنجذبة نحو البلد، بحيث يجد السائح ما يطلبه من تسلية وثقافة ورياضة ويفتح المجال أمامه واسعا لإشباع رغباته المتعددة.

1.3.2.1. الأنواع المعروفة للسياحة

على ضوء التصورات المختلفة للعلماء يمكننا أن نحدد الأنواع المختلفة للسياحة وفقا للمعايير المختلفة للتصنيف على النحو التالي: [22] ص47

1.1.3.2.1. وفقا لعدد الأشخاص المسافرين

طبقا لهذا المعيار تنقسم السياحة إلى:

- سياحة فردية: تتضمن سفر شخص أو اثنين أو عائلة حيث لا تعتمد على أي برنامج محدد ولكل سائح دوافع خاصة يسعى لتحقيقها وفقا لإمكانياته المادية.
- سياحة جماعية: تتمثل في سفر المجموعة أو الأفواج التي عادة يربطها رباط معين، تتضمن المشاركة في النقل والإقامة وخدمات أخرى وتتميز بانخفاض تكلفتها [32] ص 29.

2.1.3.2.1. وفقا لوسائل النقل المستعملة

حسب هذا المعيار نجد:

- سياحة بحرية أو نهريّة تتم عن طريق السفن والبواخر.
- سياحة جوية تتم عن طريق الطائرات.
- سياحة برية تتم عن طريق السيارات، القطارات والحافلات.

3.1.3.2.1. وفقا للسن

تنقسم السياحة وفق هذا المعيار إلى: [22] ص 48

- سياحة الطلائع: تتعلق بالأطفال من 7 إلى 14 سنة وهي مرحلة تعليمية يتم من خلالها إكساب الطفل مجموعة من المعارف والمهارات والسلوكيات اللازمة، حيث تأخذ شكل رحلات تعليم الحاسوب ورحلات الكشافة...
- سياحة الشباب: تتعلق بالشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 21 سنة، وتتسم بالبحث عن الإثارة وتكوين المعارف والصدقات وخلق الروابط الاجتماعية.
- سياحة الناضجين: تتعلق بالأشخاص الذين تتراوح أعمارهم بين 21 و 60 سنة وهي سياحة للاسترخاء من عناء العمل طوال السنة، فالبرنامج السياحي يرتبط بسياحة الشواطئ والصحراء...
- سياحة كبار السن: تصمم خصيصا للمتقاعدين وتتضمن برامج تأهيلية وتعويضية أو برامج ترفيهية متطورة.

4.1.3.2.1. وفقا للجنسية

وفقا لهذا المعيار نجد: [22] ص 49

- سياحة الأجانب: تتشكل من مجموع السياح الأجانب الوافدين للبلد ولكل دافع من هذا السفر.

- سياحة المقيمين خارج البلد: تتمثل في زيارة المغتربين لبلدهم الأصلي لزيارة الأهل والوطن.

5.1.3.2.1. وفقا للجنس

نجد حسب هذا المعيار ما يلي:

سياحة الرجال وسياحة النساء.

6.1.3.2.1. وفقا للمستوى الاجتماعي أو مستوى الإنفاق

وفقا لهذا المعيار نجد الأنواع التالية: [22] ص50

- سياحة أصحاب الدخل المرتفع الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة كالتائرات واليخوت...

- سياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النواعيات الممتازة من الخدمات.

- السياحة الاجتماعية لذوي الدخل المحدود وتقوم على المشاركة في الخدمات.

7.1.3.2.1. وفقا لمدة الإقامة

نميز بين سياحة أيام والعابرة والسياحة الموسمية كما يلي:

- سياحة أيام: يستغرق هذا النوع أيام محددة يقضيها السائح في إطار برنامج معين موضوع، فهي

عملية مستمرة ودورية متاحة من جانب الشركات السياحية طوال السنة.

- السياحة الموسمية: تتم في أوقات معينة من السنة وتشمل السياحة الشتوية والشاطئية وسياحة

المناسبات ذات الطابع الديني ومواسم الصيد والرياضة والأعياد [32] ص28.

- السياحة العابرة: يتم هذا النوع دون تخطيط مسبق أي بشكل عابر، مثل القيام برحلة سياحية أثناء

عبور السائح للبلد أو عند انتظاره إذن دخول البلد أو حتى وصول وسيلة النقل التي تنقله.

8.1.3.2.1. وفقا للمناطق الجغرافية

نميز في هذا النوع ما يلي:

- سياحة داخلية: تعني الانتقال المؤقت للأفراد من مكان إقامتهم إلى أماكن أخرى سياحية داخل بلدهم

ليلة على الأقل، بهدف الاستمتاع بالجوانب الثقافية أو الرياضية... الخ [14] ص24.

- سياحة خارجية: تعني الانتقال المؤقت للأشخاص من مكان إقامتهم إلى دولة أخرى ليوم واحد على الأقل بهدف الاستجمام والمعالجة أو لإنجاز مهمة أو لأسباب أخرى غير العمل، وتعمل الدول على تشجيع هذا النوع لما يدره من عملات أجنبية ويتطلب خدمات سياحية متنوعة [32] ص26.

- السياحة الإقليمية: تعني التنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل دول المغرب العربي و الدول العربية ودول جنوب شرق آسيا، تمتاز بانخفاض تكلفتها.

9.1.3.2.1. وفقا لأغراضها

يعتبر هذا التقسيم الأكثر شيوعا وأهمية واستخداما بالنسبة للنشاط السياحي، فهو تبعا لبواعث ودافع الحركة السياحية وهذا مرتبط مباشرة برغبات السياح، وهنا تبرز الأنواع التالية:
- السياحة الترفيهية: أكثر الأنواع السياحية أهمية وانتشارا في الوقت الحالي إذ تجذب أكثر من 75% من السياح، وهي تعني تغيير مكان الإقامة لفترة معينة بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر حيث أصبحت ضرورية نتيجة للإرهاق الناتج عن رتابة العمل.

- السياحة الثقافية: تمثل طبيعة ذهنية إذ يستهدف السائح معرفة بنفسه الأشياء الجديدة عن الشعوب التي يزورها، ويتعرف على عاداتها وتقاليدها من خلال زيارة الأماكن الأثرية والمتاحف وحضور المهرجانات والمعارض المتنوعة [32] ص32.

- السياحة العلاجية: عرف هذا النوع منذ القديم بعد اكتشاف الخواص العلاجية للينابيع المعدنية، وكونت لذلك مراكز للمعالجة بالمياه المعدنية المتنوعة وبحمامات الرمل والطين ومياه البحر، كما أحدثت الفنادق البيولوجية ومراكز البحوث الطبية لمعالجة أنواع مختلفة من الأمراض كالأمراض الهضمية والجهاز التنفسي وأمراض الكبد والكلى... الخ [15] ص24.

- السياحة الرياضية: تعني الانتقال إلى بلد أو مكان آخر بهدف ممارسة النشاطات الرياضية أو الاستمتاع بمشاهدتها كالمشاركة في بطولات العالم والألعاب الأولمبية، وتقام في الدول التي تتمتع بمزايا وتسهيلات للسائحين من هذا النوع كالمركبات والمنشآت الرياضية.

- السياحة الدينية: يتمثل هذا النوع في زيارة الأماكن المقدسة والدينية لأداء بعض الواجبات الدينية أو زيارة أماكن تاريخية ودينية كالحج وهي تقوم على أساس العاطفة الدينية، حيث أن هناك أماكن لها قدسيتها كمكة المكرمة والمدينة المنورة والقدس بالنسبة للمسلمين .

- سياحة المؤتمرات: يستقطب هذا النوع السائحين المهتمين بحضور المؤتمرات والندوات والاجتماعات العلمية أو المهنية أو السياسية، حيث يتطلب هذا النوع زيادة الاهتمام بإقامة قاعات المؤتمرات وتقديم كل التسهيلات والخدمات التي تلزم المؤتمرات الحديثة [22] ص54.

- سياحة الأعمال: تمثل نشاط رجال الأعمال لإتمام بعض الصفقات التجارية والاشتراك في المعارض والأسواق التجارية، وعرف هذا النوع نمواً لازدياد أهميته في السنوات الأخيرة.

- سياحة المهرجانات: تعد المهرجانات وسيلة وأداة أساسية للجذب السياحي، حيث تستخدم الأحداث التاريخية أو المواسم السنوية كمناسبات هامة لإقامتها وإكسابها طابع خاص بها .

2.3.2.1. أنواع السياحة الحديثة

ظهرت أنماط سياحية حديثة لتلبية احتياجات خاصة تتمثل في:

1.2.3.2.1. سياحة الحوافر

ظهر هذا النوع نتيجة التقدم العلمي و استخدام الآلات الحديثة وزيادة الإنتاج مما يؤدي إلى زيادة الأجور، وبالتالي أخذ العمال حقهم في أجازات مدفوعة كما تنظم المؤسسات الكبرى رحلات سياحية كحوافر للعاملين على حسن الأداء وزيادة الإنتاج [22] ص56.

2.2.3.2.1. سياحة الصحاري والواحات

تتم في هذا النوع زيارة البدو الرحل وخيمهم وحضور الحفلات الصحراوية التي تقام هناك، وتمتاز هذه المناطق بمنظرها الخلابة الفريدة من نوعها.

3.2.3.2.1. سياحة المشتريات

تمثل أحد أهم أنواع البرامج السياحية الشديدة النشاط حيث تعمل الكثير من الدول على أن تصبح سوق رائجة، وتعرض فيها جميع المنتجات بأسعار منخفضة بهدف جذب العديد من السياح.

4.2.3.2.1. سياحة مراقبة الطيور

تمثل مراقبة الطيور هواية منتشرة عبر العالم والتي تتمثل من خلال الحدائق العامة أو الرحلات، فالعديد من الأشخاص يسافرون لرؤية أنواع الطيور.

5.2.3.2.1. السياحة الفضائية

نتج هذا النوع عن التطور التكنولوجي وغزو الفضاء فأصبح بإمكان الأفراد القيام برحلة حول الأرض وهذا من خلال شركات متخصصة [22] ص56.

6.2.3.2.1. سياحة المعوقين

تم إصدار قوانين عديدة خاصة بالمعاقين في أوروبا وأمريكا تعمل على تشجيع سياحة المعوقين، وتوفير كافة التسهيلات والاحتياجات الخاصة بهذا النوع من السياح.

7.2.3.2.1. سياحة المغامرات

تمثل فئة السواح الذين يستهدفون المغامرة والمخاطرة بحيث تؤمن لهم التحدي بخلاف الجولات التقليدية التي يكون محورها جمال الطبيعة، فهي تؤمن للسائح صلة قوية مع البيئة كمصدر للتحدي أو الصراع كتسلق الجبال والانحدار على الثلوج.

8.2.3.2.1. السياحة البديلة

تمثل بديلا عن السياحة الجماعية التي كانت سببا مباشرا في تدمير البيئة في العديد من الدول السياحية، فهذا النوع يهتم بالتوازن الايكولوجي وحماية البيئة ويتفادى الآثار السلبية الناجمة عن تنمية سياحية غير مخططة التي تضر بالبيئة.

9.2.3.2.1. السياحة الطبيعية

يتم التركيز على البيئة الطبيعية في النشاط السياحي وتعرف بالخواص التالية: [12] ص111

- تأمين الخبرة المسبقة عن مكان المقصد ضرورية في مجال الترويج.
- تأمين الخبرة العلمية التي تغني معارف الزوار بالمعلومات وترضي حب الإطلاع لديهم وتحسين سلوكهم وتصرفاتهم مع عناصر الطبيعة والبيئة.
- اعتماد المسؤولية البيئية واستخدام استراتيجيات مناسبة للتقليل من الآثار السلبية عليها.
- زيادة العوائد الاقتصادية المحلية للمواقع المزورة.

وإحدى صعوباتها هي مشكلة تحديد حجمها أي أن يكون عدد الزوار متناسبا مع طاقة استيعاب المقصد مما سبب خلا في بعض المواقع الطبيعية كالحدايق العامة والمناطق المحمية، وتمثل مشاهدة الحياة البرية شكل رئيسي في السياحة الطبيعية.

إن الأنواع السياحية هذه ليست منفصلة كليا عن بعضها البعض بل تتداخل وتتكامل فيما بينها بالنسبة للسائح، كما يمكن أن يصنف كل من أنواعها تحت أكثر من قسم تبعا لتباين معايير وعوامل التصنيفات، فالسياحة الرياضية مثلا يمكن أن تكون داخلية وخارجية وعلاجية وترفيهية...

مما سبق نستنتج أن للسياحة تعاريف ومفاهيم عديدة تختلف باختلاف وجهة النظر التي تعرفها كما أن لدراسة مفهوم السائح أهمية بارزة ليكون النشاط السياحي فعالا ونشيطا، وهذا النشاط يتميز بخصائص ومميزات تميزه عن غيره من الأنشطة كما تتعدد أنواعه باختلاف المناطق والأقاليم.

3.1. أهمية السياحة والاستثمار السياحي

أدى اختلاف الظروف من منطقة إلى أخرى إلى النظر إلى السياحة على أنها الحل المطلوب لتأمين التنمية الاقتصادية، كما سادت الفكرة على أنها فرصة الدول النامية لإحداث تغيير اقتصادي واجتماعي إلا أن هذه الأفكار اصطدمت بالواقع ب بروز ظواهر تدعو لإعادة النظر في جوانب الاندفاع العشوائي للسياحة، وإدراك أن ازدهارها في بلد ما قد تكون تكلفته ثمنا مجهولا يدفعه بشكل غير مباشر من استقرار مجتمعه ونقاء بيئته، فمن المؤكد أن للسياحة دورا في الاقتصاد كنشاط جزئي من خلال مساهمتها في الدخل الوطني وفرص العمل ودور الاستثمارات السياحية في ذلك إلا أن هذا لا يتحقق دائما إن لم تكن السياحة مدرجة ضمن خطة شاملة ومتكاملة تدرس جميع جوانبها، وستتطرق في هذا المبحث إلى أهمية السياحة وآثارها السلبية بالإضافة إلى إبراز محددات نمو ودواعي الأخذ بالاستثمارات السياحية.

1.3.1. أهمية وآثار السياحة

رغم تباين الآثار الاقتصادية والاجتماعية لصناعة السياحة بتباين أنواعها إلا أن تجارب الدول تشير إلى تزايد ملحوظ في الدور الذي تؤديه في قضايا التنمية، إذ تؤدي دورا لا يستهان به في الجانب الاقتصادي من حيث زيادة الدخل والتأثير في ميزان المدفوعات والتخفيف من حدة البطالة وتنشيط القطاعات الأخرى إلا أنها تنتج آثار سلبية عند عدم اعتمادها على تخطيط علمي.

1.1.3.1. أهمية السياحة

تمثل السياحة ظاهرة سلوكية وإنسانية عامة أصبحت من أهم الظواهر المميزة لعصرنا، لما تتمتع به من أهمية في جوانب عديدة منها الاقتصادية والاجتماعية ...، نستعرضها فيما يلي:

1.1.1.3.1. الأهمية الاقتصادية للسياحة

تمثل السياحة عملية انتقال العملات من الدول المصدرة إلى الدول المستوردة للسائحين بواسطة السياح أنفسهم، تاركة بصماتها على اقتصاد أي دولة حيث تقدر عائدات السياحة الدولية حوالي 10% من إجمالي الصادرات العالمية [15] 49. تنقسم الآثار الاقتصادية للسياحة إلى آثار مباشرة وغير مباشرة تبرز كما يلي:

1.1.1.1.3.1. الآثار المباشرة

تتمثل أهم الآثار التي تعكسها السياحة على الاقتصاد فيما يلي:

- أثر السياحة على ميزان المدفوعات:

تعتبر السياحة في ميزان المدفوعات من الصادرات غير المنظورة، حيث تدرج كعنصر من عناصره تحت عنوان السياحة أو السفر في المجموع الجزئي لميزان السلع والخدمات، ويتم تقدير الإيرادات والمصاريف الخاصة بالسفر عن طريق تقدير معدل الإنفاق اليومي خلال الأيام التي يقضيها المواطنين بالخارج والتي يقضيها الأجانب داخل الدولة المعنية وهذا استنادا للمعلومات المقدمة من طرف الفنادق ووكالات السياحة والبنوك، فالدخل السياحي يؤثر تأثيرا مباشرا على الميزان التجاري من خلال القيمة الصافية للميزان السياحي الذي يمثل الفرق بين مصاريف السياح الأجانب داخل الدولة ومصاريف السياح الوطنيين خارج بلدهم، إذا كان الصافي موجبا والنتيجة سلبية فإنه قد يحد من عجز الميزان التجاري أو يخفف منه على الأقل أما إذا كانت النتيجة ايجابية فهو يزيد من الفائض في الميزان التجاري وبالتالي ميزان المدفوعات [29] ص524.

والجدير بالذكر أن تدفقات النقد الأجنبي نتيجة قدوم السائحين إلى الدولة يعد من العوامل الهامة في تحديد أثر السياحة على ميزان المدفوعات، ويتم توفير العملات الأجنبية من خلال النشاطات السياحية بعدة طرق وأساليب أهمها الاستثمارات الأجنبية في القطاع، الرسوم والضرائب التي تحصل على شكل رسوم تأشيرات دخول، فروق تحويل العملات، الإنفاق اليومي للسائحين و إيرادات الفنادق من السائحين [33] ص27.

فالسياحة تشكل مصدرا هاما لجلب العملات الأجنبية التي تستعمل في تنمية القطاعات الإنتاجية الأخرى، فهي أفضل الصناعات وأسرعها لتنمية الدخل وتحسين ميزان المدفوعات لأن

عائدها أسرع وبالعلة الأجنبية، كما أن السائح يحضر بنفسه للدولة مقدما لها نفقات إقامته وتنقله أي أنها لا تحتاج لمصاريف نقل وما يترتب عنها.

- أثر السياحة على العمالة:

تعتمد السياحة على العمل الإنساني اعتمادا رئيسيا وتتصل بالعديد من القطاعات فهي تؤدي إلى خلق فرص عمل جديدة في كافة القطاعات، فالتوسع في إنشاء المشاريع السياحية والمشاريع المرتبطة بها سواء عن طريق مساهمة رأس المال الأجنبي أو الوطني أو الاثنين معا يساعد على خلق العديد من فرص العمل، والتي يترتب عنها آثار مباشرة وغير مباشرة على الفرد والأسرة والمجتمع، أولها انخفاض مستوى البطالة مما يؤدي إلى ارتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية وغير ذلك من المنافع [33] ص29، وتصنف القوى العاملة المرتبطة بصناعة السياحة إلى أربع فئات كما يلي:

* العاملون الدائمون بصورة مباشرة: وهم الفئة التي ترتبط وظائفهم بإنفاق السائحين المترددين على المنشآت السياحية ومرافق خدماتهم كالفنادق، المطاعم، ومراكز الترفيه...

* العاملون بصورة غير مباشرة: وهم الفئة العاملة بالخدمات المرتبطة بأنشطة السياحة كالنقل، الصناعات التقليدية...

* العاملون المنجذبون إلى السياحة كقوى إضافية مؤقتة نتيجة لطبيعتها المتزايدة، يعملون خلال فترة الذروة في المواسم السياحية.

* العاملون في قطاعات مختلفة ويستفيدون من صناعة السياحة وتشمل العمالة في مجال البناء والتشييد والتأثيث والتموين والإمداد والزراعة وتربية الحيوانات... [29] ص532

نجد أن مؤسسات الإقامة توفر فرصة عمل واحدة على الأقل لكل غرفة والأنشطة السياحية توفر ما لا يقل عن 75% من جملة فرص العمل التي توفرها هذه المؤسسات، وبناءا عليه فإن أنشطة السياحة توفر 2.75 فرصة عمل لكل غرفة فندقية، فإذا افترضنا تشييد فندق سياحي يحتوي على 200 غرفة فإن ذلك يوفر حوالي 550 فرصة عمل في مجال أنشطة الإقامة والسياحة والترويج.

- أثر السياحة على المستوى العام للأسعار:

يؤدي رواج السياحة في منطقة ما إلى تزايد معدلات الإنفاق السياحي فيها مما ينتج عنه ارتفاع لأسعار السلع والخدمات المقدمة، وتبرز العلاقة هذه فيما يلي:

- تميل الأسعار للارتفاع نتيجة مستوى المعيشة وزيادة الطلب على أنواع جديدة من السلع والخدمات التي تقدمها السياحة، كما أن أسلوب شراء السائحين ينتج عنه زيادة الأسعار للسلع والخدمات وحتى النقل والإيجار وهذا ما يخلق نوعاً من التضخم.

- التضخم عن طريق السياحة من خلال ارتفاع القوة الشرائية لدى السياح الأثرياء وإقبالهم على شراء المنتجات، كما أن تجار التجزئة يرفعون أسعارهم وبالتالي يدفعون ضرائب وإيجارات عالية تنعكس أثارها على أسعار المنتجات والسلع السياحية في النهاية بالإضافة إلى أن قلة السلع والمنتجات التي يحتاج إليها السائح تؤدي إلى ارتفاع أسعارها، كما أن الطلب على الأراضي لإقامة مشاريع سياحية يزيد من أسعارها وهذا الارتفاع يعاني منه المجتمع المحلي.

- أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل:

تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية مناطق جديدة فهي تتجه نحو مناطق جديدة فيها مزايا طبيعية، وبهذا الشكل تخلق فرص عمل جديدة ومداخل جديدة فهي تعمل على توزيع الدخل على كافة المناطق بدلاً من تركزه في المراكز الحضرية الرئيسية [13] ص 131، فالأجور المدفوعة للعاملين بالمنشآت السياحية المقامة بهذه المناطق والأرباح والمداخل المحققة لمالكي المشاريع وحتى منتجي السلع التي يحتاجها النشاط السياحي تؤدي إلى زيادة الدخل فيها، وبالتالي إعادة توزيعه بين المدن وهذه المراكز السياحية كما ينتج عن ذلك إيقاف عملية النزوح الريفي الناتجة من جراء البطالة [33] ص 32.

2.1.1.1.3.1. الآثار غير المباشرة

يساهم النشاط الاقتصادي السياحي في دعم الاقتصاد الوطني بشكل مباشر في عدة مجالات وإلى جانب ذلك نجد مساهمته غير المباشرة في الاقتصاد، وأهم هذه الآثار ما يلي:

- أثر المضاعف للسياحة:

إن الدخل المتولد عن السياحة عندما يدخل الاقتصاد يتضاعف عدة مرات ما بين 1 إلى 6 أضعاف حسب أوضاع الاقتصاد والسياحة والترابط بينهما، فالمضاعفات السياحية تحاول قياس العلاقة بين الإنفاق السياحي المباشر في الاقتصاد والأثر الثاني لذلك الإنفاق ضمنه، وهو يتأثر بحجم الاقتصاد واحتوائه لمستلزمات تشغيل السياحة، ميول السياح لشراء بضائع أو خدمات وميول المواطنين للتوفير أكثر من الإنفاق والاستثمار [12] ص 206 .

- أثر السياحة على تنمية خدمات البنية الأساسية:

إن صناعة السياحة تحتاج إلى بنية أساسية ومرافق خدمتية متعددة تساعد على زيادة حركة التدفق السياحي، لذلك فالدول المستقبلة للسياح تهتم اهتماما كبيرا بإنشاء الطرق وتعبيدها وزيادة تطوير وسائل النقل والاتصالات السلكية واللاسلكية وكل هذا تقوم به الدولة.

- أثر السياحة في زيادة فرص الاستثمار الأجنبي والوطني:

تمثل السياحة صناعة مركبة تتضمن مجالات مختلفة للاستثمار مثل الفنادق، المطاعم، المراكز الرياضية والاستشفائية... الخ، فهي من المشاريع الإنتاجية الهامة التي تجذب رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية وهذا من شأنه خلق مجال للتعاون الدولي، وإقامة هذه المشاريع يعني فرص عمل جديدة ومداخل جديدة يمتد أثرها إلى جوانب من الحياة مما يؤدي إلى زيادة الاستهلاك والادخار وبالتالي زيادة الاستثمار [13] ص 131.

- أثر السياحة على السوق:

يقبل السياح عادة على شراء بعض السلع التي تشتهر بها الدول كالساعات من سويسرا والسجاد من إيران، فالطلب على هذه الصناعات يؤدي إلى تنميتها ورفع مستواها، بالإضافة إلى أن السياحة تؤدي إلى قيام بعض الصناعات التي لم تكن موجودة أصلا.

- أثر السياحة على الأنشطة الاقتصادية الأخرى:

يؤدي التوسع في إنشاء المشاريع السياحية أو تطوير المشاريع الحالية إلى تحقيق درجة معينة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية والقطاع السياحي، فالتوسع في إنشاء مشروع سياحي قد يتبعه توسيع أو ظهور مشاريع جديدة تمارس أنشطة اقتصادية وخدمتية أخرى لمقابلة الزيادة في الحركة السياحية نشاطا وطلبا، بمعنى آخر زيادة عدد الفنادق مع زيادة عدد السائحين يتبعه زيادة في الطلب على المواد الغذائية اللازمة لإعداد الوجبات وزيادة الطلب على الأسرة وغير ذلك [33] ص 29.

- دعم الصلات الاقتصادية بين الدول:

إن تنوع السياحة و تعددها أدى إلى بروز علاقات اقتصادية بين الدول كنتيجة لها، فسياحة الأعمال والمشتريات مثلا غرضها تجاري وتؤدي إلى توقيع صفقات تنتج علاقات اقتصادية بين الطرفين المتعاقدين كما أنها عامل للتعريف بمنتجات و سلع البلد لدى السائح [33] ص 30.

- المساهمة في التهيئة العمرانية:

تؤدي النشاطات السياحية إلى الاهتمام بالبعد الجمالي للمعطيات سواء كانت طبيعية أو من صنع الإنسان وهذا ما يشكل دافعا للمحافظة عليها وصيانتها وترميمها، حيث أن النشاط السياحي يكون مسبوق بالإعداد العمراني والحضاري، والدخل السياحي يساهم في تغطية نفقات هذا التعمير والتهيئة التي تساهم في دعم وتنشيط الحركة الاقتصادية [15] ص56.

2.1.1.3.1. الأهمية الاجتماعية والثقافية للسياحة

تطورت السياحة وأصبحت ظاهرة اجتماعية تعمل من خلال انتقال الأفراد بمختلف ثقافتهم وأجناسهم ودياناتهم وأذواقهم على إيجاد نوع من التوافق الاجتماعي بين هؤلاء، مما يؤدي إلى إيجاد نوع من التوازن الاجتماعي سواء على المستوى الدولي أو على مستوى الدولة الواحدة، كما تؤدي إلى تنمية الأذواق والثقافات وتبرز أهمية السياحة الاجتماعية والثقافية في النقاط التالية: [29] ص551

1.2.1.1.3.1. تأثير السياحة على السكان

يؤدي النشاط السياحي في منطقة معينة إلى زيادة حجم السكان بها نتيجة بحثهم عن عمل بالقطاع مما يؤدي بهم إلى الانتقال إلى هذه المناطق، مما يؤدي إلى زيادة الكثافة السكانية بها لتحسين أحوالهم وينتج عن هذا التوسع دعم الخدمات الصحية والتعليمية... الخ.

2.2.1.1.3.1. تأثير السياحة على الجانب الثقافي

يتحقق من خلال السياحة التبادل الثقافي بين الدول السياحية، حيث تنتقل اللغات والمعتقدات الفكرية والآداب والفنون ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها وتتأثر بما في الدول من ثقافة، فاستخدام الثقافة كمشوق سياحي يؤدي إلى دعم الثقافة السائدة ونشر الهوية العرقية وإحياء الفنون والتراث واللغة.

3.2.1.1.3.1. تأثير السياحة على التطور الاجتماعي

يحدث النشاط السياحي تطور في درجة الوعي السياحي لدى السكان و الإحساس بأهمية بلدهم، كما أن الطبقات الاجتماعية تتقارب من بعضها البعض نتيجة زيادة مداخيلهم بسبب عملهم المباشر في السياحة، مما يؤدي إلى توازن المجتمع كما تساهم في زيادة الرغبة في الانفتاح على

العالم، مما يؤدي إلى التفاعل الحضاري مع العالم بالإضافة إلى زيادة فرص التقدم الاجتماعي بتطوير السلبيات الراسخة وتطور نوعي في السلوك.

3.1.1.3.1. الأهمية السياسية للسياحة

تؤدي الحركة السياحية دورا هاما في العلاقات الدولية بحيث تمثل أحد الاتجاهات الحديثة للتقليل من حدة الصراعات والخلافات الدولية، فهي تعتبر رمزا من رموز السلام والتآخي بين الدول، وتبرز هذه الأهمية من خلال النقاط التالية: [22] ص29

- تعتبر السياحة وسيلة لتحقيق التقارب السياسي بين الدول.
- تعد السياحة وسيلة التعارف بين الجنسيات المختلفة واختلاطها والمعاشية في ظل أنسجة اجتماعية وثقافية متباينة، ويحاول كل من الضيف والمضيف إرساء قيم الحوار والتفاهم حيث قد يصل الأمر إلى تدعيم هذه الصلات عن طريق علاقات النسب والمصاهرة.
- السياحة تصحح الانطباعات الخاطئة عن شعوب تلك المنطقة، وتعطي صورة حقيقية لمختلف الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية مما يؤدي إلى سيادة مشاعر السلام والعدالة.
- يساهم التدفق السياحي في المعرفة الحقيقية للشعوب مما يؤدي إلى تعاطفها معها في حالة ظهور نزاعات أو خلافات، من خلال مشاعر التأييد والمساندة والاستنكار لأي فعل فيه قهر وانتهاك لحرية الإنسان لكسب الرأي العالمي وتأييده.

4.1.1.3.1. الأهمية البيئية للسياحة

العلاقة بين البيئة والسياحة علاقة متكاملة وأساسية، وللوصول إلى تنمية سياحية متوازنة لابد من استغلال الموارد البيئية استغلالا أمثلا وعدم الضغط على المواد الطبيعية بقصد تحقيق المنظومة المتكاملة بينهما، وتبرز هذه الأهمية فيما يلي: [12] ص242

- تحديد قيم وأهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية، فالسياحة تقدم المال والحوافز لترميم وتجديد الأبنية التاريخية والتقليدية وتوفير الدعم للحدائق الوطنية والمناطق المحمية.
- الحياة البرية عند استعمالها لأغراض سياحية يمكن أن تعدل خواص الحيوانات.
- توفر السياحة الحوافز لتنظيف البيئة من خلال مراقبة الهواء والماء والتلوث وغيرها من المشاكل، كما تساهم في تحسين الصورة الجمالية للبيئة من خلال برامج تنسيق المواقع والتصاميم المناسبة واستخدام اللوحات التوجيهية وصيانة المباني.

2.1.3.1. الآثار السلبية للسياحة

تحمل السياحة في طياتها جوانب إيجابية سبق وأن أشرنا إليها وجوانب سلبية تختلف باختلاف الجانب الذي ينظر إليها منه و تتمثل هذه الآثار فيما يلي:

1.2.1.3.1. الآثار الاقتصادية

تعمل السياحة على خلق آثار اقتصادية سلبية في بعض الأحيان أهمها: [16] ص 151

- تجذب السياحة أعداد كبيرة من العمالة من قطاعات أخرى كالصناعة والزراعة، كونها توفر رواتب وظروف عمل أفضل كما أن هناك مشكل العمالة الموسمية.
- تركز المعطيات السياحية في مناطق دون أخرى داخل الدولة يؤدي إلى زيادة الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين هذه المناطق.
- تتراجع الفوائد الاقتصادية للسياحة إذا كانت المرافق ملكا لمستثمر أجنبي ويعمل بها عمال وافدون والخدمات والمواد اللازمة للنشاط مستوردة من الخارج.

2.2.1.3.1. الآثار الاجتماعية

أهم النشاطات السياحية ينتج عنها آثار اجتماعية سلبية تتمثل في:

- ضياع الهوية الثقافية المحلية للتأثر بالثقافات الوافدة، خاصة عند عنصر الشباب الذين يندفعون لتقليد السياح دون فهم، وعدم إمكانية مسايرة هذه الأنماط لانعدام القدرة المالية.
- زيادة القيود والضغوط المفروضة نتيجة تدفق السياح على العادات والتقاليد في أساليب الحياة البسيطة وبالتالي زيادة الازدحام في الأماكن المقصودة.
- شعور السكان المحليين خاصة المستجيبين بمنافسة الأجانب لهم من حيث حصولهم على الخدمة والتسهيلات، مما يشكل رد فعل سلبي لديهم خاصة عند الأخذ بعين الاعتبار الفرق المادي الكبير بين الطرفين وقدرة كل منهما على الحصول على الخدمات في ظل أسعار مرتفعة لتزايد الطلب.
- انتشار عوامل التحرر والفساد الخلقي بسبب انتشار الأنماط السلوكية السلبية في البلدان السياحية التي تتعارض مع ثقافة السكان المحليين.
- حدوث نوع من التصادم الثقافي أو المواجهة السلبية بين الثقافتين، بسبب الاختلاف الكبير بين عناصر الثقافتين وأساليب الحياة والمعتقدات والأفكار والآراء...

3.2.1.3.1. الآثار البيئية السلبية

تتعدد الآثار البيئية السلبية الناجمة عن الأنشطة السياحية و يمكن اختصارها فيما يلي: [16]

ص139

1.3.2.1.3.1. تلوث البيئة الطبيعية

يعمل التصميم غير المناسب للمرافق العامة وخصوصا أنظمة الصرف الصحي والتخلص من النفايات والاختيار غير الموافق لمواقع المرافق السياحية في الكثير من الأحيان على حدوث أضرار ومشاكل بيئية، خاصة تلوث مياه الشواطئ والبحيرات و تلوث الهواء.

2.3.2.1.3.1. تدمير المواقع التاريخية والأثرية

يؤدي الاستعمال المبالغ فيه وسوء استخدام المواقع الأثرية والتاريخية إلى إلحاق أضرار بها، ويعمل بمرور الزمن على اندثارها خاصة إذا لم تتوفر الصيانة المستمرة والرقابة الدائمة.

3.3.2.1.3.1. الأخطار الطبيعية ومشاكل استعمال الأرض

تتجم عن التخطيط غير الملائم للمرافق والنشاطات السياحية.

4.3.2.1.3.1. الأنشطة السياحية

العديد من الأنشطة كاستخدام القوارب، الغوص، المشي... يمكن أن تكون لها آثار سلبية على البيئة الطبيعية، كما أن الكثافة العددية تؤدي إلى تعرية الممرات وتفتيت الأبنية التاريخية، فكثرة القوارب قد تؤدي إلى تخريب الشواطئ وهذه الآثار تظهر بعد زمن معين حيث تصبح مشكلة مستعصية الحل تخرج الموقع من السوق السياحية.

2.3.1. الاستثمار السياحي ودواعيه

تعد المشاريع السياحية من أكثر المشاريع جلبا لرؤوس الأموال بالنسبة للمستثمرين الأجانب والمحليين، حيث أن الاستثمار السياحي تتعدد مجالاته مثل أماكن الإيواء الفندقي، القرى السياحية، مراكز الاستشفاء والعلاج، أماكن الترفيه والترويج، المراكز الرياضية والمطاعم... الخ. يتطلب تطوير السياحة استثمارات مالية كبيرة خصوصا المرافق الخاصة بالإقامة والخدمات والبنية التحتية، وتساهم الدراسات في تحديد سياسات الاستثمار في المناطق السياحية المختلفة وما يلزم لتحريك كافة أوجه التنمية المطلوبة، حيث لا بد من دراسة فرص الاستثمار المحلية والعالمية

المتاحة، وينتج عن الخطط والبرامج السياحية تقديرات للاستثمارات السياحية المطلوبة لإنشاء المرافق وخدمات البنية التحتية وتجهيز وتطوير عناصر الجذب السياحي [34] ص 26.

1.2.3.1. طبيعة الاستثمار في السياحة

يعتبر قرار الاستثمار قرارا استراتيجيا لا بد من دراسته في ضوء الظروف الاقتصادية المتوقعة خلال فترة حياة المشروع، حيث يصل الاستثمار في الأصول الثابتة ما بين 70 و90% بينما الاستثمار في الأصول المتداولة يتراوح بين 10 و30% من إجمالي رأس المال المستثمر [32] ص 66. ونظرا إلى أن الاستثمارات التي تخدم السياحة مباشرة تتطلب حجما كبيرا من التمويل فإن المستثمر يتردد في ممارسة الاستثمار السياحي وهذا نظرا للاعتبارات التي تحيط بالطلب السياحي في الدول كما أن هناك اعتبارات أخرى تتمثل في:

- بقاء الاستثمار في أصول ثابتة لمدة طويلة (20-25 سنة) مع مخاطر ما يحدث من تغيرات في ظروف السوق بالإضافة إلى التغيرات السياسية والاجتماعية.
- موسمية الطلب في المناطق السياحية مما يؤدي إلى عدم إمكانية تحقيق معدلات مرتفعة من الأشغال وبالتالي عدم إمكانية تحقيق الأرباح المرضية.
- المشاريع السياحية لا تستطيع تغيير منتجاتها أو خدماتها كالمشاريع الأخرى فالاستثمار أبدي، وهذا ما يعكس صعوبة القرار الاستثماري في هذا النوع وضرورة دراسة جدواه دراسة خاصة تعكس كل الخصائص.
- العائد الصافي من الاستثمارات السياحية في حدود 10 إلى 15% وهو معدل لا يغري المستثمرين الذين يرغبون في تحقيق معدلات أكبر [27] ص 26.

والملاحظ أن رأس المال الثابت المستثمر في السياحة له طبيعة مزدوجة فهو استثمار في الأراضي والمباني والتشييد واستثمار في التجهيزات وتتجلى أهمية هذا الفرق بظهور أنماط جديدة للتنظيم في القطاع منها:

- الأراضي والمباني و التجهيز ملك لمستثمر يعهد لمنشأة أخرى بتشغيلها.
- الأراضي والمباني ملك لمستثمر يأجر التجهيزات بدلا من شرائها ثم يشغلها.

1.1.2.3.1. دور الدولة

تعتبر الدولة عونا اقتصاديا هاما في مجال السياحة حيث يتمثل دورها في أشكال مختلفة كالمساهمة في التسويق والإعلام والإعلان السياحي، إنشاء وتسيير منشآت سياحية، المشاركة في

مؤسسات سياحية مختلطة، تقديم الدعم وقروض بفوائد منخفضة، التعليم والتدريب... الخ [20] ص43.

تتحدد طريقة تدخل الدولة حسب القواعد الأساسية لتدخلها في الاقتصاد ككل، فمشاركتها في انجاز منشآت سياحية تريد من ورائها إيجاد مكانة للمناطق التي تمتلك موارد سياحية جيدة والتي لا تمثل مناطق جذب بالنسبة للقطاع الخاص خاصة في المراحل الأولى من تطويرها. ويقع القسم الأكبر من مهام التنمية السياحية على أنشطة القطاع الخاص لكن هناك جوانب تنفذها الدولة ضرورة، ففي حالات عديدة لا يكون لدى القطاع الخاص رأس المال والإمكانيات لتنفيذ تجهيز موقع لأن السياحة تنسم بضخامة استثماراتها و طول فترة الإنشاء، كما قد يكون الموقع جديد أو غير معروف وتستهدف الدولة من تجهيزه أغراضا اجتماعية، فتبادر بالقيام بالعملية التنموية بنفسها فتخطط وتنفذ وقد تكتفي بإنشاء البنية التحتية وتقوم بنشاط التأهيل والتدريب وتقديم حوافز للمستثمرين، لكن هناك مشاريع تتطلب قيام الدولة بتنفيذها كاملة كالمطارات والموانئ وشبكة الطرق... الخ [12] 267.

2.1.2.3.1. تقدير الإنفاق الاستثماري

يتبع عند تقدير الإنفاق الاستثماري للمشاريع السياحية طريقة تحديد الإنفاق كدالة للأهداف، يحدد العائد من الاستثمار في البداية ثم تقرر الحلول الاقتصادية التي تحدد هذا الإنفاق الذي يحقق العائد، و تتمثل مزايا هذه الطريقة في: [32] ص 62

- تجنب الوقوع في مشكلة عدم التناسب بين الإنفاق الاستثماري وحجم العائد منه، أي تجنب تحميل المشروع إنفاق لا يحقق عائدا يتناسب معه و يضطر المشروع بعد ذلك إلى محاولة التعويض من خلال رفع الأسعار.
- تحقيق الملاءمة في بعض الأحوال خصوصا عندما يكون العائد من الاستثمار محددا بظروف اقتصادية خارجة عن إرادة المستثمر.
- وضع حدود على حرية الجانب المعماري في التصميم أو المبالغة في الإنفاق الاستثماري مما يبعده عن الرشادة الاقتصادية.
- تناسب هذه الطريقة الحل المعماري الذي يتمثل في مشروع مبدئي دون الخوض في التفاصيل، إذ أن تحديد الاستثمار مبدئيا وبطريقة تحليلية يحقق المرونة للمجهزين في إجراء التعديلات ووضع البرنامج النهائي في إطار الإنفاق الاستثماري المقدر وطبقا للمواصفات العالمية والمحلية.

- ويمثل القرار الاستثماري أهم قرار تتخذه المنشأة والذي يعتمد على مفهوم المنفعة وكل تصرف يتبع القرار تكون له نتيجة ويتخذ من خلال ما يلي: [20] ص108
- معلومات عن البيئة المحيطة بالمشروع كاستقرار الظروف السياسية واكتساب ضمان للاستثمار ومعلومات حول المؤسسات المالية.
 - معلومات حول المشروع والتي تتمثل في المقدرة على تحقيق الربح، العائد المالي والسيولة الكافية لتغطية الاستثمار وطريقة تسديد القروض وفوائدها.
 - تحليل المخاطر إذ لا بد من دراسة الفرضيات أو التنبؤات التي يمكن أن تحدث، من خلال تحديد حد أدنى وحد أقصى لجميع المتغيرات الممكنة للعوامل الهامة التي تدخل في حساب المردودية.
 - تقدير الاستثمار من خلال عاملين هما رأس المال والقروض إذ لا بد من معرفة معدل الفائدة بالنسبة لها وجدول تسديدها.
 - تكلفة الاستثمار أي تحديد الربح الصافي يتطلب تحليل ميزانية الاستثمار منذ البداية، وتتمثل التكاليف التي تتحملها المنشآت السياحية في: الأراضي وتجهيزاتها حيث تمثل من 8 إلى 12% من المبلغ الإجمالي للاستثمار، البناء والتشييد، التجهيزات والأثاث ومعدات الاستغلال، التجهيزات الملحقة كالمسابح والتجهيزات الرياضية وغيرها، نفقات قبل الاستلام كالإعلانات والأجور والتكاليف المالية خلال البناء الناتجة عن فوائد القروض [20] ص110.

إن الاستثمار السياحي عائد له ليس سريعاً ويحتاج إلى مستوى من التشغيل وعمالة مدربة، لذلك فالعديد من الدول المستقبلية للسائحين اتخذت العديد من الإجراءات لتشجيع جلب رؤوس الأموال الأجنبية والوطنية، فالاستثمارات الأجنبية تجلب معها الخبرة والتكنولوجيا وإمكانية التسويق ومهارة الإدارة وتوزيع المبيعات في السوق كما أنها تتمتع بضخامة رأسمالها المساعد على إقامة خدمات البنية التحتية، إلا أن من نتائج هذه الاستثمارات الأجنبية التسرب العالي للأموال مما يؤدي إلى عجز ميزان المدفوعات فتصبح عائدات السياحة هامشية بالإضافة إلى التحكم الخارجي لهذا القطاع.

2.2.3.1. دوافع الاستثمار السياحي

تجتمع العديد من الدوافع والأسباب للاستثمار في المجال السياحي سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي، بهدف زيادة الدخل وتنويع مصادره وتقليل عجز ميزان المدفوعات ومن بين هذه الدوافع التي تقف وراء الأخذ بالاستثمار السياحي ما يلي:

1.2.2.3.1. التنمية الاقتصادية والتقريب بين المستويات الاقتصادية الإقليمية

يشكل الاستثمار بشكل عام دعامة الاقتصاد ونجد أن الاستثمارات السياحية تظهر آثارها على حجم النقد الأجنبي، فإذا كانت الدولة تعاني من قلة نصيبها النسبي في التجارة الدولية إضافة إلى العراقيل التي تواجهها لزيادة صادراتها وما يتعرض له الطلب من عوامل منها المنافسة والاتجاه للتقليل من استخدام المواد الخام، كما أن الكثير من الاستثمارات في الصناعات قد يزيد من التبعية إلى الدول الصناعية لصعوبة نقل التكنولوجيا، فتظهر الاستثمارات السياحية كتعويض خاصة إن كانت الدولة تتمتع بمقومات وعناصر جلب سياحي عديدة مغرية ودائمة، فهي لا تحتاج لعناصر معقدة خاصة التكنولوجيا منها، كما أنها تعمل على تحفيز المزيد من الأعمال والمشاريع كالصناعات التقليدية والحرف مما يحافظ على تراث البلد ويعمل على خلق فرص عمل جديدة كما أن أسعارها منخفضة في الدول النامية مما يضيف عليها ميزة نسبية .

فإذا ما أولت الدول النامية عناية لمجالات الاستثمار في القطاع السياحي فذلك حتما سيؤدي دورا بارزا في الإنماء الاقتصادي والاجتماعي الذي يقود إلى التنمية الشاملة، كما أن توزيع المشاريع السياحية على الأقاليم المختلفة للدولة وبالذات الأقاليم ذات المستويات التنموية المنخفضة سيعمل على تنميتها وتطويرها، من خلال خلق فرص عمل جديدة وتحسين مستوى المعيشة للسكان فيها مما يؤدي إلى سد الفجوة التنموية الاقتصادية بين الأقاليم المتطورة وغير المتطورة داخل الدولة [16] ص42.

2.2.2.3.1. زيادة الدخل الوطني ودعم ميزان المدفوعات

تحدث السياحة تحولا في بعض الأنشطة التقليدية في البناء الاقتصادي للمجتمع عن طريق الاستثمار في المناطق المختلفة، فتزيد مداخيل القوى العاملة في هذا المجال وبالتالي زيادة الدخل الوطني [29] ص524.

وتزايد معدلات الإنفاق السياحي نتيجة ما ينفقه السائح مقابل الإقامة ومختلف الخدمات التي توفر و خصوصا أن الشراء بالعملة الأجنبية مما يضيف رصيذا لدخل المجتمع، فالطلب السياحي يخلق قيمة مضافة تؤدي إلى نمو حقيقي في الدخل الوطني عن طريق مختلف القطاعات الإنتاجية التي تتحرك بصورة ديناميكية متفاعلة منتجة للإنفاق والاستهلاك السياحي الذي يخلق دائرة اقتصادية مركبة تؤثر ايجابيا على تحريك وتنشيط الدورة الاقتصادية على المستوى المحلي والوطني، وبالتالي فإن الاستثمار السياحي يؤدي إلى نمو الدخل الوطني الشيء المطلوب في التنمية فالأخذ به أمر مهم في العملية التنموية.

أما عن دور الاستثمارات السياحية في ميزان المدفوعات ومكانة الإيرادات من الحركة السياحية، فهي تظهر في بند حساب رأس المال والذي يشمل الاستثمارات التي حصلت عليها الدولة من الخارج، والموجودة لديها والاستثمارات التي قدمتها الدولة للخارج كمدفوعات وما عليها من التزامات فهي تساهم مساهمة فعالة في تغطية جزء من عجز ميزان المدفوعات.

3.2.2.3.1. صناعة السياحة أقل منافسة من الصناعات الأخرى

يكون معدل التغير في السوق السياحي بدرجة أقل مما يقلل من درجة وحدة المنافسة مقارنة مع القطاعات الأخرى التي يعتمد فيها على التكنولوجيا العالية وهذا ما يلاءم أوضاع الدول النامية [32] ص526، وصناعة السياحة من الأنشطة الاقتصادية التي أساسها العمل الإنساني حيث لا تعتمد على التكنولوجيا قدر ما تعتمد على تسويق وترويج للخدمات، كما أن التوسع في الطلب السياحي وحجم السياحة الدولية والداخلية يؤدي لتغيير مماثل في نوعية وأبعاد مختلف منشآت وخدمات صناعة السياحة سواء في الخدمة نفسها أو قيمة الاستثمار وحجمه، لهذا تعد عملية الترويج لعناصر الجلب السياحي وتوفير مناخ الاستثمار والتسهيلات الأساس الأول للانتقال إلى مرحلة الترويج لصناعة السياحة المتاحة بأكملها في البلد نظرا لأنها صناعة مركبة تتطلب استثمارات وخبرات وإعانات.

3.3.1. محددات نمو الاستثمار السياحي وعوائقه

يتقيد النمو السياحي أو بالأحرى الاستثمار السياحي بعدة عوامل ومحددات تجعله يأخذ الحجم اللازم له أولاً ثم تظهر منافعه وآثاره لاحقاً، كما أن هناك عوامل تحد من نموه وتعيقه.

1.3.3.1. محددات نمو الاستثمار السياحي

يتأثر الاستثمار السياحي بعوامل تحدد نموه مستقبلاً من حيث حجمه وطبيعته ومصدر تمويله، كما أن للتسهيلات والضمانات الموضوعية أثر عليه قد تدفع بنموه أو تأخره.

1.1.3.3.1. طبيعة الاستثمار والموقع الجغرافي

يؤدي قرب البلد من الأسواق التي لها دور كبير في حركة السياحة الدولية إلى زيادة حجم التدفق السياحي، بسبب توفير الوقت وانخفاض التكلفة فضلاً عن تنوع وسائل النقل خاصة على مستوى السياحة الإقليمية من خلال برامج المجموعات السياحية.

كما أن تمتع السوق السياحي بمقومات سياحية يعد سببا لنمو الاستثمارات في هذا المجال فهي التي تعمل على اجتذاب السياح وتنشيط السياحة وتفعيلها، وهي تجمع جغرافية وتنوع تضاريس البلد وجمال مرافقه الطبيعية وتميزها وما يزرخ به البلد من مواقع ومعالم تاريخية هامة وتراث حضاري عريق، وتتطلب الأنشطة السياحية موارد مالية ضخمة لإنشاء المرافق الأساسية لها لذا عادة ما تحتاج عملية تمويلها إلى قروض طويلة الأجل، حيث تساهم المؤسسات المالية الدولية كالبنك الدولي من خلال تقديم قروض لهذا الغرض للدول النامية، وفي هذا الصدد لدينا نوعان من الاستثمارات التي باتت من الضروري تحقيق التوازن بينهما وهما: [27] ص 67

- تبعا لمعيار القطاع العام والخاص: عادة تقوم الحكومة بتوجيه الاستثمار في القطاع السياحي إذا اعتبر قطاعا استراتيجيا في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث أن الأنشطة الحكومية لا تعيق أنشطة القطاع الخاص.

- تبعا لمعيار الاستثمار المحلي والأجنبي: تجلب الاستثمارات السياحية الأجنبية رأسمال وخبرة وتكنولوجيا، ولا بد من مراعاة تحقيق قيمة إضافية وإلا تعتبر عائدات هامشية [27] ص 68.

2.1.3.3.1. التسهيلات والحوافز المقدمة

تبحث الاستثمارات السياحية دائما عن ركيزتين أساسيتين لمباشرة نشاطها وهما الضمانات والحوافز شأنها في ذلك شأن أي نشاط استثماري، فتوافر الاستقرار ومناخ ملائم للاستثمار إلى جانب محفزات عديدة أخرى أهمها منظومة القوانين والتشريعات المتعلقة بالاستثمار سواء كان محليا أو وافدا وكذلك توافر بنية تحتية ملائمة ووعي سياحي عام بين مختلف شرائح المجتمع، ويمكن أن نقسم هذه التسهيلات إلى نوعين هما:

1.2.1.3.3.1. التسهيلات السياحية

إن توفير الأرض بأسعار تشجيعية وتوفير البنية التحتية بدون مقابل للمستثمر خارج الموقع أو ضمن موقع المشروع أو جزء منه بحيث تسترد التكلفة مقابل إيجار المنشآت، وتوفير شبكة طرق جيدة ووسائل اتصال وخدمات فعالة واستتباب الأمن وتسهيلات الإقامة وتوفير السلع الكمية والنوعية كل هذا كفيل باستيعاب المزيد من السياح والقيام بالمزيد من الاستثمارات السياحية المحلية والأجنبية، وتؤدي المنافسة دورا كبيرا من حيث التكلفة والسعر خاصة من المجموعات السياحية [34] ص 26.

2.2.1.3.3.1. الحوافز والإعفاءات المقدمة

تتخذ الدولة إجراءات عديدة لدعم صناعة السياحة وهذا بتهيئة المناخ للاستثمارات الخاصة وتزويد المستثمرين بالمساعدات المالية، فتهيئة مناخ ملائم للاستثمارات السياحية يكون من خلال دراسة مجموعة قوانين الاستثمار عامة وما يخص السياحة على وجه التحديد، ووضع قانون خاص بالاستثمار السياحي يهدف إلى تنمية وتطوير القطاع ومرافقه وتشجيع الاستثمار في مجالاته المختلفة وخلق وإيجاد الظروف الملائمة لها وترسيخ أسباب تشجيعها والعمل على ضمان حمايتها، وهذا من خلال جمع ونشر المعلومات والدراسات اللازمة لتشجيع رؤوس الأموال المحلية والأجنبية على الاستثمار، وإجراء اتصالات بالجهات التي ترغب في الاستثمار في البلد وتعريفها بفرص الاستثمار المتاحة والترويج لها بوسائل الإعلام والنشر المختلفة وتبيان الامتيازات التي تمنح لها [34] ص 28.

بالإضافة إلى توفير الضمانات مقابل عدم التأميم أو مصادرة الاستثمار وتوفير الحوافز للمشاريع الموافقة عليها والتي تنسجم مع البرامج والمشاريع والخطط التنموية السياحية ذات التنظيم الملائم وقد تكون الحوافز لنوع معين من المشاريع، وتتنوع صور المساعدات المالية التي تقدم للمستثمرين في القطاع السياحي وأهم صورها:

1.2.2.1.3.3.1. الإعانات

وهي تنقسم إلى إعانات نقدية وعينية: [27] ص 69

* الإعانات النقدية: وهي مبالغ مالية ترصد لمساعدة المستثمرين في مجال السياحة لإقامة مشاريع جديدة في مناطق تستهدف تنميتها، تعود على الدولة بالنفع الاقتصادي حيث تمثل نسبة محددة من تكلفة المشروع الذي توافق الدولة على إقامته [28] ص 33.

* الإعانات العينية: تتمثل في منح الأراضي في المناطق السياحية أو تأجيرها أو الانتفاع بها لأجل طويل دون مقابل و بشروط مقبولة، مع منحه خيار الشراء بسعر مخفض خلال مدة .

2.2.2.1.3.3.1. القروض طويلة الأجل وبأسعار فائدة منخفضة

تمنح هذه القروض للمستثمرين في المشاريع الهامة من خلال البنوك والمؤسسات الحكومية الخاصة، ويمنح هؤلاء فترة سماح قبل البدء في سداد أقساط القرض لمدة سنة أو ثلاثة سنوات من تاريخ بدء تشغيل المشروع وتتراوح آجالها من 20 إلى 25 سنة.

3.2.2.1.3.3.1. الإعفاءات الضريبية والجمركية

تقرر بعض الدول إعفاءات ضريبية كاملة لمدة تبلغ خمس سنوات وأحيانا تقرر إعفاءات جزئية في السنوات التالية لمدة تتراوح بين 10 و 15 سنة، كما تقوم بتقديم إعفاءات جمركية على الواردات من المعدات والتجهيزات التي تحتاجها المشاريع السياحية [28] ص 34.

4.2.2.1.3.3.1. تقديم المساعدات الفنية

تكون هذه المساعدات في إعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والفنية للمشاريع السياحية، وتدريب الإطارات العاملة في القطاع في معاهد ومدارس خاصة بهذا الغرض من أجل رفع كفاءتهم المهنية.

5.2.2.1.3.3.1. تقديم مزايا للاستثمارات الأجنبية

تقدم الدولة حوافز متنوعة، حيث توفر لها الأمان والسيولة والعائد وتوفير المناخ المناسب للاستثمار الأجنبي، وإرساء عوامل الاستقرار الاقتصادي والسياسي ووضع القوانين التي تكفل تحويل الأرباح بسهولة.

3.1.3.3.1. وسائل تدفع بنمو الاستثمارات السياحية

هناك وسائل أخرى تدفع الاستثمارات السياحية إلى النمو، منها:

1.3.1.3.3.1. تخطيط سياحي علمي شامل

التخطيط هو النظر للمستقبل لتحقيق الأهداف ورسم الأساليب العلمية والعملية لبلوغها ولمحاولة التغيير في الحياة الاجتماعية والتنبؤ بها ومحاولة تنظيمها والتأثير فيها، ويعرف التخطيط السياحي بأنه [16] ص 56: "نوع من أنواع التخطيط التنموي وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المنظمة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاحة والكامنة ولأقصى درجات المنفعة، مع متابعة وتوجيه وضبط لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية عنه وهو يهدف إلى تحقيق توازن بين العرض والطلب السياحيين".

توسع الحكومات أهدافها وتوجهاتها في مجال التنمية السياحية لأبعد من فوائدها الاقتصادية فإن التخطيط يصبح مهما وحيويا أكثر للنجاح في تحقيق تلك الأهداف، ونمو السياحة خلق ضغطا على الدول لاستخدام التخطيط كوسيلة لخلق مواقع ذات نوعية متميزة.

2.3.1.3.3.1. الترويج لفرص الاستثمار السياحي الموجودة

لابد من إعداد دراسات تبرز كمية ونوعية المنتجات السياحية الناتجة عن العملية الاستثمارية، وإمكانية بيعها في الأسواق الخارجية والتعريف بها عن طريق الترويج لها.

3.3.1.3.3.1. التنظيم الفعال للاستثمارات السياحية

لابد من تنظيم جيد و فعال يعمل على تطوير الاستثمارات السياحية حتى تظهر آثارها النفعية على المستويات المحلية والإقليمية والدولية وعلى حجم الحركة السياحية، و يختلف شكل هذا التنظيم من بلد لآخر قد تقوم به مؤسسات مستقلة تتمتع بخبرة واسعة وغالبا ما تكون تحت إشراف حكومي لمتابعتها لتحقيق التكامل بين السياحة والخطة الاقتصادية.

2.3.3.1. معوقات الاستثمار السياحي

أهم ما يعيق الاستثمار في مجال السياحة ما يلي:

- النقص الملحوظ في العمل المؤسسي للسياحة كصناعة متطورة على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي، إذ أن عدم تواجد تنظيم هيكلي للسياحة قادر على مواجهة التحديات والاستفادة من الفرص يعتبر عائقا أساسيا في تقدمه، ويجعل هذا النشاط ضعيفا محليا في مواجهة السياحة بأماكن أخرى ويصبح العائد متواضعا.
- نقص في الموارد المالية لدى المستثمرين المحليين بسبب ضالة المداخل وعدم القدرة على الحصول على قروض من البنوك.
- تأشيرات الدخول تشكل بعض التعقيدات المعيقة للسياحة.
- خطوط النقل الجوي وضريبة الدخول فعدم توافر خطوط نقل جوية حديثة ومؤهلة وبأسعار تنافسية أمر يعيق الاستثمار السياحي.
- عدم تحديث الفنادق وأماكن الإقامة المتوفرة وعدم إضافة خدمات جديدة وتجهيزات وأمر مكمل للسياحة.
- عدم تأهيل القوى البشرية.
- عدم تحسين البنية الأساسية أو انعدامها.

- ارتفاع الأسعار.
- عدم توافر خطة سياحية مرجعية بمعنى أن قيام منطقة سياحية دون خطة متكاملة تعيق وتؤخر الاستثمار، حيث أن كل مستثمر يتردد لعدم وضوح الرؤية لما سيحصل بمساحة الأرض المجاورة للمشروع.
- عدم الاستقرار الأمني والسياسي.
- صعوبة وتعقد الإجراءات البيروقراطية بما فيها إجراءات التسجيل والحصول على ترخيص.

تعتبر السياحة عاملا مساعدا على التنمية فهي ذات دور فعال وهام في الحياة الاقتصادية خاصة كونها مصدرا من مصادر جلب العملة الصعبة، وهي تحتاج لاستثمارات عديدة في مختلف مجالاتها تتحدد بعوامل مختلفة تسمح بنموها.

أضحت السياحة صناعة قائمة بذاتها وأصبحت الاستثمار الأكيد لكافة المستثمرين مهما تنوعت الأدوار والوظائف، إذ تعتبر ظاهرة قديمة تطورت بسرعة تبعا لتطور الحياة وأساليبها حتى أصبح يطلق عليها الصناعة الواردة للتغلب على المشاكل الحادة المتعلقة بالبطالة وأثارها... الخ حيث أنها مرتبطة بالعديد من الصناعات المباشرة وغير المباشرة.

تحتاج السياحة إلى استثمارات تكون مواكبة للعصر وتطوراته في القطاع، وهي بدورها تحتاج لتسهيلات وحوافز عديدة بالإضافة إلى دعم مستمر ومناخ ملائم لها.

فالسياحة صناعة هامة تدعم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، حيث أصبحت مطلبا اجتماعيا كونها تعبر عن رغبة إنسانية في التنقل وتفتح المجال لخلق فرص العمل، ومطلبا اقتصاديا حيث تساعد في رفع مستوى المداخيل، وتدفق العملات الأجنبية وجلب رؤوس الأموال وفتح المجال للاستثمار مما يجعلها مصدرا هاما من مصادر الدخل الوطني.

الفصل 2

السوق السياحي وحركة السياحة الدولية والعربية

يمثل السوق السياحي نقطة التقاء الطلب السياحي بالعرض السياحي، أو بمعنى آخر التقاء الأشخاص المسافرين أو المحتمل سفرهم إلى منطقة ما مع العرض المقدم من طرف المؤسسات السياحية كالفنادق والمطاعم وشركات ووكالات السفر والخدمات السياحية المختلفة، حيث يمتاز هذا السوق بالتعدد لنداخل مكوناته وبتطور السياحة تطورت الأسواق السياحية وأصبحت عالمية تحكمها منافسة شديدة.

حققت السياحة الدولية نموا متسارعا اعتبارا من الخمسينيات حيث حققت نموا مثيرا واستطاعت بعض الدول النامية أن تستفيد بشكل متزايد من النمو السياحي العالمي، بينما يحاول البعض الآخر الاستفادة من هذا النمو ومن التطورات السريعة في النقل الجوي والبحري والبري فلقد أضحت السياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج. أما البلدان العربية رغم تمتعها بطبيعة وتراث حضاري وتاريخ عريق تبقى بعيدة عن الأرقام العالمية نظرا لعدم إعطائها قطاع السياحة الأولوية في برامجها التنموية.

وعليه سنحاول التطرق في هذا الفصل إلى:

1.2. مكونات السوق السياحي،

2.2. السياحة الدولية واتجاهاتها،

3.2. حركة السياحة العربية.

1.2. مكونات السوق السياحي

السوق هو المكان الذي يتم فيه بيع وشراء السلع والخدمات وبمعنى آخر هو مكان التقاء الطلب والعرض، ويختلف سوق الخدمات عن سوق السلع والبضائع حيث أن الخدمات تتميز بعدم قابليتها للتخزين عكس السلع فالخدمة تنشأ مع تكوين الطلب عليها.

فسوق الخدمات السياحية هو المكان الذي يتقابل فيه الطلب السياحي من السائحين بالعرض السياحي الذي تقدمه المؤسسات والشركات السياحية العاملة في هذا المجال، ويمكن تقسيم الأسواق السياحية إلى أربعة اتجاهات: [35] ص5

- الجغرافية: وتمثل الدولة، الولاية، المدينة، حجم المدينة، منطقة السوق ومسافات السفر.
- الديمغرافية: وتمثل العمر، الجنس، الحالة الاجتماعية، مستوى التعليم، الدخل العائلي، العادات والتقاليد، المهنة ومكان الإقامة.
- المنتوجات والخدمات: البحث عن الفوائد، أنواع التجهيزات أو المعدات، اتجاهات الشراء.
- النفسية: طريقة الحياة، الشخصية، التصرفات، الهوايات، الآراء والدوافع.

وتبعاً لذلك فإن السوق السياحي يعد سوقاً مختلفاً عن كل من سوق السلع والبضائع، ومن هنا كان من الضروري دراسة عناصر السوق السياحي أي كل من الطلب والعرض السياحيين، حيث أن لكل عنصر محددات وعوامل تؤثر عليه وتتأثر به وهذا ما سنستعرضه في هذا المبحث.

1.1.2. الطلب السياحي ومحدداته

يقصد بالطلب السياحي الأشخاص الذين يسافرون أو المحتمل أن يسافروا إلى منطقة معينة لإشباع رغباتهم في فترة معينة وبسعر معين، وهو يقسم إلى عدة أنواع وتتحكم فيه محددات عديدة نوردتها فيما يلي.

1.1.1.2. تعريف وأنواع الطلب السياحي

1.1.1.1.2. تعريف الطلب السياحي [36] ص157

يعرف الطلب على أنه رغبة المستهلك في اقتناء السلع والخدمات ودفع الثمن عنها في وقت ومكان معينين ولكي يكون فعالاً لا بد أن يكون مقترناً بالقدرة على الدفع، أما عن الطلب السياحي فيعرف على أنه [37] ص21: "المجموع الإجمالي لأعداد السياح الوافدين إلى المنطقة السياحية المواطنين منهم والأجانب".

كما يقصد به طلب الأشخاص الذين ينتقلون دورياً وبصفة مؤقتة خارج مكان سكنهم الاعتيادي لأغراض السفر المختلفة غير الإقامة والعمل المأجور [20] ص20، فهو يمثل مدى مشاركة السكان المحليين والأفراد والجماعات من الدول الأخرى في النشاطات السياحية المختلفة لبلد

ما، إذا فالطلب السياحي يمثل مختلف الكميات من السلع والخدمات التي يريد ويقدّر المستهلك شراءها بسعر محدد [19] ص36. ويختلف الطلب السياحي عن الطلب بشكل عام فيما يلي:

- ينصب الطلب بشكل عام على جميع السلع والخدمات المعروضة للبيع بالأسواق، في حين أن الطلب السياحي ينصب على نوع معين من الخدمات تسمى الخدمات السياحية أو ما يعرف بالمنتج السياحي، الذي يمثل مزيجا من العناصر المادية وغير المادية المقدمة للسائح والمتمثلة في المعطيات الجغرافية، الثقافية، الحضارية والبنية التحتية والخدمات السياحية الأساسية كالإيواء والنقل... [38] ص15

- يمارس الطلب بشكل عام من قبل المستهلكين القادرين على الشراء بينما الطلب السياحي يمارس من قبل شريحة محددة من المستهلكين تسمى السياح.

- يمارس الطلب بشكل عام على مدار السنة وفي جميع الأماكن والأسواق، في حين أن الطلب السياحي يمارس في فترات معينة من السنة كما أنه مقترن بتوافر وقت فراغ.

يقاس الطلب السياحي بأعداد الوافدين إلى المنطقة السياحية كما يستخدم مقياس عدد ليالي المبيت، وغالبا ما يتم تقدير متوسط بقاء السائح في الموقع ويضرب في عدد السياح الوافدين إليه لكي نصل إلى تقدير حجم الطلب السياحي الفعلي على المنطقة السياحية، وتستخدم المنشآت الخاصة بالإيواء مقاييس أكثر دقة تتمثل في عدد الأسرة أو الغرف المشغولة أو عدد الأسرة المباعة بالليلة الواحدة.

2.1.1.1.2. أنواع الطلب السياحي

يقسم الطلب السياحي طبقا للعامل الجغرافي إلى: [37] ص22

- الطلب السياحي المحلي أو الداخلي: ويتمثل في عدد السياح الوطنيين من حملة جنسية البلد الذين يقومون برحلات سياحية داخل البلد المقيمين فيه.

- الطلب السياحي العالمي أو الخارجي: ويتمثل في عدد السياح الأجانب من حملة جنسيات أجنبية مختلفة الذين ينتقلون عبر الحدود الدولية للبلدان المختلفة.

وهناك تقسيم آخر للطلب السياحي طبقا لمدى تحققه إذ يقسم الطلب السياحي إلى: [37]

ص22

- الطلب السياحي المحتمل (الكامن): يتمثل في الأشخاص الذين تشملهم القواعد الأساسية للسفر والسياحة، أي لديهم المال والوقت والقدرة على السفر.

- الطلب السياحي الفعلي (الحقيقي): يتمثل في أعداد السياح الذين ينفذون الرحلات السياحية بالفعل على مدار السنة، ويمكن قياس الطلب السياحي الفعلي عن طريق الإحصاء السياحي عند نقاط الحدود أو بالرجوع إلى السجلات الخاصة بالإيواء.

2.1.1.2. العوامل المحددة للطلب السياحي

يختلف الطلب السياحي من مكان لآخر ومن مرحلة زمنية لأخرى، لكونه يتأثر بشكل كبير بمجموعة كبيرة من العوامل ندرجها تحت فئتين: عوامل موضوعية وعوامل ذاتية [19] ص 37.

1.2.1.1.2. العوامل الموضوعية

تتمثل هذه العوامل فيما يلي:

1.1.2.1.1.2. العوامل الديمغرافية

يعتمد الطلب السياحي على عدد السكان فكلما زاد حجم السكان زاد الطلب السياحي والعكس، كما أنه يتأثر بالفئة العمرية حيث كلما زادت فئة الشباب في المجتمع زاد الطلب السياحي بسبب اندفاعهم نحو التغيير والتجديد والإطلاع، وازدياد عدد الأطفال في الأسرة الواحدة يقلل من الطلب السياحي والعكس إذا انخفض، وبعض المهن تتطلب كثرة السفر وأخرى تقيد أصحابها وتقف عائق أمام السياحة الخارجية [35] ص 152.

2.1.2.1.1.2. توفر وقت الفراغ

يقترن الطلب السياحي بعامل وقت الفراغ الذي يعتمد على الإجازات والعطل والمناسبات، إذ أن تقليص ساعات العمل اليومي والسنتوي الناتج عن ارتفاع الإنتاجية (في الدول المتقدمة) أدى إلى توفير وقت فراغ أطول، وساعد التطور التكنولوجي على زيادة وقت الفراغ لدى العمال كما ظهرت أنواع متعددة من الإجازات مثل الإجازات المدفوعة بأجر كامل، الإجازات بنصف أجر والإجازات بدون أجر.

3.1.2.1.1.2. مستوى الدخل

تعد الإمكانيات المادية المتمثلة بعامل الدخل من الشروط الأساسية لتحقيق الطلب السياحي، فإذا كان دخل المستهلك منخفضا سيكتفي بشراء السلع الضرورية وإذا زاد دخله إلى حد كبير يستطيع الإقبال على الإنفاق على الرحلات السياحية.

كما أن عملية توزيع الدخل بين أفراد المجتمع تؤدي دورا هاما في زيادة الطلب السياحي، فالعدالة في توزيعه تعني إيجاد الإمكانيات المادية لدى جميع الأفراد على المشاركة بالفعاليات السياحية، وسوء توزيعه يعني اقتصار الطلب السياحي على الطبقات الغنية فقط التي تكون حصتها كبيرة من الدخل وهذا ما يؤدي إلى انخفاض الطلب السياحي [37] ص 26.

4.1.2.1.1.2. الأسعار وسعر صرف العملة

كلما انخفضت أسعار المنتج السياحي يزداد الطلب السياحي والعكس وقد يتعدى ذلك إلى أسعار السلع والبضائع الأخرى التي يقبل على شرائها السياح أخذين أسعارها بعين الاعتبار، أما بالنسبة للسياحة الخارجية فالسائح يستبدل العملة الوطنية إما بعملة البلد المزور أو بعملة عالمية مقبولة من طرف هذا البلد ولا بد عليه المرور بعملية التصريف، فكلما انخفض سعر صرف العملة بالنسبة للبلدان المستضيفة للسياح زادت القوة الشرائية للوافدين إليها وبالتالي يزداد الطلب السياحي عليها.

فتخفيض سعر العملة الوطنية عملية مخطط لها ومقصودة بهدف رفع مستوى الطلب السياحي وبالتالي تنشيط دور السياحة ودعم ميزانية المدفوعات والتجارة الخارجية، كما يهدف هذا الإجراء إلى منافسة البلدان السياحية المجاورة لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السياح [37] ص 36.

5.1.2.1.1.2. الوسائل التسويقية

يعرف التسويق السياحي بأنه: "عملية إدارية تقوم من خلالها المشاريع السياحية بتحديد مجاميعها السياحية الفعلية والمتوقعة والاتصال بها لغرض التحفيز والتأثير وتحقيق رغبات السياح ودوافعهم وما يحبون وما لا يحبون على الصعيد المحلي أو العالمي، وتبني المنتج السياحي المطلوب من قبلهم بغرض تحقيق الإشباع الأفضل للسياح وتحقيق أهداف المشروع السياحي كذلك" [37] ص 30.

فمهمة السوق السياحي هي تحفيز الطلب السياحي والتأثير فيه من أجل تحويله إلى طلب سياحي حقيقي، وتتعدد طرق وأساليب ووسائل التسويق السياحي مثل الدعاية، الإعلان، الإعلام والعلاقات العامة والنشرات... الخ، وقد تطورت هذه الوسائل وأصبح السوق يتفنن فيها ويستعين بالوسائل التكنولوجية الحديثة المؤثرة في السياح وبالتالي فإن فعالية وتأثير الوسائل التسويقية تزيد من

الطلب السياحي، ويعد الوعي السياحي شرطاً أساسياً لتسويق المنتج السياحي فعلى السوق العمل على تطويره لدى أفراد المجتمع .

6.1.2.1.1.2. التكنولوجيا

تؤثر التكنولوجيا في الطلب السياحي من خلال زاويتين: [37] ص 31

- تأثير التكنولوجيا على عامل النقل والمواصلات، فقد تطورت وسائل النقل بشكل كبير وأصبحت تتميز بالتنوع والوفرة و السعة وانخفاض تكاليفها نسبياً مما أدى إلى إلغاء عامل المسافة.
- تأثير التكنولوجيا على عملية الإنتاج من خلال استخدام الآلات والمعدات التكنولوجية الحديثة التي تمتاز بكفاءة إنتاجية عالية تعوض عن عنصر العمل، وبالتالي تقليص ساعات العمل وإشباع وقت الفراغ للقوى العاملة الذي يعتبر أحد العوامل الإيجابية المؤثرة في الطلب السياحي، والمعدات التكنولوجية ذات الكفاءة العالية تزيد من كمية السلع والخدمات وبالتالي الدخل الوطني يزيد ويؤدي ذلك إلى ارتفاع مستوى دخل ومعيشة الفرد مما يؤثر بالنتيجة النهائية إيجابياً على الطلب السياحي.

7.1.2.1.1.2. التعمير والتصنيع

أصبح الفرد يريد الفرار من القلق الناتج عن التعمير والتصنيع اللذان يجعلان الحياة معقدة ومتعبة، مما يدفع الشخص إلى البحث عن وسيلة تغير له الجو الروتيني اليومي الذي يعيش فيه [19] ص 37.

2.2.1.1.2. العوامل الذاتية

توصل علماء الاجتماع إلى أن الجانب النفسي يعتبر المحرك الحقيقي لنشاطات الإنسان وتتمثل العوامل الذاتية في: [19] ص 38

1.2.2.1.1.2. العوامل الاجتماعية والثقافية

تدفع الضوضاء والتعب وظروف عمل الإنسان إلى البحث عن الراحة خارج إقامته، كما أن أحد العوامل التي يتوقف عليها الطلب السياحي هو المستوى الثقافي والتعليمي حيث أن امتلاك معلومات وافية عن طبيعة المعالم السياحية الموجودة داخل القطر وفي الأقطار الأخرى تكون بمثابة حافز يدفع الفرد المثقف للاشتراك في الرحلات السياحية، ويعد المستوى الثقافي أحد العوامل المهمة في تفسير أسباب ارتفاع الطلب السياحي عند البلدان المتقدمة وانخفاضه في الدول النامية.

2.2.2.1.1.2. العوامل الشخصية

تتمثل هذه العوامل في الحاجة إلى الطبيعة والراحة بالإضافة إلى الحاجة للاتصال بين المجتمعات للتعارف وتبادل الأفكار والآراء فيما بينهم، كما نجد أن الرغبة في زيارة الأماكن الدينية دافع لاتجاه أعداد كبيرة من السياح إلى أماكن معينة وفي فترات محددة كالمسلمين واتجاههم إلى مكة لأداء الحج والعمرة وزيارة الفاتيكان من طرف المسيحيين.

3.2.2.1.1.2. العوامل الداخلية

تضم هذه العوامل العادات السلوكية كسلوك المغتربين المتشابهة، الحاجة إلى البحث والاستكشاف، تأثير مسافة البلد المصدر، فعالية المعلومات و الإعلان.

هذه هي أهم العوامل التي تتحكم في الطلب السياحي مع ذلك هناك عوامل أخرى كالاستقرار السياسي والأمني، امتلاك سيارة، المسافة، المناسبات والأعياد، نوع المهنة المزاولة... الخ.

2.1.2. خصائص الطلب السياحي وسياسات تنشيطه

يتميز الطلب السياحي بخصائص عديدة ومتنوعة عن الطلب بشكل عام، كما أنه يعتمد على سياسات مختلفة تساهم في تنشيطه وتجعله طلبا فعالا وهذا ما سنستعرضه في هذا المطلب.

1.2.1.2. خصائص الطلب السياحي

تتمثل في المميزات التي يتصف بها الطلب السياحي مما يجعله متميزا ويتمتع بخصوصية عن أنواع الطلب على السلع والخدمات الاقتصادية الأخرى ويمكن إجمالها فيما يلي:

1.1.2.1.2. الطلب السياحي طلب موسمي

يتمركز الطلب السياحي بموسم معين يكثر فيه التدفق السياحي يسمى بموسم الذروة السياحي وموسم يقل فيه التدفق السياحي يعرف بموسم الكساد السياحي، فمستوى الطلب على المنتج السياحي ليس بنفس الوتيرة على مدار السنة بل هو طلب متذبذب يرتفع بشكل كبير في موسم الصيف وينخفض بشكل كبير جدا بقية فصول السنة، وهذا بسبب المناخ والعطل المدفوعة ووقت الفراغ حيث أن تركز الإجازات في فصل الصيف يؤدي إلى موسمية الطلب على المنتج السياحي وتوفر وقت فراغ في مجال مكاني وزماني معين يحدد هذا العامل [20] ص22.

2.1.2.1.2. الطلب السياحي طلب حساس جدا

يمثل الطلب السياحي عنصرا حساسا جدا للأحداث السياسية والأمنية، فبمجرد تأزم العلاقات السياسية بين بلدين يعني توقف النشاط السياحي بينهما وفي حالة الاستقرار وتوطيد العلاقات ينتعش الطلب السياحي [37] ص43.

3.1.2.1.2. الطلب السياحي طلب مرن اتجاه الأسعار

تعرف مرونة الطلب بمدى استجابة المستهلك للتغيير في أسعار السلع و الخدمات و مرونة الطلب السياحي تعني درجة استجابته للتغيرات في الأسعار، وتعد السياحة حاجة كمالية لذلك فالطلب السياحي طلب مرن في الظروف العادية، فدرجة استجابة السائح للتغيرات في أسعار الخدمات السياحية تكون عالية جدا ولها تأثيرات على سلوكه، فعادة ما يبني السائح قراراته الخاصة باختيار الرحلة السياحية المناسبة على أساس عامل سعرها وأي تغيير طفيف في أثمان الخدمات السياحية يؤدي إلى تغيير كبير في الكميات المطلوبة من قبل السائح [35] ص152.

4.1.2.1.2. الطلب السياحي مرن اتجاه الدخل

تعرف مرونة الطلب الدخلية بمدى استجابة المستهلك للتغيرات في الدخل، فإذا حدثت زيادة في دخل الفرد فإن الطلب على السياحة سوف يزداد و بنسبة تفوق التغير النسبي في الدخل [37] ص50.

5.1.2.1.2. الطلب السياحي طلب ممتد

تعد السياحة صناعة بلا مداخن بضاعتها الخدمات وأسواقها الناس، تتميز بدور اقتصادي فعال بسبب امتدادات الطلب السياحي المعقدة المباشرة منها وغير المباشرة إلى أكثر من قطاع، والتي تتميز بسرعة انتشارها بصورة شاملة فهي تتألف من عدة فروع تساهم في قيام صناعات ثانوية وجانبية وبالتالي فالقطاع كثيف الارتباطات والتشابكات مع بقية فروع الاقتصاد، فالطلب السياحي لا يؤثر فقط على الفعاليات السياحية وإنما تمتد أثره إلى غالبية القطاعات الأخرى.

6.1.2.1.2. الطلب السياحي طلب يتميز بالمنافسة

يمتاز الطلب السياحي بمنافسة شديدة حيث تكون بعض الدول محتكرة له في كثير من الحالات، بسبب امتلاكها لآثار ومواقع تراثية قديمة يصعب للدول منافستها في هذا المجال، فالدول

التي تتمتع بمقومات سياحية جذابة من صنع الخالق لا تستطيع الدول المنافسة لها صنع أو إنتاج مثل هذه الخدمات وهذا ما يجعل المنافسة فيها صعبة إلى حد ما.

2.2.1.2. سياسات تنشيط الطلب السياحي

يعتمد الطلب السياحي على عوامل عديدة تنشطه وتعمل على تحفيزه ويكون لها أثر كبير في جلب السياح، وإبراز الرغبة لديهم للسفر والتنقل واجتماع هذه العناصر يكون سياسة التنشيط وتتمثل هذه العوامل في:

1.2.2.1.2. الإعلان

يهدف الإعلان إلى التأثير على سلوك السائح الحالي أو المرتقب بطريقة توافق الأهداف العامة للمنشآت السياحية، من خلال تزويده بالمعلومات الضرورية حول المواقع السياحية ومنشآت الخدمات المختلفة [25] ص180، يكتسي الإعلان أهمية خاصة في عصرنا الحالي حيث تباعدت المسافات بين المنتج والمستهلك، الأمر الذي جعل الاتصال المباشر يكاد يكون شبه مستحيل، كما تظهر أهميته من خلال الأدوار التي يؤديها حيث يمكن – عن طريقه- إبلاغ المستهلك أو السائح بطريقة موجزة وفنية عن الأفكار والسلع والخدمات التي تقدمها المؤسسات بما يتوافق ومتطلبات العصر الحالي الذي يتسم بالسرعة، كما تظهر كذلك أهمية الإعلان بالنسبة للمنتجات الجديدة وخلق الطلب عليها.

ولكي يؤدي الإعلان دور في تنشيط الطلب السياحي لا بد أن يكون صادقا وهادفا وأن يكون في الوقت المناسب، حيث أن الرسالة الإعلانية تصل في موعدها الذي يتناسب مع كل سوق على حدة بحيث تكون جذابة ومقنعة، وتصنف وسائل الإعلان إلى ثلاث مجموعات هي وسائل مطبوعة كالصحف والمجلات ووسائل سمعية مرئية كالمحطات الإذاعية والتلفزيون ووسائل مرئية كالمصقات وإعلانات الفضاء.

2.2.2.1.2. الدعاية

الدعاية عبارة عن اتصال غير مدفوع الأجر بواسطة الجهة غير الجهة ذات المصلحة المباشرة وتعرف بالإعلان المجاني، فهي أسلوب مجاني للترويج حيث تهدف إلى التقريب بين العرض والطلب السياحيين من خلال التعريف بالإمكانيات المتاحة، عن طريق وسائل مختلفة كالنشرات، الكتيبات، الملصقات، الكلمة المسموعة والمكتوبة والمجلات السياحية، وهناك مميزات

عديدة تجعل الدعاية ذات قيمة عالية أهمها [25] ص199: المصادقية، الموضوعية، المرونة، المواكبة، التكلفة القليلة، الاختصار، الدقة موجهة لجمهور محدد.

3.2.2.1.2. العلاقات العامة

تعرف العلاقات العامة على أنها منظومة الأنشطة الاتصالية المتكاملة والمقصودة التي تركز على مبادئ أخلاقية مقبولة في المجتمع، وتهدف إلى خلق الثقة المستمرة والمتواصلة بين الدول السياحية و جماهيرها والحفاظ عليها كما تهدف إلى إعطاء المعلومات الصحيحة والصادقة عن موضوع معين، أو إلى محاولة إقناع الأشخاص بتغيير أرائهم ومواقفهم وسلوكهم إيجابيا اتجاه هذه الدول وأهم وسائل العلاقات العامة في السياحة تتمثل في: [25] ص194

- إنتاج أفلام سياحية سينمائية وتلفزيونية.
- تنظيم مسابقات تدور حول معالم الدولة السياحية .
- إعطاء هدايا سياحية في بعض المناسبات .
- تنظيم رحلات تثقيفية لممثلي الشركات الأجنبية والصحافة.
- النوادي الرياضية والاجتماعية والجمعيات والمنظمات الخيرية والزيارات المدرسية والمنح.

3.1.2. العرض السياحي وخصائصه

يعتبر العرض السياحي ظاهرة معقدة لتعدد وتداخل عناصرها وتعقد طبيعة المنتج السياحي، فهو عبارة عن مجموعة الخدمات المقدمة للسياح أثناء رحلتهم السياحية، وسنحاول في هذا المطلب التعرف على العرض السياحي ومكوناته المختلفة والخصائص التي يمتاز بها.

1.3.1.2. تعريف العرض السياحي ومكوناته

تتعدد التعاريف الخاصة بالعرض السياحي إلا أنها تصب كلها في معنى واحد، والمتمثل في رغبة المنتج في عرض السلع والخدمات في الأسواق مقابل ثمن معين وفي زمن معين ولهذا العرض مكونات تدخل في تركيبه.

1.1.3.1.2. تعريف العرض السياحي

يعرف العرض السياحي على أنه [37] ص50: "كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين وكل الخدمات والبضائع التي قد يحتمل أن تغري الناس لزيارة بلد معين"، كما يعرف أيضا على أنه: "مجموع السلع والخدمات السياحية المقدمة في

السوق بسعر محدد أو أنه مجموعة من العناصر سلع مادية وخدمات غير مادية (مناخ، ثقافة، قيم معنوية....) القدرة على إشباع طلب المستهلكين" [19] ص32.

والمنتوج السياحي يمثل تركيبة خاصة وهذا ما يجعل العرض السياحي معقدا حيث أنه يتكون من عناصر عديدة كالنقل، الإيواء، الإطعام، الترفيهية وخدمات أخرى ويمتاز بعدم قابليته للتخزين والنقل ويستهلك في مكان تواجد، فالعرض السياحي يواجه خاصية الموقع أو المكان إذ أنه في السياحة الموارد السياحية توجد في مكان بينما السائح يوجد في مكان آخر [38] ص21. كما أن لعامل الزمن دورا في ذلك إذ يقدر المستهلك أو السائح إنفاقه وفقا للأيام التي يقضيها بالمكان المزور أو البلد السياحي [38] ص16.

يمكننا أن نقول أن العرض السياحي هو كل ما تستطيع أن تقدمه منطقة ما لقاصديها من السياح الفعليين والمتوقعين، متمثلا بسلسلة متصلة ومتكاملة من المغريات والعناصر الجذابة الطبيعية والبشرية ومن التسهيلات والخدمات والمنشآت التي من الممكن لها مجتمعة أن تؤثر أو تترك أثرا في نفوس قاصديها لزيارتها لمدة من الزمن، أو بمعنى آخر هو مجموعة المقومات القادرة على جلب السياح إلى منطقة ما و إبقائهم فيها لمدة من الزمن.

2.1.3.1.2. مكونات العرض السياحي

تعددت الدراسات التي اهتمت بتصنيف عناصر العرض السياحي حتى أن بعضها كان مختلفا في شأن بعض العناصر، ومن خلال التعاريف السابقة للعرض السياحي نلاحظ أنه يستند إلى ثلاثة مرتكزات أساسية هي المكونات الطبيعية، البشرية والمرافق والتجهيزات. كلها هذه ضرورية وليس بمقدور أي منها أن يكون كافيا لوحده لتنمية السياحة في منطقة ما وتحقيق النتائج و الأهداف المرجوة [35] ص153.

1.2.1.3.1.2. المكونات الطبيعية

تمثل المقومات ذات الأصل أو المنشأ الطبيعي فهي المحتوى الذي يضم بقية المقومات، التي لا بد أن تستند إليه وتشمل المناخ، التضاريس، السهول، الوديان، الشواطئ، الغابات... الخ.

2.2.1.3.1.2. المكونات البشرية

تمثل المقومات ذات الأصل أو المنشأ الإنساني، كالأثار الحضارية، المتاحف، الصناعات التقليدية، الفلكلور، المهرجانات... الخ.

3.2.1.3.1.2. الخدمات والتسهيلات

تشمل على عناصر ومقومات مساعدة وتكميلية للتنمية السياحية، التي بدونها تبقى المقومات البشرية والطبيعية كامنة وليست لها القدرة على جذب الاستجابة لطلب أو سد حاجة أو إشباع رغبة. مكونات العنصرين الأولين يشكلان المادة الأساسية التي تعكس الصورة السياحية للمنطقة والمقياس الجوهري للعرض السياحي وسبب مبرر وجود صناعة السياحة، حيث أن هذين العنصرين هما هبة من الله سبحانه وتعالى وإرث من الأجداد، والعنصر الثالث يمثل الوسائل التي تسهل للسياح التماس هذين العنصرين الرئيسيين وتجعلهم قادرين على تحسسها والاستمتاع بها [35] ص 153.

وتصنف المنظمة العالمية للسياحة عناصر العرض السياحي وفقا للجانب الاقتصادي والاجتماعي للسياحة كما يلي :

- التراث الطبيعي: المناظر الطبيعية، الحالات الجغرافية، منابع المياه، الشواطئ، الجبال... الخ.
- التراث الطاقوي.
- التراث البشري: المعطيات الديمغرافية، ظروف الحياة، العادات والتقاليد والمعطيات الثقافية.
- الجوانب التنظيمية والدستورية والسياسية.
- الجوانب الاجتماعية: التركيبات والبنىات الاجتماعية والعرقية للبلد، التربية، الإعلام.
- وسائل الخدمات كالنقل، الإيواء، الإطعام ...
- الأنشطة الاقتصادية والمالية.

2.3.1.2. خصائص العرض السياحي

يصنف القطاع السياحي ضمن قطاع الخدمات وهو يختلف عن بقية الأنشطة الخدمية الأخرى كونه نشاطا مركبا يتشكل من سلع مادية وغير مادية، فهو يشترك في بعض الخصائص مع الخصائص العامة للخدمات، ونجد أن العرض السياحي يمتاز بعدة خصائص ومميزات تميزه عن بقية أنواع العروض وأهم هذه الخصائص ما يلي :

1.2.3.1.2. يعتمد العرض السياحي بشكل كبير على عنصر العمل

يمتاز النشاط السياحي كونه نشاطا خدميا بصعوبة إحلال الآلة محل عنصر العمل، ويبقى استخدام الآلة محدودا في عملية تقديم الخدمات السياحية، فالعرض السياحي عرض مرتبط بعنصر العمل وتنميته تعني بالضرورة زيادة استخدام للقوى العاملة [37] ص72.

2.2.3.1.2. يعتبر العرض السياحي عرضا للخدمات

يشتري السائح عادة مجموعة خدمات تشكل المنتج السياحي وهي: خدمات النقل، خدمات الإيواء، خدمات الطعام والشراب، خدمات التسلية والترفيه ومجموعة من الخدمات والسلع الأخرى.

3.2.3.1.2. يمتاز العرض السياحي بكونه خدمات آنية مباشرة

تصنيع الخدمات يكون على مدار اليوم أو الساعة وفي الغالب تقدم الخدمات السياحية على مرأى السياح، وبذلك فهو يمتاز بعدم إمكانية حجب المنتج الرديء عن المستهلك وأي خطأ يقع سيكون ظاهرا للأعيان ومن الصعب تلافيه، فالإنتاج والاستهلاك يتمان في مكان ووقت واحد.

4.2.3.1.2. العرض السياحي غير قابل للتخزين

طالما هو عرض خدمي فلا يمكن تخزين الخدمات وبالتالي يكون العرض أنيا ومباشرا يصنع يوميا.

5.2.3.1.2. العرض السياحي غير قابل للنقل

المعتاد أن المستهلك ثابت والسلع تتحرك ويتم نقلها إلى الأسواق القريبة من إقامة المستهلكين، إلا أن الحال يختلف تماما في العرض السياحي حيث أنه ثابت والمستهلك (السائح) ينتقل ليفتني الخدمة السياحية [19] ص33.

6.2.3.1.2. يخضع العرض السياحي للمنافسة

طالما أن العرض السياحي متوفر بشكل كبير في كافة أرجاء العالم فهناك تنافس بين البلدان على تسويقه، كما أن هناك تنافس على صعيد المواقع السياحية داخل البلد الواحد وتنافس على صعيد المنشآت السياحية داخل الموقع السياحي الواحد.

7.2.3.1.2. يمتاز العرض السياحي بتعدد وتنوع وتداخل العناصر المكونة له

يعتبر المنتج السياحي مزيج مركب ومعقد يتكون من العديد من السلع والخدمات والمكونات الطبيعية عادة يصعب فصلها عن بعضها البعض، فالعوامل الطبيعية تتشابك مع العوامل التاريخية، الدينية، التراثية، الحضارية... لتشكل بمجموعها العرض السياحي، وقد يجمع السائح بين أنماط سياحية متعددة في آن واحد.

8.2.3.1.2. تعدد المنتجين الذين يشاركون في العرض السياحي

يساهم عدد كبير من المنتجين في صناعة المنتج السياحي، منهم من يكون في حدود القطاع السياحي كأصحاب الفنادق والمطاعم ومكاتب السفر وغيرها ومنهم من يكون خارج حدود القطاع كالأسواق، محطات الكهرباء والغاز... الخ، فلكل منتج دور في تصنيع جزء من العرض السياحي.

9.2.3.1.2. العرض السياحي عرض غير مرن

تعرف مرونة العرض على أنها مدى استجابة المنتج للتغيير في أسعار السلع والخدمات، وتقاس باستخدام معامل مرونة العرض الذي يعرف على أنه النسبة بين التغيير في الكميات المعروضة الناتجة عن تغيير أسعارها. والعرض السياحي في الظروف الاعتيادية عرضا غير مرن أي أن درجة استجابة المنتج في النشاط السياحي للتغيرات في أسعار الخدمات السياحية تكون منخفضة جدا، على الأقل في المدى القصير وذلك راجع إلى: عامل الوقت، كثافة رأس المال الثابت، العامل الطبيعي، عدم القابلية على التخزين والنقل والتحويل [37] ص 75.

10.2.3.1.2. تأثر السوق السياحية بالموسمية

تتأثر الأسواق السياحية بالموسمية إذ يوجد موسم الذروة و موسم الكساد، ففي موسم الذروة يعجز العرض عن استيعاب الطلب حيث يرتفع الطلب السياحي أما في موسم الكساد فالكميات المطلوبة أقل من الكميات المعروضة فتكون لدينا طاقة استيعابية عاطلة عن العمل [37] ص 82.

إن التفاعل بين العرض والطلب السياحيين بغرض تحقيق أهداف المشروع السياحي في تعظيم الأرباح يكون محدودا وصعب المنال، حيث أن هناك طاقات عرض غير مستغلة حيناً ودوافع طلب غير مستجاب لها في حين آخر، وبذلك نستنتج أن حجم العرض السياحي في السوق يجب أن يصمم على أساس التوفيق القائم بين مستويات الطلب السياحي المتذبذب على مدار أشهر السنة. فإذا زاد العرض السياحي عن الطلب السياحي فإنه يترتب على ذلك هبوط متوسط الأشغال وبالتالي

انخفاض الأرباح، في حين إذا زاد الطلب عن العرض السياحي فإن متوسط الأثغال (أماكن الإقامة) ترتفع ولكن يمكن للدولة أن تفقد جزء من الربح نتيجة لإلغاء جزء من الحجوزات وهذا ما يؤدي إلى تدهور الصورة السياحية للدولة، ولا شك أن تحديد حجم العرض يترتب عليه تحديد حجم العمالة المتاحة في النشاطات التجارية التكميلية كالمطاعم والشركات ووكالات السفر وشركات النقل السياحي... الخ، ويترتب على ذلك أن إيجاد التوازن بين الطلب والعرض السياحيين أمر أساسي يصعب تحقيقه.

والتوازن المنشود لا يعني فقط التوافق بين أعداد السائحين والليالي السياحية المتوقعة مع حجم الخدمات المعروضة والمتوفرة، ولكن يجب أن يتحقق التوازن كذلك في كل نوع من أنواع الطاقة الايوائية المطلوبة وفي كل مستوى منها، فالاختلاف بين مجموعات السائحين في النوع والعدد والمستوى يترتب عنه اختلاف مماثل وضروري في أماكن الإقامة. وما يزيد الأمر صعوبة هو أن مطالب السائحين ليست جامدة بل متغيرة دائما، مما يتطلب أن يكون مزيج الخدمات السياحية قابلا للتغيير الدائم ليوافق الطلب المتغير في جوانب كثيرة منها الاقتصادية والاجتماعية والسيكولوجية، وطالما أن تطوير المنتج السياحي يعتبر جزءا ضروريا للتسويق، فإن الخدمات السياحية يجب أن تكون على علم بما يجري من مطالب ورغبات متغيرة في السوق السياحي لكي تستطيع ملاءمة هذه المتغيرات الحاكمة للطلب السياحي.

مما سبق نستخلص أن السوق السياحي سوق معقد يختلف عن الأسواق الأخرى وهذا لتعدد مكوناته، المتمثلة في الطلب والعرض السياحيين اللذان يتمتعان بخصائص ومميزات خاصة تميزهما عن الطلب والعرض في السوق العادي.

2.2. السياحة الدولية واتجاهاتها

تشهد صناعة السياحة تطورا ملحوظا ومتزايدا للسياحة الدولية حيث يبقى الطابع الغالب فيها بمفهومها الحديث الطابع الدولي العالمي أكثر من المحلي، وتشكل العائدات من السياحة الدولية بالنسبة للدول عاملا هاما من عوامل النمو لدفع عجلة التنمية فيها حيث فاق عائدها عائد التجارة الدولية، ويتجه العالم تدريجيا بتطبيق اتفاقية التجارة الحرة في الخدمات (الجاتس) إلى ما يطلق عليه بالعلومة السياحية التي تعني أن أسواق الدول السياحية تصبح مفتوحة دون قيد أو شرط لممارسة الأنشطة السياحية أمام المنشآت والهيئات السياحية الوطنية والأجنبية العاملة في القطاع، مما يتطلب حجما كبيرا من الاتصالات والتعاون بين الحكومات والجماعات المضيفة بأسلوب جماعي، وبسبب

هذه الحاجة أنشئت عدة منظمات عالمية تتكامل في تكوين صناعة السياحة، ومن خلال هذا المبحث نستعرض أهم المنظمات العالمية المختصة في المجال السياحي والعوامل المؤثرة في السياحة الدولية وحركة نموها.

1.2.2. المنظمات السياحية الدولية

أدى التطور الكبير في مجال السياحة العالمية إلى البحث عن نظام علاقات دولية منظمة لغرض التنسيق فيما بينها في مجال التخطيط والبحوث والتسويق العالمي للسياحة، ومع تعاظم دور السياحة واتساع رقعتها تعاظمت المشاكل التي تواجه القائمين عليها في مختلف الدول كما جلبت في نفس الوقت اهتمام أصحاب الرأي والقرار فيها إلى أهمية التعاون الدولي في هذا المجال مما أدى إلى الاعتماد على المنظمات الفاعلة فيه، وأهم دواعي إنشاء هذه المنظمات ما يلي: [34] ص 109

- تعاظم الحركة السياحية الدولية واشتداد المنافسة وفرص الاحتكاك الدولي.
- مشكل النقود التي تتميز بها السياحة كصادرات غير منظورة دون غيرها، حيث أن الأموال تنتقل في جيوب السياح من بلد لآخر وليس على الورق بواسطة اعتمادات مصرفية أو اتفاقيات.
- مشاكل الجمارك والجوازات والتأثيرات مسألة قائمة بالنسبة للسواح بصفتهم أشخاصا طبيعيين وليسوا سلعة مادية.

وتهدف هذه المنظمات إلى تحقيق ما يلي: [34] ص 110

- جمع الأطراف المعنية بالسياحة لتحديد مشاكلهم والاتفاق على وسائل التغلب عليها لغرض المصلحة العامة لهم .
- تهذيب المنافسة خاصة بين الدولة التي تربطها علاقات الجوار، حيث تقوم هذه الدول بجهود إعلامية مشتركة ثم تجتهد كل دولة في جلب السياح إليها لتفادي نتائج المنافسة الضارة بينهم.
- توحيد الأسس الإحصائية في جميع الدول.
- إيجاد التشريعات السياحية الدولية المشتركة التي تكمل القوانين المحلية لكل دولة.
- رفع مستوى المهنة والعاملين بها ونشر الدراسات العلمية للسياحة.
- تقديم المعلومات والإرشادات حيث تتيح الفرصة لموقع جديد أن يستفيد من خبرات و تجارب مواقع أقدم، ومن استشارة المهنيين الخبراء في السياحة.
- تقديم دعم مباشر حيث أن التنمية السياحية تحتاج إلى استثمارات ضخمة في مجالات عديدة كتحسين البنية التحتية، تأهيل وتدريب الموارد البشرية، الإسكان، الترويج، وهذه الأموال تفوق قدرات الدولة عادة مما يجعلها تطلب الدعم والمساعدة من طرف هذه المنظمات [12] ص 278.

1.1.2.2. المنظمات الحكومية

تتمثل المنظمات الحكومية في هيئات دائمة يتم إنشاؤها بموجب اتفاق دولي، تتمتع بإرادة ذاتية و مزودة بنظام قانوني متميز وبأجهزة مستقلة تمارس المنظمات من خلالها نشاطها لتحقيق الهدف المشترك الذي من أجله تم إنشاؤها، ومن أهمها ما يلي:

1.1.1.2.2. المنظمة العالمية للسياحة (WTO)

تعتبر المنظمة العالمية للسياحة أكبر منظمة متخصصة في مجال السياحة في العالم، تأسست سنة 1946 في لندن حيث أطلق عليها اسم الاتحاد الدولي لمنظمي السفر (IUOTO)، وأصبحت تسمى المنظمة العالمية للسياحة بداية من سنة 1974 مقرها مدريد بإسبانيا وهي وكالة تنفيذية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP) التابع للأمم المتحدة [12] ص 281، تضم 144 دولة و7 أقاليم و300 عضو منظم إليها يمثلون القطاع الخاص ومؤسسات التعليم والجمعيات المهنية المختصة في السياحة والسلطات السياحة المحلية، وتتمثل أهدافها في:

- ترويج وتطوير السياحة كوسيلة تساهم في نشر السلام والتفاهم العالمي والتنمية الاقتصادية والتجارة الدولية.

- تطوير الاتجاهات الإستراتيجية العالمية للسياحة الدولية والمحلية.

- التعاون التقني للدول الأعضاء في مجال السياحة والسفر.

- العمل على تقوية التعاون الدولي في مجال السياحة والسفر

- النهوض بالسياحة العالمية بكافة الوسائل وتحسين الأحوال السياحية والربط بين الهيئات السياحية المختلفة وتسهيل تبادل المعلومات السياحية للدول الأعضاء.

- الاتصال الوثيق بوكالات الأمم المتحدة المتخصصة والتعاون معها في مجال برامج التنمية السياحية.

- إعداد الإحصائيات السياحية المتعلقة بالدول الأعضاء.

2.1.1.2.2. الاتحاد الدولي للنقل الجوي (IATA)

أنشئ سنة 1945 بهافانا بكوبا ومقره حاليا في كندا عدد أعضائه يفوق 230 عضوا، مهمته

تمثيل خدمة صناعة الطيران وأهدافه تتضمن ما يلي: [12] ص 283

- تحسين السلامة والثقة في الخدمة الجوية.

- دعم صناعة النقل الجوي للوصول إلى مستويات مناسبة في الربحية.

- جمع الإحصائيات عن صناعة النقل الجوي وحوادث الطيران.

- وضع مقاييس التكلفة والمعايير البيئية لأعمال النقل الجوي العالمي.
- تحديد و تنظيم المبيعات الدولية للتذاكر من قبل مكاتب السفر.
- إيجاد نظام غرفة المقاصة لتسوية استحقاقات شركات الطيران مع بعضها البعض.

3.1.1.2.2. الاتحاد الدولي لوكالات السفر (FIAV)

يعتبر من أهم المنظمات الدولية الكبرى العاملة في مجال تنظيم العلاقات المهنية بين قطاعات السياحة والنقل والفنادق على أسس وقواعد قابلة للتطبيق دولياً، كما يعنى بتنظيم العلاقات بين القطاع السياحي والفندقي ومنظمات وهيئات السياحة الرسمية، يضم اتحاد شركات السياحة في البلدان الأعضاء وأكبر شركات السياحة والفنادق والنقل، يعقد الاتحاد اجتماعات دورية يتناول فيها العلاقات بين شركات السياحة والفنادق والنقل وتنظيم عملية تسوية عمولات الحجز وأساليبه وضمانات حديثة ووسائل تنمية وتنشيط السياحة الدولية خاصة في ظل المتغيرات الدولية الراهنة [21] ص 148 .

4.1.1.2.2. لجنة السفر الأوروبية (ETC)

أنشئت سنة 1948 للمساعدة في بناء اقتصاد دول أوروبا الغربية بعد الحرب العالمية الثانية، وشكلت قسماً خاصاً للتنسيق بين المنظمات السياحية الوطنية للدول الأعضاء وعددهم 23 دولة، وتعمل في مجال بحوث وتسويق وتوحيد السياسات بينها في المجال السياحي [34] ص 113.

5.1.1.2.2. المنظمة الدولية للطيران المدني (ICAO)

تعتبر منظمة متخصصة في مهمة التعاون على وضع قواعد الطيران المدني أنشئت سنة 1944، تهدف إلى توحيد الملاحة الجوية ووسائل الأمان الجوي والمطارات الدولية بالإضافة إلى تسهيل الدخول والخروج من المطارات.

2.1.2.2. المنظمات غير الحكومية

تنشأ هذه المنظمات بدون معاهدة دولية ويشترك فيها هيئات وشركات ومؤسسات ومصالح كما يمكن للحكومات المشاركة بصفقتها الشخصية لا الرسمية، يشترط فيها أن لا تهدف إلى تحقيق ربح مادي وأن لا تكون على شكل شركات تجارية كما أنها تخضع للقانون المحلي للبلد الذي تقع فيه [34] ص 114، وأهم هذه المنظمات نجد:

1.2.1.2.2. الجمعية الدولية للفنادق (IHA)

عبارة عن منظمة فندقية دولية خاصة مقرها باريس تضم عضويتها معظم الفنادق في العالم، هي منظمة مهنية دولية تستهدف تسهيل الاتصالات وتبادل الأفكار بين الفنادق والمطاعم في مختلف دول العالم، بالإضافة إلى قيامها بدراسات وبحوث في مختلف نواحي الفندقة [21] ص 149.

2.2.1.2.2. الأكاديمية الدولية للسياحة (IAT)

تأسست سنة 1951 تهتم بإعداد الدراسات السياحية وما يساهم في تطوير السياحة وتنشيطها، وهي تضم أعضاء من الشخصيات البارزة في عالم السياحة يصل عددهم إلى 30 عضوا بالإضافة إلى خبراء في المجال.

3.2.1.2.2. المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC)

تأسس سنة 1990 يتألف من شركات عالمية رائدة في مجال الطيران، الفنادق، النقل ومكاتب السفر، ويهدف كمنظمة قطاع خاص لإحداث تعامل مع القطاع العام وتحسين التعريف بأهمية السياحة بالإضافة إلى إلغاء العوائق التي تحد من نمو النقل الجوي [12] ص 284.

4.2.1.2.2. الاتحاد الدولي للخبراء العالميين الاختصاصيين في السياحة (AIESET)

تأسس سنة 1949 بسويسرا يهدف إلى إجراء الدراسات النظرية المتعلقة بأنشطة السياحة وتنظيم المؤتمرات المختلفة التي تهتم بالعمل السياحي، وتناقش مشاكلها وتبادل الخبرات العلمية المتخصصة وتنمية التعاون بينها.

2.1.2. العوامل المؤثرة في السياحة الدولية

تواجه الإنسانية مشاكل عديدة قوامها التفاوت المتزايد بين الدول المتقدمة والدول النامية وعمق ما يسود هذه الأخيرة من ظروف قاسية، لانخفاض مستوى الدخل وارتفاع مستوى الأمية وتفاقم الفجوة الغذائية فضلا عن المشاكل الصحية التي تزيد خطورتها تدريجيا، كما أنها تعاني من زيادة مديونيتها للدول المتقدمة وندرة العملات الأجنبية التي تساعد على سداد التزاماتها الدولية، وعدم استغلال مواردها الطبيعية الرئيسية الاستغلال الأمثل وعدم تناسب صادراتها مع وارداتها إضافة إلى عدم كفاية تمويل مشاريعها التنموية.

ولعل الميزة النسبية لهذه الدول هي بيئتها الطبيعية التي لم تتدهور كثيرا وطريقة عيش شعوبها التقليدية التي لا تزال عنصر جلب سياحي هام، وإن لم يكن بالضرورة عنصرا متقدما ورفيع المستوى في ظل عدم تفعيل تلك المقومات وإدارتها وتسويقها علميا، وتمثل السياحة الدولية الباب الذي يمكن أن تطرقه هذه الدول للنهوض باقتصادياتها لما لهذا النوع من مزايا وآثار هامة على التنمية، وهناك عوامل عديدة تؤثر على التدفق السياحي الدولي إيجابا أو سلبا.

1.2.1.2. العوامل الايجابية المؤثرة في السياحة الدولية

- تتعدد العوامل التي تؤثر في زيادة التدفق السياحي الدولي مما يؤدي إلى زيادة نمو حركة السياحة الدولية التي تحقق فوائد ومنافع عديدة، وأهم هذه العوامل ما يلي: [23] ص 78
- اهتمام الدولة بالسياحة والعمل على تخطيطها وتنميتها وتشجيعها وإعطائها الأولوية، باعتبارها نقطة ارتكاز للتنمية الاقتصادية مما ينعكس على زيادة عدد السائحين والارتفاع بمتوسط مدة إقامتهم.
 - الميول الطبيعي للأفراد في السفر ورغبتهم في زيادة العلم والمعرفة ومشاهدة البلاد والشعوب الأخرى، وحاجتهم للراحة الذهنية والترفيه خاصة مع زيادة فرص التعليم وما يترتب عليها من ارتفاع المستوى الفكري.
 - إتباع الأساليب العلمية الحديثة في الدعاية والترويج والتسويق السياحي، فضلا عن تنوع المنتج السياحي المعروض وظهور أنماط جديدة لها مقوماتها و جاذبيتها الخاصة.
 - التطور الكبير والمستمر في كافة نواحي الحياة وبصفة خاصة في وسائل النقل المختلفة التي ترتبط بالسياحة وتؤثر فيها بصفة مباشرة، فتوفير عدة إمكانيات للوصول إلى تخفيض الأسعار نسبيا في مواسم معينة يشكل عاملا هاما في زيادة التدفق السياحي [39] ص 36.
 - ارتفاع مستوى الدخل ومستوى معيشة الأفراد في كثير من الدول الصناعية والمتقدمة.
 - وجود حظيرة فندقية مكيفة مع رغبات وميول السائح حيث أنه يرغب في إيجاد بعض العناصر المريحة التي تسمح له بالمحافظة على عاداته، فزيادة التدفق السياحي الدولي تعزى إلى تمتع البلد بفنادق ذات معايير دولية [39] ص 37.
 - كما أن الدور الفعال الذي تؤديه وكالات السياحة والسفر ومنظمي الرحلات واعتمادهم على التقنيات الحديثة وتطوير أساليبهم في الترويج والتسويق والبيع أدى إلى زيادة التدفق السياحي الدولي [39] ص 38.

2.2.1.2. العوامل المؤثرة سلبا على السياحة الدولية

- هناك عوامل عديدة تؤثر سلبا على السياحة الدولية، حيث أنها تجعل من الدولة مكانا غير مرغوب في زيارته أو بالأحرى لا يثير اهتمام أعداد كبيرة من السياح، وأهم هذه العوامل تتمثل في:
- الاضطرابات والصراعات العسكرية والسياسية والحروب سواء كانت بين الدول أو داخل الدولة نفسها بين الجماعات المختلفة، أو عدم تمتع الدولة بالأمن الداخلي كتفشي الاعتداءات المختلفة التي تحد من حركة السائح [39] ص39، والدليل على ذلك أحداث 11 سبتمبر سنة 2001 بالولايات المتحدة الأمريكية وما تبعها من تداعيات في حركة السياحة الدولية.
 - انخفاض مستوى المعيشة والفقر والزيادة السكانية التي تعاني منها الدول النامية أدى إلى توجيه غالبية الاستثمارات إلى البنية الأساسية والحاجات الضرورية اللازمة للمجتمع من إ طعام، إسكان، تعليم، علاج... الخ، وهذا ما أثر على حجم الاستثمار في المجال السياحي بها.
 - الظروف البيئية والمناخية والطبيعية والصحية السائدة في بعض الدول النامية، وازدياد نسبة تلوث الماء والهواء بها، فضلا عن انخفاض مستوى الخدمات السياحية المقدمة إلى مجتمعات أكثر تقدما وتطورا بالإضافة إلى العامل الغذائي واحترام معايير النظافة اللازمة.
 - عدم اهتمام الدول النامية الكافي بالتسويق السياحي وبأدوات التنشيط ووسائل الإعلان والدعاية، مع قصور الاعتمادات المخصصة للإنفاق على هذه الأوجه مما أثر على كفاءتها ونتائجها في الأسواق المستهدفة للسياحة العالمية.
 - زيادة حدة المنافسة بين الدول والمناطق السياحية المختلفة، مما أدى إلى كثرة المعروض من المنتج السياحي.
 - ارتفاع معدل التضخم وتراجع النمو الاقتصادي في بعض الدول المتقدمة، انعكس ذلك على المستوى المعيشي مما سبب ارتفاع نسبة البطالة وانخفاض مستوى الدخل وقلة المدخرات وبالتالي انخفاض معدل السياحة خارج الوطن [23] ص79.
 - ارتفاع أسعار الخدمات السياحية في الكثير من البلدان المقصودة وكذلك ارتفاع أسعار النقل الجوي، وبعد المسافات عن الأسواق المصدرة للسائحين والبلدان يؤدي إلى زيادة تكلفة الرحلة السياحية.
 - عدم انتظام مواعيد الرحلات الجوية وعدم الاهتمام بالإجراءات في المطارات للركاب المغادرين والواصلين وركاب العبور، بالإضافة إلى صعوبة الإجراءات الروتينية في الجمارك كتعطيل منح تأشيرة الدخول أو الخروج... الخ.
 - عدم احترام البرامج المسطرة للرحلات وإخلال طرف من الأطراف بواجبه مما يؤدي إلى تعطيل أو إلغاء البرنامج الذي يكون السائح متشوقا للقيام به.

3.1.2. نمو السياحة الدولية

يمثل القطاع السياحي قطاعا رئيسيا في النشاط الاقتصادي للعديد من الدول والمصدر الرئيسي للدخل خاصة للدول التي تفتقر إلى المواد الأولية المستعملة في الصناعة، والسياحة الدولية قطاع اقتصادي هام جدا حيث شكل سنة 2004 أكثر من 10% من إجمالي الناتج الداخلي العالمي أي ما يعادل 4217.7 مليار دولار أمريكي ويوفر 2.146.970 مليون منصب عمل أي 8.1% من إجمالي مناصب العمل العالمية، كما أن حجم رأس المال المستثمر في القطاع يقدر بـ802.3 مليار دولار أمريكي أو ما يعادل 9.4% من الاستثمارات العالمية وتمثل نسبة 6.9% من إجمالي الصادرات العالمية أي ما يعادل 717.9 مليار دولار أمريكي [40] ص15، بعد ما كانت في سنة 2003 نسبة مساهمة السياحة الدولية في الناتج الداخلي العالمي تقدر بـ3.526.9 مليار دولار أمريكي وتوفر 1.945.620 مليون منصب عمل وحجم الاستثمارات فيها يقارب 686.0 مليار دولار أمريكي كما أنها مثلت 5.9% من إجمالي الصادرات العالمية أو ما يعادل 530.9 مليار دولار أمريكي [41] ص9.

وتعتبر الدول المتقدمة المستفيد الرئيسي من هذا التطور حيث أنه في هذه البلدان تتركز صناعة السياحة وأهم المتعاملين المختصين فيها كشركات الطيران، منظمي الرحلات، وكالات السفر، فنادق... الخ، وتمثل الوجهات السياحية الرئيسية في العالم وبالمقابل بدأت الدول النامية تفتح على السياحة شيئا فشيئا، إذ أصبحت حكوماتها ترى فيها عاملا هاما للتنمية وتأمين فرص العمل ومصدر إنتاج للعملة الأجنبية وتمثل قطب جالب فعال للاستثمارات الأجنبية، ويبين الجدول التالي تطور التدفقات السياحية البشرية والنقدية خلال الفترة (1950-2000)

الجدول رقم 01: تطور التدفقات السياحية البشرية والنقدية خلال الفترة (1950-2000) [42]

السنوات	1950	1960	1970	1980	1990	2000
عدد السياح (مليون)	25.3	69.3	165.8	278.2	445.8	686
العائدات السياحية (مليار دولار)	2.1	6.9	17.9	106.5	272.9	476

نلاحظ من خلال هذا الجدول التطور المستمر لعدد السياح منذ سنة 1950 حيث كان يقدر عددهم بـ25.3 مليون سائح ووصل في سنة 2000 إلى 686 مليون سائح بمعدل متوسط للنمو يقدر

بـ6.8% سنويا، كما أن حجم العائدات السياحية تطور وفقا لذلك من 2.1 إلى 476 مليار دولار أمريكي، ويرجع التطور السريع للتدفقات السياحية البشرية والنقدية إلى عدة عوامل أهمها: ارتفاع مستوى الدخل الفردي، التطور التكنولوجي، تطور وسائل النقل والاستقرار السياسي والاقتصادي... الخ.

1.3.1.2. التدفقات السياحية البشرية

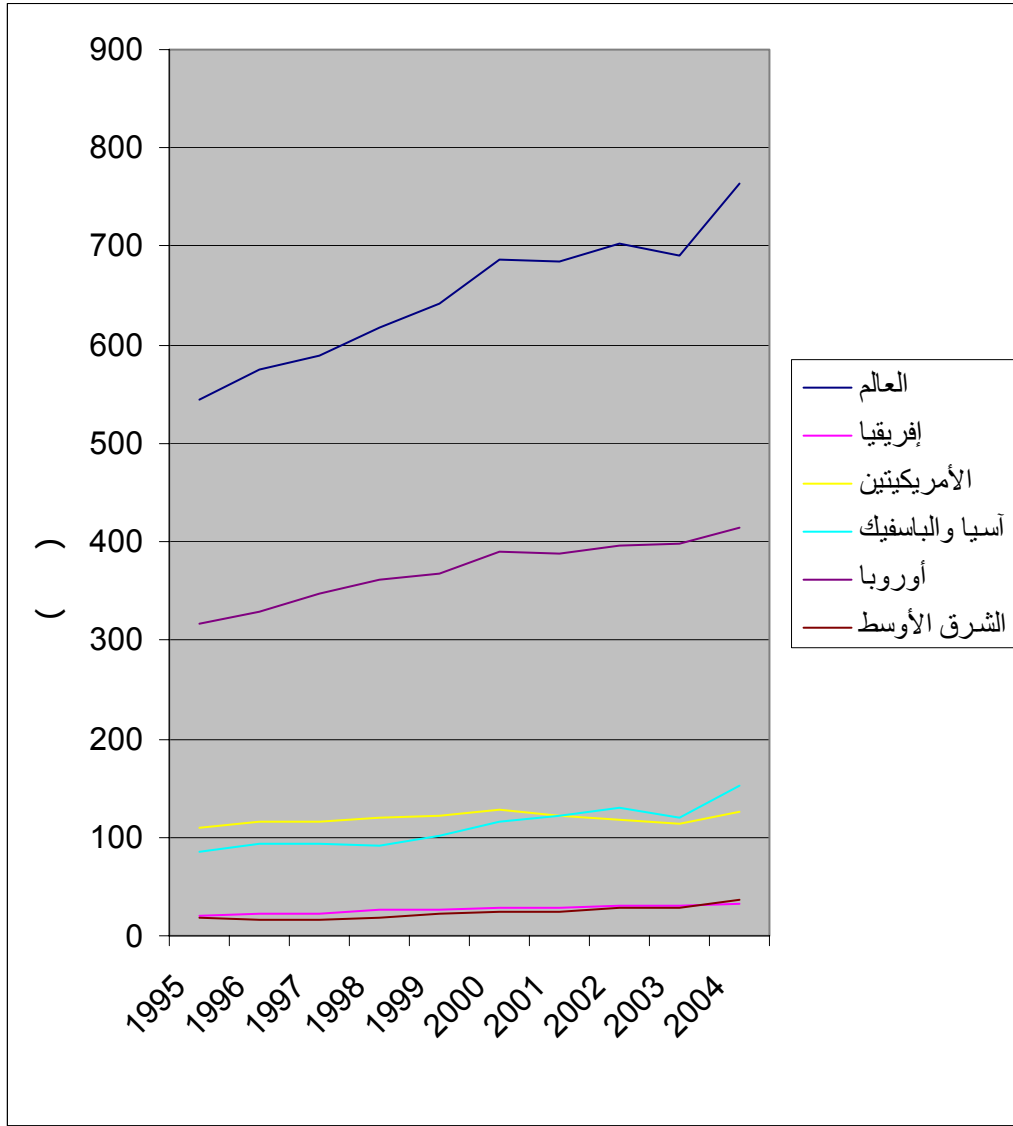
شهدت التدفقات السياحية البشرية تطورا سريعا وهذا ما تبرزه المعطيات المقدمة من طرف المنظمة العالمية للسياحة، فعدد السياح في تزايد مستمر غير أن السياحة الدولية مرت بثلاث سنوات عرفت فيها تراجعاً أي من سنة 2001 إلى غاية سنة 2003 بسبب تراجع النمو العالمي، وعرفت سنة 2004 انتعاشاً ملحوظاً بالنسبة للسنوات السابقة في جميع المناطق والأقاليم السياحية. والجدول التالي يوضح تزايد عدد السياح عبر المناطق والأقاليم المختلفة خلال الفترة (1995-2004).

الجدول رقم 02: تطور التدفقات السياحية البشرية عبر مختلف الأقاليم خلال الفترة (1995-2004)

[43] ص3

الوحدة: مليون

2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	المناطق / السنوات
763	691	703	684	686	641	617	589	575	545	العالم
33	31	30	29	29	27	26	23	22	21	إفريقيا
125	113	117	122	128	122	119	116	115	109	الأمريكتين
153	119	131	121	115	102	92	93	94	85	آسيا والباسفيك
415	399	397	388	390	368	362	348	329	316	أوروبا
36	29	28	24	24	22	18	17	16	19	الشرق الأوسط



الشكل رقم 05: تطور التدفقات البشرية عبر المناطق خلال الفترة (1995-2004) [42]

يتضح من خلال الجدول والمنحنى البياني أنه منذ سنة 1995 إلى غاية سنة 2000 كانت التدفقات السياحية البشرية تتزايد باستمرار، إلا أنه في سنة 2001 عرفت السياحة الدولية تراجعاً في عدد السياح يقدر بـ 0.3% بالنسبة لسنة 2000 وهذا راجع لأحداث 11 سبتمبر التي عرفت في الولايات المتحدة الأمريكية وما تبعها من تراجع في الاقتصاد العالمي، حيث أن حالة من الخوف انتابت السائحين مما جعلهم يحجمون عن السفر خاصة إلى الأمريكيتين، التي سجلت تراجعاً بنسبة 4.7% وباقي الاتجاهات عرفت تراجعاً أيضاً لكنه نسبي، غير أن إقليم آسيا والباسيفيك عرف نمواً يقدر بـ 4.9% وأحدث تغير في ترتيب الأقاليم حيث أصبح هذا الإقليم يحتل المرتبة الثانية بدلاً عن الأمريكيتين، وفي سنة 2002 عرفت التدفقات السياحية البشرية نمواً بنسبة 2.8% إلا أن الحرب

في العراق وظهور وباء السارس في مناطق آسيوية أدى إلى تراجع نمو السياحة الدولية بنسبة 1.7% سنة 2003، خاصة بالمناطق المتضررة من الوباء إذ عرف إقليم آسيا و الباسفيك ترجعا بنسبة 9% والأمريكيتين بـ3.1%، إلا أنه في هذه الفترة سجل ارتفاع في نسبة نمو السياحة الدولية بإفريقيا والشرق الأوسط حيث وصلت هذه النسبة إلى 3.1% و3.4% على التوالي [43] ص3.

وعرفت سنة 2004 نموا واضحا عبر مختلف الأقاليم حيث سجل 763 مليون سائح بنسبة نمو تقدر بـ10.7% وهي نسبة لم تسجل منذ 20 سنة، وأحسن هذه النتائج كانت في منطقة آسيا والباسفيك حيث سجلت نموا يقدر بـ29% والشرق الأوسط بـ20% ثم الأمريكيتين بـ10% بينما سجلت إفريقيا نموا يقدر بـ7% وأوروبا بنسبة 4% وهي نسبة أقل من المتوسط العالمي إلا أنها أحسن نسبة من بين السنوات السابقة، فهذه السنة عرفت عودة قوية لمنطقة آسيا والباسفيك بعد التراجع المسجل في سنة 2003 بسبب وباء السارس [43] ص2، ساهم انتعاش الاقتصاد العالمي وخاصة على مستوى أمريكا وأوروبا في النتائج الحسنة لسنة 2004، إلا أنه قبل نهاية السنة بأيام تزامن مد بحري مع زلزال عنيف في منطقة المحيط الهادي تضررت دول عديدة به كجزيرة سومطرة، ماليزيا، الهند... الخ ولكنها لم تؤثر على نتائج السنة لحدوثها في الأسبوع الأخير منها إذ يكون تأثيرها على الأشهر الأولى من سنة 2005. أما عن ترتيب دول القمة العشر في العالم حسب التدفقات البشرية فهو كالآتي:

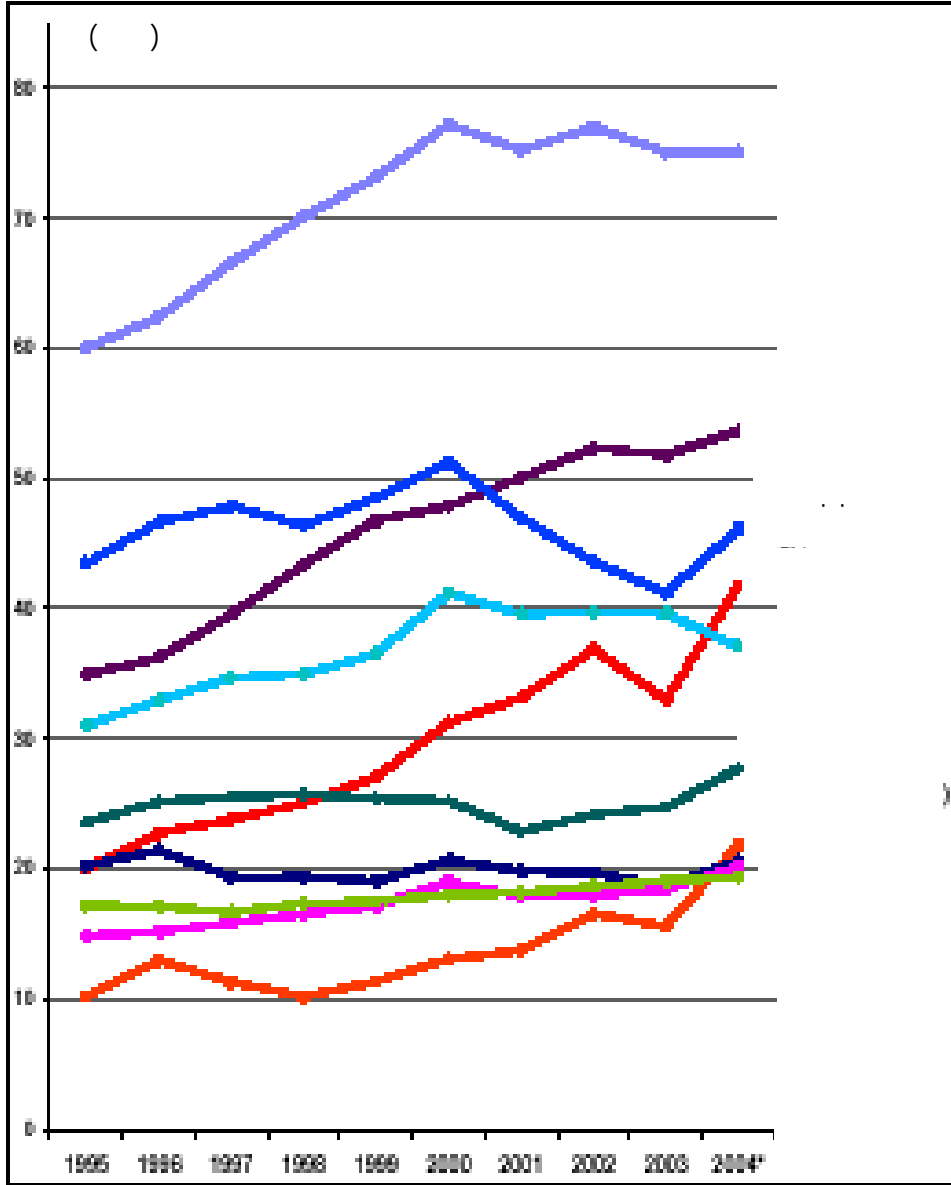
الجدول رقم 03: ترتيب دول القمة العشر حسب التدفقات البشرية [44] ص5

الوحدة: مليون

الدول	2003	2004	معدل نمو 03/02 (%)	معدل نمو 04/03 (%)
فرنسا	75	75.1	-2.6	+ 0.1
إسبانيا	51.8	53.6	- 0.9	+ 3.4
و.م.أ	41.2	46.1	- 5.4	+ 11.8
الصين	33	41.8	- 10.4	+ 26.7
إيطاليا	39.6	37.1	- 0.5	- 6.4
المملكة المتحدة	24.7	27.7	+ 2.2	+ 12.1
هونغ كونغ (الصين)	15.5	21.8	- 6.2	+ 40.4
المكسيك	18.7	20.6	- 5.1	+ 10.5
ألمانيا	18.4	20.1	+ 2.4	+ 9.5
النمسا	19.1	19.4	+ 2.5	+ 1.5

توضح المعطيات المقدمة من طرف المنظمة العالمية للسياحة حول التدفقات السياحية البشرية عبر مختلف المناطق تغيرات هامة في الاتجاهات السياحية الرئيسية لسنة 2004، حيث أن المكانة التي تحتلها منطقة آسيا والباسفيك عززت من ترتيب دولها من بين دول القمة العشر في العالم، رغم أن المراتب الثلاث الأولى تبقى نفسها وأهم ما يميز هذا التغيير هو صعود الصين إلى المرتبة الرابعة بدل إيطاليا وظهور هونغ كونغ بين الوجهات العشر الأولى سياحياً.

فرنسا تبقى الوجهة الأكثر زيارة في العالم بـ75.1 مليون سائح بنفس مستوى سنة 2003 حيث عرفت نمواً بنسبة 1%، وتليها إسبانيا و.م.أ وأهم تغيير في الترتيب هو مرور الصين إلى المرتبة الرابعة وتراجع إيطاليا للمرتبة الخامسة بمعدل يقدر بـ6%، ولقد حققت الصين نمواً قدر بـ26.7%، وحافظت المملكة المتحدة على مكانتها وبرزت هونغ كونغ في الترتيب حيث حققت طفرة بنسبة نمو تقدر بـ40.4% بالنسبة لسنة 2003، وتبقى المكسيك وألمانيا في نفس المراتب بينما تراجعت النمسا للمرتبة العاشرة [44] ص4. والشكل التالي يوضح ترتيب دول القمة العشر خلال الفترة (1995-2004):



الشكل رقم 06: ترتيب دول القمة العشر حسب التمددات البشرية [42]

نلاحظ من خلال هذا المنحنى البياني أنه خلال العشر سنوات الأخيرة بقي ترتيب دول القمة العشر ثابتاً، حيث كانت الاتجاهات تنمو بمعدلات ثابتة تقريباً سنوياً، إلا أن الاتجاهين الآسيويين الصين وهونغ كونغ (الصين) حققا ارتفاعاً في عدد السياح يقارب 9% سنوياً منذ سنة 1995 إلى سنة 2004، وفي نفس الفترة كانت إسبانيا تحقق نمواً يقارب 5% سنوياً، أما فرنسا 2.5% وإيطاليا 2% و.م.أ 0.6% والمكسيك 0.2% سنوياً.

2.3.1.2. التدفقات السياحية النقدية

تبعاً لتطور التدفقات السياحية البشرية تطورت التدفقات النقدية حيث أنها سجلت ارتفاعاً مستمراً خلال السنوات، وعرفت تراجعاً ما بين سنتي 2001 و2003 أين عرف النمو العالمي تراجعاً أثر على تدفق السياح وبالتالي تدفقاتهم النقدية. والجدول التالي يوضح تطور التدفقات النقدية عبر مختلف المناطق خلال الفترة (1995-2004):

الجدول رقم 04: تطور التدفقات السياحية النقدية عبر مختلف المناطق خلال الفترة (1995-2004)

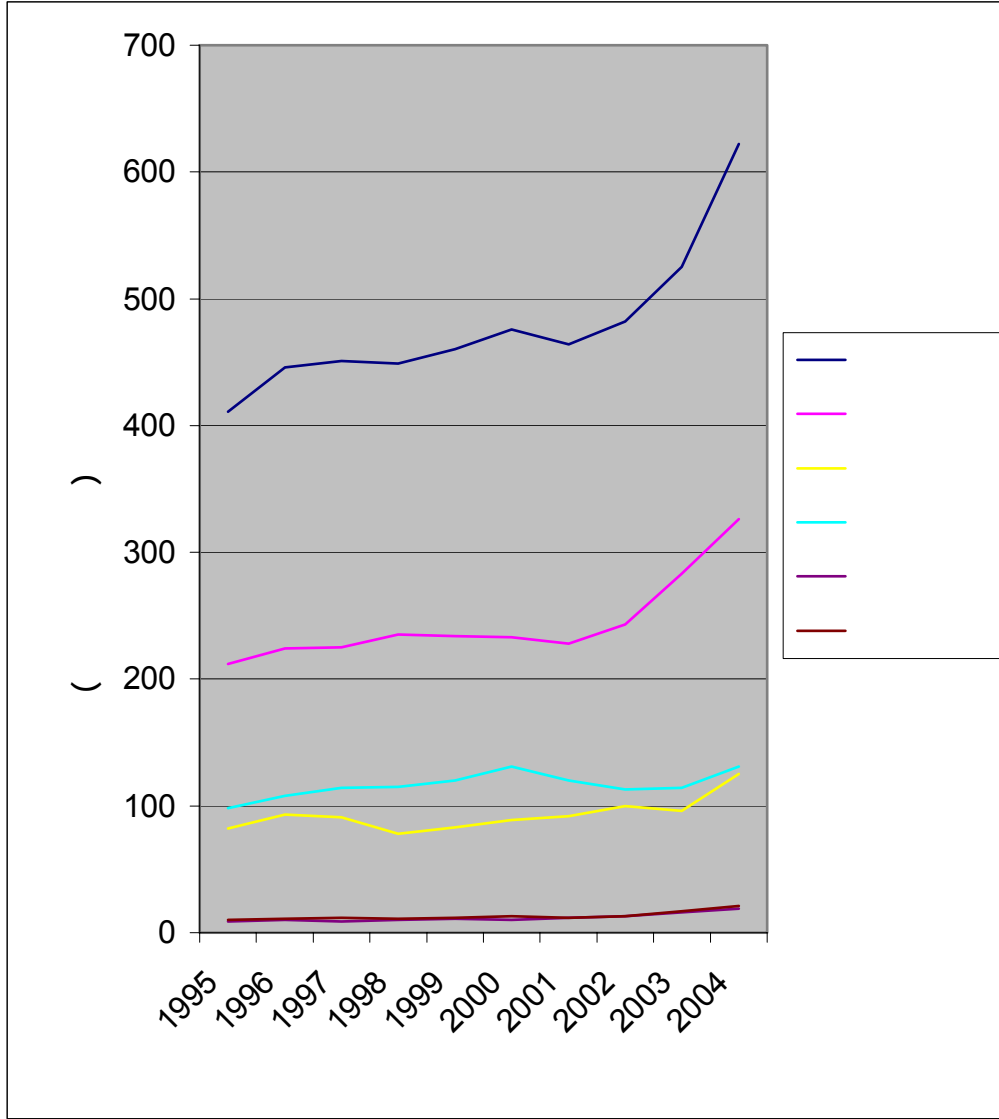
[44] ص2

الوحدة: مليار دولار أمريكي

2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	المناطق السنوات
622	525	482	464	476	460	449	451	446	411	العالم
326	283	243	228	233	234	235	225	224	212	أوروبا
125	96	100	92	89	83	78	91	93	82	آسيا والباسفيك
131	114	113	120	131	120	115	114	108	98	الأمريكتين
19	16	13	12	10	11	10	9	10	9	إفريقيا
21	17	13	12	13	12	11	12	11	10	الشرق الأوسط

والشكل التالي يوضح تطور التدفقات النقدية خلال الفترة (1995-2004) عبر مختلف

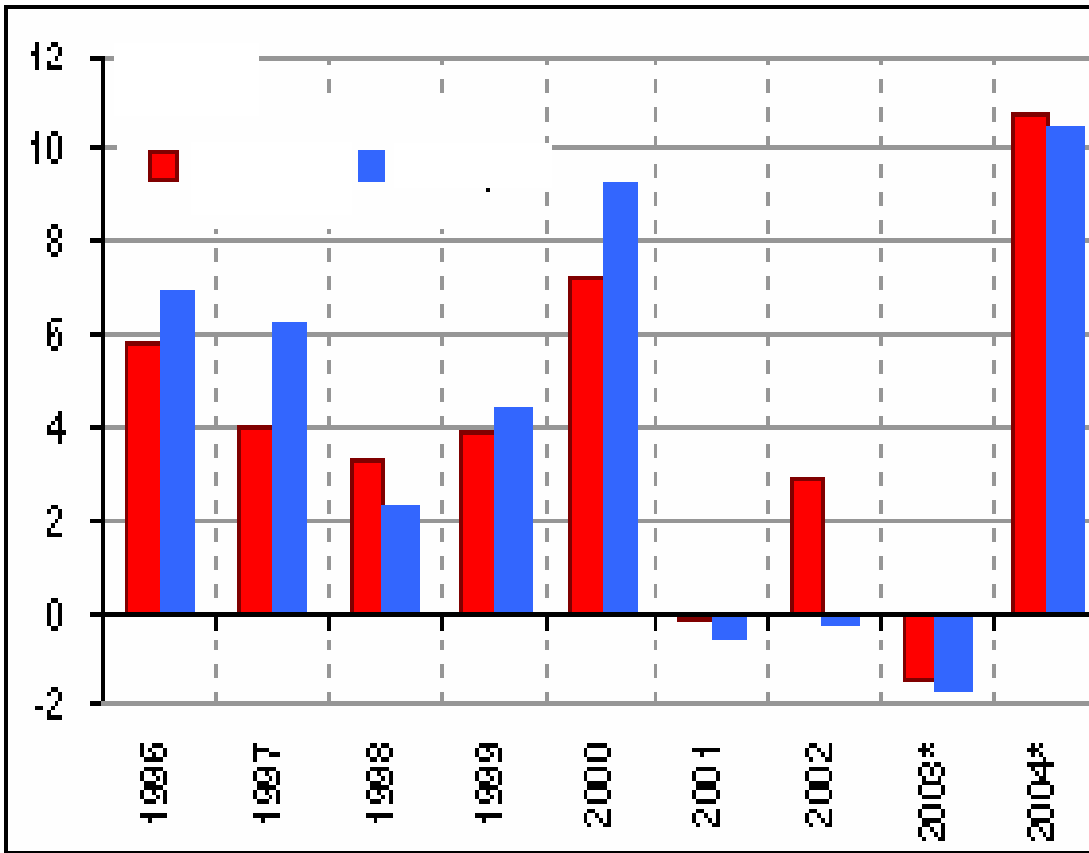
الأقاليم و المناطق السياحية في العالم:



الشكل رقم 07: تطور التدفقات السياحية النقدية عبر المناطق خلال الفترة (1995-2004) [42]

يتضح من هذه النتائج أن العائدات السياحية عرفت هي أيضا تطورا ملحوظا وفقا للتطور الذي عرفتته التدفقات البشرية، كما أنها تعرضت للتراجع في نفس الفترات التي عرفت التدفقات البشرية تراجعا أيضا، وفي سنة 2004 حققت السياحة الدولية رقما قياسيا بلغ 622 مليار دولار أمريكي بنسبة نمو تقدر بـ10.3% بالنسبة لسنة 2003 أي أن العائدات زادت بـ97 مليار دولار أمريكي، حيث أن أوروبا تحصلت على 54.4% من هذه العائدات، والأمريكيتين تحصلت على 16.5% منها وإقليم آسيا والباسفيك تحصل على 20.1% من العائدات السياحية أما إفريقيا والشرق الأوسط تحصلا على 4.3% و4.7% من العائدات السياحية على التوالي.

سجلت كل المناطق نتائج إيجابية خلال هذه السنة، حيث أن أوروبا سجلت زيادة تقدر بـ2% مقارنة بالسنة الماضية أما عن العائدات السياحية الأمريكية فقد حققت نموا يقدر بـ11% وهي أحسن نتيجة حققتها منذ سنة 2001، وعن إقليم آسيا والباسفيك فحقق نموا بنسبة 24% بعدما فقد 9% من العائدات سنة 2003 بسبب وباء السارس، وفيما يخص إفريقيا والشرق الأوسط فعرفت عائداتها نموا بنسبة 6% و22% على التوالي مقارنة بالعام الماضي [44] ص2. ويوضح الشكل التالي نسبة نمو أعداد السياح والعائدات السياحية الموافقة لذلك خلال الفترة (1996-2004):



الشكل رقم 08: نسبة نمو عدد السياح والعائدات السياحية خلال الفترة (2004 - 1996) [42]

أما عن ترتيب دول القمة العشر في السياحة حسب العائدات السياحية فهو كالآتي:

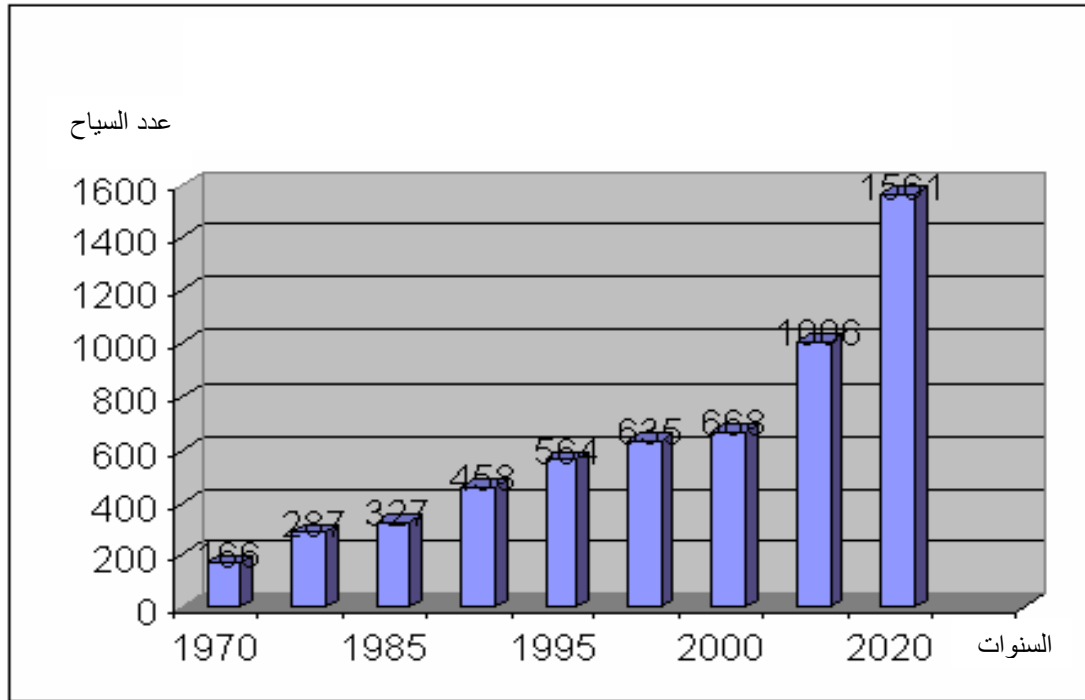
الجدول رقم 05: ترتيب دول القمة العشر حسب العائدات السياحية [44] ص5

الوحدة: مليار دولار أمريكي

الدول	2003	2004	معدل نمو 03/02 (%)	معدل نمو 04/03 (%)
و.م.أ	64.3	74.5	-3.6	15.7
إسبانيا	39.6	45.2	24.9	14.1
فرنسا	36.6	40.8	13.2	11.6
إيطاليا	31.2	35.7	17.1	14.1
ألمانيا	23.1	27.7	20.1	19.7
المملكة المتحدة	22.7	27.3	11.2	20.5
الصين	17.4	25.7	-14.6	47.9
تركيا	13.2	15.9	10.9	20.3
النمسا	14	15.4	24.9	10.4
أستراليا	10.3	13	20.3	25.5

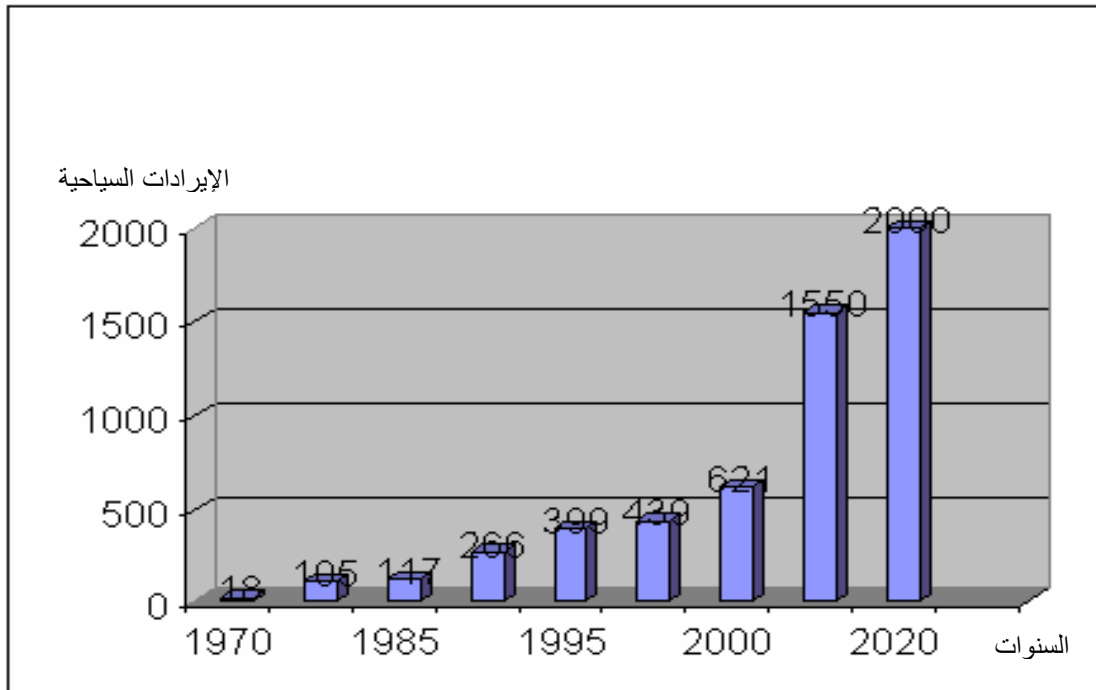
تبقى المراتب الأولى في الترتيب حسب العائدات السياحية تحتلها نفس الدول الثلاثة حسب الترتيب القائم على التدفقات البشرية أي فرنسا إسبانيا و.م.أ، إلا أنها تختلف فيما بينها في الترتيب فقط حيث أن و.م.أ تحتل المرتبة الأولى بنسبة نمو تقدر بـ15.7% مقارنة بسنة 2003 وتليها إسبانيا وفرنسا، والملاحظ أن الصين حققت أعلى نسبة نمو والتي تقدر بـ47.9% وأخذت بذلك المرتبة السابعة، كما أن نسبة نمو كل من تركيا وأستراليا معتبرة حيث تقدر بـ20.3% و25.5% على التوالي [44] ص6.

تتوقع المنظمة العالمية للسياحة أن تساهم السياحة العالمية في الناتج الداخلي العالمي بـ10.6% سنة 2005 وأن رقم أعمالها سيرتفع بـ5.4%، كما قدر معدل نمو الفترة الممتدة بين سنة 2006 و 2015 بـ4.6% سنويا. وتبرز دراسات المنظمة العالمية للسياحة لمدى سنة 2020 أن تحولات كبيرة يتوقع حدوثها في التيارات السياحية وتوجهاتها في العالم بين المقاصد، حيث تتوقع أن يصل حجم التدفقات السياحية البشرية إلى مليار سائح سنة 2010 و1.561 مليار سائح سنة 2020 والعائدات السياحية تصل إلى 2000 مليار دولار أمريكي، والشكلان التاليان يوضحان تطور التدفقات السياحية البشرية والنقدية وتوقعات 2010 - 2020.



الشكل رقم 09: تطور التدفقات البشرية خلال الفترة (1970-2000) وتوقعات 2010 و2020

[42]



الشكل رقم 10: تطور التدفقات النقدية خلال الفترة (1970-2000) وتوقعات 2010 و2020

[42]

3.2. حركة السياحة العربية

رغم تمتع الأقطار العربية بميزة نسبية من حيث جلب السياح من خلال الزخم الكبير للمواقع التاريخية والثقافية والتراثية والدينية من ناحية وأسعارها المنخفضة من ناحية أخرى، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها وطاقاتها الكامنة، ومازال قطاع السياحة في معظم الأقطار العربية يواجه معوقات كبيرة تحد من نموه، منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية ونقص الإطارات البشرية المتخصصة، بل الأهم من ذلك الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية قطاع السياحة وترويج وتسويق منتجاته.

ولا يخفى على أحد أن قطاع السياحة في الوطن العربي كان ومازال عرضة للتأثر بالتطورات السياسية السائدة في المنطقة، كما أن ظهور أسواق سياحية جديدة خاصة في جنوب آسيا وشرقها يعتبر مصدر للمنافسة الحادة للأسواق السياحية العربية. وقمنا في هذا المبحث بالتطرق إلى السياحة العربية البينية وواقعها، بالإضافة إلى التعرف على ما تعنيه اتفاقية التجارة في الخدمات السياحية وكذا مناخ الاستثمار السياحي في الدول العربية.

1.3.2. السياحة العربية البينية

تعتمد صناعة السياحة على محور رئيسي هو جلب السائحين حيث أصبح هذا المحور فنا وعلمًا يرتبط بكافة مرافق الخدمات في الدولة الواحدة، وتتنوع سبل جذب السياح ولم تعد حكرًا على زيارة المتاحف والأماكن الأثرية، خاصة في منطقتنا العربية وأصبحت المقاصد السياحية شاملة مثل السياحة الدينية والعلاجية وسياحة الاستجمام والسياحة الرياضية والثقافية والفنية وسياحة المؤتمرات والمهرجانات.

وقد كان الاهتمام بالسياحة العربية عموماً منوطاً بالمجلس الاقتصادي والاجتماعي العربي حتى مارس 1996، أين أصدر المجلس قراره بإنشاء مجلس وزراء السياحة العرب بهدف دعم العمل العربي المشترك في هذا القطاع الحيوي الهام [45]، ولقد برزت في السنوات الأخيرة وعلى ضوء تطورات سياسية إقليمية ودولية الأهمية الملحة لتفعيل مستويات قطاعات السياحة في الدول العربية وأهمية الخدمات السياحية باعتبارها تأتي في مقدمة مساهمة إجمالي قطاع الخدمات في الناتج الإجمالي العربي، كما برزت على ضوء ذلك الهوة الشاسعة بين معطيات أرقام السياحة العالمية وبين أرقام الحصة العربية من السياحة العالمية.

1.1.3.2. خصائص السياحة العربية

يشكل الوطن العربي من مشرقه الآسيوي إلى مغربه الإفريقي كتلة جلب سياحي رئيسية ومرشحة لتكون مركز الجلب الأول على خريطة السياحة العالمية، ولكن إذا استكملت قطاعات السياحة العربية كافة بناها التحتية ووفرت الخدمات الأساسية الداعمة، وهيات المناخ الاستثماري الملائم على مختلف الأصعدة مثل الأنظمة والتشريعات والقوانين، ارتفاع مستوى الوعي البيئي والوعي السياحي العام وغير ذلك من العناصر المطلوبة، وقد لا تتوافر عوامل الجذب السياحي الأساسية لأماكن أخرى في العالم كما يتمتع به الوطن العربي من عوامل، فهو بموقعه الجغرافي الإستراتيجي من المحيط الأطلسي غربا إلى الخليج العربي شرقا ومن حوض المتوسط شمالا إلى خط الاستواء جنوبا يحتل موقع القلب وهمزة وصل بين القارات، ويتفاعل الموقع الجغرافي للوطن العربي مع عمقه الحضاري والتاريخي كمهد للحضارات القديمة مما يضيف إلى وجوده السياحي ميزة فريدة، تجعله مقصدا هاما ومتنوعا يشد إليه حركة السياحة العالمية ويلبي رغبات مختلف الجنسيات مهما تنوعت ثقافتهم وأذواقهم [45].

وليس هذا فحسب فإن موقع الوطن العربي وثراء تراثه الإنساني يحقق لسكانه إلى جانب المردودات الاقتصادية نتائج لا تقل أهمية وذلك مما تثمره حركة السياحة منه وإليه من تواصل إنساني ولقاء حضارات، وإسهام رئيسي في توجه عالمي اليوم نحو إرساء أسس السلام وتوثيق العلاقات بين الشعوب وتبادل وتعزيز التنمية المشتركة والمساهمة في حماية البيئة العالمية.

إن نصيب البلاد العربية من مجمل السياحة العالمية ضئيل جدا مع أن إمكاناتها ضخمة وكنوزها عظيمة، والتوجه إلى زيادة هذه النسبة يرتبط ارتباطا وثيقا بالعمل على زيادة نسبة السياحة البيئية العربية إلى السياحة البعيدة الوافدة من مناطق خارج الوطن العربي، وذلك لأسباب ومبررات عديدة من بينها أن السياحة البعيدة سريعة التأثير بالأحداث والمتغيرات والإشاعات التي تروجها في معظم الأحوال وسائل الإعلام، التي تضخم من الحدث البسيط قصد التأثير السلبي الشديد على حجم السياحة الأجنبية الوافدة في حين أن المواطن والسائح العربي لا يتأثران بتلك الأحداث والإشاعات بل على العكس من ذلك.

2.1.3.2. واقع السياحة العربية البيئية

بلغ نصيب المنطقة العربية من السياحة 35 مليون سائح سنة 2004، وأعلى حصة للدول العربية كانت من نصيب مصر التي وصلها 8.8 مليون سائح تليها الإمارات العربية المتحدة بـ 6.4

مليون سائح وتونس بـ6 مليون سائح، وأعلى زيادة في عدد السياح القادمين إلى الدول العربية كان في سوريا حيث بلغت 44% وتلتها مصر بـ34% ولبنان بـ24% والأردن بـ19% والمملكة العربية السعودية بـ17% [46].

لقد ارتفع عدد السياح في العالم 25 ضعفا خلال الخمسين سنة الماضية ومن المتوقع أن يزداد هذا العدد 3 أضعاف خلال السنوات المقبلة، ويرتب هذا الأمر على الدول العربية التركيز على مفهوم التنمية المستدامة في السياحة، إذ أن ما يردع السائح عن زيارة الدول العربية ما يتعرض له العالم العربي من حالات عدم الاستقرار والأوضاع الأمنية. وتعد السياحة البيئية العامل الذي يدفع بنمو السياحة في العالم العربي لعدة أسباب نذكر منها:

- السياحة البيئية العربية أكثر إيرادا للدخل السياحي فالسائح العربي أطول إقامة وأكثر إنفاقا.
- السياحة البعيدة سريعة التأثير بالأحداث والمتغيرات التي تحدث أو تستجد عكس السياحة البيئية.
- للسياحة البيئية العربية آثار إيجابية في زيادة أواصر الأخوة والتواصل الثقافي والاجتماعي وزيادة التعاون التجاري والصناعي بين الدول العربية.

وتشير بيانات منظمة السياحة العالمية إلى أن السياحة في العالم هي 82% سياحة بيئية و18% سياحة بعيدة، فداخل أوروبا تشكل السياحة البيئية 88% وفي آسيا والباسفيك تشكل السياحة البيئية 79% أما بالنسبة للبلدان العربية فإن السياحة البيئية لا تشكل سوى 42% حاليا، وستنخفض سنة 2020 حسب بيانات المنظمة العالمية للسياحة إلى 37% فقط فيما تزداد نسبة السياحة العربية البعيدة لتصل إلى 63%، ويذكر أن نسبة السياحة العربية البيئية كانت 32% فقط قبل أحداث 11 سبتمبر 2001، أي ارتفاعها إلى المستوى الحالي 42% لم يكن مستندا إلى خطط وإستراتيجيات ثابتة متفق عليها وإنما كان ناجما عن حدث طارئ، وعلى الرغم من ضخامة تأثيراته إلا أنه يظل خارج الحسابات والتوقعات المدروسة، فنصيب الدول العربية جميعها لا يتعدى 2.4% من إجمالي حركة السياحة الدولية ولا يحصل العالم العربي إلا على 2.7% من إجمالي عائدات السياحة في العالم [46].

وعلى ضوء الأرقام المتوقعة والأرقام الحالية ونظرا للاتجاه العالمي نحو تحرير تجارة الخدمات فإن تعزيز السياحة البيئية لن يساهم فقط في زيادة حصة العالم العربي من عائدات السياحة العالمية، ولكن أيضا سيكفل حماية عوائد القطاع السياحي في كل بلد عربي على حدة، ويتم هذا عن طريق القطاع الخاص العربي ودوره في إقامة المشاريع المشتركة والخدمات المكملة لها لدعم وجلب

السياحة الدولية والبيئية العربية، وتظهر هنا أهمية الإعلام العربي بكافة أدواته ووسائله في تشجيع السياحة البيئية وتنظيم وتكثيف عملية الترويج السياحي، ولا بد من حل كل المشاكل والمعوقات ومنح التسهيلات التي من شأنها تسهيل السياحة البيئية من طرف حكومات الدول العربية، وتتمثل هذه التسهيلات في عملية الحصول على تأشيرات الدخول وتبسيط الإجراءات في الحدود والموانئ والمطارات وحسن معاملة السائح العربي، وكذا التخفيضات التي تقدمها بعض الدول العربية في أسعار النقل والإقامة والخدمات المختلفة للاستفادة منها في زيادة حركة السياحة العربية البيئية.

هذا بالإضافة إلى ترويج السياحة للبلاد العربية كمنتوج عربي سياحي لتسود فيها السمة العربية بقيمتها وتقاليدها وأعرافها وبما يتلاءم ورغبات ومتطلبات السائح العربي، ويتم كل هذا من خلال إقامة المعارض والأسواق السياحية العربية المشتركة والتعريف بالصناعات العربية المغذية للسياحة في البلدان العربية، وتوفير الشروط المناسبة من حيث خلق المناخ والوسائل وكذلك الحوافز الضرورية والتسهيلات المطلوبة والتشجيع المتواصل وتطوير وتوحيد الإجراءات بين الدول العربية في مجال الاستثمار، والعمل على إقامة تنسيق مالي ونقدي بينهما، وفي مقابل هذا يقوم القطاع الخاص العربي بالتحرك السريع لإقامة المشاريع السياحية المشتركة وإقامة تعاون مع القطاع العام.

ولكي تنجح البلدان العربية في جلب السائح المحتمل يجب أن تتقدم منه على شكل حزمة واحدة وليس بصورة إنفرادية الذي يضعف جاذبيتها، والتحريم المطلوب هو دور منظمي الرحلات ولكن للحكومات العربية دور أساسي في تسهيل مهمتهم، إذ لا يمكن لهؤلاء عرض المنطقة في ضوء تعقيدات الحصول على تأشيرة الدخول فلا بد من تبسيط إجراءات الحصول على التأشيرة وتسريعها، ولا بد من تظافر جهود الحكومات ومنظمي الرحلات وهيئات التنشيط السياحي وجهات أخرى للترويج للحزمة السياحية العربية، مع ما يستلزم ذلك من إنتاج مواد ترويجية مشتركة بين البلدان العربية تظهر المقومات السياحية في كل منطقة مع إبراز خصوصيات كل بلد عربي، وإطلاق حملات إعلامية عالمية مكثفة، وعقد تحالفات مع منظمي الرحلات ووكالات السفر، دون إغفال أهمية استعمال الإنترنت بالشكل الأفضل نظرا لازدياد أهميتها في الترويج السياحي وإجراء الحجوزات وشراء المنتج السياحي من بطاقات السفر والرحلات وما شابه ذلك [47] ص 6-7.

2.3.2. أثر اتفاقية التجارة في الخدمات على قطاع السياحة العربي

تعد اتفاقية تحرير تجارة الخدمات واحدة من الاتفاقيات الثلاث التي تضمها اتفاقية التجارة وتحرير الخدمات تشمل أنشطة خدمية تنطبق عليها أحكام هذه الاتفاقية، وتتمثل هذه الخدمات في:

الخدمات المالية، خدمات النقل، خدمات الاتصالات والمعلومات، الخدمات المهنية، خدمات قطاع التشييد والبناء وخدمات أنشطة قطاع السياحة.

والسياحة صناعة تستوعب طاقة عمل كبيرة وتساعد على رواج العديد من الصناعات والخدمات المكتملة لها، ويتجه العالم اليوم نحو اتخاذ العديد من الإجراءات التي تساعد على توظيف التقنيات الحديثة والاستفادة من الإنجازات العلمية في كيفية تفصيل وتدعيم النشاط السياحي، من خلال إعداد الإطارات السياحية من مختلف التخصصات وزيادة برامج التدريب وتحسين الأداء الفندقي من مختلف الدرجات من أجل تحقيق عنصر الجودة للمنتج السياحي والخدمات المدعمة له، وهذا ما يندرج تحت ما يسمى بالعولمة السياحية وذلك من خلال تطبيق اتفاقية التجارة الحرة في الخدمات (الجاتس) التي وقعتها 125 دولة في أبريل 1994 والتي بمقتضاها كل أسواق الدول الموقعة على الاتفاقية مفتوحة لممارسة النشاط السياحي دون تمييز بين الهيئات أو المؤسسات الوطنية أو الأجنبية العاملة في النشاط السياحي [23] ص 140.

1.2.3.2. أهداف ومبادئ الاتفاقية

تدعو الأهداف الرئيسية للاتفاق العام للتجارة في الخدمات (AGCS) إلى المساواة في معاملة الخدمات المحلية والأجنبية والتقليل من التمييز والحماية في تجارة الخدمات بما في ذلك السياحة، إذ تدعو جميع الدول الأعضاء إلى توفير المساواة في المعاملة وفي النفاذ إلى السوق للموردين الأجانب الذين يوفر خدمات من قبيل تشغيل الفنادق ووكالات السفر والرحلات، وتتضمن المساواة في المعاملة والسماح للموردين الأجانب بإنشاء الخدمات السياحية في غير بلدانهم والسماح لهم بالحصول على جميع المستلزمات من الخارج، وإعطائهم الحوافز المحلية والميزات الأخرى التي يتمتع بها موردو الخدمات المحليون، وتتضمن كذلك حرية تنقل الموظفين اللازمين لإدارة هذه الخدمات من بلد لآخر دون قيود.

وبشكل عام، يدعو الاتفاق العام لتجارة الخدمات إلى التحرير التام والكامل للتجارة في الخدمات بما فيها السياحة وإلغاء جميع الحواجز والقيود التجارية التي تحول دون نمو هذا القطاع، ولتحرير التجارة الدولية وتنقل السلع والأفراد بحرية آثار إيجابية على قطاع السياحة خاصة في مجال سياحة المؤتمرات والتدريب والأعمال، خصوصا في البلدان التي لديها البنية التحتية اللازمة لتلبية الطلب المتوقع، وعلاوة على ذلك يشكل قطاع السياحة قطاعا مفتوحا نسبيا إذا ما قورن

بالقطاعات الأخرى، ومعظم البلدان تعتمد على القطاع الخاص بما في ذلك القطاع الخاص الأجنبي للقيام بدور رئيسي في تنمية السياحة وتزوده بالحوافز والميزات لتحقيق هذا الغرض.

والمبادئ التي تقوم عليها تجارة الخدمات هي: [23] ص 145

- عدم التفرقة بين الدول رغم وجود شرط الدولة الأولى بالرعاية في بعض الاتفاقيات الثنائية بين الدول.
- العمل على تخفيض حدة الحماية الجمركية للإنتاج المحلي.
- مبدأ التجارة العادلة الذي يأبى سياسات الإغراق والمنح.
- مبدأ الوضوح في التعامل.
- مبدأ إجراءات الحماية والإعفاءات الذي يسمح لأي دولة أن توقف مؤقتا العمل بأي اتفاقية أبرمت طبقا لمبادئ الاتفاقية العامة لتحرير التجارة لأسباب جدية، وهو مبدأ ينطبق بصفة أساسية على الدول النامية.

إن تطبيق اتفاقية التجارة في الخدمات على السياحة يثير عدة مشاكل من أهمها: [23]

ص 147

- مبدأ "الدولة الأولى بالرعاية" ينطوي على إعطاء أهمية متساوية لقطاعات السياحة الدولية والداخلية، الأمر الذي يترتب عليه بعض المشاكل في التطبيق إذ أن بعض الدول لا تزال تتبنى كثيرا من المحددات النقدية أو الجمركية أو بالنسبة لإجراءات الدخول.
- إن تطبيق مبدأ النهي عن الإغراق السائد في التجارة الدولية يمكن أن يؤدي إلى مشكلات، فما يسود السياحة من مبدأ عرض منتج واحد بأسعار مختلفة في وقت معين في بعض الدول هو مبدأ واسع الانتشار ومسلم به، وكذلك فإن هناك أسعار مختلفة لمجموعات متباينة من العملاء في السياحة.
- إن مبدأ عدم السماح بالدعم الحكومي للتجارة الدولية يحتاج إلى معالجة خاصة في الخدمات السياحية، فبالرغم من أن هذا الدعم يؤدي إلى الإخلال بالمنافسة فإنه من الصعوبة الاستغناء عنه حيث يتمثل هذا الدعم في صورة حوافز مالية، أو إعفاءات ضريبية وجمركية، التنشيط السياحي، تخصيص أراضي للمشاريع السياحية ومنح ميسرة عن طريق المؤسسات المالية.

ومما لا شك فيه أنه مع اختفاء المحددات والمعوقات أمام شركات السياحة ستتمو السياحة نموا ملحوظا ويزيد تركيزها على جودة الخدمات، وتنبؤ استفادة قطاع السياحة دوليا ليس فقط في السماح لمنظمي الرحلات السياحية الرئيسيين في العالم وشركات الإدارة الفندقية الضخمة بالتوسع

أكثر وأكثر دولياً، ولكن أيضاً فتح آفاق المنافسة أمام الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لم تكن تجد مجالاً كافياً لأعمالها بجانب الشركات الضخمة التي كانت تحتكر الجانب الأكبر من النشاط السياحي في العالم، فضلاً عن أن الشركات الصغيرة لم تكن قادرة على التغلب على المعوقات التجارية، ولا شك أن هذا الوضع سيتغير بعد تطبيق أحكام اتفاقية التجارة في الخدمات التي لا تسمح بالاحتكارات. [23] ص 154. كما أن تحرير كافة قطاعات الخدمات المتصلة بالسياحة (الاتصالات، التشييد، التمويل، النقل)، سيمكن شركات السياحة من أن ترتفع بمستوى خدماتها سواء من حيث مستوى الجودة أو سرعة الأداء أو انخفاض التكلفة.

2.2.3.2. تطبيق اتفاقية التجارة في الخدمات في الدول العربية

يواجه مشغلي السياحة في الدول العربية مشكلة رئيسية والتي تواجه غيرها من البلدان النامية، وتتمثل في مشكل نوعية الخدمات المقدمة لمستواها الحالي لا يسمح لها بالمنافسة على النطاق العالمي، ويجري حالياً توسيع وتحسين معظم الخدمات المحلية بما في ذلك خدمات الفنادق والمرشدين السياحيين والمطاعم بهدف التغلب على أوجه القصور الحالية، ولذلك قد يكون للعولمة آثار سلبية على هذه الخدمات المحلية قبل أن تعطي لهذه الخدمات فرصة التحسن والتطور هذا على الأمد القصير والمتوسط، أما على الأمد البعيد فمن المتوقع أن يؤدي تحرير تجارة الخدمات إلى توسيع قطاع السياحة العربية وزيادة عدد السياح الوافدين إلى المنطقة نتيجة لتحسين الخدمات السياحية، ولكي يتحقق هذا فعلاً لا بد من أن تعمل الدول العربية على تكثيف جهودها لتنمية قطاع السياحة، وتحسين نوعية الخدمات المحلية وفتح هذا القطاع أمام القطاع الخاص لزيادة فعاليته وقدرته التنافسية، وينبغي أن تنظر الدول العربية بجدية إلى التزاماتها بموجب الاتفاق العام للتجارة في الخدمات وأن تستغل فترة السماح التي ينص عليها الاتفاق للإسراع في تنمية القطاع، خاصة في المجالات التي تتمتع فيها بميزة نسبية، ويمثل تحسين الخدمات المحلية أفضل وأضمن طريقة لزيادة حصتها في السوق.

وبالإضافة إلى ذلك يجيز الاتفاق العام للتجارة في الخدمات فرض بعض الشروط على الالتزام بفتح أسواق سياحية أمام الموردين الأجانب، وبعد قبول هذه الالتزامات لا يمكن الرجوع عنها قبل مرور ثلاث سنوات على بدء سريان الاتفاق. ولمواجهة العولمة السياحية هناك عدة تدابير يجب الأخذ بها، نجلها فيما يلي:

- يجب تأهيل وإعداد الإطارات البشرية القادرة على إدارة آليات صناعة السياحة بمفهومه الجديد وفق مفاهيم الإدارة الفعالة الإستراتيجية.

- ضرورة إعطاء الإدارة في مختلف المجالات السياحية مزيداً من الحرية في اتخاذ القرارات السليمة والمناسبة لمواجهة المواقف المختلفة، وتطوير هذا النشاط لإيجاد المناخ المناسب للإبداع والتطوير.
- زيادة حوافز الاستثمار السياحي لتشجيع رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية للدخول بجديّة، وبدون خوف أو تردد في مجالاته المختلفة بشكل يخدم احتياجات واتجاهات الطلب السياحي العالمي.
- التركيز على إعطاء العنصر البشري في القطاع السياحي الأولوية من حيث تأهيله وتدريبه ورفع مستوى أدائه.

- الاهتمام بحل المشكلات التي تواجه قطاع السياحة حلاً جذرياً وأهمها المرافق الأساسية والخدمات السياحية ومشكلة التلوث بأنواعه، الجرائم السياحية... الخ.

- تطوير الصناعات المرتبطة بالسياحة لما تحقّقه من عوائد اقتصادية للبلد في الخارج.

- الاهتمام بالتسهيلات السياحية وتطويرها مثل:

* الرقابة على الخدمات السياحية.

* النهوض بمرافق البنية التحتية الأساسية.

* زيادة منافذ الوصول "المطارات".

* الأخذ بآليات التسويق المعاصر.

* تطوير مراكز المعلومات السياحية.

- إن الجودة هي معيار السبق في عالم اليوم والفوز بمستقبل أفضل في عالم السياحة، ومن يملك الجودة سيمتلك السائح وتكرارية الزيارة والعالم يبحث عن الجودة حالياً ولن يستطيع أحد رفع أسعاره إلا إذا كان يتمتع بجودة عالمية في الخدمة، وهي أساس التنمية ومعيار القدرة على الاندماج في الاقتصاد العالمي، ويجب العمل على الوصول إلى المواصفات القياسية العالمية للنفاد إلى الأسواق الخارجية التي تحرص على هذه المواصفات.

- كما أنه على البلدان العربية الأخذ بأساليب الجودة وتطوير الخدمات ورفع كفاءتها، وتقديم برامج متميزة ومتنوعة من خلال شركات متخصصة عالمية ومحلية، وأن تعمل على تبادل المعلومات الفنية والإدارية والتسويقية حتى يمكنها زيادة التدفق السياحي إليها [23] ص 155.

وينبغي أن تتعاون الأقطار العربية مع المنظمة العالمية للسياحة التي تقدم المساعدة للبلدان الأعضاء فيها عند التفاوض بشأن التزاماتها بموجب الاتفاق العام للتجارة في الخدمات، وينبغي كذلك التعاون خلال فترة المفاوضات وأن تعزز موقفها التفاوضي، وينبغي أن تشهد هذه الجهود تأسيس منظمة عربية إقليمية للسياحة بهدف تنسيق السياسات المتعلقة بالسياحة وتنسيق المواقف خلال

المفاوضات ليس فقط فيما يتعلق بالاتفاق العام للتجارة في الخدمات بل كذلك خلال المؤتمرات والاجتماعات العربية الإقليمية والدولية الأخرى.

3.3.2. مناخ الاستثمار السياحي العربي

ظل المنظور الاستثماري في السياحة العربية محدودا برؤى إستراتيجية تخدم القطاع السياحي في البلد الواحد، وبمبادرات على مستوى الأفراد المستثمرين أو بمشاريع ثنائية بين بلد عربي وآخر محكومة على الأغلب بمستوى العلاقات السياسية بينهما، غير أن التوجه العالمي نحو تحرير تجارة الخدمات بما فيها خدمات السياحة والتحاق معظم دول العالم باتفاقات منظمة التجارة العالمية قد سارع من وتيرة الضغوط الموضوعية والملحة على واضعي الخطط والإستراتيجيات السياحية في الدول العربية كما هو الحال في بقية دول العالم من أجل إعادة ترتيب ملفاتها السياحية، بهدف الوصول إلى وضع يمكنها من دخول المنافسة بقوة وكفاءة، هذا إذا لم نقل الوصول إلى وضع يحميها من الذوبان والاضمحلال في مواجهة التكتلات الاقتصادية/السياحية الضخمة التي تمثل المستفيد الأكبر من قوانين العولمة والتجارة الحرة إذا بقي الآخرون دون أن يتحركوا.

1.3.3.2. حوافز الاستثمار السياحي العربي

هناك العديد من الأسباب الأكيدة والمتوافرة عربيا والتي تجعل القطاع السياحي محط أنظار استثمارات القطاع الخاص العربي والأجنبي، وهي تشكل حوافز جديرة لقيام القطاع الخاص العربي بمشاريع عربية سياحية مشتركة، وهي تتمثل في: [48]

- مناخ استثماري أفضل وإجراءات أسهل ونظرة عربية ودية للاستثمارات الخاصة.
- توافر العديد من فرص الاستثمار السياحي المربح داخل الوطن العربي، وتوافر الخبرات العربية الناجحة ذات المستوى العالمي لاسيما في مجال إدارة الفنادق والمطاعم وتأسيس المشاريع السياحية.
- توافر العديد من المقومات والمواقع التاريخية والدينية والبيئية والصحية داخل المنطقة العربية التي تعتبر من أهم المقومات العالمية جلبا للسياحة.
- قدرة الشعب العربي على إتقان هذا النشاط وتوافر روح الضيافة والكرم فضلا عن تنوع التراث والعادات القائمة.
- توافر أماكن الإقامة الفخمة وأيضا تلك التي تلبي رغبات ذوي الدخل المتوسط، وتوافر الشواطئ الجميلة والمأكولات التقليدية ذات النوعية الجيدة .
- يعتبر العالم العربي مهد الحضارة العالمية وبالتالي فهو غني بعناصر جلب السياح الأجانب والعرب.

- توافر متخصصين عرب في علم الإعلام والإعلان والإعلام الآلي مما يسمح باستعمال الوسائل الحديثة في جذب السياح الأجانب والعرب للمنطقة العربية، كما أن هناك وسائل عربية إعلامية حديثة متخصصة في المجال السياحي.

- تشكل عملية الخوصصة الجارية بالدول العربية وإن كانت بشكل متفاوت فرصة للقطاع الخاص العربي ليؤدي دور أكبر وبشكل مشترك في تنمية السياحة والاستثمار في هذا المجال، إذ تقع على القطاع العربي مسؤولية كبيرة خاصة في تهيئة المناخ المطلوب لاجتذاب السياح وفي تجويد نوعية المنشآت والخدمات، وفي تنمية وتطوير الكفاءات العاملة في القطاع السياحي وتحسين مهاراتهم وذلك بالتنسيق الجاد والمستمر مع القطاع العام العربي .

إلا أن هناك نقائص ومعوقات عديدة تقف أمام الاستثمار العربي الخاص في المجال السياحي والتي تحد من فعاليته ومردوديته وأهم هذه المعوقات ما يلي: [48]

- المعاناة المالية لدى العديد من رجال الأعمال والمستثمرين العرب لاسيما العاملين بالسياحة، بسبب ضعف المداخيل وعدم مقدرتهم على الحصول على قروض من البنوك التجارية، كما تتسبب الضريبة المرتفعة الموضوعة على السياحة لاسيما على الفنادق والمطاعم في المزيد من التعقيدات.

- عدم ربط البلدان العربية بخطوط طيران حديثة فيما بينها وتكون مؤهلة وبأسعار تنافسية.

- البنية التحتية أو الأساسية وضرورة تحسينها.

- عدم توافر خطة سياحية مرجعية أي أن عدم تحديد خطة متكاملة لقيام منطقة سياحية سوف يؤخر الاستثمار العربي المشترك ويقلل من فرص الحصول على قروض دولية لتمويل المشاريع.

- معوقات سوقية تتعلق بضرورة تخفيض الأسعار لتصبح منافسة عالمية ولاسيما خلال الفترة الحالية.

- القوى البشرية وأهمية تكوينها وتأهيلها وضرورة إنشاء معاهد سياحية للتعليم العالي.

- عدم توافر الاستقرار الاقتصادي والسياسي في العديد من الدول العربية واستمرار صعوبة وتعدد الإجراءات البيروقراطية.

- النظرة الأجنبية للمنطقة أو البلد من حيث الاستقرار الأمني وأعمال العنف التي تعرفها بعض الدول العربية .

- طول فترة الموافقة على الاستثمار المقترح حيث أنه حالياً لا توجد إجراءات واضحة للموافقة على المشروع السياحي المفترض تنفيذه من قبل المستثمرين العرب، إذ يقوم هؤلاء بطلب المزيد من شروط الضمان والحماية للمشروع قبل زيادة رأس مال الاستثمار، وهناك عملية طويلة ما تزال تأخذ

- حيزا كبيرا من الوقت للموافقة على المشروع وقيود عديدة قائمة داخل بعض الدول العربية والمنطقة على حركة السائح لا تساهم في عملية جلب أعداد كبيرة من السياح.
- عدم توافر دراسات الجدوى وفرص الاستثمار.
 - عدم وجود أنظمة مصرفية متطورة والنقص في الأدوات المالية الحديثة واستعمالها .
 - عدم مسايرة قوانين العمل لمفاهيم الاستثمار الحديثة والقيود المفروضة على حركة رأس المال العربي والعمال ورجال الأعمال العرب.

2.3.3.2. شروط تشجيع الاستثمار السياحي العربي

تعتبر الاتفاقية الموحدة لاستثمار رؤوس الأموال العربية في الدول العربية مرجع لمعاملات الاستثمار العربي في المشاريع السياحية، وتتم تسوية النزاعات بنفس طريقة تسوية النزاعات التي تضمنتها الاتفاقية والإشارة إلى ذلك في عقود الاستثمار المشترك، ويتيح مجلس وزراء السياحة العرب المعلومات حول المشاريع السياحية العربية التي تحتاج إلى استثمارات عربية مكتملة، ويتم من خلاله تبادل التشريعات لتحقيق الشفافية أمام المستثمرين والتعريف بطرق تسوية المنازعات الاستثمارية في الإطار العربي لتحقيق الطمأنينة للمستثمرين.

- ويشترط في جلب الاستثمارات العربية الخاصة تنمية مجالات هامة وأساسية، قبل التطلع إلى جلب أعداد كبيرة من السياح وتنمية هذه الصناعة المتطورة وتتمثل هذه الأمور فيما يلي :
- تخطيط السياحة العربية فوجود مخطط سياحي عربي أمر هام للتأكد من تكامل المشاريع السياحية مع برنامج التخطيط السياحي العربي، مع الأخذ بعين الاعتبار التأثيرات المحتملة على البيئة قبل الشروع في إقامة المشاريع السياحية المنوي تنفيذها .
 - التسويق الجماعي العربي الذي يشمل المنطقة العربية كلية.
 - اعتماد إجراءات مناسبة لتأمين سلامة الزائرين بهدف ضمان نمو وازدهار السياحة.
 - التشاور والتنسيق بين المؤسسات العربية المتخصصة بالسياحة لمراقبة احتياجات القوى البشرية العاملة في النشاط السياحي وإقامة مركز إقليمي عربي للتعليم والتدريب والبحث والمتابعة.

ومن العوامل التي تدفع بالاستثمار السياحي العربي إلى الوجود والتكامل ما يلي:[45]

- إقامة المشاريع المكتملة للنشاط السياحي ومشاريع سياحية عربية مشتركة تتمتع بالكفاءة بالأحجام الكبيرة والمتوسطة والصغيرة في مجالات تقديم الخدمات غير التقليدية، وإيجاد الفرص التسويقية

الجديدة وتوفير المعلومات والأبحاث ودراسات الجدوى للمشاريع السياحية، وإقامة معاهد التعليم والتدريب السياحي للإطارات وفق المعايير الدولية وفي مجال النقل السياحي.

- العمل على وضع خطة عربية متكاملة لفرص الاستثمار السياحي.

- في إطار حركة الخوصصة يطالب القطاع الخاص العربي بالاستثمار في المرافق السياحية القائمة قصد تطويرها وتحديثها وإقامة المشاريع السياحية الكبرى.

- الحاجة إلى المزيد من وكالات جلب السياح الأجانب للمنطقة العربية مع إنشاء مواقع على الإنترنت.

- إنشاء شركات إعلامية متخصصة تقوم بتقديم برامج تلفزيونية تعرض على القنوات الدولية باللغة العربية واللغات الأجنبية المختلفة.

- توفير شروط ضمان وحماية المستثمر.

- إقامة صندوق عربي لتنمية السياحة يعنى بالتمويل السياحي.

- تحسين درجة القطاع السياحي العربي وتأهيل القطاع الخاص العربي لملء فراغ الاستثمار السياحي في المنطقة، بدلا من ترك المجال للقطاع الخاص الأجنبي على ضوء اتفاقيات التجارة الدولية في الخدمات.

- إيجاد اتساق بين قوانين العمل في مؤسسات النشاط السياحي وغيرها مع مفاهيم الاستثمار الحديثة.

السياحة العربية قطاع واعد بالنسبة لاقتصاديات الدول العربية إذا ما اعتمد عليه و حددت له خطة متكاملة، وهذا بسبب ما يمتلكه الوطن العربي من مقومات سياحية جذابة تجعله مقصدا متميزا، والسياحة العربية البيئية تمثل أحد الحلول للوصول إلى الأرقام العالمية.

استخدام عائدات النقد الأجنبي كمؤشر للتنمية السياحية يبين أن كثيرا من الدول سجلت معدلات مرموقة من خلال إيرادات السياحة الدولية، إذ أصبحت السياحة وسيلة هامة لاكتساب النقد الأجنبي وفي كثير من الحالات تسهم بنحو 25% من إجمالي حصيللة النقد الأجنبي، بل أصبحت في بعض الدول الوعاء الأول للحصول على هذه الحصيللة وهذا نتيجة لتطور التدفقات البشرية وتضاعفها وسيطرتها على السياحة العالمية.

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 كالنقل والاتصالات والخدمات الصحية، كما قامت هذه البلدان بتوفير أسباب الجذب

السياسي الإضافية لتلبية احتياجات مختلف فئات السياح وبفضل الجهود التي بذلتها للتوسع في تسويق السياحة وترويجها ازداد عدد السياح الوافدين إليها .

وللأقطار العربية قدرات سياحية كامنة هائلة ولدى العديد منها خصوصا النفطية قدرات استثمارية كبيرة، فلقد أتم معظم تلك الدول بنيتها التحتية من شبكات طرق ومطارات وموانئ وشبكات كهرباء وماء وغيرها، إلا أن اهتمامها بهذا القطاع لم يكن مبكرا مما جعله يبقى متأخرا ولا يحقق النتائج المرجوة منه، وأجدى للنشاط السياحي العربي أن يركز على تسويق وترويج خدمات هذا القطاع وتعزيز وتحفز السياحة البيئية خاصة مع دخول معظم الدول العربية تحت قوانين والتزامات تحرير تجارة الخدمات وفقا لاتفاقية منظمة التجارة العالمية، وخلق المناخ المناسب من أجل اجتذاب الاستثمار العربي والأجنبي في قطاع السياحة من ناحية وتحفيز القطاع الخاص لكي يكون له دور أكبر في تنمية وتطوير القطاع السياحي العربي من ناحية أخرى.

الفصل 3

معالم السياحة في الجزائر

تتنوع الموارد السياحية في الجزائر وتختلف نتيجة لتنوع تضاريسها ومناخها، كما أنها تمتلك تراثا حضاريا وثقافيا ودينيا نتيجة للحضارات التي عرفها تاريخها، إلا أن هذه الموارد لم تجعلها وجهة سياحية معروفة وهذا بسبب عدم الاهتمام بهذا القطاع من طرف السلطات حيث أنه عادة الاستقلال تم الاعتماد على نموذج الصناعات المصنعة، الذي يحتاج إلى موارد مالية ضخمة وبالتالي تم اعتبار قطاع السياحة قطاعا ثانويا.

ولكن بعد الأزمة البترولية لسنة 1986 كان من الضروري إعادة النظر في السياسة المتبعة في هذا المجال وكان لزاما على السلطات إعطاء الأهمية والأولوية لهذا القطاع واستغلال الثروات التي تتمتع بها الجزائر لصالح التنمية الشاملة، ونحاول في هذا الفصل إبراز أهم المقومات السياحية للجزائر من خلال ما يلي:

1.3. المقومات السياحية في الجزائر،

2.3. الاستثمارات والسياسة السياحية عبر المخططات التنموية،

3.3. السياسة السياحية الجديدة.

1.3. المقومات السياحية في الجزائر

تمثل الجزائر منتوجا سياحيا متكاملًا فهي تمتلك شواطئ جميلة تطل على البحر المتوسط وغابات وجبال ومناطق صحراوية رائعة، بالإضافة إلى آثار لمدن رومانية وإسلامية تعبر عن حضارات قديمة، ورغم هذه المعطيات الجيدة فإن الجزائر غابت عن خريطة السياحة العالمية بسبب عدم الاهتمام بهذا القطاع سابقا، وبعدما ثبت الدور الفعال الذي يؤديه هذا القطاع في التنمية من خلال تجارب دول عديدة، أصبحت السلطات تهتم به وأولته عناية خاصة وأول خطوة للنهوض به كانت في سنة 1997 من خلال برنامج خاص يهدف إلى تطوير العديد من المناطق السياحية لاسيما في الجنوب، ووضعت حاليا وزارة السياحة برنامجا يهدف إلى تحقيق التنمية المستدامة للسياحة نظرا للإمكانيات والموارد السياحية الهامة

التي تزخر بها الجزائر، ونستعرض في هذا المبحث هذه الموارد السياحية ولمحة تاريخية عن السياحة في الجزائر وكذا مختلف المناطق والأنواع السياحية فيها.

1.1.3. الإمكانات السياحية في الجزائر

تزخر الجزائر بثروات وموارد سياحية هامة ومعتبرة حيث تتنوع هذه الموارد بين المعطيات الطبيعية والموارد الثقافية والحضارية والدينية فتشكل مزيجا متميزا، يجعلها وجهة سياحية هامة ومقصدا للعديد من محبي الاستكشاف والتمتع بالمناظر الرائعة، إلا أنها لم تستغل لتنمية قطاع السياحة.

1.1.1.3. الموارد السياحية

تتمثل هذه الموارد في البنية الجغرافية للبلاد من حيث الموقع والمناظر الطبيعية والمرتفعات الجبلية والشواطئ والغابات والمناخ، إضافة إلى التراث الحضاري والثقافي والديني...

1.1.1.1.3. الموارد السياحية الطبيعية

تعتبر الموارد الطبيعية عنصرا أساسيا من عناصر الجذب السياحي وبلادنا لا تفتقر إلى هذا العامل الهام، فهي تتمتع بثروات عديدة تتنوع من منطقة لأخرى بدءا من شواطئها الخلابة إلى جبالها الشامخة ووصولاً إلى صحرائها الرائعة.

1.1.1.1.1.3. الموقع الجغرافي

تقع الجزائر في شمال إفريقيا بين خطي طول 9° غرب خط غرينتش و12° شرقه وبين دائرتي عرض 19° و37° شمالا، تبلغ مساحتها 2.381.741 كلم² ولها واجهة بحرية تقدر بـ1200 كلم، وبحكم موقعها الجغرافي المتميز كانت الجزائر دوما محطة التقاء وتفاعل بين العالم العربي والقارة الإفريقية ومنطقة البحر الأبيض المتوسط، وقد كانت الجزائر على امتداد تاريخها الطويل والحافل بالأمجاد بؤرة احتكاك وتواصل للحضارات والفنون والثقافات التي عرفتها منطقة شمال إفريقيا، تأتي الجزائر في المرتبة العاشرة من حيث شساعة مساحتها على المستوى العالمي وفي المرتبة الثانية على المستوى الإفريقي، وتشكل الصحراء خمسة أرباع أراضيها يحدها من الغرب المملكة المغربية والصحراء الغربية وموريطانيا، ومن الشرق الجمهورية التونسية والجمهورية الليبية ومن الجنوب مالي والنيجر ومن الشمال البحر الأبيض المتوسط.

2.1.1.1.1.3. الأقاليم الطبيعية

تنقسم الأقاليم في الجزائر إلى الأقاليم التالية: [49] ص12

- الساحل: يشغل هذا الإقليم شريطا محدودا طوله 1200 كلم، يتميز بارتفاعه وتكوينه الصخري حيث أن الكتل الصخرية المشكلة له يتجاوز علوها 1000م أحيانا، كما أنه يحتوي على عدة مناطق إستراتيجية من الناحية البيئية بحكم موقعه الجغرافي في حوض البحر الأبيض المتوسط وتنوع المناخ، ويحتوي الساحل على أنظمة بيئية بحرية وكثبان رملية وأنظمة ساحلية قرب الغابات من الشرق إلى الغرب.

- الأطلس التلي: يمتد على شكل سلاسل جبلية باتجاه جنوب شرق وشمال شرق، تحصر بينهما جيوبا سهلية ساحلية ضيقة كوهران ومتيجة وعنابة وسهول داخلية مرتفعة واسعة نسبيا في أحواض الأنهار والأودية وسفوح الجبال كتلمسان وسيدي بلعباس وقسنطينة، تمتد جبال هذا الإقليم من مرتفعات تلمسان إلى حدود المغرب وحتى جبال سوق أهراس عند حدود تونس شرقا وتصل أعلى قمة فيها إلى 2328م في جبل الشيليا بالأوراس.

- الهضاب العليا: تمتد على شكل حزام عرضي من الأراضي يتراوح علوها بين 900 و1000م تأخذ أحيانا طابع الجبل، وبها العديد من المنخفضات ويشكل العرض التضاريسي المتمثل في جبل الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية والهضاب الغربية.

- الأطلس الصحراوي: عبارة عن سلسلة جبلية طولها 700 كلم من فجيح غربا إلى إقليم الزاب شرقا، ويمثل حدا طبيعيا بين الشمال والجنوب وحاجزا في وجه رمال الصحراء وتضم هذه السلسلة مرتفعات عديدة كجبال القصور وبها قمة سيدي عيسى 2238م، جبال العمور وجبال الأوراس...

- الصحراء: إقليم شاسع يتكون من صخور بركانية قديمة، وهي تتشكل من التضاريس التالية: [49] ص18

* نطاق المنخفضات: تقع في الشمال الشرقي حيث نجد منخفض ملغيع 32م تحت مستوى سطح البحر، وتنتشر أهم الواحات به كوادي سوف والزيبان ووادي الريغ.

* نطاق الهضاب الصخرية: عبارة عن تكوينات صلبة تغطيها صخور جيرية رملية على شكل صفائح طبقية تسمى الحمادة، ونجدها وسط الصحراء أهمها هضبة تادميت 896م فوق مستوى سطح البحر وحمادة الذراع غرب تندوف.

* نطاق المرتفعات: يتواجد في الجنوب الغربي للصحراء في منطقة التاسيلي، أغلب تكويناته الجبلية ناتجة عن اضطرابات بركانية يصل ارتفاعها إلى 2254م بها وادي جرات الذي يشكل معلما أثريا وسياحيا عالميا، حيث نجد رسومات التاسيلي القديمة وفي منطقة الهقار الشاسعة (0.5 مليون كلم²) توجد أعلى قمة في كتلة الأتاكور شمال تمنراست في تاهاات 2918م وهي أعلى ارتفاع في الجزائر.

* نطاق الرمال: هي عبارة عن سهول تغطيها الرمال وتشمل أكبر أجزاء الصحراء وأهم أشكالها: الرق: سهل صخري مغطى بالحصى أو أحواض منخفضة ملئتها السيول الجارفة بالرواسب الصخرية، وهي صالحة للحركة حيث تشكل مسارات العديد من الطرق الصحراوية.

العرق: سطح واسع الأطراف تغطيه كثبان رملية يتراوح ارتفاعها ما بين 260م و500م، وتنتشر بكثافة في الشرق الممتد من الحدود التونسية حتى المنخفض الذي يفصل تادميت والمنيعه بالإضافة إلى العرق الغربي وعرقا الشاش وإيقدي.

3.1.1.1.3. المناخ والنبات

يمتاز المناخ الجزائري بالتنوع والتباين حسب مختلف المناطق، نسجل ثلاثة مناخات موزعة عرضيا من الغرب إلى الشرق ومرتبة من الشمال إلى الجنوب كما يلي:

- مناخ البحر المتوسط:

يشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب طقس معتدل ويتميز بشتاء ممطر ودافئ وطويل وصيف جاف وحار وقصير، ونميز بين نوعين فيه:

* النوع المتوسطي الرطب: ينحصر هذا النوع في الشرق ويشمل قسما من منطقة القبائل في ناحية جرجرة، وهو أكثر رطوبة وتدوم الثلوج في هذه المنطقة لفترة تزيد عن 10 أيام في السنة ويمتاز بغطاء نباتي كثيف الذي يتشكل من غابات البلوط والفلين، يبلغ فيه معدل الأمطار 1000 ملم سنويا.

* النوع المتوسطي شبه الرطب: يغطي باقي مناطق التل حيث يشمل المنحدر الجنوبي من التل القسنطيني وجبال البيبان والأطلس والقسم الشرقي من الظهر إلى تنس، يتشكل من غابات البلوط الأخضر والزان ومعدل الأمطار يبلغ 700 ملم في السنة.

- مناخ الإستبس:

يغطي الهضاب العليا وهو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي والصحراوي، تتراوح الأمطار فيه بين 300 و500 ملم في السنة وهي غير منتظمة والفوارق الحرارية الشهرية متطرفة، يتميز

بفصل بارد طويل وأحيانا رطب حيث يسجل درجات حرارة معدومة وأحيانا سالبة في بعض المناطق وبقيّة الأشهر يتميز بدرجات حرارة مرتفعة والجفاف، ونجد فيه الزيتون والدارين والحلفاء.

- مناخ الصحراء:

يمتاز بمطار قليلة وغير منتظمة تقل عن 200 ملم في السنة جوه جاف وحرارته مرتفعة، باستثناء منطقة الهقار المتأثرة بالمناخ المداري حيث الأمطار تسقط صيفا والحرارة أكثر اعتدالا وأهم النباتات المتواجدة به النخيل، الدارين، العنب، الطرفة والسنت [49] ص18.

4.1.1.1.1.3. الحمامات المعدنية

تزرخ الجزائر بحمامات معدنية طبيعية أثبتت التجارب العلمية أنها صالحة لشفاء العديد من الأمراض، حيث تم إحصاء 202 منبع للمياه المعدنية سنة 1982 إذ يسمح استغلالها بتوسيع العرض السياحي الجزائري، وقد أنشأت أمام هذه المنابع مراكز صحية ومراكز استجمام وترفيه منها مركز العلاج بمياه البحر بسيدي فرج، حمام ريغة وغيرها.

2.1.1.1.3. الموارد التاريخية، الثقافية والدينية

تزرخ الجزائر بمعالم تاريخية وثقافية متنوعة نتيجة لتعاقب حضارات عديدة عليها نذكر منها: الحضارة النوميدية التي امتدت إلى كامل شمال القارة الإفريقية، تليها الحضارة الفينيقية التي تمركزت في المدن الساحلية والحضارة الإغريقية والحضارة الرومانية التي استقرت في الجزائر قرابة 5 قرون، وأعطى هذا الغزو لحضارة الجزائر بعدا كبيرا بتحفيز حركة عمرانية قوية توجد آثارها حتى في المناطق الداخلية كمدينة تيمقاد، بالإضافة إلى آثار أخرى موجودة بتيبازة وشرشال وغيرها، ثم جاءت الحضارة الوندالية والبيزنطية وأخيرا الحضارة الإسلامية من خلال خلافت عديدة كالخلافة الفاطمية، الحمادية والمرابطين الذين نقلوا الحضارة الأندلسية والفن المعماري الإسلامي إلى بلادنا والخلافة العثمانية.

كما تتمتع الصحراء الجزائرية بمعالم وآثار نادرة والمتمثلة في نقوش الصخور ورسومات التاسيلي والهقار اللذان صنفا كتراث إنساني عالمي من قبل منظمة اليونسكو، ومعالم أخرى كقلعة بني حماد، تيمقاد، جميلة، شرشال، تيبازة وقصبة الجزائر كما أنه توجد عدة زوايا تستقطب اهتمام الكثيرين الذين يودون زيارتها كالزوايا التيجانية والعيساوية.

إضافة إلى التراث التقليدي الذي يمتد في أعماق التاريخ فالصناعة التقليدية تضطلع بدور أساسي في تقديم صورة عن البلد، وتتمثل في صناعة الفخار وصناعة الحلبي الفضية والذهبية، صناعة الزرابي، صناعة النحاس واللباس التقليدي [50] ص112، فالقطاع السياحي يشكل قطبا للنمو يمكن أن يحدث الديناميكية الاقتصادية المرغوب فيها لتفعيل قطاع الصناعات التقليدية والحرف من خلال الاستثمار والتوسع في طاقاتها الاستيعابية.

2.1.1.3. المنشآت القاعدية

تمثل المنشآت القاعدية المنشآت الضرورية للقيام بمشاريع وأنشطة سياحية وتتمثل في:

1.2.1.1.3. النقل

يعتبر النقل عاملا هاما لتطوير السياحة ولقد كان اهتمام الجزائر بشبكات المواصلات منذ الاستقلال سواء في الطرقات أو السكك الحديدية أو النقل البري والبحري، وهي من أهم شبكات النقل على مستوى المغرب العربي، و تتوزع كما يلي: [49] ص28

1.1.2.1.1.3. الطرق البرية

يقدر طولها بنحو 104.72 ألف كلم منها 67 ألف كلم طرق وطنية و38100 كلم طرق ترابية صالحة للسير والحركة والباقي ذو نوعية متوسطة، وبمقارنة هذه القدرات مع مساحة البلاد نجدها غير كافية و معظمها في المدن الكبرى وتبقى مناطق كثيرة تعاني من العزلة.

2.1.2.1.1.3. السكك الحديدية

يبلغ طول شبكة السكك الحديدية 4500 كلم ذات اتجاه وحيد، و215 كلم منها مكهرب ومزودة بحوالي 200 محطة تغطي خاصة الشمال بنسبة 17% من حركة النقل البري، حيث تستغل هذه الشبكة من طرف الشركة الوطنية للسكك الحديدية التي تمتلك 10300 عربة وتوظف 187 قطار يوميا يربط 17 مدينة.

3.1.2.1.1.3. النقل الجوي

عرف النقل الجوي تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة بحيث تم إنجاز 31 مطار منها 13 مطار دولي يصل الجزائر بالعديد من المطارات الأوروبية من خلال 37 خط إتجاه أوروبا بالإضافة إلى الخطوط الداخلية، وتضمن نقل حوالي 3.6 مليون مسافر ونحو 30 ألف طن من البضائع.

4.1.2.1.1.3. النقل البحري

تتوفر الجزائر على 13 ميناء متعدد الاختصاصات بالإضافة إلى وجود عدد كبير من الموانئ الصغيرة للصيد البحري والاستجمام، تضمن الخدمات البحرية 5 مؤسسات متخصصة، والموانئ الجزائرية تشهد نشاطا اجتماعيا واقتصاديا مكثفا حيث أن المبادلات التجارية الخارجية تتم أساسا عن طريق البحر.

2.2.1.1.3. الاتصالات

تمتلك الجزائر عدة محطات أرضية للاتصالات بالأقمار الصناعية تدعمت بخدمات المعلومات والربط التكنولوجي بشبكة الإنترنت الدولية، وتغطي الشبكة الهاتفية أغلب التراب الوطني منها 96% آلية ويعرف القطاع توسعا وتحديثا للشبكة من خلال تعميم الهاتف الرقمي والنقال.

3.2.1.1.3. قدرات الاستقبال

تمتلك الجزائر طاقات إيواء مختلفة ومتنوعة تتمثل في فنادق يمتلكها القطاع العام والخاص والمركبات السياحية والمخيمات موزعة في المناطق الساحلية خاصة، إلا أن هذه القدرات تبقى غير كافية ولا تلبي الطلب السياحي كما أنها تتمركز في الشمال مما لا يسمح بترقية وتنمية السياحة الصحراوية في الجنوب.

2.1.3. لمحة تاريخية عن السياحة في الجزائر

يعود ظهور السياحة في الجزائر إلى العهد الاستعماري وبالتحديد في بداية القرن التاسع عشر، فالقدرات السياحية للجزائر جعلت المستعمر يفكر في استغلالها ومنذ ذلك الوقت عرفت السياحة بداية لتطورها، ونتطرق في هذا المطلب إلى تاريخ النشاط السياحي قبل وبعد الاستقلال.

1.2.1.3. قبل الاستقلال

تمثل سنة 1897 بداية لتأسيس النشاط السياحي وذلك بتأسيس اللجنة الشتوية الجزائرية، التي جلبت العديد من السواح الأجانب خاصة الأوروبيين والفرنسيين على وجه التحديد بواسطة الدعاية والإشهار لاكتشاف مناظر الجزائر الطبيعية [51] ص120، وأدى ازدياد عدد السواح إلى عدم قدرتها على تلبية كل الطلبات فعمدت السلطات الاستعمارية إلى إنشاء هيئات أخرى لتلبية حاجاتهم نذكر منها:
- نقابة سياحية في مدينة وهران سنة 1914 ونقابة سياحية في قسنطينة سنة 1916 تقوم بالتنسيق فيما بينها لتنظيم رحلات سياحية في اتجاه الجزائر.

- الفيدرالية السياحية سنة 1919 تجمع 20 نقابة سياحية والتي تستفيد من دعم مالي من طرف الحكومة الفرنسية، كما أنشئ تنظيم خاص بالفنادق هو عبارة عن فيدرالية خاصة بالفنادق في نفس السنة، وقررت الحكومة الفرنسية تقديم إعانات مالية لأصحاب الفنادق السياحية.
- إنشاء القرض الفندقي سنة 1929 مختص في منح القروض للمستثمرين في السياحة وهو بمثابة بنك أنشئ لتشجيع وتوسيع وتجديد الفنادق [51] ص121.
- إنشاء الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي والسياحي (OFALAC) سنة 1931، الذي أصبح فيما بعد يسمى مركز التنمية السياحية يهدف إلى تنمية السياحة استمر نشاطه حتى بعد الاستقلال.

ارتفع عدد السواح الوافدين إلى الجزائر نظرا للتشجيع والدعم الذي لقيه القطاع من قبل السلطات الاستعمارية حيث قدر عددهم سنة 1950 بـ150 ألف سائح [51] ص121، إلا أنه تقلص بسبب اندلاع الثورة التحريرية، ولقد أدركت السلطات الاستعمارية أهمية القدرات السياحية في الجزائر ودورها في الاقتصاد فوضعت برنامجا موسعا يهدف إلى توسيع قدرات الاستقبال وتجهيزها، ففي مخطط قسنطينة لسنة 1957 سطرت إنجاز 17200 غرفة لفنادق حضرية 17% منها موجودة في الجزائر العاصمة وإنجاز 1130 غرفة في المحطات المعدنية والمناخية، غير أن هذا البرنامج لم يتم تنفيذه كليا بسبب الثورة التحريرية وما تركته فرنسا في هذا المجال كان 5222 سرير موزعة في الغالب في المدن السياحية الكبرى، ورغم هذه الإمكانيات والهيئات التي سخرتها فرنسا للسياحة إلا أنها لم تعطيهما البعد الحقيقي فإذا كانت أحد أهداف النشاط السياحي التنمية الاقتصادية للبلاد والتعريف بحضارة وثقافة وتراث المجتمع المستقبل للسواح، فإن فرنسا عمدت إلى طمس مقومات الشعب الجزائري واستفادت من مداخل السياحة لتعزيز البنية الاقتصادية في فرنسا وتركت الشعب الجزائري في حالة تخلف وعدم إرساء لعادات وتقاليد سياحية وفندقية مما أثر على التنمية السياحية فيما بعد الاستقلال.

كما أن ما ورثته الجزائر من قدرات استقبال لا يمكن أن يرقى إلى تغطية المناطق السياحية، بالإضافة إلى عدم تنظيم القطاع من طرف مؤسسة إدارية رسمية مكلفة بالقطاع السياحي تعمل على تطويره سوى مؤسسة عمومية أنشئت سنة 1953 من أجل ترقية النشاط الزراعي وجرد الحاجيات السياحية، ومركز عائلي بين عكنون كان تابعا للضمان الاجتماعي يقوم بالإضافة إلى ذلك بتكوين عمال الطبخ والفنادق [52] ص34.

2.2.1.3. بعد الاستقلال

ورثت الجزائر بعد الاستقلال 5222 سرير موزعة على السياحة الشاطئية بنسبة 50% والسياحة الحضرية بنسبة 40% والسياحة الصحراوية بنسبة 8% حيث أن هذا التوزيع كان يلبي احتياجات الزبائن الأوروبيين والفرنسيين [24] ص25، وكانت هذه المنشآت في حالة متدهورة مما لم يسمح للسلطات باستغلالها والاستفادة منها كما أن التوجه الاقتصادي آنذاك لم يكن يعتمد على السياحة ولم يجعلها من الأولويات التنموية. تولى تسيير الهياكل السياحية لجنة مختصة في تسيير الفنادق والمطاعم (COGEHORE) التي تأسست سنة 1965، وأسندت مهامها للديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT) الذي كان تحت وصاية وزارة الشبيبة والرياضة إلى غاية 1964 أين تم إحداث وزارة للسياحة، ومهمته تسيير أملاك الدولة والتعريف بالمنتوج السياحي الجزائري في السوق الدولية.

وخلال الفترة الممتدة بين 1962 و1966 لم يشهد القطاع السياحي أي تنمية حقيقية إذ تميزت هذه المرحلة بضعف وتردي الهياكل السياحية، ونقص اليد العاملة المؤهلة وانعدام الوكالات السياحية التي تتكفل بالدعاية والإشهار وهذا راجع إلى:

- اعتبار السياحة نشاطا ثانويا من طرف السلطات العمومية .
- الحالة الاجتماعية للشعب الجزائري من فقر وجهل جعلت الأغلبية منهم لا يهتم بالسياحة .
- انعدام العمال المؤهلين والأكفاء في المجال السياحي .
- ضعف البنية الأساسية للسياحة المتمثلة في الصناعة التقليدية والفندقية والمرافق المصاحبة لها من وسائل الراحة والترفيه والنقل.
- انعدام الثقافة والتقاليد السياحية عند المجتمع الجزائري .
- انعدام الإعلام والإشهار والوكالات السياحية في الخارج سوى ثلاث وسائل في كل من ستوكهولم، باريس وفرانكفورت في ذلك الوقت.

دفعت هذه الظروف الدولة إلى محاولة استغلال الثروات السياحية من خلال إحصاء شامل للمشاكل التي تعاني منها السياحة، وفسحت المجال للاستثمار الخاص وفق القانون الصادر في 26 جويلية 1963 والأمر الصادر في 15 سبتمبر 1966 من أجل رفع قدرات الإنتاج الوطني، لكن بقيت مساهمة الخواص ضعيفة جدا حيث لم يتم إنجاز إلا مشروعين في وهران وعنابة (فندقين) بينما كانت الاستثمارات الأجنبية منعدمة [24] ص26.

- وبداية الاهتمام الحقيقي بالسياحة من قبل الدولة كان بصدور الميثاق السياحي سنة 1966، فبعد تقويم شامل قدمته وزارة السياحة حول مجمل الثروات السياحية عبر الوطن وتحديد أهمية وفوائد السياحة ونوع الهياكل الواجب إنشاؤها، تم تحديد سياسة الدولة في هذا القطاع من خلال الميثاق السياحي حيث حددت التوجهات الأساسية للقطاع والمتمثلة في: [52] ص 36
- توجيه النشاط السياحي نحو السياحة الدولية (الخارجية) من أجل جلب العملة الصعبة وذلك لحاجة الجزائر لموارد مالية معتبرة لتغطية وتمويل برامج التنمية المختلفة.
 - تحسين الظروف السياحية الطبيعية والثقافية من خلال إحصاء وجرد المناظر السياحية وتصنيفها وإدخال إصلاحات عليها لجعلها ملائمة.
 - إنشاء مناصب شغل من خلال توسيع هياكل هذا القطاع مع اندماج الجزائر في السوق الدولية للسياحة مما يؤدي إلى امتصاص نسبة البطالة المرتفعة.
 - إنشاء وتطوير الصناعة الفندقية من خلال اختيار المطاعم والفنادق ذات الطابع السياحي، وإصلاح المرافق المخصصة للعطل عبر الشواطئ وإنشاء فنادق سياحية ضخمة عبر مختلف المناطق.
 - اختيار مناطق التوسع السياحي أي تحديد مناطق للتهيئة السياحية والتي يمكن إنجاز فيها كل التجهيزات المستقبلية، وبعد الدراسة المدققة تم تحديد عدد من المناطق التي تتوفر على شروط ملائمة لإقامة مشاريع سياحية.
 - إنشاء الوكالات السياحية في الداخل والخارج بغرض الإشهار والدعاية للمنتوج السياحي.
 - تسهيل إجراءات الدخول عبر الحدود وتنظيم حركة التنقل وتطويره.
 - تخفيض أسعار الخدمات السياحية والفندقية.

3.1.3. مناطق وأنواع السياحة في الجزائر

تتعدد وتنوع المؤهلات والإمكانات السياحية بالجزائر في مناطق عديدة تسمح بممارسة أنواع مختلفة للسياحة، حيث تتميز كل منطقة بقدرات وثروات تجعلها مصدرا لنوع سياحي معين وقبل التعرف على أنواع السياحة الممكن ممارستها لا بد من التعرف على مناطق التوسع السياحي.

1.3.1.3. مناطق التوسع السياحي

تم تحديد تعريف لمناطق التوسع السياحي بمقتضى المرسوم رقم 66-75 الصادر بتاريخ 04 أبريل 1966 كما يلي [24] ص 33: "كل منطقة أو امتداد من الإقليم يتمتع بصفات أو بخصائص طبيعية وثقافية وبشرية وإبداعية مناسبة للسياحة مؤهلة لإقامة أو تنمية منشأة سياحية، ويمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات المردودية".

- تتوفر مناطق التوسع السياحي على مؤهلات تسمح لها بأن تكون منطقة سياحية ولقد تم إحصاء 174 منطقة، مصنفة بمقتضى المرسوم رقم 88-232 الصادر بتاريخ 05 نوفمبر 1988 بمساحة إجمالية تقدر بنحو 47073 هكتار موزعة على التراب الوطني كما يلي: [19] ص 15
- 140 منطقة للتوسع السياحي على مستوى 14 ولاية ساحلية وتمثل نحو 34852.86 هكتار.
 - 13 منطقة للتوسع السياحي على مستوى الولايات الداخلية والهضاب العليا تمثل 3486.6 هكتار.
 - 20 منطقة للتوسع السياحي تتوزع على مستوى 08 ولايات من الجنوب تمثل 9501.09 هكتار.

بالإضافة إلى 202 مصدر للمياه المعدنية مصنفة نظرا لخصائصها الكيميائية والفيزيائية على مستوى التراب الوطني وهذه المنابع مصنفة كما يلي :

- 136 منبع للمياه المعدنية ذات أهمية محلية.
- 55 منبع للمياه المعدنية ذات أهمية جهوية.
- 11 منبع للمياه المعدنية ذات أهمية وطنية.

إن تحديد مناطق التوسع السياحي عبر التراب الوطني تم حسب صفات عديدة تتمثل في [53] ص 59: طبيعة ودرجة تمركز الإمكانات السياحية، درجة تطور المنشآت والمرافق، الوضعية الملائمة للشبكة التقنية، إمكانات التزود بالماء، سهولة الوصول إلى مناطق التوسع السياحي. وتضمن هذا القانون النقاط التالية :

- برنامج تنمية واثمين للموارد السياحية .
- تحديد وحماية المناطق والمواقع السياحية .
- إدراج النشاطات السياحية بشكل منسجم ضمن تهيئة الإقليم.

ورغم الانشغال والاهتمام الكبير الذي أولته السلطات لتحديد مفهوم المناطق والمواقع السياحية وتأمينها قانونيا إلا أن هذا المفهوم كان يفتقر للدقة، مما أدى إلى العراقيل التي حالت دون تطبيقه ونجم عن ذلك: الشغل العشوائي لمناطق التوسع السياحي، تدهور المواقع السياحية وتحويل الموارد عن طبيعتها مما قلل فرص الاستثمار في بعض المناطق ذات القيمة السياحية العالية، والمضاربة في الصفقات العقارية المتعلقة بقطع الأراضي الواقعة في هذه المناطق. فقامت السلطات المعنية بإعادة تحديد مفهوم مناطق ومواقع التوسع السياحي في القانون الجديد لسنة 2003 وهو القانون رقم 03-03 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية كما يلي: [54]

عرفت مناطق التوسع السياحي بنفس تعريفها السابق.

الموقع السياحي: كل منظر أو موقع يتميز بجاذبية سياحية بسبب مظهره الخلاب أو بما يحتوي عليه من عجائب أو خصوصيات طبيعية أو بنايات مشيدة عليه، يعترف له بأهمية تاريخية أو فنية أو أسطورية أو ثقافية، والذي يجب تثمين أصالته والمحافظة عليه من التلف أو الاندثار بفعل الطبيعة أو الإنسان. منطقة محمية: جزء من منطقة التوسع أو موقع سياحي غير قابل للبناء، ويستدعي حماية خاصة قصد المحافظة على مؤهلاته الطبيعية والأثرية أو الثقافية.

يهدف هذا القانون إلى: [55]

- الاستعمال العقلاني والمنسجم للفضاءات والموارد السياحية لضمان التنمية المستدامة للسياحة.
- إدراج مناطق التوسع والمواقع السياحية وكذا منشآت تنمية النشاطات السياحية في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم.
- حماية المقومات الطبيعية للسياحة .
- المحافظة على الموارد الثقافية والسياحية من خلال استعمال واستغلال التراث الثقافي والتاريخي والديني والفني لأغراض سياحية.
- إنشاء عمران مهياً ومنسجم ومناسب مع تنمية النشاطات السياحية والحفاظ على طابعه المميز.

ويكون تسيير وتهيئة مناطق التوسع والمواقع السياحية في إطار مخطط التهيئة السياحية الذي يندرج ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران ويشتمل على: [56]

- حماية الجمال الطبيعي والمعالم الثقافية التي يشكل الحفاظ عليها عاملاً أساسياً للجذب السياحي .
- إنجاز استثمارات على أساس أهداف محددة من شأنها إحداث تنمية متعددة الأشكال للمتاحات التي تزخر بها مناطق التوسع والمواقع السياحية .

ويهدف مخطط التهيئة السياحية إلى: [57]

- تحديد المناطق التي يجب حمايتها.
- تحديد الوظائف المتطابقة والاستثمارات المناسبة.
- إعداد التجزئة المخصصة للمشاريع المراد تحقيقها عندما تقتضي الضرورة ذلك.

ومن خلال مناطق التوسع السياحي يمكن حصر 6 مناطق سياحية في الجزائر تبعا لتنوع المعطيات الجغرافية: [51] ص 119

- منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي .

- منطقة السلسلة الأطلسية.
- منطقة الهضاب العليا .
- منطقة الأطلس الصحراوي.
- منطقة واحات شمال الصحراء.
- منطقة الصحراء الكبرى.

2.3.1.3. أنواع السياحة في الجزائر

تشكل المعطيات الطبيعية والتاريخية والثقافية والدينية مصدرا لأنماط سياحية عديدة، فتعدد المناطق الساحلية وتنوع المناخ بالجزائر يساعد على تنمية وتطوير أنواع مختلفة من السياحة حيث لا يركز النشاط السياحي خلال فترة زمنية معينة بل يستمر على مدار السنة، وأهم أنواع السياحة الممكن ممارستها في الجزائر نذكر منها ما يلي:

1.2.3.1.3. السياحة الشاطئية

يمتد الساحل الجزائري على طول 1200 كلم، تتخلله شواطئ بديعة وغابات أخاذا وسلاسل جبلية على طول الشريط الساحلي، أصبح هذا النوع منتوجا شعبيا معظم زبائنه الفئات الشابة ذات دخل متوسط تهتم بالسباحة والاستمتاع بأشعة الشمس [19] ص23، يمكن أن يشكل هذا النوع على المدى الطويل أساسا للتنمية السياحية في الجزائر، نظرا لطاقته الكبيرة وإلى: [58] ص6

- وجود طلب داخلي كبير باعتبار أن غالبية السكان متمركزة في الجهة الشمالية للبلاد، فخلال موسم الاصطياف لسنة 2002 بلغ عدد المصطافين 118 مليون مصطاف.
- تمركز العطل في موسم الصيف وغياب سياسة تعمل على تمديدتها على مدار السنة، مما يؤدي إلى ارتفاع الطلب خاصة وأن سكان المناطق الداخلية يرغبون في الاستفادة من السياحة الشاطئية.
- الجالية الجزائرية المقيمة بالخارج تفضل السياحة الشاطئية لقضاء عطلتها.
- إن أولوية وأهمية السياحة الشاطئية تظهر من خلال الطلبات الكبيرة المسجلة في مجال الاستثمار التي يتقدم بها المتعاملون الوطنيون والأجانب.

وخلافا لبقية أنواع السياحة تتطلب تنمية السياحة الشاطئية إنشاء هياكل استقبال متنوعة، بدأ من المخيمات ووصولاً إلى الفنادق ذات النوع الرفيع والتي تجعل هذا المنتج في متناول الجميع.

2.2.3.1.3. سياحة الأعمال والمؤتمرات

يعرف هذا النوع انتشارا واسعا بسبب النمو المتزايد في التنقلات الفردية والجماعية التي تدخل في إطار المحاضرات والملتقيات، وسياحة الأعمال والمؤتمرات في الجزائر تعرف نموا نظرا لتزايد كثافة النشاطات الاقتصادية والاجتماعية من جهة والنمو المتزايد للعلاقات مع الخارج نتيجة لتحرير النشاطات الاقتصادية من جهة أخرى.

إلا أن القدرات الحالية للاستقبال تبقى محدودة ومتمركزة على مستوى العاصمة وغير قادرة على تلبية الطلب السياحي الحالي والمستقبلي مما يعتبر فرصة سانحة للاستثمار الوطني والشراكة الأجنبية بجميع أشكالها، تمثل سياحة الأعمال والمؤتمرات منتوجا مربحا ينبغي أن يلقى اهتماما خاصا بغرض جعله أكثر جلا واهتماما من طرف المستثمرين الفعليين وضمن انطلاقة حقيقية له خلال السنوات المقبلة.

3.2.3.1.3. السياحة الصحراوية

تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة بها كل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، من خلال واحاتها المنتشرة عبر أرجائها ومبانيها المتميزة بهندستها والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار والحضارة المجسدة في الرسوم على الصخور بالتاسيلي، مما يجعلها الورقة الرابحة للجزائر في الوقت الحالي من أجل تنمية السياحة الدولية.

لذا فإن العملية الترويجية في الخارج ينبغي أن تتجه على المدى القصير نحو المناطق السياحية للجنوب الكبير والتي يمكن تحويلها إلى أقطاب جلب حقيقية للسياح الأجانب والأوروبيين خاصة، كما أن تنوع الثروات الطبيعية والتاريخية والثقافية والدينية في الجنوب يسمح بتطوير منتوجات متنوعة مثل سياحة الاستكشاف، السياحة الثقافية والدينية، سياحية المغامرات والتجوال وكذا السياحة الرياضية [58] ص6، وتحتاج السياحة الصحراوية إلى إنجاز هياكل بسيطة ومراكز إقامة متواضعة يمكن أن ينجزها القطاع الخاص، إلا أنها تحتاج لمنشآت قاعدية أهمها النقل البري والجوي وتخصيص استثمارات كافية لترقية المرافق الضرورية كشق الطرق وتخصيص طائرات للرحلات الداخلية وفتح خطوط دولية مباشرة.

4.2.3.1.3. السياحة المعدنية

تتوفر الجزائر على 202 منبع حموي إلا أن طاقة الاستقبال لهذا النوع تبقى ضعيفة جداً، والمحطات الحموية البالغ عددها ثمانية واحدة منها متخصصة في المعالجة بمياه البحر تعرف اكتظاظاً على مدار السنة بسبب الطلب الداخلي القوي الذي تتحكم فيه الدوافع الاجتماعية والثقافية والتقليدية للمجتمع الجزائري، فهي ثروة هائلة بحد ذاتها خاصة وأن الكثير منها توجد في مناطق سياحية وأثرية، وتنميتها ستؤدي بعد مدة إلى ظهور أقطاب سياحية ستتطور نحو بروز مدن مائة حقيقة.

إن تطوير السياحة المعدنية سيكون له دور كبير في إحداث مناصب شغل واستقرار السكان في المناطق الداخلية، كما يؤدي إلى تحسين صحة المواطنين والتقليل من تكاليف العلاج العمومي.

5.2.3.1.3. السياحة الثقافية

ميول السوق العالمية للسياحة الحالية والمستقبلية تفضل المقاصد الثقافية التي يقبل عليها المؤرخون والباحثون أو السواح المتعطشون للثقافة وحب الإطلاع، ومؤهلات الجزائر في هذا الميدان تؤهلها لتطوير عرض سياحي ثري ومتنوع وتنافسي مطلوب من خلال استغلال: [58] ص 10

- التراث الأثري.
- المعالم والبنىات الثقافية المختلفة والدينية.
- الأعياد المحلية والتقليدية والفنون الشعبية والألعاب التقليدية .
- أقطاب الإنتاج والنشاط الحرفي.

وهذا التراث ذو مردود كبير ويبرر ضرورة تقويمه قصد الحصول على حصة من الأسواق السياحية القريبة والبعيدة، كما أن المواقع الثقافية لما قبل التاريخ كالمقابر والآثار وكذا المواقع الدينية تعطي للجزائر فرصة لتطوير سياحة رفيعة، عن طريق تنظيم دورات ذات مواضيع هامة والتي تدمج مسلك الشخصيات التاريخية والمواقع الدينية والتاريخية، إن المعالم التي تشهد على الحضارة الجزائرية عبر المراحل التاريخية يجب استغلالها لأنها تشكل عاملاً للتنمية الاقتصادية والاجتماعية وتعكس في نفس الوقت مدى مساهمة الجزائر في الحضارة الإنسانية [59] ص 20 .

6.2.3.1.3. السياحة الرياضية والترفيهية

يشكل هذا النوع وسيلة لتطوير النشاطات السياحية الموجهة بالخصوص إلى الشباب المولعين بالتبادلات والنشاطات الرياضية والاكتشاف والترفيه والسياح الذين يبحثون عن الراحة والرفاهية، وفي

هذا الميدان يمكن تطوير عدد من النشاطات السياحية أيضا لصالح الشباب والفرق الرياضية والسائحين الأجانب وهي تتمثل في:

- السياحة المناخية و سياحة الصيد البحري والغوص.
- سياحة الرحلات البحرية والمتعة.
- السياحة الرياضية والترفيهية (الغولف...).

7.2.3.1.3. السياحة الجبلية

تتمع الجزائر بممارسة العديد من الرياضات الجبلية كالترحلق على الثلج، التسلق والتجول في الهواء الطلق والتي تعد من النشاطات المألوفة في مختلف المناطق الجبلية بالشمال الجزائري، وتوجد أكثر من ثلاث محطات للترحلق على الثلج وهي ثالة قيلاف 1500م وتيكجدة 1475م والشريعة 1400م تتوفر على المرافق السياحية اللازمة من فنادق ومطاعم، وهي محطات تقع في قلب حظائر وطنية وطبيعية [60] ص17، تحتوي مناطقنا الجبلية على ثروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف والحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة، إلا أن هذا النوع عرف تدهورا في السنوات الأخيرة بسبب الأوضاع الأمنية.

2.3. الاستثمارات والسياسة السياحية عبر المخططات التنموية

اعتمد نمو القطاع السياحي الوطني على النهج الاقتصادي المتبع من طرف السلطات منذ الاستقلال، وتاريخه يشهد على أنه كان القطاع الأقل أهمية في برامج التنمية الوطنية رغم تمتع الجزائر بمؤهلات وموارد سياحية عديدة ومتميزة، ويتجلى اهتمام الدولة بأي قطاع من خلال حجم الاستثمارات فيه لذا سناول في هذا المبحث التطرق لحجم الاستثمارات السياحية وتطورها من خلال المخططات التنموية والنتائج المحققة من طرف القطاع في هذا الصدد، بالإضافة إلى الإطار التنظيمي له وهذا من خلال ثلاث مراحل تبعا لمراحل المخططات التنموية التي مرت بها الجزائر.

1.2.3. السياحة خلال المخطط الثلاثي

بعد صدور الميثاق السياحي لسنة 1966 ظهرت السياحة ضمن الاستثمارات الوطنية المخصصة لإنجاز المشاريع التنموية في مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية لجعل القطاع يساهم في عملية التنمية الوطنية، وفي إطار هذه السياسة المتبعة ما هو الدور الذي أخذته السياحة كقطاع اقتصادي؟

1.1.2.3. الاستثمارات السياحية خلال الفترة (1967-1969)

برزت السياحة ضمن بيانات الاستثمارات الوطنية خلال هذا المخطط إلى جانب القطاع الصناعي والزراعي إلا أن قيمة الاستثمار تختلف من قطاع لآخر وهذا ما يبين أهمية القطاع، لذا سنحاول مقارنة قيمة الاستثمارات المخصصة للقطاع السياحي مع تلك التي تخصص لقطاعات أخرى، حيث أن الإعتمادات الكلية المخصصة لهذا المخطط كانت تقدر بـ 11078 مليون دج [19] ص 11، ويوضح الجدول التالي توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الثلاثي.

الجدول رقم 06: توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الثلاثي (1967-1969) [61]

القطاعات	المبالغ المخصصة لكل قطاع	النسبة المئوية
الصناعة	5400	48.74
الزراعة	1869	16.87
الهيكل الأساسية	1124	10.14
التربية	912	8.23
السكن	413	3.72
السياحة	282	2.54
التكوين	127	1.14
الضمان الاجتماعي	295	2.66
الإدارة	441	3.98
متفرقات	215	1.94
المجموع	11078	100

يوضح هذا الجدول أن القطاع السياحي رتب في المراتب الأخيرة من حيث حجم الاستثمار المخصص له بالمقارنة مع بقية القطاعات الأخرى، بمبلغ يقدر بـ 282 مليون دج من أصل 11078 مليون دج حيث أن نسبته تقدر بـ 2.54% من الإعتمادات الكلية المخصصة لهذا المخطط، وهذا ما يبين أن القطاع السياحي لم يكن ضمن أولويات الدولة في التنمية وهذا بسبب النموذج التنموي الذي انتهجته الجزائر والذي يعتمد على الصناعات المصنعة، ويظهر هذا جليا من خلال الاعتماد المقدم للصناعة المقدر بـ 5400 مليون دج أي بنسبة 48.74% من إجمالي الاستثمارات المبرمجة في هذه المرحلة.

والهدف من هذا المخطط فيما يخص المجال السياحي هو الشروع في تهيئة الشروط الضرورية لتنمية سياحية بعيدة المدى ضمن مخططات اقتصادية لاحقة، ولقد تمثل ذلك في بناء الفنادق وإنشاء معاهد لتكوين وتأهيل اليد العاملة والإطارات السياحية والقيام بالدراسات التقنية لتحديد مناطق التوسع السياحي وتنميتها، وكان يهدف إلى إنجاز 13081 سرير موجهة للمنتوج الشاطئي والصحراوي [24] ص27. والجدول الموالي يوضح توزيع عدد الأسرة على المناطق السياحية.

الجدول رقم 07: توزيع الأسرة المبرمجة في المخطط الثلاثي حسب نوع المناطق السياحية [62]

النسبة المئوية	عدد الأسرة المبرمجة	المشاريع المبرمجة
51.7	6766	الشاطئية
12.6	1650	حضرية
13.9	1818	صحراوية
21.8	2847	حمامات معدنية
100	13081	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أنه تم التركيز على المنتوج السياحي الشاطئي والصحراوي، وهذا تطبيقا لما جاء في ميثاق السياحة لسنة 1966 والذي أعطى الأولوية للسياحة الخارجية التي تتلاءم مع هذين المنتوجين، ولم يتم إنجاز سوى 2946 سرير في نهاية 1969، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم 08: حصيلة برنامج المخطط الثلاثي (1967-1969) [62]

نوع المشروع	عدد الأسرة المنجزة	النسبة المئوية	العجز في عدد الأسرة	نسبة العجز
الشاطئي	2406	35.5	4360	64.5
حضري	254	15.4	1396	84.6
صحراوي	286	15.7	1532	48.3
معدني	0	0	2847	100
المجموع	2946	22.5	10135	77.5

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة الإنجاز للأنواع السياحية المقدر إنجازها لم تكن في مستوى التقديرات حيث شكلت عجزا بنسبة 77.5% ولم يتم إنجاز سوى 2946 سرير أو ما يعادل

22.5%، والحجم الأكبر للإنجاز كان للسياحة الشاطئية بنسبة 35.5% وهو ما يدل على التركيز على السياحة الشاطئية [24] ص 28، حيث تم إنجاز المركبات السياحية الكبرى بموريتي وتيازة وتأتي في الدرجة الثانية السياحة الصحراوية حيث تم إنجاز 03 فنادق (المهري بورقلة، القايد ببوسعادة والمرحبا بالأغواط)، ويعود سبب هذا العجز إلى ضعف قدرات الإنجاز وسوء التسيير والمراقبة وعدم وجود شركات متخصصة في إنجاز مثل هذه المشاريع.

2.1.2.3. تنظيم القطاع

كانت الأسرة الموروثة عن الاستعمار تسييرها لجنة تسيير الفنادق والمطاعم (COGEHORE) وبعدها تم تحويل ممتلكاتها إلى الديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT)، كان لا بد من وضع جهاز إداري ومؤسساتي يسهر على تطبيق توجهات ميثاق السياحة لسنة 1966، وهذا بسبب تعدد وتنوع الأهداف والأنشطة التي يقوم عليها النشاط السياحي فكان الهيكل التنظيمي له كما يلي: [51] ص 125

1.2.1.2.3. الإدارة السياحية

كان القطاع السياحي مدمجا مع إدارة قطاع الشباب والرياضة إلى غاية سنة 1964 تم استحداث وزارة خاصة بالسياحة، مكلفة بتنظيم القطاع والتحصير لإستراتيجية تنموية له وهي مكونة من 03 مديريات عامة:

- المديرية العامة للإدارة تضم مديرية فرعية للميزانية والمحاسبة العامة ومديرية فرعية للموظفين.
- مديرية التهيئة السياحية تضم مديرية فرعية للتكوين المهني السياحي ومديرية فرعية للدراسات والمشاريع.
- مديرية التنظيم والمراقبة تضم مديرية فرعية للمراقبة والتفتيش ومديرية فرعية للشؤون العامة.

كما أنه على المستوى الولائي تم تكوين مندوبيات والوكالات الجهوية التي أصبحت فيما بعد المديريات الولائية للسياحة تقوم بتطوير وتنمية القطاع على المستوى المحلي، وتمثلت في مندوبية الجزائر، مندوبية وهران، مندوبية قسنطينة و مندوبية الجنوب.

2.2.1.2.3. مؤسسات القطاع السياحي

تتكفل المؤسسات بإنجاز المشاريع ومتابعتها إلى جانب النظام الإداري الذي يكفل تسيير وتنظيم القطاع، وعليه تم إنشاء المؤسسات التالية: [51] ص 126

* الديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT): أنشئ سنة 1962 وكان يعمل تحت وصاية وزارة الشؤون الاقتصادية يقوم بـ:

- ممارسة الوصاية والرقابة على كل الهيئات والإدارات التي تقوم بالنشاط السياحي.
- تطبيق النصوص والقوانين المتعلقة بالتنظيم في المجال السياحي.
- ترقية المنتج السياحي الجزائري.

وبعد إنشاء وزارة السياحة أصبح الديوان الوطني الجزائري للسياحة يعمل تحت وصايتها وأسندت له مهام الدعاية والإشهار السياحي وإنجاز الاستثمارات السياحية.

* النادي السياحي الجزائري (TCA): أنشئ سنة 1962 ليقوم بالتنشيط السياحي وتسويق المنتج السياحي الجزائري وتمثل نشاطه فيما يلي:

- تنسيق وتنظيم التظاهرات السياحية مع المنظمات الوطنية و الدولية.
- تنظيم الرحلات الدينية (الحج و العمرة).
- بيع و حجز تذاكر السفر الجوي، البري و البحري.

* الوكالة السياحية الجزائرية (ATA): أنشئت سنة 1968 مكلفة بتنظيم الرحلات والنزه عبر التراب الوطني وتسيير وتقديم الخدمات السياحية وتسيير بعض الفنادق.

3.2.1.2.3. مؤسسات التكوين السياحي

ورثت الجزائر مركزا واحدا للتكوين الفندقي عن الاستعمار، ومن خلال الميثاق السياحي في مجال التكوين تقرر:

- إنشاء مؤسسات للتكوين السياحي.
- الشروع في التكوين لضمان إطارات قادرة على تسيير القطاع السياحي.
- برمجة تكوين الإطارات على المدى المتوسط والطويل.
- تكوين وتدريب الموظفين غير المؤهلين والعاملين في القطاع السياحي.

وتم إنشاء مركزين في وهران وقسنطينة للتكوين الفندقي، سعة كل منهما تقدر بـ100 طالب وشرعا هذين المركزين في العمل ابتداء من سنة 1967، مركزان في بوسعادة وتيزي وزو لتكوين التقنيين المختصين في إدارة الفنادق.

2.2.3. السياحة من خلال المخططين الرباعيين

برزت السياحة من خلال بيانات الاستثمار لمختلف القطاعات في هذا المخطط ولقد مر بمرحلتين هما المخطط الرباعي الأول والثاني، وسنحاول استعراض الاستثمارات المبرمجة في هذين المخططين ونتائجهما وكذا التنظيم الإداري في هذا القطاع.

1.2.2.3. الاستثمارات السياحية خلال المخططين الرباعيين

1.1.2.2.3. المخطط الرباعي الأول (1973-1970)

جاء هذا المخطط بنفس أهداف المخطط السابق تقريبا والمتمثلة في بناء مرافق سياحية موجهة للسياحة الخارجية، وترمي الأهداف المسطرة في هذا البرنامج إلى رفع طاقات الإيواء للوصول إلى ما بين 70000 و 80000 سرير مع نهاية العشرية، ومن أجل ذلك برمج إنجاز 35000 سرير عند نهاية المخطط الرباعي الأول للفترة (1973-1970) من أجل تلبية متطلبات السياحة الداخلية والدولية، وتم تخصيص 700 مليون دج للقطاع السياحي من أصل 27736 مليون دج المبرمجة لهذا المخطط [24] ص 28. والجدول الموالي يوضح توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات.

الجدول رقم 09: توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال المخطط الرباعي الأول (1970-1973) [63]

الوحدة: مليون دج

النسبة المئوية	المبالغ المخصصة لكل قطاع	القطاعات
45	12400	الصناعة
15	4140	الزراعة
08	2307	الهيكل الأساسية
05	1520	السكن
10	2718	التربية
02.5	700	السياحة
02	585	التكوين
03.5	934	الضمان الاجتماعي
03.2	870	الإدارة
03.0	800	متفرقات
03.1	760	النقل
100	27736	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن حصة السياحة من الاستثمارات الإجمالية تبقى ضئيلة حيث لم يخصص لها سوى 2.5% من إجمالي الاعتمادات، وهذا رغم أن ميزانية هذا المخطط قد زادت إلى أكثر من النصف مقارنة بالمخطط السابق بسبب الزيادة الكلية في ميزانية المخطط الرباعي الأول، وهذا ما يؤكد مواصلة تهميش القطاع السياحي مقارنة بالقطاعات الأخرى.

وكان يهدف هذا المخطط إلى إتمام ما تبقى من المخطط السابق أي تهيئة المناطق الشاطئية السياحية، وإنجاز مركبات جديدة أخرى في زرالدة والأندلسيات بوهران وسيدي فرج وإعادة تهيئة نادي الصنوبر، بالإضافة إلى تنمية سواحل بلاد القبائل وتيبازة ووضع شبكة موسعة للفنادق الصحراوية وبناء محطات مناخية وفنادق حضرية، ووضع برنامج خاص بالحمامات المعدنية حيث رصد له ميزانية إضافية تقدر بـ120 مليون دج لإنشاء 8 محطات معدنية [24] ص28. وتم توزيع الاستثمارات السياحية لهذا المخطط كما يلي: [19] ص12

- المشاريع القديمة التي تعود للمخطط الثلاثي: 420 مليون دج.

- المشاريع الجديدة خصص لها 280 مليون دج موزعة كما يلي:

* الإقامة السياحية: 221 مليون دج * النقل: 15 مليون دج.

يبين لنا هذا التوزيع أن الأهمية الكبرى أعطيت للمشاريع المتبقية من المخطط الثلاثي وهو ما يفسر عدم القدرة على الإنجاز في الفترة المحددة وعدم تقدير ميزانية المشاريع بطريقة ناجحة أدى إلى تداخل المشاريع، كما نلاحظ أن المبلغ المخصص للصناعة الفندقية معتبر يدل على الاهتمام بها ولقد تقرر في هذا المخطط إنجاز 19089 سرير منها 10135 سرير تعود للمخطط الثلاثي إلا أنها لم تنجز، وفي نهاية المخطط الرباعي الأول وصل عدد الأسرة المنجزة إلى 9220 سرير بعجز يقارب 26878 سرير عما كان مقررا إنجاز حيث تم إنجاز 6860 سرير فقط من البرنامج المقرر لهذا المخطط أي بمعدل إنجاز يقدر بـ34.45%، والجدول الموالي يوضح طاقات الإيواء المحققة في نهاية المخطط الرباعي الأول حسب نوع المنتج.

الجدول رقم 10: عدد الأسرة المنجزة خلال المخطط الرباعي الأول حسب المنتج السياحي [62]

نوع المنتج	الشاطئي	الصحراوي	الحضري	المناخي	المعدني	المجموع
عدد الأسرة	4300	1250	710	300	300	6860
النسبة المئوية	62.28	18.22	10.34	04.37	04.37	100

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن معظم الإنجازات مركزة في السياحة الشاطئية والصحراوية وهذا ما يدل على أن الدولة مازالت لا تهتم بالمنتجات السياحية الأخرى كما أن الإنجازات بعيدة عن التقديرات، والملاحظ أن المخطط الرباعي الأول سجل عجزا في الإنجاز ولم يبلغ الأهداف المسطرة له بسبب ضعف الميزانية الموجهة للاستثمار السياحي، وسوء التسيير وعدم التحكم في تقنيات الإنجاز ونقص الإطارات الفنية بالإضافة إلى إدخال ما تبقى من المخطط الثلاثي ضمنه.

2.1.2.2.3. المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)

تضاعفت قيمة الاستثمارات المخصصة للقطاع السياحي مقارنة بالمخطط الرباعي الأول في هذا المخطط، لمتابعة المشاريع السابقة وإنشاء مشاريع جديدة والجدول التالي يوضح توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال هذا المخطط.

الجدول رقم 11: توزيع الاستثمارات على القطاعات خلال المخطط الرباعي الثاني (1974-1977)

[64]

الوحدة: مليون دج		
النسبة المئوية	المبالغ المخصصة لكل قطاع	القطاعات
43.5	48000	الصناعة
10.9	12005	الزراعة
04.2	4600	المياه- الري
01.4	1500	السياحة
14	15500	البنية الاقتصادية
09	9947	التربية والتكوين
13.3	14610	الشؤون الاجتماعية
01.3	1399	الإدارة
02.3	2520	دراسات مختلفة
00.1	155	الصيد
100	110236	المجموع

من خلال الجدول المبين أعلاه نلاحظ أن حصة السياحة من الاستثمارات الإجمالية والمقدرة بـ 110236 مليون دج قد انخفضت من نسبة 2.5% إلى 1.4% عن المخطط الرباعي الأول رغم

زيادة قيمة الاستثمار في هذا القطاع والمقدرة بـ1500 مليون دج، ولقد تم إنجاز 7960 سرير بمعدل إنجاز يقدر بـ31.84%، وفي سنة 1978 بلغت الاستثمارات السياحية 328.5 مليون دج وتم إنجاز 860 سرير لتصبح الطاقة الإجمالية في نهاية 1978 تقدر بـ8820 سرير [51] ص144، موزعة على المنتوجات السياحية حسب الجدول التالي:

الجدول رقم 12: توزيع طاقات الإيواء السياحي المنجزة خلال الفترة (1974-1978) حسب نوع المنتج السياحي [62]

نوع المنتج	الشاطني	الصحراوي	الحضري	المناخي	المعدني	المجموع
عدد الأسرة	3400	800	2620	300	1700	8820
النسبة المئوية	38.54	09.07	29.70	03.40	19.27	100

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن نسبة المنتج الحضري قد ارتفعت حيث وصلت إلى 29.70%، والمنتج المعدني أيضا حيث وصل إلى 1700 سرير أي بنسبة 19.27% إذ كانت في المخطط الرباعي الأول تمثل 4.3%، ومن هنا يتضح أن الدولة بدأت تغير سياستها اتجاه السياحة بالاهتمام أكثر بالسياحة الداخلية التي كانت مهمة من قبل.

2.2.2.3. النتائج المحققة

قبل التحدث عن النتائج التي حققتها القطاع خلال الفترة (1967-1979)، نتحدث عن المؤسسات التي استحدثت من أجل تنظيم وتسيير القطاع لبلوغ الأهداف المسطرة.

1.2.2.2.3. المؤسسات المنشأة خلال المخططين الرباعيين

* الشركة الوطنية للسياحة والفندقة (SONATOUR): أنشئت هذه الشركة بموجب الأمر رقم 09-70 في 16 جانفي 1970 تقوم بما يلي:

- الإدارة الفندقية وضمان الخدمات العامة، التسويق وتقديم مختلف الخدمات السياحية.
- القيام بالإصلاح وتجديد الوحدات السياحية.
- تنسيق ومراقبة سير الهياكل والوحدات التابعة لها، والتموين بالتجهيزات والمعدات الفندقية.

ونظرا لتداخل اختصاصات الوكالة السياحية والشركة الوطنية للسياحة، قامت الوصاية بدمج المؤسستين في مؤسسة سميت (ALTOUR) بموجب الأمر رقم 66-76 المؤرخ في 16 جويلية 1976 [51] ص 127.

* الشركة الجزائرية للحمامات المعدنية (SONATHERM): أنشئت هذه المؤسسة في سنة 1970 من أجل تنمية السياحة الداخلية، وكلفت بإدارة وتسيير المراكز المعدنية (الحمامات المعدنية) حيث أصبحت كلها تابعة لهذه المؤسسة.

* مؤسسة الأشغال السياحية (ETT): أنشئت هذه المؤسسة سنة 1971 بهدف إنجاز وتحقيق الاستثمارات السياحية، وأصبحت عبارة عن شركة وطنية بمقتضى الأمر رقم 76-78 المؤرخ في أوت 1976. كما تم إنشاء المركز العالي للسياحة والفندقة سنة 1976 المختص في تكوين الإطارات العليا بطاقة تقدر بـ 150 طالب.

2.2.2.2.3. الإنجازات المحققة

رغم ضعف حجم الاستثمارات في القطاع السياحي مقارنة مع القطاعات الأخرى إلا أنه في هذه المرحلة تم إنجاز العديد من الهياكل والمرافق السياحية، وأهم النتائج التي حققتها القطاع هي:

1.2.2.2.2.3. الاستثمارات

بلغت الميزانية المخصصة للقطاع السياحي 4.290 مليار دج خلال الفترة (1967-1978) بنسبة 0.9% من المبلغ الإجمالي المخصص للاستثمارات [24] ص 30، وبالإضافة إلى ضعف نسبة الاستثمار في القطاع نجد أيضا ضعف نسبة الإنجاز مما أدى إلى التأخر في عملية الإنجاز، وبلغ عدد الأسرة 18300 سرير وهو عدد بعيد عن الهدف المسطر لسنة 1980 والمقدر بـ 80000 سرير، تم إنجاز في هذه الفترة المركبات السياحية التالية: موريتي، زرالدة، الأندلسيات، سيدي فرج وهي موجهة للسياحة الخارجية وبلغ عدد الفنادق السياحية المصنفة 131 فندق في نهاية سنة 1977 على المستوى الوطني حيث أن 25% منها تتواجد بالجزائر العاصمة و11% بولاية وهران و9% في ولاية عنابة [24] ص 30.

2.2.2.2.3. التدفقات السياحية

إن تطور الاستثمارات السياحية يعكس تطور التدفقات السياحية سواء البشرية أو النقدية، أما عن التدفقات السياحية البشرية فهي لم تتجاوز 300000 سائح خلال الفترة ما بين 1970 و 1977 بمعدل متوسط للسياح يقدر بـ 240000 سائح سنويا، والجدول الموالي يوضح عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1970-1977):

الجدول رقم 13: تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (1970-1977) [24] ص 31

السنوات	غير المقيمين	المقيمين الوطنيين	المقيمين الأجانب	المجموع العام
1970	235853	377432	141109	734394
1971	226025	390685	141743	758453
1972	237242	447276	154909	839427
1973	250210	575167	153106	978483
1974	249006	659148	183418	1091572
1975	296516	740569	219529	1256614
1976	184795	704686	208159	1097635
1977	241713	917848	238703	1398264

يتضح من خلال الجدول السابق أن عدد السياح الوافدين إلى الجزائر تطور إلا أن هذا التطور كان ضعيفا، حيث أن نسبة المقيمين الأجانب تمثل أعلى نسبة من بين النسب ويبقى عدد السياح الأجانب ضئيلا، حيث بلغ 241713 سائح سنة 1977 و تمثل نسبة 30 إلى 45% منهم الجنسية فرنسية.

أما عن التدفقات النقدية فنوردها في الجدول الآتي :

الجدول رقم 14: تطور الإيرادات السياحية خلال الفترة (1970-1978) [51] ص 148

الوحدة: مليون دج

السنوات	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978
الإيرادات	49	44	39	52	93	201	121	232	180

نلاحظ من هذا الجدول أن الإيرادات السياحية للفترة (1970-1980) قد تضاغت، وهذا نتيجة لتوافد السياح بسبب تهيئة مناطق سياحية واستكمال بعض الاستثمارات التي تساعد على إيواء الوافدين.

3.2.2.2.3. التشغيل

من أهم أهداف الميثاق السياحي لسنة 1966 إحداث مناصب عمل حيث أنه تم التنبؤ بإحداث 21 ألف منصب عمل دائم في نهاية 1979 من خلال المخططات التنموية الثلاث، إلا أنه لم يتم إنشاء سوى 7252 منصب شغل دائم حتى سنة 1977 أي 1% من المناصب المشغولة في القطاع العام (باستثناء الإدارة) [24] ص30.

أما عن نتائج التكوين السياحي فقط استفاد 3000 عامل من تكوين سياحي وبقي عدد كبير من العمال بدون تكوين، كما تميزت هذه الفترة بعجز في التأهيلات الوسيطة كالتقنيين والعمال المهرة والعمال غير المؤهلين وهذا ما انعكس على نوعية الخدمات المقدمة.

3.2.3. السياحة من خلال المخططين الخماسيين

أصبح الطلب متزايدا على السياحة الداخلية منذ السبعينات بسبب ارتفاع مستوى المعيشة وتغير النظرة إلى العطلة مدفوعة الأجر التي أصبح يرى فيها العامل فترة للترفيه عن النفس، لهذا حددت مواضيع جديدة لتنمية السياحة على ضوء التوجيهات التي جاء بها الميثاق الوطني لسنة 1976، الذي أعطى الأولوية للسياحة الداخلية لمواجهة الطلب الداخلي ومواصلة تشجيع السياحة الخارجية حيث ركزت هذه السياسة على ما يلي: [53] ص53

- إتمام البرامج المتبقية من المخططات السابقة.
- إحصاء وحماية الطاقات الكامنة للسياحة الوطنية وإحداث مناصب شغل جديدة.
- وضع نموذج قيادي للتهيئة السياحية الذي يركز على إستراتيجية للتنمية على المدى البعيد، وانسجام إطار المخطط الوطني للتنمية مع القطاعات الأخرى للاقتصاد الوطني.
- سناحول التطرق إلى الاستثمارات المنجزة خلال المخططين الخماسيين وأهم النتائج المتوصل إليها.

1.3.2.3. الاستثمارات السياحية خلال المخططين الخماسيين

تميزت الفترة الممتدة بين سنة 1980 و1989 بتنفيذ مخططين خماسيين:

1.1.3.2.3. المخطط الخماسي الأول

تضمن المخطط الخماسي الأول العمليات الرئيسية التالية: [24] ص 35

- برمجة الفنادق الحضرية.
- توسيع الفنادق الصحراوية.
- توسيع المحطات المعدنية.
- تهيئة مناطق التوسع السياحي للمتعاملين الآخرين (القطاع الخاص والجماعات المحلية) لاستعمالها كنموذج مستقبلي.

ولقد تم تخصيص مبلغ 3400 مليون دج للقطاع السياحي خلال هذا المخطط من أصل 400 مليار دج مخصصة للاستثمارات الإجمالية للمخطط الخماسي الأول أي ما يعادل 0.85% من إجمالي الاستثمارات [19] ص 13. ولقد تم توزيع هذا المبلغ كما يلي:

- 1.6 مليار دج لإتمام المشاريع المتبقية من المخططات السابقة.
- 1.8 مليار دج لإنجاز مشاريع جديدة.

ولقد تم برمجة 89 مشروع سياحي لبلوغ طاقة إيواء تقدر بـ 50880 سرير، والجدول الموالي يوضح توزيع هذه المشاريع حسب نوع المنتج:

الجدول رقم 15: توزيع المشاريع السياحية حسب نوع المنتج خلال المخطط الخماسي الأول [62]

نوع المنتج	شاطني	صحراوي	معدني	مناخي	حضري	مخيمات	المجموع
عدد المشاريع	02	01	09	05	32	40	89
عدد الأسرة	3300	2350	1650	1150	6900	1200	16550

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أكبر عدد من المشاريع تم تخصيصه للمخيمات والسياحة الحضرية، بهدف تنمية السياحة الداخلية التي أصبحت من أولويات القطاع في هذه الفترة نتيجة توصيات الميثاق الوطني، كما نلاحظ أن السياحة المعدنية بدأت تحظى بالاهتمام حيث تم تحديد تسع مشاريع للإنجاز في هذا النوع. غير أنه لم يتم إنجاز سوى 20 مشروع في نهاية هذا المخطط بطاقة إيواء قدرها 4050 سرير، 1800 منها خاصة بالمخيمات والجدول التالي يبين الإنجازات التي تمت في هذا المخطط.

الجدول رقم 16: طاقات الإيواء المنجزة خلال المخطط الخماسي الأول [53] ص55

المنتجات	شاطني	صحراوي	معدني	حضري	أخرى	المجموع
عدد الأسرة	4035	2144	2000	1148	5405	14732
النسبة المئوية	27.38	14.55	13.57	07.79	36.68	100

نلاحظ عند مقارنة الإنجاز بما كان مقررا العجز الكبير في طاقة الإيواء والمقدر بـ36148 سرير أي نسبة الإنجاز وصلت إلى 28.96% فقط، وهذا راجع إلى ارتفاع تكاليف الإنجاز المتعلقة بالمشاريع وتهيئة المناطق السياحية، وعدم وجود خبرات وتقنيات في البناء للحد من تكاليف الإنجاز بالإضافة إلى عدم وجود كفاءات لمراقبة إنجاز وتسيير هذه المشاريع.

وسجل في هذا المخطط فتح مجال الاستثمار السياحي أمام القطاع الخاص، حيث أن تمويل وإنجاز المشاريع في المخططات السابقة كان يتم بتمويل شبه كلي من قبل الدولة حيث ساهم القطاع الخاص بـ10% فقط من المشاريع [52] ص50. فصدر القانون رقم 82-12 المؤرخ في 21 أوت 1982 [65]، والمتعلق بالاستثمار والمدعم لفتح مجال الاستثمار أمام القطاع الخاص الوطني والذي ركز على القطاع السياحي كأهم مجال للاستثمار، كان الدافع لموافقة الهيئة المكلفة بالاستثمار على 337 مشروع استثمار سياحي لصالح القطاع الخاص ابتداء من سنة 1983 إلى غاية سنة 1985، لإنجاز 14157 سرير وإحداث 4630 منصب شغل [52] ص54، حيث منحت بعض التحفيزات للمستثمرين الخواص تمثلت فيما يلي: [65]

- الإعفاء الضريبي على الأرباح لمدة خمس سنوات.
- الإعفاء الضريبي على العقارات لمدة 10 سنوات.
- الحصول على قرض مالي يسدد على المدى الطويل أو المتوسط لتمويل الاستثمارات السياحية.

2.1.3.2.3. المخطط الخماسي الثاني (1984-1989)

أعطيت الأولوية للسياحة الداخلية في هذا المخطط مع الشروع في تنفيذ برامج خاصة لاستقبال السياح الأجانب، كما أنه كان يهدف إلى: [24] ص36

- متابعة سياسة التهيئة السياحية.
- تطوير الحمامات المعدنية والمراكز المناخية.

- لامركزية الاستثمارات وتنويع المتعاملين مثل: الجماعات المحلية، القطاع الخاص ومؤسسات عمومية أخرى، والتحكم في الطلب المتنوع.
- إنشاء مشاريع سياحية في الولايات الجديدة المنبثقة عن التقسيم الإداري لسنة 1984.

ولقد بلغ نصيب السياحة من الاستثمارات الإجمالية في هذا المخطط 3500 مليون دج من 550 مليار دج كمخصصات إجمالية أي ما يعادل 0.63% من إجمالي الاستثمارات، وتم تخصيص 1800 مليون دج لتهيئة مناطق التخييم من أجل تغطية السياحة الداخلية، وكانت توقعات الإنجاز لهذه الفترة كما يلي:

* سنة 1985:

- إعادة تحريك المشاريع قيد الإنجاز.
- توسيع العديد من الفنادق (كفندق بني عباس، تيميمون، فندق غرداية، بجاية..).

* سنة 1986:

- إنجاز مشروع خاص بالمنتوج المناخي في تيكجدة بطاقة إيواء تقدر بـ1000 سرير.
- إنشاء فندق بوهران بقدرة 600 سرير.

* سنة 1987:

- إنجاز فندق بجيجل بـ300 سرير.
- إنجاز فندق بأرزويو بـ300 سرير.
- تجديد بعض الوحدات السياحية الصحراوية.

* سنة 1988:

- إنجاز فندق في غرداية بـ600 سرير.
- إنجاز فندق بمدينة الوادي بـ300 سرير.
- إنجاز مركب سياحي بسوق الاثنين بـ400 سرير.

في نهاية هذا المخطط تم إنجاز مخطط للمنابع المعدنية حيث تم إحصاء 202 منبع، وتحديد مناطق التوسع السياحي كما أن طاقات الإيواء قدرت بـ48302 سرير في نهاية سنة 1989.

2.3.2.3. النتائج المحققة خلال الفترة (1980-1989)

رغم الجهود المبذولة للوصول إلى تنمية سياحية إلا أن نتائج القطاع تبقى ضعيفة، وقبل استعراض أهم النتائج نتطرق لأهم المؤسسات التي ساهمت في تسيير القطاع لتلك الفترة.

1.2.3.2.3. إعادة تنظيم القطاع

عرفت هذه الفترة إجراء سلسلة من الإصلاحات على مستوى الوصاية والمؤسسات السياحية حيث شهدت عمليتين لإعادة الهيكلة، الأولى في سنة 1980 والثانية سنة 1983 وحتى مؤسسات التكوين عرفت إصلاحات أيضا.

1.1.2.3.2.3. الإدارة السياحية

تم إعادة تنظيم الإدارة المركزية للقطاع السياحي لتحقيق الأهداف الجديدة، وأصبحت الوصاية تتكون من ثلاث مديريات:

- المديرية العامة للوصاية والتنظيم والرقابة:

تقوم بممارسة الوصاية على جميع المؤسسات والهيئات التابعة لإدارة القطاع السياحي، والإشراف على تنظيمه ومراقبة نشاطه وتتكون من مديريتين: مديرية الوصاية والتنظيم ومديرية التفقيش والرقابة.

- المديرية العامة للتخطيط والتنمية السياحية:

تقوم بإعداد برامج تنمية سياحية والتهيئة السياحية والدراسات الفنية وتتكون من مديريتين: مديرية الدراسات العامة والتخطيط ومديرية التنمية السياحية.

- المديرية العامة للإدارة والوسائل:

تتكون من مديريتين: مديرية الموظفين والشؤون الاجتماعية والوسائل ومديرية الميزانية والتجهيز.

2.1.2.3.2.3. المؤسسات السياحية

عرفت المؤسسات السياحية إعادة الهيكلة وفقا للمعايير التالية: [51] ص 130

- تخصيص المؤسسات حسب نوع النشاط أو حسب المنتج.

- التكفل بمهمة الاستثمار يتم من طرف مؤسسات التسيير.

- عدم التركيز للأنشطة السياحية و لا مركزية القرار.

والهدف المرجو من هذه العملية هو التحكم الأمثل في تسيير وسائل وأدوات الإنتاج وتحقيق إنجاز أمثل للمشاريع الاستثمارية، لذا تم حل المؤسسات السابقة مع الاحتفاظ ببعض منها وتغيير مهامها، والمؤسسات التي نشطت في هذه الفترة هي:

- الشركة الجزائرية للسياحة:

تم الإبقاء عليها وأوكلت لها المهام التالية:

* تطوير وتنمية استغلال وتنظيم وتسيير المؤسسات السياحية.

* التنسيق ومراقبة المنشآت والوحدات السياحية.

* القيام بعملية الصيانة.

* الإشراف على جميع الخدمات من قبل وكالات السفر.

- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET):

أنشئت سنة 1980 لتقوم بالدراسات التقنية للمشاريع السياحية والقيام بمهمة التنسيق.

- الشركة الوطنية للفندقة الحضرية (SNHU):

أنشئت في 15 مارس سنة 1980 تهتم بتنمية وتطوير مؤسسات الفندقة الحضرية وتسييرها.

- الديوان الوطني للندوات والمؤتمرات (ONCC):

أنشئ في سنة 1980 بهدف تطوير المنشآت الخاصة بالندوات والملتقيات والمؤتمرات وتنميتها

وتسييرها ومراقبتها.

- الديوان الوطني للتنشيط والتطوير والإعلام السياحي:

أنشئ هذا الديوان لتطوير السياحة والأنشطة المرتبطة بها وجمع المعلومات السياحية والمساهمة

في التظاهرات التي لها علاقة بالسياحة.

- الشركة الوطنية للحمامات المعدنية (SONATHERM):

تم الإبقاء عليها نظرا لأهميتها.

- مؤسسة الأشغال السياحية (ETT):

تم الإبقاء عليها لأهميتها في إنجاز المشاريع السياحية.

تم حل كل هذه المؤسسات سنة 1983 ما عدا المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية والمؤسسة

الوطنية للأشغال السياحية، وتم تعويضها بمجموعة أخرى من المؤسسات وفقا لما يلي:

- لامركزية المشاريع الاستثمارية.

- تخصيص لكل ولاية مؤسسة للتسيير السياحي عندما تبلغ عدد الوحدات السياحية أكثر من 03 وحدات

في الولاية .

- تخفيض عدد العمال على مستوى المقرات.
 - تخفيض حجم الوحدات السياحية حيث تم تحديد 11 وحدة سياحية لكل مؤسسة تسيير سياحي (EGT)،
 ونتج عن هذا إنشاء 17 مؤسسة للتسيير السياحي مختصة في تسيير المؤسسات السياحية وهي: [51]
 ص132

- مؤسسات التسيير السياحي بالأغواط.
- مؤسسات التسيير السياحي ببيسكرة.
- مؤسسات التسيير السياحي بتمنراست.
- مؤسسات التسيير السياحي بتلمسان.
- مؤسسات التسيير السياحي بالجزائر.
- مؤسسات التسيير السياحي بعنابة.
- مؤسسات التسيير السياحي بشرق البلاد.
- مؤسسات التسيير السياحي بغرداية.
- مؤسسات التسيير السياحي بالوسط.
- مؤسسات التسيير السياحي بتيبازة ماتاريس.
- مؤسسات التسيير السياحي بتيبازة القرية.
- مؤسسات التسيير السياحي بسيدي فرج.
- مؤسسات التسيير السياحي بالأوراسي.
- مؤسسات التسيير السياحي بموريتي.
- مؤسسات التسيير السياحي بنادي الصنوبر.
- مؤسسات التسيير السياحي بالأندلس.
- مؤسسات التسيير السياحي فندق الجزائر.

وأظهرت هذه المؤسسات مشاكل عديدة فيما يخص التنسيق والمراقبة مما أدى إلى حل بعضها،
 كحل مؤسسة التسيير السياحي بتيبازة القرية وتيبازة ماتاريس وإنشاء مؤسسة واحدة تسمى مؤسسة
 التسيير السياحي تيبازة، كما حولت الوحدات التابعة للمؤسسة الوطنية للسياحة (SONATOUR) وعددها
 12 وحدة إلى الديوان الوطني الجزائري للسياحة في شكله الجديد.

أما فيما يخص التكوين فقد تم حل مركزي وهران وقسنطينة وأصبحت هناك 3 مراكز للتكوين:
 - المركز العالي للتكوين السياحي بالجزائر لتكوين الإطارات السامية بطاقة 100 طالب سنويا.

- معهد التكوين الفندقي بتيزي وزو لتكوين التقنيين بطاقة تقدر بـ200 طالب.
- معهد التكوين الفندقي ببوسعادة لتكوين التقنيين بطاقة تقدر بـ200 طالب.

2.2.3.2.3. أهم النتائج المحققة

أهم ما ميز هذه الفترة فتح المجال أمام القطاع الخاص الوطني والأجنبي، وبلغت طاقات الإيواء السياحي في نهاية 1989 ما يصل إلى 48302 سرير، تمثل نسبة 53.5% نصيب القطاع العام و46.50% نسبة مشاركة القطاع الخاص، وفيما يلي أهم هذه النتائج:

1.2.2.3.2.3. طاقات الإيواء السياحي

بلغت طاقات الإيواء السياحي في الجزائر 48302 سرير في نهاية 1989 منها 25842 سرير تابعة للقطاع العام والباقي للقطاع الخاص، موزعة على الأنواع المختلفة للسياحة كما يلي:

الجدول رقم 17: توزيع طاقة الإيواء السياحي في نهاية سنة 1989 [53] ص 57

القطاع المنتج	العمومي	الخاص	المجموع	النسبة
شاطئي	12182	114	13327	27.60
صحراوي	3781	2250	6331	13.10
معدني	3588	1528	5116	10.60
مناخي	954	76	1030	02.13
حضري	5337	17161	22498	46.57
المجموع	25842	22460	48302	100
النسبة	53.5	46.5	100	-

نلاحظ من خلال الجدول أن الفنادق الحضرية عرفت نسبة لا بأس بها من الإنجاز حيث وصلت إلى 46.57% أي سجل إنجاز 22498 سرير ويليهما المنتج الشاطئي بنسبة 27.6%، بينما يبقى المنتج المناخي يعرف ضعفا في الإنجاز تقدر نسبته بـ2.13% فقط وهذا ما يعكس الاهتمام بالسياحة الداخلية. توزع معظم أسرة القطاع العام في فنادق من الدرجة الثالثة، الرابعة والخامسة حيث تحتل

الفنادق من الصنف 3 نجوم أكبر عدد من الأسرة بنسبة 68.45%، أما القطاع الخاص يشتمل على عدد هام من الأسرة متمركزة في الفنادق من النوع غير المصنف بـ14621 سرير أي بنسبة 65.09%.

2.2.2.3.2.3. التدفقات السياحية

يهدف تشجيع الاستثمار السياحي الخاص الوطني والأجنبي إلى مضاعفة طاقات الإيواء وبالتالي زيادة عدد السياح الوافدين إلى الجزائر، وفيما يلي عرض لتوافد السياح خلال الفترة (1989-1980):

الجدول رقم 18: تطور عدد السياح إلى الجزائر خلال الفترة (1989-1980) [24] ص40

السنة	غير المقيمين	المقيمين الوطنيين	المقيمين الأجانب	المجموع العام
1980	290950	1733216	291090	2315256
1981	321478	2300173	288675	2910326
1982	278301	1600302	256144	2134747
1983	285072	1745773	289616	2320461
1984	409365	2142641	324811	2876817
1985	407353	2814977	306623	3528953
1986	347745	1939923	248034	2535702
1987	250571	1078823	36157	135551
1988	446883	-	-	966906
1989	661079	-	-	1206865

يتضح من خلال هذا الجدول أن عدد السياح خلال الفترة (1989-1980) عرف تطورا إلا أنه يبقى متواضعا، فعدد السياح الأجانب انتقل من 290950 إلى 661079 سائح يمثل السواح الفرنسيون 39% من عدد الوافدين إلى الجزائر، وفي نفس الفترة تزايد عدد السياح الوافدين إلى المغرب بين سنة 1987 و1989 من 3.2 مليون إلى 3.6 مليون سائح، وهذا ما يعكس بالنسبة للجزائر الدور الثانوي للسياحة خلال هذه المرحلة من الإصلاحات الأولية [24] ص40. أما عن الإيرادات السياحية فبينها في الجدول الموالي:

الجدول رقم 19: تطور الإيرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة (1985-1989) [51] ص 156

الوحدة: مليون دج

السنوات	1985	1986	1987	1988	1989
الإيرادات	460	489	487	502	720

تطورت الإيرادات السياحية خلال الفترة (1985-1989) حيث أنها عرفت استقرار منذ سنة 1981 ولم يتم تسجيل سوى زيادة ضعيفة في 1984، وتواصل هذا التطور ولكن بوتيرة ضعيفة وحسب المنظمة العالمية للسياحة فإن حصة الجزائر في السوق السياحي العالمي في سنة 1988 لم تتجاوز 1%.

3.2.2.3.2.3. التكوين والتشغيل

بلغت نتائج التكوين السياحي 4554 متخرج من مختلف معاهد ومراكز التكوين السياحي سنة 1989، وبقي التكوين غير مكيف مع حاجيات القطاع من حيث النوع والعدد، أما عن مناصب العمل فوصل عددها إلى 8000 منصب في سنة 1989 وسجل ارتفاع مفرط لعدد العمال العاملين على مستوى الإدارة كما أن التأهيل غير كاف [24] ص 37.

لم يكن القطاع السياحي القطاع المهم الذي تعتمد عليه الدولة في تنميتها الاقتصادية ففي جميع المخططات التنموية كانت حصة السياحة من الاستثمارات الكلية ضئيلة، بالإضافة إلى أن السياسة المنتهجة لم تكن ناجحة حيث كانت تهدف إلى تنمية القطاع للحصول على العملة الصعبة وتوفير مناصب عمل فقط لكن هذين الأمرين بقيا دون تحقيق.

3.3. السياسة السياحية الجديدة

بعدها تناولنا المراحل التي مرت بها السياحة الجزائرية عبر المخططات التنموية وأهم الإنجازات التي حققتها القطاع في المبحث السابق، توصلنا إلى أن القطاع لم يعط الأولوية التي يستحقها مما أدى إلى قلة الاستثمارات فيه، خاصة الأجنبية التي يتم من خلالها الحصول على العملة الصعبة والاستفادة من الخبرة وكذا تقنيات التسيير الحديثة التي تمتاز بها.

من أجل هذا سارعت الجزائر إلى وضع برنامج إصلاحات مع بداية التسعينات، والذي يتجسد في إطار تشريعي وقانوني يخففان من الضغوطات التي تعاني منها الاستثمارات الوطنية الخاصة والأجنبية وتشجيعها حتى ترقى السياحة الجزائرية إلى المستوى الدولي، وعليه سنحاول في هذا المبحث التطرق

لأداء قطاع السياحة خلال الفترة (1990-2000) وكذا الإستراتيجية المتبعة من طرف الدولة للنهوض به وفي الأخير نتناول المؤشرات الحالية للقطاع السياحي.

1.3.3. أداء القطاع خلال الفترة (1990-2000)

شرعت الجزائر منذ سنة 1988 في برنامج إصلاحات اقتصادية حيث بدأت السلطات تهتم بالبحث عن منتجات خارج المحروقات لرفع المداخيل من العملة الصعبة وتوفير مناصب شغل، فهذا البرنامج يهدف إلى الانتقال من الاقتصاد المخطط إلى اقتصاد السوق، وتجسيدا لهذا البرنامج صدرت عدة نصوص تشريعية أساسية تنظم:

- استقلالية تسيير المؤسسات العمومية.
- وضع قانون النقد والقرض.
- تحرير الأسعار ووضع قوانين المنافسة.
- فتح المجال للاستثمار الوطني الخاص والأجنبي وكذا الشراكة.
- خصوصية المؤسسات العمومية.

ونظرا للدور الفعال للسياحة في اقتصاديات بعض الدول توجب على الدولة التوجه نحو هذا القطاع لتطويره وإدراجه ضمن سياسة التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد، حيث تمتلك الجزائر قدرات سياحية هائلة تجعلها من أهم مناطق الجلب السياحي، سنحاول في هذا المطلب دراسة وتحليل طاقات الإيواء والتدفقات السياحية بشقيها البشري والنقدي، حيث تميزت هذه الفترة بتدهور القطاع لتأثره الكبير بالوضع الأمني والظروف التي عرفتها البلاد خلالها رغم تطور الإطار التشريعي للاستثمارات الخاصة.

1.1.3.3. المؤشرات السياحية

شهدت التدفقات السياحية تذبذبات خلال الفترة الممتدة (1990-2000) نظرا للظروف التي عرفتها الجزائر، وعليه سنحاول تحليل التدفقات النقدية والبشرية في هذه الفترة.

1.1.1.3.3. التدفقات البشرية

عرف عدد السياح انخفاضا مستمرا منذ سنة 1990 حيث سجل 359895 سائح ووصل سنة 1996 إلى 18000 سائح، وفي نفس السنة في المغرب مدينة مراكش لوحدها استقبلت 700000 سائح بينما عدد سكانها 500000 ساكن، والجدول التالي يوضح توافد السياح خلال الفترة (1990-2000).

الجدول رقم 20: توافد السياح خلال الفترة (1990-2000) [66]

السنة	مجموع السياح	أجانب	الجزائريون المقيمون في الخارج
1990	1136918	685815	451103
1991	1193210	722682	470528
1992	1119548	624096	495452
1993	127545	571993	555552
1994	804713	336226	468487
1995	519576	97648	421916
1996	604968	93491	511477
1997	634752	94832	539920
1998	678448	107213	571234
1999	755286	174611	607675
2000	865994	175538	690446

نلاحظ من خلال الجدول السابق أنه منذ سنة 1992 بدأت الحركة السياحية اتجاه الجزائر تنخفض نظرا للأوضاع آنذاك ومع تحسن الظروف بدأت الجزائر تستعيد جذب السياح فبداية من سنة 1997 عرف عدد السياح تطورا حيث بلغ 865994 سائح في سنة 2000، والملاحظ أن العدد الكبير من الوافدين إلى الجزائر هم من الجزائريين المقيمين بالخارج، وللحكم على أهمية الجزائر كوجهة سياحية نقارن هذه التدفقات مع التدفقات البشرية للدول المجاورة وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم 21: مقارنة عدد السياح الوافدين إلى دول المغرب العربي خلال الفترة (1997-2000)

[66]

السنة	الجزائر	المغرب	تونس
1997	634752	3071668	3271623
1998	678448	3227537	4795201
1999	755286	3184014 نهاية سبتمبر	874126 نهاية مارس
2000	865994	4100000	5057000

يوضح الجدول السابق أهمية القطاع السياحي في كل من تونس والمغرب، حيث يصل توافد السياح في تونس إلى 5 ملايين سائح والمغرب 4 ملايين سائح وتبقى الجزائر لم تصل حتى إلى مليون سائح سنة 2000، وهذا ما يتطلب عناية واهتماما خاصا بقطاع السياحة لتحقيق أهدافه المسطرة.

2.1.1.3.3. التدفقات النقدية

تبقى التدفقات النقدية تابعة للتدفقات البشرية فخلال نفس الفترة عرفت تراجعا لنفس الأسباب، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 22: المداخيل بالعملة الصعبة لقطاع السياحة خلال (1990-2000) [67]

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
المداخيل	105	84	74	73	49	32	45	28	74	80	100

يوضح هذا الجدول ضعف المداخيل السياحية حيث أنها كانت تقدر بـ105 مليون دولار أمريكي سنة 1990، وعرفت تراجعا مستمرا وعادت إلى الإرتفاع ووصلت إلى 100 مليون دولار أمريكي سنة 2000، وعند مقارنة هذه التدفقات النقدية مع التدفقات النقدية للدول المجاورة نجد أن الفرق شاسع رغم أن الجزائر تمتلك مؤهلات وإمكانيات سياحية لا تتواجد بهذه الدول، فتونس بلغت إيراداتها السياحية 1.151 مليار دولار أمريكي سنة 1999 أما المغرب فبلغت إيراداتها 1.6 مليار دولار لسنة 1998 [24] ص45.

3.1.1.3.3. قدرات الاستقبال

لم تعرف هياكل الاستقبال تطورا ملحوظا رغم التنظيم القانوني للاستثمار وتشجيع القطاع الخاص على ذلك بمنحه تسهيلات وامتيازات عديدة، إلا أن طاقات الإيواء تبقى ضعيفة إذا ما قورنت مع البلدان المجاورة وفيما يلي جدول يوضح توزيع الفنادق حسب الدرجة التي ينتمي إليها:

الجدول رقم 23: توزيع طاقات الإيواء حسب الدرجة سنة 2000 [66]

الدرجة	عدد الفنادق	النسبة المئوية	عدد الأسرة	النسبة المئوية
نجمة	49	6	2541	4
نجمتين	66	9	5519	8
3 نجوم	78	10	21310	32
4 نجوم	20	3	3222	5
5 نجوم	11	1	4604	7
غير مصنف	552	71	29891	44
المجموع	776	100	67087	100

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عدد الفنادق تطور وطاقات الاستقبال أصبحت تقدر بـ67087 سرير، إلا أن حوالي 5000 منها فقط تستجيب للمعايير الدولية حيث أنه 3 من 4 فنادق غير مصنفة أو ما يعادل نسبة 71%، وأما عن طاقات الإيواء المصنفة ضمن الدرجة 5 فنسبتها تقدر بـ7% فقط، ويبقى المنتج الحضري يأخذ أكبر نصيب من عدد الفنادق، والجدول التالي يوضح توزيع الفنادق والأسرة على المنتجات السياحية.

الجدول رقم 24: توزيع طاقات الإيواء حسب المنتج السياحي [66]

نوع المنتج	عدد الفنادق	النسبة المئوية	عدد الأسرة	النسبة المئوية
حضري	497	64	31506	47
صحراوي	95	12	7679	11
شاطئي	75	10	12723	30
معدني	88	11	6335	9
مناخي	21	3	1844	3
المجموع	776	100	67087	100

يبين الجدول السابق تركيز الفنادق في المنتج الحضري بنسبة 64%، بينما تبقى السياحة الصحراوية لا تحظى بالاهتمام الكبير حيث سجل بها 95 فندق بطاقة إيواء تقدر بـ7679 سرير،

وتعرف المنطقة الأكثر جلبا للسياح في الصحراء مدينة تمنراست نقصا في طاقات الاستقبال حيث تتوفر على 6 فنادق بطاقة إيواء تقدر بـ650 سرير فقط.

4.1.1.3.3. التشغيل والتكوين

بلغ عدد المناصب المستحدثة في القطاع 11298 منصب سنة 1999، ووصل إلى 12514 منصب عمل في السداسي الأول لسنة 2000 وهذا الارتفاع ناتج عن زيادة التدفقات السياحية البشرية، أما عن التكوين فقد أصبح هناك فروع عديدة بمراكز التكوين والمدرسة الوطنية العليا للسياحة من أجل إعداد إطارات تسيير وتقنيين سامين وتقنيين، وأصبحت طاقات استيعاب هذه المراكز تفوق 6000 طالب.

كما تم إنشاء الديوان الوطني للسياحة بمقتضى المرسوم رقم 90-05 المؤرخ في 19 فيفري 1990 الذي باشر عمله ابتداء من مارس 1990 مهمته الأساسية ترقية المنتج السياحي وكذا:

- منح الاعتماد الخاص لوكالات السفر والسياحة ومتابعتها ومراقبتها.
- توضيح النظرة الجديدة للقطاع في إطار الإصلاحات الاقتصادية.
- توفير الإرادة الحقيقية لإعادة تحريك القطاع السياحي.
- توجيه المتعاملين السياحيين.

2.1.3.3. خصوصية القطاع السياحي في الجزائر

يعود تدخل الدولة في القطاع السياحي إلى ضعف الاستثمارات الخاصة في هذا المجال، حيث أن تدخلها مباشرة وقيامها بعملية الاستثمار السياحي يهدف إلى تحفيز المتعاملين لخلق أو تطوير الأنشطة الإنتاجية، التجارية أو الخدمية، غير أنه في الوقت الحالي أخذت معظم الدول في التراجع عن الاستثمار في هذا القطاع التنافسي لتفسيح المجال للمبادرات الخاصة وذلك لعدة اعتبارات أهمها أن القطاع السياحي يتميز باحتوائه على أكبر عدد من المؤسسات القابلة للخصوصية، وعملية خصوصته تثير قليلا من الاعتراضات السياسية والاقتصادية مقارنة مع القطاعات الأخرى إذ يكمن التخوف الرئيسي في ضياع موارد مالية للدولة لصالح متعاملين خواص محليين أو أجانب [68] ص25.

1.2.1.3.3. ماهية الخوصصة ومبادئها

1.1.2.1.3.3. ماهية الخوصصة في القطاع السياحي

تتمثل عملية الخوصصة في تحويل الملكية من القطاع العام إلى القطاع الخاص، عرفها القانون الجزائري على أنها القيام بمعاملة أو معاملات تجارية تتجسد في: [69]

- إما تحويل ملكية كل الأصول المادية أو المعنوية في مؤسسة عمومية أو جزء منها أو كل رأسمالها أو جزء منه لصالح أشخاص طبيعيين أو معنويين تابعيين للقانون الخاص.
- وإما تحويل تسيير مؤسسات عمومية إلى أشخاص طبيعيين أو معنويين تابعيين للقانون الخاص، بواسطة صيغ تعاقدية يجب أن تحدد كيفية تحويل التسيير وممارسته وشروطه، ولقد خص هذا القانون المؤسسات التنافسية والتي من بينها مؤسسات قطاع الفنادق والسياحة.

ولقد كان القطاع السياحي أول قطاع تم عرضه للخوصصة للأسباب التالية: [70]

- لم يستطع القطاع السياحي أن يعكس الصورة السياحية للجزائر في الأسواق الدولية من خلال سيطرة القطاع العمومي.
- يشارك القطاع السياحي بنسبة ضئيلة في خلق مناصب شغل وامتصاص البطالة، فمثلا في سنتي 1987 و1988 بلغ عدد العمال في هذا القطاع على التوالي 7746 و7715 عامل أي بمعدل انخفاض يقدر بـ0.4%.
- في سنة 1992 سجلت 13 مؤسسة من بين 17 مؤسسة سياحية عمومية عجزا ماليا.
- تخفيض سعر التكلفة للخدمات المقدمة في الفنادق.
- توفير التكوين الجيد للمستخدمين بالقطاع السياحي .
- الاستفادة من مزايا القطاع الخاص فيما يتعلق بالمراقبة، الصيانة والنظافة.

2.1.2.1.3.3. أهداف ومبادئ الخوصصة في القطاع السياحي

أكدت الدولة على أهمية الشروع في خوصصة القطاع السياحي من أجل زيادة مردوديته وتحسين كفاءة المؤسسات الفندقية والسياحية الموجودة إضافة إلى تشجيع الاستثمارات الجديدة، وتتمثل الأهداف المنتظرة من هذه العملية فيما يلي: [70]

- تدعيم المنافسة وكل ما يترتب عن ذلك من آثار إيجابية من ابتكار، نوعية الخدمات، أسعار...

- الانفتاح على الاقتصاد الدولي مما يسمح على الصعيد الاقتصاد الجزئي تحويل واكتساب المهارة التقنية والتجارية والإدارية، وعلى صعيد الاقتصاد الكلي يسمح بجلب العملة الصعبة وتقليص العجز في ميزان المدفوعات.

- تخفيض العبء على خزينة الدولة بما أنها لن تقوم بدعم المؤسسات المفلسة وتقوم بتحصيل الضرائب والرسوم على أرباح المؤسسات الخاصة.
- عقلنة تسيير الهياكل والتحكم في التكاليف والأسعار.

إن برنامج الخصخصة الذي مس القطاع السياحي يهدف بالدرجة الأولى إلى تجديد وعصرنة ورفع مستوى الهياكل السياحية الموجودة، ويخص ثاني هدف من هذا البرنامج إنجاز طاقات جديدة في إطار الاستثمار الخاص المباشر أو الشراكة. ولكي تحقق الخصخصة نتائجها لا بد أن تخضع لمبادئ أساسية تتمثل في: [71] ص 8

- التفتح على السوق الدولي باستبدال الملكية العامة بالملكية الخاصة وتشجيع المبادرات الفردية.
- وضع صناعة سياحية يسيطر عليها رأس مال خاص.
- تدعيم المنافسة بين المؤسسات لنجاح اقتصاد السوق.
- حماية المصالح المالية للدولة إلى أقصى حد بالحفاظ على الممتلكات العمومية عن طريق الخصخصة وليس تبديلها.
- لا بد للخصخصة أن تأخذ بعين الاعتبار الانشغالات السياحية والاجتماعية دون إهمال مصالح الدولة.

2.2.1.3.3. أشكال الخصخصة في القطاع السياحي

شرعت الحكومة الجزائرية في تحضير برنامج لعملية خصخصة القطاع السياحي منذ بداية سنة 1996، بطرق مختلفة حسب ظروف المؤسسة ووضعيتها طبقاً للأهداف المبرمجة في مخطط الخصخصة وتتمثل الأشكال فيما يلي: [71] ص 8

- الخصخصة الكلية للتسيير.
- الخصخصة الكلية أو الجزئية لرأس المال.
- الخصخصة الكلية للاستثمارات المستقبلية.

ولبلوغ هذه الأهداف فإن الخصخصة عليها أن تأخذ أحد الأشكال التالية:

* عقد الإيجار (الكراء): عقد يقوم فيه شخص خاص بإيجار الهياكل السياحية للقيام بالنشاط لمصلحته الخاصة على أن يتحمل المسؤولية التامة فيما يتعلق بالمخاطر التجارية، فإذا سلمت الدولة عقد إيجار

فندق لشخص معين للقيام بتسييره مقابل دفع مبلغ دوري كقيمة جزافية فعلى صاحب عقد الكراء التسديد مهما كانت النتيجة ربحا أو خسارة، كما يمكنه اختيار الموظفين بحرية تامة وله الحق أن يبقي على الطاقم المتواجد.

* عقد التسيير: يضمن المتعاقد تسيير الوحدة حسب دفتر الشروط المحدد له والمسؤولية الكاملة في التسيير ومراقبة العمليات، كما أنه يتلقى أجرا مقابل حسن أدائه مهما كانت النتيجة.

* الاكتتاب في رأس المال: يتمثل في البيع للجمهور الواسع لمجموع أو جزء من الأسهم التي تملكها الدولة والبيع الجزئي للأسهم يعني في غالب الأحيان أن الدولة، تريد أن تبقى الرقابة الجزئية أو التامة على المؤسسة السياحية الخاضعة للخصوصية .

* بيع المؤسسات: تتمثل في إمكانية بيع مؤسسات فندقية وسياحية تابعة للدولة عن طريق مناقصات دولية ووطنية لمستثمرين خواص أو شركات مختلطة وفق شروط محددة قانونيا، وفي أغلب الأحيان تكون هذه الوحدات حديثة الإنجاز أو في طور الإنجاز.

* بيع الأصول للمستثمرين أو المستخدمين: تقوم مجموعة من المسيرين والمستخدمين بشراء أصول أو ملكية الهياكل السياحية، وتستعمل هذه الطريقة عندما لا يمكن إشراك الجمهور أو بيع الأسهم، فتجد الدولة نفسها أمام اختيارين: البيع للمسيرين أو المستخدمين أو التصفية.

3.2.1.3.3. برنامج الخصوصية في القطاع السياحي

يعتبر القطاع السياحي من القطاعات الأولى التي عرضت مؤسساته للخصوصية، من أجل توفير مناصب شغل ورفع المردودية ورفع المداخل بالعملية الصعبة وإعطاء صورة حسنة عن البلد، وقسمت عملية الخصوصية إلى مرحلتين كما يلي: [71] ص8

* المرحلة الأولى:

تمثلت في العرض الفوري للمشاريع الفندقية التي هي في طور الإنجاز أو في طريق الانتهاء، وقد تم في سنة 1995 عرض مزايده وطنية ودولية لبيع 5 فنادق كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم 25: الفنادق المعروضة للخصصة في الفترة الأولى [66]

المشروع	الترتيب	طاقة الإيواء(سرير)	نوع المنتج	نسبة الإنجاز
الفندق الدولي لمطار الجزائر	04	660	حضري	90
فندق لوس الواد	03	300	صحراوي	98
فندق بجاية	03	300	حضري	50
فندق المسيلة	02	300	حضري	85
فندق شاطوناف بوهران	04	600	حضري	60

إن أول عملية خصصة للقطاع السياحي لم تتجح حيث لم يتم تقديم أي عرض لشرائها.

* المرحلة الثانية:

تم فيها عرض إضافي يشمل المؤسسات الفندقية قيد الاستغلال، وبما أنها لا تتمتع بنفس الصحة التجارية والمالية والمادية كما أنها لا تتوفر على نفس التجهيزات فقد اعتمد المبدأ المطبق في خصوصتها على تصنيفها إلى ثلاثة أصناف وهي: [71] ص9
الحسنة: صنف أ ، المتوسطة: صنف ب، الأقل من الحسنة: صنف ج. ويتم ترتيبها وفقا لـ: الموقع، السوق الاحتمالية أي المستقبلية، حالة تجهيزات المؤسسات، المردودية التقديرية و الإنجازات السابقة.

ففي هذه المرحلة قدمت الدولة للبيع 13 فندق بقدرة إجمالية تقدر بـ3000 سرير، معظمها من صنف 3 نجوم ينتمي إلى الصنف الصحراوي وشبه الصحراوي 9 فنادق واثنان في شكل شاطني ومحطة للمياه المعدنية، وتم عرض هذه الفنادق في شكل مزايده وطنية ودولية ولم يتم أي عرض لشرائها بسبب ما يلي:

- ضعف النظام البنكي الذي يؤدي دورا فعالا في تعهد المستثمرين المهتمين بالخصصة.
- تأخر عملية تقييم المؤسسات المراد خصوصتها إضافة إلى عدم وجود أساس واضح لها.
- مشكل ملكية الأراضي التي تقام عليها المؤسسات.

ولقد تم تصنيف 60 مؤسسة فندقية قيد الاستغلال والتي ستشملها عملية الخصصة، وهي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 26: تصنيف الوحدات الفندقية لغرض الخصوصية [71] ص9

المجموع	الصف ج	الصف ب	الصف أ	المؤسسات
03	-	-	03	فنادق حضرية صنف عالي
18	02	10	06	فنادق حضرية صنف متوسط
10	01	02	07	مركبات شاطئية
18	05	07	06	فنادق صحراوية
08	01	07	-	محطات مياه معدنية
02	-	02	-	محطات مناخية
01	-	-	01	مراكز التداوي بمياه البحر
60	09	28	23	المجموع

وبناء على هذا التصنيف حددت الوزارة ترتيبا للمستثمرين الذين يقومون بخصوصية كل نوع من هذه الأصناف وهذا حسب الإمكانيات المالية لكل منهم كما يلي: [71] ص9

* المستثمرون المستهدفون للصف أ: الأفضلية تكون:

- للمجموعات المعروفة لأكبر البلدان الموفدة للسياح كأوروبا الغربية، أمريكا الشمالية، اليابان ودول الخليج.

- الوطنيون المقيمون في الخارج و الذين لهم تجربة في الفندقية.

- المستثمرون الوطنيون و المؤسساتيون (بنوك، مؤسسات خاصة...).

* المستثمرون المستهدفون للصف ب:

- المحترفون الأجانب غير المختارين (مجموعات فندقية، وكالات....).

- مستثمرون مؤسساتيون جزائريون مقيمون وغير مقيمين.

* المستثمرون المستهدفون للصف ج:

- مستثمرون وطنيون وأجانب غير مختارين والمساهمة العمالية.

كما يهدف برنامج الخوصصة إلى جعل الاستثمارات السياحية المستقبلية كلها تابعة للقطاع الخاص، وعليه تم تحديد المناطق ذات الأفضلية المعروضة للاستثمار الخاص الأجنبي أو الوطني وقد تم تحديد 6 مناطق ذات أولوية من بين 174 منطقة توسع سياحي وكذا المنابع الحموية ذات الأفضلية، ولقد بلغت الحصيلة الإجمالية للمؤسسات التي تم عرضها للخوصصة 20 فندقا غير أنها لم تنجح رغم الإمتيازات الممنوحة للمستثمرين الخواص في إطار قوانين الاستثمار والخوصصة.

ومن خلال إجراء مقارنة بين الجزائر و تونس والمغرب نلاحظ أنه في الوقت الذي فشل فيه مشروع الخوصصة للمؤسسات العمومية الاقتصادية في الجزائر حققت تونس والمغرب نجاحا معتبرا في هذا المجال، ففي المغرب ظهر أول قانون للخوصصة في سنة 1989 وتم الانطلاق الفعلي لهذا المشروع في سنة 1993 وبعد 3 سنوات تمكنت المغرب من خوصصة 23 مؤسسة عمومية من بينها 18 فندقا، أما تونس فقد ظهرت العمليات الأولى للخوصصة في سنة 1987 تزامنا مع ظهور أول قانون لتنظيم هذه العملية، وقد تمكنت من خوصصة 43 مؤسسة خلال الفترة (1987-1994) من بينها خوصصة فندقين كبيرين وجزء كبير من هذه العمليات تم عن طريق البورصة (التنازل عن أسهم) [68] ص111-115، بينما الجزائر تتبع طريقة البيع بالمزايدة أو فتح مناقصات وطنية ودولية رغم إنشائها لبورصة القيم المنقولة، وبالتالي لا بد للجزائر من إصلاحات عميقة لتنشيط السوق المالي وتحديث الجهاز المصرفي من أجل المساهمة في إنجاز برامج الخوصصة.

2.3.3. إستراتيجية تطوير القطاع

تبين لنا مما سبق أن الجزائر تمتلك وتتمتع بمؤهلات وموارد سياحية معتبرة تؤهلها لأن تصبح قطبا سياحيا عالميا، إلا أن هذه الموارد لم تستغل بشكل جيد وبقيت السياحة تعاني التهميش وعدم الاهتمام، ونظرا للدور الفعال الذي تقوم به في اقتصاديات العديد من الدول استوجب على السلطات إعادة النظر في هذا القطاع ليساهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، وبدأ الاهتمام بهذا القطاع يتضح ويتزايد حتى يتمكن من تحقيق الأهداف المرجوة منه، إذ أن توفر العوامل للنهوض بالسياحة في الجزائر دليل على ذلك ومن هذه العوامل: [50] ص110

- بروز إرادة سياسية قوية للنهوض بالقطاع السياحي وضمان تنميته.
- وجود تشريع وتنظيم واضح يحكم هياكل وعلاقات العناصر المختلفة التي تنشط ضمن القطاع.
- وضع مخططات إستراتيجية تضبط وترتب أولويات النشاطات السياحية في التراب الوطني.
- تامين الموارد البشرية وترقيتها ووضع معايير إدارة تسيير القطاع وفقا للمعايير الدولية.

- تأسيس ثقافة سياحية لدى أفراد الشعب الجزائري ليستوعب آثار ازدهار القطاع وعلاقته بتنمية الفرد ورفع مستوى معيشتة.

وتكرس هذا الاهتمام من خلال برنامج تنمية وترقية واع ينتج عنه بلوغ الأهداف المفترض أن يحققها القطاع.

1.2.3.3. برنامج تنمية القطاع السياحي

تستمد السياسة السياحية الجزائرية لسنة 2000 أسسها من التوجيهات الواردة في برنامج الحكومة، من خلال إعداد خطة للتنمية السياحية تمتد إلى غاية 2010 بغية ترقية الصناعة السياحية من خلال: [24] ص49

- تهيئة مناطق التوسع السياحي كوسيلة لتشجيع الاستثمار.
- وضع إجراءات تحفيزية لتجديد الحظيرة الحالية للفنادق وتعبئة الاستثمار الوطني والأجنبي في هذا الميدان.
- ترقية المنتج السياحي كمصدر إضافي للدخل الوطني، والذي من شأنه أن يساهم في تحسين صورة البلاد في الخارج.
- تشجيع الصناعة التقليدية وحمايتها باعتبارها جزءا من تراث الأمة وثقافتها.

تهدف هذه السياسة إلى إيجاد حلول لمشاكل القطاع بغية الوصول إلى إدماجه في حركية إعادة التنظيم والانتعاش الاقتصادي الوطني، وعلى هذا الأساس تم تسطير برنامج عمل وزارة السياحة والصناعات التقليدية خلال الفترة (2001-2010) تم من خلاله تحديد إستراتيجية للتنمية المستدامة للسياحة. وتعني التنمية المستدامة للسياحة تامين كل التراث بمختلف أشكاله إذ يعتمد التطور السياحي على معايير دائمة ولا يؤثر على البيئة على المدى البعيد، وأن يكون ناجعا اقتصاديا وعادلا بين السكان المحليين من الناحية الأخلاقية والاجتماعية مثلما نصت عليه جميع المواثيق العالمية.

كما تهدف هذه الخطة إلى تحقيق الأهداف الكمية والنوعية لبعث صناعة سياحية تنافسية من خلال الخصخصة والشراكة والاندماج في السوق العالمي للسياحة، وتتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

1.1.2.3.3. الأهداف الكمية

تتلخص الأهداف الكمية لبرنامج التنمية السياحية المستدامة فيما يلي: [72] ص52

1.1.1.2.3.3. رفع قدرات الاستقبال السياحي

يتم ذلك من خلال بعث الاستثمار السياحي على مرحلتين:

* المرحلة الأولى:

تمتد من سنة 2001 إلى 2005 يتم التركيز فيها على متابعة تحضير الأرضية المشجعة للاستثمار عن طريق التحكم وتهيئة العقار السياحي، وقد مر معدل الإنجاز السنوي بـ4000 سرير سنويا وبالتالي فإن حصيلة الأسرة إلى غاية نهاية 2005 التي تنجز تقدر بـ20000 سرير.

* المرحلة الثانية:

تمتد من 2006 إلى 2010 ستشهد هذه المرحلة تقدما في وتيرة الإنجاز السنوي بـ6000 سرير سنويا بسبب زوال العراقيل تدريجيا، ليصل العدد الإجمالي في نهاية 2010 إلى 30000 سرير إضافي لتصبح طاقات الإيواء الإضافية المقرر إنجازها خلال هذه الفترة تقدر بـ50000 سرير، تضاف إلى طاقات الإيواء السياحي المتوفرة والمقدرة بـ67000 سرير ليصبح العدد الإجمالي 120000 سرير، إن تطوير هذه الطاقات في إطار الاستثمار الخاص الوطني والأجنبي يستدعي توفير التسهيلات والنشجيع من طرف الدولة وذلك بتمويل دراسات التهيئة السياحية وأشغال إصلاح مناطق التوسع السياحي المحددة.

2.1.1.2.3.3. رفع حجم الاستثمارات السياحية

إنجاز طاقات الإيواء المبرمجة يحتاج إلى جلب استثمارات بقيمة 75 مليار دج بتكلفة إنجاز تقدر بـ1.5 مليون دج للسرير الواحد، علاوة على الاستثمارات الأخرى التي ستجز خلال نفس السنة في مجال النقل السياحي، هياكل التنشيط السياحي والترفيه والمخيمات.

وقد قدر سعر دراسات وأعمال التهيئة التي تمثل 20% من التكلفة الإجمالية لإنجاز المشروع بـ15 مليار دج، مع العلم أن هذه العملية سوف تعود بالفائدة ليس على المشاريع السياحية فحسب بل ستساهم في فك الخناق وتطوير المناطق التي تقام بها المشاريع، كما أنها ستحسن من ظروف حياة السكان وتؤدي إلى إيجاد أنشطة مرتبطة بالسياحة وظهور المدن.

3.1.1.2.3.3. زيادة التدفقات السياحية:

تم اعتماد سنة 1990 كمرجع لتقدير التدفقات المستقبلية ففي تلك الفترة تم تسجيل تدفق سياحي يقدر بـ 1137000 سائح منهم 685000 سائح أجنبي، وحتى تتمكن الجزائر من استرجاع التدفقات السياحية وأخذ مكانة لائقة في الأسواق السياحية الدولية يتوجب عليها القيام بأعمال ترقية بصفة جادة ومستمرة، من أجل إعادة بناء وتحسين الصورة السياحية للجزائر في الخارج وفي هذا الإطار تم تحديد مرحلتين: [72] ص 55

* المرحلة الأولى:

من سنة 2001 إلى 2005 يتم تدعيم عمليات الترقية لأجل الحصول على حصة في السوق السياحية العالمية تعادل على الأقل حصة 1990، أي بتدفق سياحي يقدر بـ 685000 سائح أجنبي.

* المرحلة الثانية:

من سنة 2006 إلى 2010 ينتظر فيها استقرار معدل نمو التدفقات السياحية على الأقل عند معدل 15% مما يسمح باستقبال 1200000 سائح أجنبي، أما فيما يتعلق بالمواطنين المقيمين في الخارج الذين سيزورون الجزائر خلال نفس الفترة فمن المتوقع أن يستقر عددهم في حدود 980000 سائح بحلول سنة 2010 على أساس معدل نمو سنوي ثابت يقدر بـ 10% وبالتالي فإن التدفقات المتراكمة ستصل في أفق 2010 إلى نحو 2180000 سائح.

4.1.1.2.3.3. إنشاء مناصب شغل

حسب المنظمة العالمية للسياحة فإن إنجاز سريرين يؤدي إلى إحداث منصب شغل مباشر دائم في قطاع السياحة وثلاثة مناصب أخرى غير مباشرة في النشاطات المترتبة عنها، انطلاقا من هذه الفرضية وعلى أساس طاقات الإيواء الإضافية التي ستنتج فإن عدد مناصب الشغل الجديدة التي سيتم إنشاؤها في سنة 2005 هو 10000 منصب شغل مباشر و 30000 منصب غير مباشر، ليصل مجموع مناصب الشغل الإضافية إلى 40000 منصب.

وعلى أساس نفس الفرضية فإن عدد مناصب الشغل الجديدة التي ستحدث في أفق 2010 هو 25000 منصب عمل مباشر و 75000 منصب عمل غير مباشر ليبلغ العدد الكلي في نهاية الفترة 100000 منصب شغل، وعلى اعتبار أن المؤسسات السياحية والفندقية لم تستغل الاستغلال الأمثل

وبالدخول في الشراكة سيتحتم على المسيرين استغلال كل الأنشطة وتحسين الخدمات السياحية وبالتالي توفير مناصب عمل جديدة في شتى المجالات.

5.1.1.2.3.3. زيادة المداخيل من العملة الصعبة

قدرت تكاليف السواح الأجانب بـ685 مليون دولار أمريكي، أما المواطنون المقيمون بالخارج فقد قدرت إيراداتهم بـ420 مليون دولار أمريكي وعليه الإيرادات الإجمالية ستصل إلى 1 مليار دولار أمريكي (خارج تكاليف النقل)، أما عن النقل فتصل إلى 622 مليون دولار أمريكي وبالتالي فإن الإيرادات التقديرية الإجمالية ستقارب 1.6 مليار دولار أمريكي في نهاية سنة 2010.

2.1.2.3.3. الأهداف النوعية

تتمثل الأهداف النوعية فيما يلي: [72] ص66

1.2.1.2.3.3. تحسين نوعية الخدمات

- تمثل نوعية الخدمات نقطة ضعف بالنسبة للقطاع السياحي الجزائري لذا كان لا بد من معالجة هذا الأمر من طرف السلطات بطريقة جدية، وأهم المقترحات لتحسين النوعية ما يلي:
- متابعة عمليات الضبط والتنظيم والرقابة للنشاطات والحرف المرتبطة بالسياحة.
- رفع مستوى التسيير الفندقي والسياحي والخدمات العامة المرتبطة بالسياحة.
- تحسن البيئة السياحية من خلال النظافة العمومية، الوقاية الصحية، حماية المستهلك والمحافظة على الموارد الطبيعية والتراث الثقافي وأمن وسلامة الأشخاص.
- تسهيل الإجراءات الإدارية المتعلقة بنقل الأشخاص.
- فتح مكاتب الصرف على مستوى الموانئ والمطارات والمراكز الحدودية والأقطاب السياحية والفنادق بالتشاور مع القطاع المصرفي.
- تكييف وسائل النقل مع الطلب السياحي وتحسين خدمات النقل الجوي والبحري .
- تكثيف الشبكات والوكالات المحلية لربط مختلف الأقطاب والمدن السياحية خاصة في الجنوب.

2.2.1.2.3.3. الترقية السياحية

تستدعي هذه الوظيفة الإستراتيجية تكريس جهود على كل المستويات وذلك من خلال: [72]

- إعادة تنظيم وتقوية أداة الترقية السياحية المتمثلة في الديوان الوطني للسياحة من خلال تزويده بمندوبيات جهوية وممثلات في الخارج، وتحديد وتقييم الوظائف السامية وتكريس دور الاحترافية في النشاط الترقوي.

- إعداد مخطط إعلامي على مدار السنة عن طريق الإعلان والإشهار في القنوات المتخصصة وإصدار مجلة سياحية متخصصة، ومواقع على شبكة الإنترنت وتنظيم أحداث ثقافية ذات أبعاد دولية عبر مختلف الأقطاب السياحية العالمية.

- إشراك الحركات الجمعوية والثقافية والمنظمات المهنية في إبراز المنتج السياحي، وتحسين الأوساط الشعبية بأهمية المنتج السياحي وفوائده.

- تحسين وتكثيف مشاركة الجزائر في الصالونات والتظاهرات السياحية الدولية.

- إعداد دراسات السوق.

3.2.1.2.3.3. تأطير النشاطات السياحية على المستوى المحلي:

إن تدعيم الإدارة السياحية على المستوى المحلي بالمعدات والوسائل الضرورية للقيام بالمهام المختلفة أدى إلى ظهور المجلس الأعلى للسياحة كما تم إعداد قانون أساسي خاص به يحدد مهامه، بالإضافة إلى تشريع قوانين متعلقة بتطوير وترقية النشاطات السياحية كما يتم دراسة إنشاء شرطة سياحية متخصصة لحماية المواقع السياحية والثقافية والأثرية والسهر على حماية أمن وسلامة السائح.

3.1.2.3.3. الوسائل المدعمة لتحقيق أهداف البرنامج

1.3.1.2.3.3. تهيئة المناطق السياحية وتحديد العقار السياحي

يهدف البرنامج إلى تهيئة 20 منطقة من أصل 174 منطقة للتوسع السياحي كمرحلة أولى، ويبقى اختيار مواقع البناءات والمنشآت السياحية قائما على احترام القوانين والتنظيم المتعلق بحماية التراث الثقافي، وتمثل عملية التهيئة أداة لتوجيه الاستثمار.

2.3.1.2.3.3. تمويل المشاريع وإعادة الاعتبار للمنشآت السياحية والفندقية

لابد من تكييف طريقة التمويل مع خصوصيات الاستثمار السياحي وتشجيع البنوك على تقديم قروض له، وإنشاء بنوك متخصصة في تمويل المشاريع السياحية [72] ص 63.

3.3.1.2.3.3. دعم التكوين والتأهيل

تمثل الموارد البشرية عنصرا أساسيا في القطاع السياحي لذلك استوجب تحديث برامج التكوين، وفتح مراكز بحث للمؤطرين وإدماج الحرف في منظومة التكوين، وإنشاء مراكز تكوين عبر مختلف التراب الوطني، بالإضافة إلى ذلك لا بد من اختيار المنتوجات التي يتوجب ترميمها ولقد تم الاعتماد في هذه الإستراتيجية على السياحة الصحراوية وهذا لما يمكن أن تحققه مستقبلا، بالإضافة إلى سياحة المؤتمرات والملتقيات، السياحة الشاطئية، الثقافية، المغامرات، الرياضية والمعدنية.

2.2.3.3. برنامج التنمية لآفاق 2013

بعد مضي سنتين من تنفيذ مخطط التنمية المستدامة للسياحية في الجزائر آفاق 2010 كان من الضروري إدخال بعض التعديلات اللازمة من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق وذلك بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي، لذلك جاء هذا البرنامج تحت عنوان "تصور تطوير قطاع السياحة للقرن 2013-2004" والذي يستمد محتواه من المبادئ الأساسية المكرسة في النصوص التشريعية الصادرة خلال شهر فيفري 2003 والمتعلقة خاصة بالتنمية المستدامة للسياحة ومناطق التوسع السياحي وباستعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية، وهذا البرنامج يتضمن توضيحا لأهم العناصر الديناميكية المرتقب حصولها في القطاع من خلال:

1.2.2.3.3. الأهداف النوعية

تتمثل هذه الأهداف فيما يلي: [58] ص12

- ترميم الطاقات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- تحسين صورة الجزائر السياحية وإحلال منتوجاتها في الدورات السياحية الدولية.
- تحسين أداء قطاع السياحة من خلال الشراكة بالتسيير.
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية.
- المساهمة في التنمية المحلية والمحافظ على البيئة لتوسيع السياحة البيئية.
- تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج.

2.2.2.3.3. الأهداف الكمية

شكل حجم مشاريع الاستثمار في القطاع السياحي في السنوات الأخيرة انطلاقة لتعزيز الانتعاش المستدام للقطاع، الذي لم يساهم سوى بـ1% من الناتج الداخلي الخام خلال العشرية الماضية، وأهم المؤشرات القطاعية ما يلي: [58] ص13

1.2.2.2.3.3. زيادة التدفقات السياحية البشرية

إن تحسن المحيط السياحي في السنوات الأخيرة سمح بتطور محسوس، حيث بلغ عدد السواح 988000 سائح سنة 2002 منهم 251000 سائح أجنبي أي أكثر من 25%، وهذه الحركة ستتجه نحو زيادة التدفقات خلال المرحلتين التاليتين:

* المرحلة 2007-2004:

بتطبيق نسبة نمو متوسط للزيادة بـ10% خلال هذه المرحلة للثلاث سنوات الأخيرة (2000، 2001، 2002) سيسجل مجموع سائح في نهاية 2007، حيث يبلغ عدد السواح الأجانب 679000 سائح متوقع وهذا باعتماد نسبة نمو متوسط تقدر بـ22% تم تسجيلها خلال الفترة (2000-2002).

* المرحلة 2013-2008:

تم الحصول على التدفق خلال هذه المرحلة بتطبيق نسبة نمو متوسط عند بداية العشرية (10%) أعيد تعديلها سنويا بنصف نقطة (0.5%) ابتداء من سنة 2008 لتصل التدفقات إلى 1.507.000 سائح، وإذا اعتبرنا أن نمو تدفقات السياح الأجانب يعرف إعادة تعديل بانخفاض يقدر بـ3.5% فإننا سوف نحصل على 1.200.000 سائح، وعليه فإن العدد المرتقب في آفاق سنة 2013 سيقارب 3.100.000 سائح منهم 1.900.000 سائح أجنبي.

إن زيادة التدفقات السياحية البشرية المتوقعة خلال المرحلتين ستحقق بفضل استغلال طاقات الإيواء الجديدة وكذلك بفضل إعادة تأهيل الحظيرة الفندقية الموجودة، وإمكانية تطوير أشكال خاصة أخرى للإيواء لاسيما بإعادة تأهيل القصور (الداي، الباي وغيرها) فاستعمال الإقامة ذات الأهمية التاريخية يجلب زبائن من الفئة الراقية.

وينتظر استغلال أمثل لطاقت الإيواء عن طريق الإسراع في مسار الخوصصة والشراكة، الذي يتدعم بالتسخير الكمي والنوعي لعملية ترويج صورة البلاد والمنتجات السياحية في الخارج، كما أن التحسن الدائم للمحيط الاقتصادي والتحرير التدريجي للخدمات سيساهم لا محالة في زيادة التدفقات السياحية نحو الجزائر، وهذا ما يتطلب تنويع وتحسين طرق وقدرات النقل الدولية.

2.2.2.2.3.3. تنمية الاستثمار السياحي

إن الرغبة المسجلة للاستثمار في مختلف النشاطات السياحية تبين الطابع الواعد لقطاع ذي قيمة مضافة كبيرة، والذي يمكن أن يؤدي دور المحرك للاقتصاد الوطني على غرار الكثير من البلدان التي لا تتوفر على مؤهلات مشابهة للسياحة الجزائرية.

سيعرف الاستثمار السياحي وتيرة توسع عبر مرحلتين مختلفتين بسبب ضعف عوامل تنمية القطاع على مدى السنوات السابقة من جهة، وفي تنفيذ جملة من الإجراءات الموصى بها لإعادة تفعيله من جهة أخرى، فتمو القطاع في المرحلة الأولى مرهون بالمشاريع المسجلة والمتوفرة والتي يتوقع إنهاؤها خلال هذه المرحلة، وتتدعم هذه التوتيرة عن طريق الشروع في مشاريع جديدة مع بداية سنة 2008 (شراكة واستثمار أجنبي) نتيجة لرفع العقبات المرتبطة بالحصول على العقار والقرض البنكي والعمل الترويجي الذي سيبادر به القطاع، وتتمثل هاتان المرحلتان في:

* المرحلة 2004-2007:

يتوقع إنجاز طاقة إيواء إضافية تقدر بـ55000 سرير من طرف المتعاملين بمعنى أن الاستثمارات تصل إلى 82.5 مليار في نهاية المرحلة.

* المرحلة 2008-2013:

المشاريع المنجزة لهذه الفترة تكون من النوع المتوسط والرفيع لتصل طاقة الإيواء إلى 6000 سرير بفضل استثمار 150 مليار دج، بتبني كلفة متوسطة للإرجاع تقدر بـ2.5 مليون دج للسرير الواحد، وعليه يصل الاستثمار خلال الفترة (2004-2013) إلى 232.5 مليار دج دون احتساب قيمة الأرض.

3.2.2.2.3.3. رفع طاقات الإيواء

تم تسجيل منذ بداية سنة 2001 إلى يومنا هذا دخول 8300 سرير حيز الاستغلال بعد إنجاز 115 فندق، ونظرا لتعرض القطاع لعقبات عديدة تعيق الاستثمار يتم في هذه المرحلة التحضير لإزالتها لبلوغ مجموع كلي يقدر بـ187000 سرير في آفاق 2013، بطاقة سنوية قدرها 11500 سرير، حيث يتم إنجاز 55000 سرير للمرحلة الأولى و60000 سرير للمرحلة الثانية.

وضعت الحكومة إستراتيجية لتنمية قطاع السياحة مدعمة إياه بإصدار ثلاثة قوانين أساسية وذلك بهدف ضمان إستمراريتها ومدتها بكل الشروط الضرورية، وهي تهدف إلى رفع ثلاثة تحديات كبرى تتمثل في رفع طاقة الإيواء السياحي وتنويعه وملاءمته مع المعايير الدولية، تحسين نوعية الخدمات وجعلها أكثر تنافسية وأخيرا الترويج للمنتوج السياحي في الأسواق الخارجية والحصول على نصيب من التدفقات المالية العالمية للسياحة، ولهذا الغرض وضعت الدولة كل الأدوات الإدارية والتقنية والجبائية والمالية اللازمة لتنفيذ هذه الخطة حيث تم تعزيز دور كل من الديوان الوطني للسياحة (الهيئة المكلفة بالترقية السياحية) والوكالة الوطنية لتنمية السياحة (الهيئة المكلفة بالاستثمار السياحي)، وهذه الإستراتيجية تركز على تشجيع مبادرات القطاع الخاص وعمليات الشراكة مع الأجانب من أجل إنجاز المشاريع الاستثمارية، ويبقى دور الدولة أو السلطات العمومية منحصر في التشريع والتأطير والمراقبة وتحسين المحيط [73] ص 48.

3.3.3. الوضعية الحالية للقطاع السياحي

من أجل معرفة الوضعية الحالية للقطاع السياحي لا بد لنا من دراسة وتحليل التدفقات السياحية وطاقات الإيواء بالإضافة إلى الإطار التنظيمي للقطاع.

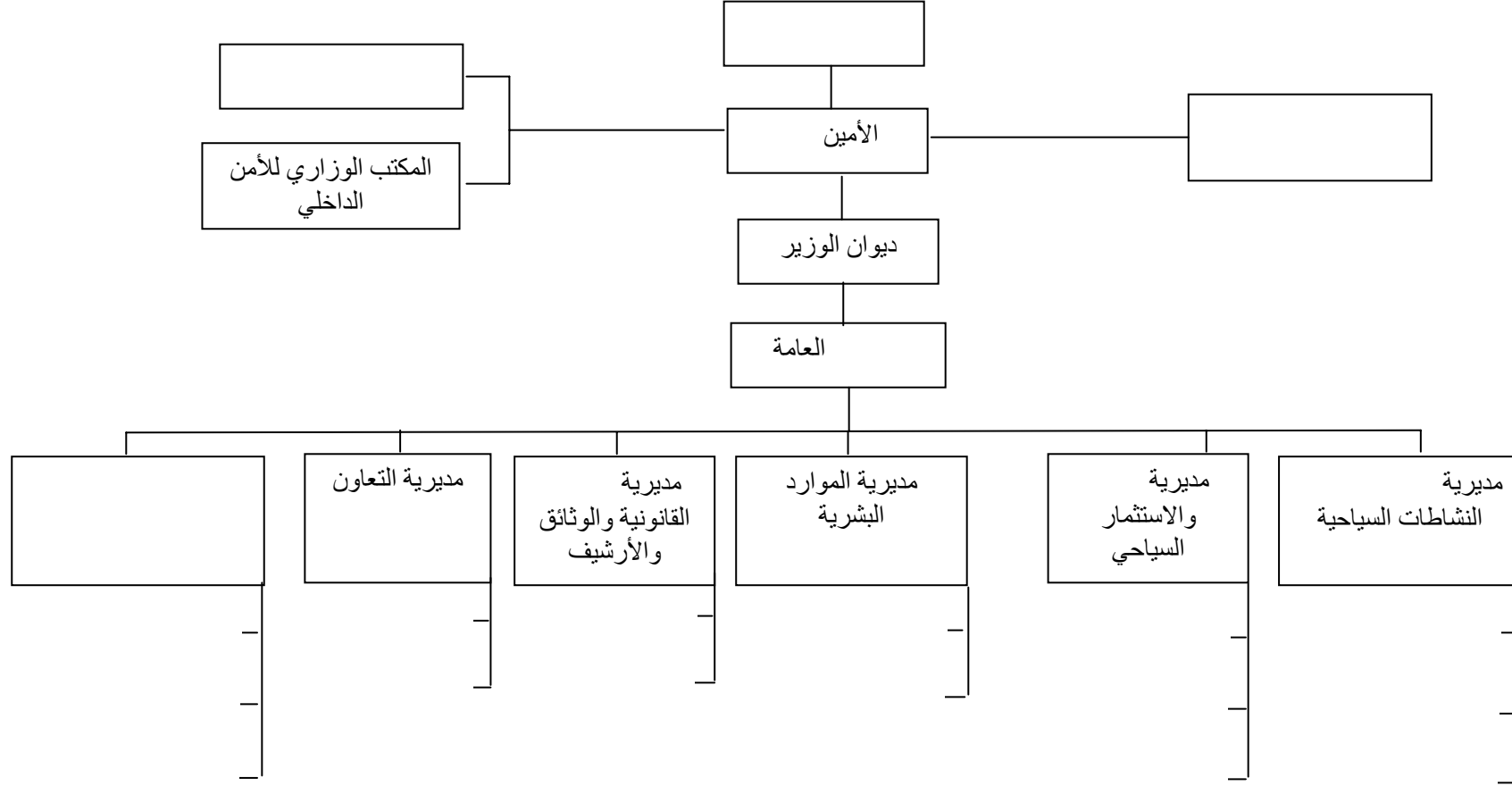
1.3.3.3. الإطار التنظيمي للقطاع

شهدت سنة 2003 إصدار ثلاثة قوانين تنظيمية تهدف إلى إعادة تنظيم القطاع السياحي الجزائري والمتمثلة فيما يلي: [74]

- المرسوم التنفيذي رقم 03-75 الذي يحدد صلاحيات وزير السياحة .
- المرسوم التنفيذي رقم 03-76 الذي يتضمن الإدارة المركزية في وزارة السياحة.
- المرسوم التنفيذي رقم 03-77 المتضمن تنظيم المفتشية العامة في وزارة السياحة.

1.1.3.3.3. الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة

حدث انفصال بين قطاع السياحة والصناعات التقليدية في سنة 2002 حيث أصبح قطاع الصناعات التقليدية تابعا لوزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وبالتالي تم إعادة تنظيم قطاع السياحة من خلال المرسوم التنفيذي رقم 03-76 وذلك من أجل تكييف الهيكل التنظيمي لوزارة السياحة مع متطلبات التنمية المستدامة للسياحة، وذلك كما يلي:



:11

[62]

2.1.3.3.3. الديوان الوطني للسياحة

تتمثل مهمة الديوان الوطني للسياحة في ترقية وترويج المنتج السياحي الجزائري من خلال المشاركة الدائمة في أهم المعارض الدولية، الأمر الذي يساهم في تحسين صورة الجزائر وإعادة الاعتبار للأعياد والمواسم التقليدية والأقطاب السياحية من أجل جعلها مقصدا سياحيا مستقبليا، إلا أنه لا يتمتع بوجود ممثلات له على المستوى المحلي والجهوي كما أنه غير ممثل على مستوى أهم البلدان الموفدة للسواح.

2.3.3.3. المؤشرات الحالية للقطاع

عرف القطاع السياحي تحسنا ملحوظا منذ سنة 2000 بعد الاهتمام الذي أصبح يحظى به من قبل السلطات العمومية، ولقد ظهر هذا من خلال المؤشرات المختلفة.

1.2.3.3.3. التدفقات السياحية

يسعى برنامج تنمية القطاع إلى زيادة التدفقات السياحية النقدية والبشرية وهو أهم هدف يراد تحقيقه، فزيادة التدفقات البشرية يعني زيادة الإنفاق بالعملة الصعبة وهذا ما تحتاجه التنمية الاقتصادية.

1.1.2.3.3.3. التدفقات البشرية

يعرف عدد السياح تطورا متزايدا سنة بعد سنة بعد انتهاج السياسة الجديدة وتحسن الظروف والأوضاع الأمنية، ومن خلال الجدول الموالي نلاحظ تطور عدد السياح خلال الفترة (2001-2004).

الجدول رقم 27: تطور التدفقات السياحية خلال الفترة (2001-2004) [75] ص 45

السنة	2001	2002	2003	نهاية جويلية 2004
المجموع العام	901416	988060	1166287	500108
الإتحاد الأوروبي	98954	130770	146264	113169
أمريكا الشمالية	2838	3815	4438	3553
أمريكا اللاتينية	382	746	511	139
آسيا	15945	25689	24898	5689
إفريقيا	69644	75672	121332	73571
منها: المغرب	46290	61815	101198	2721

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن عدد السياح يعرف تطورا حيث بلغ 1166287 سائح سنة 2003 ولقد بلغ عدد السياح 1.6 مليون سائح في نهاية سنة 2004، ومن مبررات هذا التزايد الاهتمام بالسياحة في الجزائر والترويج لها في الأسواق الموفدة للسياح من خلال المشاركة في الصالونات والمعارض الدولية الخاصة بالسياحة من أجل التعريف بالموارد والثروات التي تمتلكها، ويشكل السياح الأوروبيون أكبر نسبة من أعداد السياح الوافدين للجزائر وتحتل إفريقيا المرتبة الثانية.

ارتفع عدد السياح الأجانب نسبة إلى عدد الجزائريين المقيمين في الخارج و قد سجل معدل نمو متوسط يقدر بـ20%، إذ أصبح الأجانب يهتمون بالصحراء من جديد حيث عرفت هذه المنطقة انتعاشا نظرا لجمالها وتراثها ولاهتمام الأجانب بالمغامرة والاستكشاف، ولقد سجلت عدد الليالي التي قضاها الأجانب في الفنادق كما يلي:

الجدول رقم 28: تطور عدد السياح الأجانب خلال الفترة (2001-2003) [75] ص44

السنة	2001	2002	2003
المجموع العام	225652	291930	370876
منها:			
الإتحاد الأوروبي	120349	145510	148271
أمريكا الشمالية	14768	17026	11255
أمريكا اللاتينية	442	841	1563
آسيا	16820	36063	27128
إفريقيا	23939	22932	27247
منها: المغرب	16799	13526	23223

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن السياح الأوروبيون أكثر إقامة في الجزائر حيث بلغ مجموع إقامتهم 148271 ليلة خلال سنة 2003، ويليهما السياح الآسيويون بـ27128 ليلة سياحية والأفارقة حيث أن السياح المغاربة قضوا 23223 ليلة سنة 2003 من مجموع 27247 ليلة لجميع السياح الأفارقة.

2.1.2.3.3.3. التدفقات النقدية

وفقا لتطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر عرفت التدفقات النقدية تطورا أيضا وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم 29: ميزان مدفوعات – عمليات الأسفار والخدمات- [75] ص 44

الوحدة: مليون دولار أمريكي

السنوات		2001	2002	2003
خدمات	إيرادات	914	1311.4	854.8
	نفقات	2741	2697.7	17151
	رصيد	1827-	1386.7-	16296.2-
أسفار	إيرادات	100	111	112.0
	نفقات	194	248	355
	رصيد	94-	137-	243-

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن الإيرادات السياحية تعرف تطورا رغم قلتها إلا أن الميزان السياحي دائما يعاني عجزا بسبب ضخامة النفقات مقارنة بهذه الإيرادات المتواضعة، وعند مقارنتها بالإيرادات السياحية للدول المجاورة أو دول البحر المتوسط نلاحظ أنها من أضعف الإيرادات حيث تصل معظم إيراداتهم إلى الملايير.

3.1.2.3.3.3. طاقات الإيواء

تميزت هذه الفترة بالاهتمام بالاستثمار السياحي ومنحه حوافز وتسهيلات عديدة تساعد على تنميته من أجل رفع طاقات الإيواء من خلاله، إلا أنه يعاني من مشاكل عديدة جعلته لا يؤدي الدور المنوط به، فرغم أن طاقات الإيواء عرفت تطورا مقارنة بالفترات السابقة إلا أنها تبقى قليلة ولا تلبي الطلب السياحي، والجدولان الآتيان يوضحان ذلك:

الجدول رقم 30: توزيع الفنادق والمؤسسات المماثلة حسب فئة المؤسسة [75] ص 43

2003	2002	2001	
13	13	11	5 نجوم
34	30	20	4 نجوم
74	79	67	3 نجوم
68	72	62	نجمتين
53	62	43	نجمة واحدة
800	725	724	غير مصنف
1042	982	927	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول أن عدد الفنادق والمؤسسات المماثلة يعرف تزايدا لكنه قليل، والملاحظ أن عدد المشاريع التي تمثل الدرجة الأولى قليلة جدا حيث بلغ عددها 13 مؤسسة فقط، وأكبر عدد سجلته الفئة السادسة حيث تمثل أكثر من نصف الفنادق والمؤسسات المماثلة.

الجدول رقم 31: توزيع سعة الفنادق و المؤسسات المماثلة لها حسب الفئة [75] ص 43

2003	2002	2001	
4212	5409	4832	5 نجوم
5424	3975	3621	4 نجوم
14740	17100	15808	3 نجوم
3757	3338	5331	نجمتين
4959	2033	2165	نجمة واحدة
44381	43703	40728	غير مصنف
77473	75558	72485	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن عدد الأسرة ازداد بنسبة قليلة ومعظم طاقات الإيواء تتركز في الفئة السادسة أو غير المصنفة، والملاحظ أيضا أن المؤسسات والفنادق من الدرجة الثالثة تمثل نسبة

لا بأس بها من طاقة الإيواء، أما عن توزيع طاقات الإيواء حسب نوع المنتج فالجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 32: توزيع سعة الفنادق والمؤسسات المماثلة له حسب النوع [75] ص 44

2003	2002	2001	
35204	35126	33495	حضري
26034	25634	23485	شاطئي
8105	7197	7723	صحراوي
6905	6504	6536	معدني
1225	1097	1246	مناخي
77473	75558	72485	المجموع

يتضح من خلال الجدول السابق أن طاقات الإيواء تتركز في المنتج الحضري حيث يعرف هذا النوع تزايدا مستمرا في عدد الأسرة، ويليه المنتج الشاطئي ويبقى المنتج الصحراوي لا يلقى الاهتمام اللازم حيث أنه في كثير من المواسم يحصل طلب متزايد لا يمكن تلبيته بسبب نقص أماكن الإيواء، وهذا النقص ناجم عن مشاكل عديدة تواجه المشاريع الاستثمارية أهمها العقار السياحي.

من خلال ما سبق نصل إلى أن السياحة منذ سنة 2000 بدأت تعرف اهتماما من طرف السلطات العمومية نظرا لدورها في تحقيق التنمية من خلال توفير مناصب شغل وتأمين مصادر دخل جديدة بالعملة الصعبة، وتجلى هذا الاهتمام بتبني إستراتيجية تنموية طويلة المدى تهدف إلى رفع طاقات الإيواء السياحي وتحسين نوعية الخدمات والترويج للمنتج السياحي الجزائري في الخارج.

تتمتع الجزائر بمقومات ومؤهلات سياحية متنوعة وفريدة معترف بها دوليا من قبل الهيئات الدولية المتخصصة التي تؤهلها إلى تطوير كل أنواع السياحة على مدار السنة، حيث تمتاز الجزائر بواجهة بحرية شمالا ومحيط من الرمال في الجنوب يتمثل في الصحراء الكبرى وهي موارد طبيعية ذات جاذبية سياحية كبيرة، كما تمتلك ثروات طبيعية وثقافية غنية ومتنوعة صنف جزء كبير منها من طرف منظمة اليونسكو كتراث عالمي للإنسانية جمعاء.

لكن رغم كل هذه الإمكانيات لم ترق السياحة في الجزائر إلى المستوى المطلوب وهذا لا يعود لضعف الموارد السياحية وإنما إلى الاختيارات الاقتصادية التي انتهجتها بعد الاستقلال، حيث أعطيت الأولوية لقطاعات اقتصادية مثل الصناعات الثقيلة والمحروقات على حساب قطاعات أخرى كالسياحة التي مرت بنمط من التسيير والتطور لم يؤهلها لنمو سريع لدخول سهل في اقتصاد السوق.

غير أنه في السنوات الأخيرة وبسبب تقلبات أسعار النفط وعولمة الاقتصاد الدولي الذي يفرض استغلال كل الموارد المتاحة، أولت الجزائر عناية خاصة للسياحة وتم إعداد إستراتيجية تنموية طويلة المدى لمواجهة تحديات عديدة أولها تحسين نوعية الخدمات السياحية المقدمة ورفع قدرات الإيواء السياحي وتحسين صورة الجزائر في الأسواق السياحية العالمية، وهذا بتخلي السلطات العمومية عن الاستثمار والتسيير من جهة والتحويل التدريجي لصلاحياتها للهيئات المحلية، والاتجاه نحو الشراكة والخصوصية من جهة أخرى بدلا من التسيير الإداري المحض.

الفصل 4

الاستثمارات السياحية في ظل التحولات الاقتصادية

إن الاهتمام الكبير بالسياحة الوطنية كمورد هام للاقتصاد الوطني المعلن عنه منذ سنة 1999 من طرف السلطات العليا للبلاد والمؤكد من خلال رسالة رئيس الجمهورية بمناسبة يوم 27 سبتمبر 2004 احتفالاً باليوم العالمي للسياحة، التي أكد فيها على ضرورة الارتقاء بالقطاع السياحي إلى مصاف القطاعات الاقتصادية ذات الأولوية لما يملكه من دور مستدام في إيجاد التوازنات الاجتماعية واستمرارها، خاصة وأن الجزائر تدفعها إرادة كبيرة في أن تكون طرف فاعلاً في السياحة العالمية أخذاً وعطاءً وقد تم ترجمة ذلك فعلياً على مستوى برنامج الحكومة، يعتبر إشارة واضحة لدعم تنمية وترقية السياحة الوطنية قصد إدماجها ضمن السوق السياحية الدولية.

في هذا الصدد أوليت أهمية كبرى لتشجيع الاستثمار السياحي بترقيته وتطويره من خلال توفير مناخ ملائم ومحفز يتماشى مع متطلبات السياحة الدولية الراقية، فالأهداف المسطرة تنحصر في حل المعضلات الكبرى التي تواجه القطاع والمتمثلة في:

- رفع و تجديد سعة الإيواء في البرنامج السياحي وتنويعها وزيادة قدرات الإنتاج الحرفي.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- تثمين الموارد البشرية ودعم الاحترافية.
- ترقية صورة ومنتجات الجزائر السياحية وتسويقها في الأسواق الخارجية.

وعلى ضوء ما سبق، قسمنا هذا الفصل إلى:

- 1.4. البيئة الاستثمارية في الجزائر،
- 2.4. واقع الاستثمار السياحي في الجزائر،
- 3.4. التنمية السياحية وأفاقها.

1.4. البيئة الاستثمارية في الجزائر

حرصا منها على تطوير مناخ الاستثمار تبذل الجزائر جهودا واسعة من أجل تحقيق الاستقرار السياسي والاجتماعي والاقتصادي، كما تعمل على زيادة حصتها من التدفقات الاستثمارية الدولية، من خلال تعميق الإصلاحات الاقتصادية والمالية وترقية أداء أجهزة تشجيع الاستثمار، بالإضافة إلى الجهود المبذولة في مجال تطوير الإطار التشريعي والتحديث الإداري والتنظيمي وتنمية الموارد البشرية، وتعتبر السياحة من بين القطاعات التي تعول عليها الدولة في تحقيق التنمية الاقتصادية فسارعت إلى الاهتمام بتحسين مناخ الاستثمار وإبراز فرصه في هذا المجال وسن قوانين تنظم وتؤطر القطاع.

1.1.4. مناخ الاستثمار في الجزائر

يعود نجاح ونمو أي دولة إلى عدة متغيرات تتمثل في امتلاكها لمقومات وموارد مالية وتكنولوجية من جهة ومدى ملاءمة عوامل ومعطيات البيئة المحلية للبلد لنجاح العملية الاستثمارية من جهة أخرى، وتبذل الجزائر جهودا كبيرة لتحسين وتطوير مناخ الاستثمار في القطاع السياحي وذلك من خلال إصدار قوانين خاصة بالسياحة والقيام بعملية التهيئة لمناطق التوسع السياحي لتكون صالحة لاستقبال المستثمرين إلى غير ذلك من الأعمال.

1.1.1.4. عوامل مناخ الاستثمار

تتنوع وتتعدد عوامل مناخ الاستثمار في الجزائر فهي تقسم إلى ثلاثة عناصر أساسية تتمثل في: الأداء الاقتصادي، الإطار التشريعي والإداري للاستثمار، المؤهلات الذاتية للبلاد.

1.1.1.1.4. الأداء الاقتصادي

من أهم عوامل الاستثمار في أي بلد الاستقرار والملاحظ أن الجزائر عرفت الاستقرار الأمني والسياسي مما أدى إلى تحسين صورة الجزائر وطلبات الاستثمار من طرف الأجانب دليل ايجابي على ذلك، كما أن تحسن الأوضاع الاقتصادية للدولة عامل هام لجلب المستثمرين ويعرف الاقتصاد الجزائري نتائج ايجابية نتيجة للارتفاع المستمر لأسعار البترول والتسيير الفعال للديون الخارجية مما أدى إلى امتلاء خزينة الدولة، بينما تبقى القدرة الشرائية للمواطن محدودة نسبيا لهذا تسعى الدولة إلى تنويع وتحرير الاقتصاد والاعتماد على الاستثمار، فقد بلغ معدل النمو الحقيقي للنتائج الداخلي الإجمالي 6.9% سنة 2003، كما تحول عجز المالية العامة كنسبة من الناتج الداخلي

الإجمالي إلى فائض، حيث كان يقدر العجز بـ0.1% وأصبح يمثل فائضا نسبته تقدر بـ0.4% لنفس الفترة [76] ص29.

ويعود التحسن العام في مناخ الاستثمار إلى تأثير ارتفاع العوائد النفطية وتأثير ذلك ايجابيا على الإيرادات ووضع المالية العامة مما دعم برامج الإصلاح الاقتصادي ومشاريع البنية التحتية، كما أن استقرار أسعار صرف العملات المحلية مقابل الدولار أمر ايجابي لتعزيز مناخ الاستثمار، ولقد بلغ إجمالي تدفقات الاستثمارات الأجنبية الواردة إلى الجزائر 634 مليار دولار أمريكي سنة 2003 [77] ص9، بعدما كان يقدر سنتي 2001 و2002 بـ1065 و1196 مليون دولار أمريكي على التوالي [76] ص36.

تعتبر الجزائر بلدا مغريا للمستثمرين تمتلك هيكله صناعية متنوعة تمنح فرصا عديدة للاستثمار في مختلف القطاعات كما أن القطاعات الإستراتيجية تسمح بالاستثمار فيها عن طريق الشراكة، ومن بين هذه الفرص نجد: الأنشطة الفلاحية واستصلاح الأراضي، إنتاج الأسمدة والأطر المطاطية وإنتاج المنتجات البتروكيمياوية، المنشآت الأساسية وبنيات التجهيز الريفي المتعلقة بالإنتاج الفلاحي، نشاط تربية الأسماك، التنقيب عن المياه، الصناعات القاعدية للحديد والصلب والمعادن الأخرى، صناعة المواد الطبية الثقيلة، صناعة مواد التجهيز، إنتاج السيارات الصناعية والخاصة، الصيانة والتجديد الصناعي، بناء السكن الاجتماعي، السياحة (الفنادق، المركبات السياحية)، ترميم المواقع التاريخية والأثرية وأشغال حمايتها ومجالات أخرى عديدة.

و تقوم الدولة بجهود ترويجية للاستثمار وعيا ورغبة منها في توفير بيئة الأعمال الأكثر ملاءمة للاستثمار، حيث قامت بالترويج لـ89 فرصة استثمارية سنة 2003 في كل القطاعات من سياحة وبناء ونسيج، بلاستيك، صناعة غذائية... الخ، وذلك من خلال إقامة أو المشاركة في الفعاليات الترويجية المختلفة والمتمثلة في المؤتمرات، الندوات، المنتديات، الملتقيات، المهرجانات، الدورات التدريبية ورشات عمل... الخ [75] ص47.

فخلال سنة 2003 أقامت الجزائر 16 فعالية اقتصادية ما بين منتديات ومؤتمرات في الجزائر تمحورت حول تطوير البيئة الاقتصادية والتجارية و تطوير فرص الاستثمار كما شاركت في 5 معارض دولية في ليبيا، السودان، سوريا، القاهرة و تونس، وقامت وفود جزائرية بـ5 زيارات إلى كل من السعودية، تونس، فرنسا، النمسا، اندونيسيا بهدف تطوير العلاقات الاقتصادية

المتبادلة، بالإضافة إلى توقيع 9 اتفاقيات للتعاون الاقتصادي حول منع الازدواج الضريبي وتشجيع الاستثمارات وإقامة مشاريع مشتركة مع كل من النمسا، السويد، السودان، إثيوبيا و إيران [75] ص47.

2.1.1.1.4. التطورات التشريعية الإدارية

أدخلت الجزائر إصلاحات وتعديلات مختلفة على تشريعاتها وأنظمتها الإدارية المتعلقة بالاستثمار، فأصدرت قانونا خاصا يتضمن الكثير من الحوافز والتشجيعات وأوكلت التعامل مع المستثمرين إلى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، وأعدت النظر في أنظمتها الجبائية والجمركية وفي تشريعاتها الاجتماعية المتعلقة باليد العاملة.

1.2.1.1.1.4. قانون الاستثمار

صدر الأمر رقم 03-01 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، يمنح مجموعة من الإجراءات التشجيعية والإعفاءات الضريبية والحوافز ويتضمن محاور أساسية أهمها:

1.1.2.1.1.1.4. حرية الاستثمار

ما يقدمه هذا القانون هو إعلانه عن حرية الاستثمار إذ أن كل شخص طبيعي أو معنوي عام أو خاص وطني أو أجنبي يمكنه التصريح عن مشروع استثماري، ولا يحتاج إلى ترخيص ليبدأ في مشروعه وليس هناك محرمات إلا ما هو متعارف عليه في قطاعات ممنوعة عالميا أو تؤثر على الأخلاق والصحة والبيئة، وخلاف ذلك يمكن الاستثمار في جميع نشاطات إنتاج السلع والخدمات وبأي شكل يشاء سواء خلق استثمار جديد أو توسيع قدرات الإنتاج أو إعادة التأهيل أو إعادة هيكلة مشاريع قائمة أو المشاركة في رأس مال المؤسسة على شكل مساهمات نقدية أو عينية أو استعادة النشاطات في إطار خوصصة جزئية أو كلية [78].

2.1.2.1.1.1.4. حماية و ضمان الاستثمار

تتمثل في المساواة بين المستثمرين مهما كانت جنسياتهم أو قطاعات نشاطاتهم بمعنى آخر معاملة الأجنبي والوطني بنفس الطريقة مع مراعاة أحكام الاتفاقيات التي أبرمتها الدولة الجزائرية مع دولهم الأصلية، و ضمان حقهم في تحويل الأرباح ورؤوس الأموال وعدم المساس بالحوافز الممنوحة وإمكانية اللجوء إلى التحكيم الدولي في حالة نزاع بالنسبة للمستثمرين الأجانب، بالإضافة إلى حماية المستثمرين وتشجيعهم عن طريق اتفاقيات ومعاهدات دولية ثنائية أو متعددة الأطراف [78].

3.1.2.1.1.1.4. مساعدة وتشجيع الاستثمار

ينص قانون الاستثمار على تقديم حوافز وتشجيعات وإعفاءات عامة، كما يتضمن أنظمة وحوافز خاصة تمنح للمشاريع التي تتوجه إلى مناطق ترغب الدولة في تنميتها أو توسيع آفاقها الاقتصادية، لذلك نجد نظامين:

- * النظام العام: تمنح الامتيازات الخاصة بالنظام العام للاستثمارات التي تنجز في المناطق التي لا تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من الدولة وتتمثل في:
 - إعفاء الأرباح الموزعة على المساهمين من الضرائب.
 - إعفاء الأرباح الرأسمالية المحققة من بيع الأوراق المالية من الضرائب لصالح أفراد أو شركات.
 - إعفاء الفوائد المحققة من التوظيف في السندات وغيرها والتي تمثل ديناً من الضرائب .
 - إعفاء العمليات التي تجرى على الأوراق المالية من حقوق التسجيل.

بالإضافة إلى التحفيزات التالية: [79]

- تطبيق نسبة مخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص التجهيزات المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.
- الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة الخاصة بسلع وخدمات إنجاز الاستثمار.
- الإعفاء من دفع رسم نقل الملكية بعوض فيما يخص كل المقتنيات العقارية للاستثمار المعني.

* النظام الاستثنائي: يتعلق بالاستثمارات التي تنجز في المناطق التي تتطلب تنميتها مساهمة خاصة من الدولة وكذا الاستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني، وتتمثل الامتيازات الممنوحة لهذه الاستثمارات فيما يلي: [80]

بعنوان إنجاز المشروع:

- الإعفاء من دفع حقوق نقل الملكية بعوض فيما يخص كل المقتنيات العقارية في إطار الاستثمار.
- تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها (2%) فيما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال.
- تكفل الدولة جزئياً أو كلياً بالمصاريف بعد تقويمها من الوكالة فيما يخص الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية والضرورية لانجاز الاستثمار.
- الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار سواء كانت مستوردة أو مقتناة من السوق المحلية، وذلك عندما تكون هذه السلع والخدمات

موجهة لإنجاز عمليات تخضع للضريبة على القيمة المضافة، وتطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص السلع المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار. بعد معاينة انطلاق الاستغلال:

- الإعفاء لمدة عشر سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على أرباح الشركات ومن الضريبة على الدخل الإجمالي وعلى الأرباح الموزعة والدفع الجزافي والرسم على النشاط المهني.
- الإعفاء لمدة عشر سنوات ابتداء من تاريخ الاقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار.
- منح مزايا من شأنها تحسين و/أو تسهيل الاستثمار مثل تأجيل العجز و آجال الاستهلاك.

وتستفيد الاستثمارات من امتيازات نظام الاتفاقية إذا كانت ذات أهمية خاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني، لاسيما عندما تستعمل تكنولوجيا خاصة من شأنها أن تحافظ على البيئة بالاتفاق مع الوكالة بعد مصادقة المجلس الوطني للاستثمار.

2.2.1.1.1.4. أجهزة الاستثمار

هناك أجهزة مكلفة بالاستثمار في الجزائر تقوم بمتابعته ومراقبته تتمثل في:

1.2.2.1.1.1.4. المجلس الوطني للاستثمار

أنشئ بموجب الأمر رقم 01-03 لسنة 2001 يتألف من ثماني وزارات ويترأسه رئيس الحكومة، وهو مكلف بتطبيق القوانين الخاصة بالاستثمار يمتلك سلطة قرار منح الامتيازات للمستثمرين ويقترح إستراتيجية تطوير الاستثمار، ويفصل في المناطق التي تستفيد من النظام الاستثنائي كما يقترح التدابير الضرورية لتنفيذ ترتيب دعم الاستثمار وتشجيعه.

2.2.2.1.1.1.4. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار

أنشئت بمقتضى الأمر الرئاسي رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بالاستثمار، وهي عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي خلفا لوكالة ترقية ودعم الاستثمارات (APSI) وهي في خدمة المستثمرين الوطنيين والأجانب، تتولى مهام: [78]

- ترقية الاستثمارات وتطويرها ومتابعتها.
- استقبال المستثمرين المقيمين وغير المقيمين وإعلامهم ومساعدتهم.

- تسهيل القيام بالإجراءات التأسيسية للمؤسسات وتجسيد المشاريع بواسطة الشبائيك الوحيدة اللامركزية*.

- تسيير المزايا المرتبطة بالاستثمار وصندوق دعم الاستثمار لتطويره.
- التأكد من احترام الالتزامات التي تعهد بها المستثمرون خلال مدة الإعفاء.
- المشاركة في تطوير وترقية مجالات وأشكال جديدة للاستثمار.

تعمل هذه الوكالة تحت وصاية ورقابة المجلس الوطني للاستثمار، وبمقارنتها مع وكالة ترقية ودعم الاستثمار نلاحظ أن سلطاتها واسعة: الترقية، الاستقبال، تسهيل الإجراءات، منح المزايا، مراقبة مدى احترام المستثمر لواجباته أثناء فترة الإعفاء، تسيير صندوق دعم الاستثمار وتسيير الحافظة العقارية وغير المنقولة الموجهة للاستثمار.

3.2.1.1.1.4. المؤهلات الخاصة

تتمتع الجزائر بالكثير من المؤهلات الخاصة والعناصر التنافسية فلديها موقع جغرافي مميز يتوسط بلدان المغرب العربي وعلى مقربة من بلدان أوروبا الغربية وتمثل مدخلا لإفريقيا، كما تمتلك ثروة من الموارد البشرية فمعظم سكانها في سن الشباب يتمتعون بكفاءات عالية.

وتمتلك الجزائر قاعدة صناعية كبرى تم بناؤها خلال عقود عديدة وهي تحتاج إلى استثمارات لزيادة الإنتاج بهدف تحقيق كفاية في السوق المحلية والتصدير، فالمؤسسات الصناعية الجديدة أنشئت وفق مواصفات عالمية وعمدت الصناعات القديمة إلى برامج تأهيل لمواكبة التطور، ومن جهة ثانية باشرت الجزائر عملية الانضمام إلى منظمة التجارة العالمية ووقعت اتفاقية للتبادل الحر مع المجموعة الأوروبية ولاشك في أن هذا الأمر سيوسع من آفاق التصدير ويوفر مجالات النجاح للمشاريع الاستثمارية، كما تمتلك الجزائر موارد طبيعية متنوعة أهمها احتياطي من البترول والغاز والمعادن المتنوعة، وإنتاجا فلاحيا يضاف إلى ثروتها من المواد الأولية وهناك مؤهلات أخرى نذكر منها:

* حجم السوق: عدد سكان الجزائر حوالي 31.8 مليون شخص في نهاية سنة 2003 وتستورد الدولة الكثير من المواد المصنعة للاستهلاك والتجهيز.

* البنية التحتية: أنجزت الجزائر بنية تحتية متطورة لخدمة اقتصاد يشهد نموا مطردا، وتتمثل هذه البنية في شبكة الطرقات، السكك الحديدية، الموانئ والمطارات...

* المحيط التقني: تبلغ نسبة المتعلمين نحو 70% من السكان تمتلك جامعات عديدة تستوعب آلاف الطلبة سنويا، كما تسهر الدولة على التكوين المهني حيث يتخرج آلاف المتدربين سنويا، كما تواكب الجزائر التطورات التكنولوجية في العالم من اتصالات حديثة ومعلوماتية بتطبيقاتها المختلفة و يمثل النشاط الصناعي نحو 40% من الدخل الوطني.

2.1.1.4. تقويم مناخ الاستثمار

رغم توفر أرضية من إمكانات وفرص للاستثمار ومؤهلات قد لا نجدها في بلدان أخرى، لم تحرز الجزائر تصنيفا إيجابيا ضمن مختلف المؤشرات المحددة وهذا بسبب عدة نقائص تلازم الوضع نذكر منها: [81] ص 65

1.2.1.1.4. تأخر برنامج الخصخصة

إن برنامج خصخصة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية عرف تأخرا كبيرا رغم توفر الشروط والإرادة إلا أن تجسيدها على أرض الواقع أظهر صعوبات عديدة، بسبب أن القطاع العام كان يؤدي دورا هاما في الاقتصاد فبعض القطاعات تبقى تحت رقبته حاليا، والقطاع المالي خير دليل إذ أن 94% من السوق تمتلكها البنوك العمومية مما يشكل عائقا أمام دخول متعامل خاص جديد .

2.2.1.1.4. عدم وضوح صورة الجزائر وضعف الاتصال

رغم الإصلاحات الهامة الموضوعية من طرف السلطات إلا أن صورة الجزائر في الخارج لم تتضح كما يجب، فعلى مستوى الأعمال الخارجية هناك جهل كبير بالتنظيم الجديد الموضوع والملائم لتحرير الاقتصاد وتثمين طاقات الاستثمار التي تمثلها الدولة، ولقد كشف المستثمرون أن موظفي الإدارة العمومية -في كثير من الأحيان- ليست لديهم معلومات حول الإصلاحات الجديدة والقواعد والإجراءات الناتجة عنها لذا فتطبيقها غير مضمون، هذا حسب البحث الذي قام به مؤتمر الأمم المتحدة حول التجارة والتنمية في مهمة التقويم لأفريل-ماي 2003، كما أن عملية الاتصال بطرقها المختلفة لم ترق إلى المستوى المطلوب.

3.2.1.1.4. صعوبة الحصول على العقار

يمثل العقار أهم مشكل يعيق ظهور وتطوير قطاع خاص وطني وأجنبي حيوي في الجزائر، بسبب ندرته أو لعدم إمكانية التصرف في الأراضي ولتكلفته الباهضة وعملية المضاربة عليه وتعدد المتعاملين في مجال العقار، كما أن عدم معرفة حصة الإدارة العمومية في حق التصرف في الأراضي يعيق الاستثمار أيضا، إن الأصول المستعادة من المؤسسات العمومية المنحلة يمكن أن تكون حلا لمشكل العقار عند إمكانية استعمالها، إذ تسعى وزارة المالية للحصول على الموافقة الشرعية لبيع أو منح حق امتياز للأراضي المبنية وغير المبنية لبعض المؤسسات العمومية المنحلة.

4.2.1.1.4. حجم كبير للقطاع غير الرسمي

يعتبر القطاع غير الرسمي من بين معوقات الاستثمار في الجزائر ويعرف تزايدا مستمرا حيث أصبح حجمه كبيرا جدا مما يؤدي إلى ضياع موارد هائلة، كما تمثل عمليات الاحتيال في استيراد السلع عائقا أمام المتعاملين الاقتصاديين حيث لا يتم دفع أي حقوق أو رسوم، فحجم القطاع غير الرسمي في الاقتصاد الوطني وعدم شفافية الإجراءات الإدارية تبقى مشاكل هيكلية تعرقل العملية الاستثمارية.

5.2.1.1.4. تأخر في إتمام البنية التحتية

إن التأخر في إتمام البنية الأساسية يبقى عائقا كبيرا أمام المستثمرين و يتمثل ذلك في الموانئ والمطارات الدولية والسكك الحديدية، بالإضافة إلى توزيع الكهرباء والغاز وتسهيل عملية الاتصالات، فالموانئ التي تتم بها معظم عمليات الاستيراد بالجزائر تعاني من عجز كبير، كما أن عدم التنسيق والربط بين مصالح الموانئ و مصالح الجمارك والعبور والمستوردين يؤدي إلى تأخير وحدات الإنتاج [81] ص66.

6.2.1.1.4. نظام قانوني غير مكيف

رغم الإصلاحات الأخيرة على النظام القانوني إلا أن الإجراءات تبقى طويلة وغير فعالة، فحسب دراسة قام بها البنك الدولي سنة 2002 أنه كل نزاع في الجزائر يستوجب متوسط 20 إجراء و387 يوم، فالإفراط في إجراءات التراخيص والمراقبات تميز النظام الإداري المحلي، ولا تساهم في تحسين صورة الجزائر في الخارج، بالإضافة إلى عدم الثقة بالنظام القانوني خاصة في الأمور التجارية كما يلاحظ غياب محاكم خاصة بالتجارة وثقافة حقيقية للتحكيم [81] ص66.

والجدول الموالي يوضح نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لطاقت الاستثمار في الجزائر:

الجدول رقم 33: نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لطاقت الاستثمار في الجزائر [81]

ص67

نقاط الضعف	نقاط القوة
<ul style="list-style-type: none"> - تأخر في البنية التحتية وفي إتمام الإصلاحات - تأخر كبير في الإصلاحات المالية والبنكية - صعوبة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - قطاع غير رسمي هام، تأخر قضائي. - صعوبة الحصول على العقار الصناعي. - صورة غير واضحة عن الجزائر وضعف الاتصال. - نقص المعلومات الكيفية حول الاستثمارات الأجنبية المباشرة حسب قطاع النشاط وأصله. - نقص الخبرة فيما يخص الاستثمار الأجنبي المباشر و تحديد القطاعات 	<ul style="list-style-type: none"> - استعادة التوازن الكلي - تقييم إيجابي للإصلاحات من الوسط الأجنبي - إرادة إصلاحية من طرف السلطات - انخفاض تكلفة الطاقة، حجم معتبر للسوق - يد عاملة شابة وتتنقن عدة لغات - القرب الجغرافي من الأسواق: أوروبا، إفريقيا... - تقدم في عمليات التكامل الاقتصادي الإقليمي (اتحاد المغرب العربي، الاتحاد الأوروبي والعالمي OMC) - تملك ثروات طبيعية و سياسات لتنميتها - موارد بشرية هائلة و مرونة سوق العمل
التهديدات	الفرص
<ul style="list-style-type: none"> - عدم التنظيم والبيروقراطية في الإدارة العمومية - تأخر في إعادة تأهيل إطارات الإدارة العمومية - انخفاض معدل دخول التكنولوجيا الجديدة للمعلومات والاتصال. - هجرة الأدمغة - عدم التنسيق بين السياسات الوطنية - تداخل مهام المؤسسات المكلفة بالاستثمار - بعض الأسواق تعمل بدون منافسة 	<ul style="list-style-type: none"> - المحروقات و الطاقة، إلكترونيك - توفر بنية تحتية للتكنولوجيا الجديدة للمعلومات والاتصال. - مناجم، صناعة غذائية - الرخصة الثالثة للهاتف النقال. - السياحة، الصيد - الحظيرة التكنولوجية لسيدي عبد الله - الانضمام لمنظمة التجارة العالمية - منطقة تبادل حر مع الإتحاد الأوروبي في 2010

2.1.4. تطور الإطار التشريعي للاستثمارات

عرف الاقتصاد الجزائري تطورات في مسيرته التنموية منذ سنة 1988 حيث شرعت الجزائر في تنفيذ برنامج إصلاحات هيكلية، يهدف إلى الانتقال من تسيير مركزي للاقتصاد إلى تسيير قائم على قواعد اقتصاد السوق، ففي هذه المرحلة تم السماح للقطاع الخاص دخول القطاعات الاقتصادية وتشجيع الاستثمارات الأجنبية.

1.2.1.4. قوانين الاستثمار

تميزت مرحلة الانتقال إلى اقتصاد السوق بظهور الإطار القانوني الضروري لتطوير الاستثمارات الخاصة، حيث صدرت النصوص القانونية الجديدة المتضمنة ترقية الاستثمارات.

1.1.2.1.4. قانون النقد والقرض

أكد القانون رقم 90-10 الصادر في 14 أفريل 1990 المتعلق بالنقد والقرض على حرية مبدأ الاستثمار الخاص الوطني والأجنبي [82] ص213، وأتاح المجال لدخول رؤوس أموال أجنبية وشجع على الشراكة، فعلى ضوءه يسمح لغير المقيمين بتحويل رؤوس أموالهم إلى الجزائر قصد الاستثمار في مختلف الأنشطة بما فيها النشاط السياحي، سواء كانوا طبيعيين أو معنويين رغم كون مركز نشاطهم خارج الجزائر وفق الشروط التالية:

- خلق مناصب شغل جديدة وتأهيل الإطارات والمستخدمين الجزائريين.
- التمكن من الوسائل التكنولوجية والعلمية وتوازن سوق الصرف.

أما عن المزايا التي يمنحها هذا القانون فتتمثل في:

- إمكانية تحويل رؤوس الأموال المستثمرة، الفوائد والمبيعات الأخرى.
- ضمان الحماية الدولية (الضمانات المتفق عليها دوليا والمصادق عليها من طرف الجزائر).

والمرسوم رقم 90-03 الصادر في 08 سبتمبر 1990 يبين شروط نقل رؤوس الأموال نحو الجزائر، وطبيعة الاستثمار والشروط الواجب توفرها في المتعامل الأجنبي لتحويل رؤوس أمواله وكذا شروط إعادتها إلى البلد الأصلي.

بمقتضى القانون 90-10 يقبل الاستثمار الذي يساهم في:

- خلق فائض من العملة الصعبة.

- التقليل من السلع المستوردة.
- ضمان استعمال الآلات والوسائل والتكفل بالصيانة والإصلاح.
- ضمان النشاطات المرتبطة بمردودية الخدمات العمومية، النقل، الاتصال...

2.1.2.1.4. قانون الاستثمار لسنة 1993

صدر المرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 5 أكتوبر 1993 والمتعلق بترقية الاستثمارات، يخص تفتح الاقتصاد الجزائري على رأس المال الخاص الوطني والأجنبي ولا يترك مجالاً للاختلاف بين المتعاملين العموميين والخواص الوطنيين أو الأجانب [82] ص 231، وينص على القواعد التالية:

- حرية الاستثمار الخاضع للتصريح لا إلى الاعتماد.
- ضمان تحويل رؤوس الأموال والأرباح المحققة ومنح تحفيزات جبائية وجمركية هامة.
- معاملة متساوية يحظى بها المتعاملون الوطنيون أو الأجانب.
- اللجوء إلى المحاكم الدولية في حالة النزاعات بين المستثمرين غير القاطنين في الجزائر.
- تغطية الاستثمار عن طريق المعاهدات الدولية والثنائية أو المتعددة الأطراف والمتعلقة بتشجيع وضمان الاستثمار والتي وقعتها الجزائر.

تجسيدا لهذه السياسة التشجيعية أحدثت وكالة مكلفة بترقية ومتابعة الاستثمار (APSI)، حولت لها صلاحيات معتبرة فيما يخص منح الامتيازات الجبائية والجمركية زيادة على تقديمها لتسهيلات ودعم تقني وإعلامي للمستثمرين عن طريق ما يسمى بالشباك الوحيد، الذي يجمع الإدارات والهيئات المعنية بالاستثمار حيث يتكون من مكتب الوكالة، مكتب الضرائب، مكتب بنك الجزائر، مكتب المركز الوطني للسجل التجاري، مكتب البلدية، مكتب الجمارك، مكتب عقاري، مكتب البيئة ومكتب التشغيل [82] ص 231.

كما يحدد هذا القانون امتيازات جبائية وجمركية حسب أنماط ومواقع الاستثمارات بما فيها

الاستثمارات السياحية، وتمنح حسب الأنظمة التالية: [82] ص 234-235

- النظام العام: يخص الاستثمارات المنجزة خارج المناطق الحرة والنوعية ونظام الاتفاقيات.
- نظام المناطق الخاصة: يخص المناطق ذات أولوية في التنمية (مناطق التوسع الاقتصادي).
- نظام المناطق الحرة: يخص الفضاءات المحددة التي لا تخضع للأنظمة الجبائية والجمركية.

- نظام الاتفاقيات الخصوصية: يخص الاستثمارات الهامة الإستراتيجية حيث تمنحه الدولة للمستثمرين على أساس اتفاقيات خاصة.

و تتمثل الامتيازات الممنوحة للاستثمار السياحي فيما يلي:

- الحرية التامة في الاستثمار المباشر (100%) أو بالشراكة مع الوطنيين.
- ضمان التحويلات إلى الخارج بالنسبة لرأس المال المستثمر والمداخيل المترتبة عليه.
- الإعفاء من حق التحويل ومن الضريبة الجبائية.
- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة للممتلكات والخدمات التي تدخل في إنجاز الاستثمارات.
- في حالة تحقيق إيرادات بالعملة الصعبة يتم إعفاء كلي من الضريبة على أرباح الشركات والدفع الجزافي والرسم على النشاط الصناعي والتجاري حسب رقم الأعمال بالعملة الصعبة.
- الإعفاء الكلي لمدة من 2 إلى 10 سنوات من الضريبة على أرباح الشركات والدفع الجزافي والرسم على النشاط الصناعي والتجاري.

وعن الامتيازات الإضافية بالنسبة للمناطق الخاصة فهي:

- تأخذ الدولة على عاتقها جزئياً أعباء مساهمة المستثمر في الضمان الاجتماعي.
- تخفيض تكميلي للمعدل المخفض للضريبة على الأرباح التي أعيد استثمارها في منطقة مخصصة، ومنح شروط امتيازية للحصول على الأراضي.
- معدلات منخفضة بـ5% في مادة تسجيل العقود التأسيسية وزيادة رأس المال.
- تأخذ الدولة على عاتقها جزئياً أو كلياً الأعمال المتعلقة بالهياكل القاعدية.
- أما فيما يخص مناطق الجنوب الكبير (أدرار، تمنراست، إليزي، تندوف) فقد تم إعطاء مزايا أفضل.
- تطبيق نصف الضريبة على المؤسسات في كل الأنشطة.

وفيما يلي نلخص المزايا الجبائية الممنوحة للاستثمارات بما فيها الاستثمارات السياحية في

الجدول التالي:

الجدول رقم 34: المزايا الجبائية الممنوحة للاستثمارات السياحية [83] ص 230-231

نظام الامتياز	عام	المناطق الخاصة	الطوق الثاني للجنوب	الجنوب الكبير
المساعدات على الانجاز	3 سنوات	3 سنوات	3 سنوات	3 سنوات
حقوق التحويل	إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء
حقوق التسجيل للعقود ورفع رأس المال	%0.5	%0.5	%0.5	%0.5
الرسم العقاري	إعفاء من 2 إلى 10 سنوات	إعفاء من 5 إلى 10 سنوات	إعفاء لمدة 7 سنوات على الأقل	إعفاء لمدة 10 سنوات
الرسم على القيمة المضافة	إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء
الحقوق الجمركية	%3	%3	%3	%3
أشغال المنشآت القاعدية	لا شيء	تحمل جزئي أو كلي	تحمل مقدر بـ 50%	تحمل جزئي أو كلي
تنازل عن الأراضي العمومية	إتاوة تأجيرية بقيمة حقيقية	امتيازات تستطيع أن تصل إلى الدينار الرمزي	تخفيض 50% من سعر التنازل	امتيازات تستطيع أن تصل إلى الدينار الرمزي

تم التصريح لدى وكالة ترقية الاستثمار ودعمها منذ سنة 1993 إلى غاية سنة 1999 عن مشاريع بلغت قيمتها أكثر من 2208 مليار دج أي ما يعادل 36 مليون دولار أمريكي، يغطي هذا المبلغ حجم التمويلات اللازمة لإقامة أكثر من 23 ألف مشروع تخلق نحو مليون فرصة عمل جديدة [84] ص 46، ويعود سبب هذا الاندفاع الاستثماري من طرف المستثمرين المحليين والأجانب بسبب الاستقرار السياسي والاقتصادي في الجزائر، وتحسن مستمر للأوضاع الأمنية وتقديم برنامج الإصلاح الاقتصادي وتطوير التشريعات وجهود الحكومة في ترويج المناخ الاستثماري، والملاحظ تراجع دور الدولة في الاستثمار مفسحة المجال أمام القطاع الخاص المحلي والأجنبي حيث أن عدد المشاريع التي استثمر فيها القطاع العام لا تمثل سوى 1%، فيما استأثر القطاع الخاص بـ 99% من العقود و 85% لكلفة التمويل و 94% لفرص العمل الجديدة، ونجد أن دور القطاع العام اقتصر على تطوير وإعادة تأهيل المشاريع القائمة وليس إقامة مشاريع جديدة، والجدول الموالي يوضح تطور حركة الاستثمار خلال الفترة (1994-1999).

الجدول رقم 35: تطور حركة الاستثمار خلال الفترة (1994-1999) [84] ص 47

السنة	عدد المشاريع	فرص العمل	المبالغ مليار دج
1994	694	59606	114
1995	834	73818	219
1996	2075	127849	178
1997	4989	266761	438
1998	9144	388702	912
*1999	5318	167559	347
المجموع	23054	1084295	2208

ونتيجة لقانون الاستثمار لسنة 1993 وما يحمل من مزايا وتشجيعات تطور عدد مشاريع الاستثمار السياحي، إذ بلغت 1243 مشروع استثماري في نهاية سنة 1999 وهو ما يعادل 4% من مجموع الاستثمارات، وقد عدد المشغلين وفقا لهذه الاستثمارات 50860 منصب عمل وبلغت قيمتها 197.308 مليون دج أو ما يعادل 8% من الميزانية المخصصة للاستثمارات [83] ص 235.

3.1.2.1.4. قانون الاستثمار لسنة 2001

يحدد القانون المتعلق بتطوير الاستثمار في الجزائر الصادر في سنة 2001 النظام الذي يطبق على الاستثمارات الوطنية والأجنبية المنجزة في النشاطات المنتجة للسلع والخدمات وكذا الاستثمارات التي تنجز في إطار منح الامتياز أو الرخصة، ويتم إنجازها في حرية تامة مع مراعاة التشريع والتنظيمات المتعلقة بالنشاطات المقننة وحماية البيئة، حيث تستفيد هذه الاستثمارات بقوة القانون من الحماية والضمانات المنصوص عليها في القوانين المعمول بها.

ولقد تطرقنا لمزايا هذا القانون في المطلب السابق بالتفصيل، ونلاحظ أن هذا القانون قدم امتيازات أكبر وتسهيلات أكثر للاستثمارات مقارنة بقانون الاستثمار لسنة 1993.

2.2.1.4. القوانين السياحية الحديثة

عرف المجال السياحي صدور مجموعة من القوانين لتنفيذ إستراتيجية التنمية المستدامة للسياحة، التي شرعت فيها الحكومة بداية من سنة 2001 وهذا لتشجيع وتنمية السياحة.

1.2.2.1.4. القانون المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة

يحدد القانون رقم 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 شروط التنمية المستدامة للأنشطة

السياحية وتدابير وأدوات تنفيذها، وهو يهدف إلى إحداث محيط ملائم ومحفز من أجل: [85]

- ترقية الاستثمار وتطوير الشراكة في السياحة.
- إدماج مقصد "الجزائر" ضمن السوق الدولية للسياحة من خلال ترقية صورتها السياحية.
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية قصد رفع قدرات الإيواء والاستقبال.
- تنويع العرض السياحي وتطوير أشكال جديدة للأنشطة السياحية.
- تلبية حاجات المواطنين في مجال السياحة.
- المساهمة في حماية البيئة وتحسين إطار المعيشة واثمين القدرات الطبيعية والثقافية والتاريخية واثمين التراث السياحي الوطني.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية والتطوير المنسجم و المتوازن للنشاطات السياحية.

ولقد وضع هذا القانون مجموعة من التعاريف المرتبطة بالسياحة نذكر منها : [86]

- * النشاط السياحي: كل خدمات تسويق أسفار أو استعمال منشآت سياحية بمقابل سواء شمل ذلك الإيواء أو لم يشمل.
- * التنمية المستدامة: نمط تنمية تضمن فيه الخيارات وفرص التنمية التي تحافظ على البيئة والموارد الطبيعية والتراث الثقافي للأجيال القادمة.
- * التهيئة السياحية: مجموعة أشغال إنجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات سياحية، تتجسد في الدراسات التي تحدد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة للمنشآت المراد تحقيقها.

توفر الدولة الشروط الضرورية لترقية الاستثمار السياحي ويتم إنجاز برامج تطوير الأنشطة السياحية بصفة أولية داخل مناطق التوسع السياحي، وتتكفل الدولة بالأعباء المترتبة على إعداد الدراسات وأشغال التهيئة القاعدية وإنجازها داخل هذه المناطق، وتلتزم الإدارات العمومية للدولة والجماعات الإقليمية وكذا الهيئات العمومية في إطار اختصاصاتها بإدراج ترقية السياحة ضمن

سياستها القطاعية، وقصد دعم التنمية السياحية تتخذ الدولة إجراءات وأعمال الدعم وتقديم المساعدات وتمنح الامتيازات المالية والجبائية النوعية الخاصة بالاستثمار السياحي، قصد تشجيع التنمية السريعة والمستدامة للسياحة واستحداث آثار ايجابية على الاقتصاد الوطني، وتهدف هذه الإجراءات والمساعدات إلى: [87]

- إعطاء دفع للنمو الاقتصادي وإدراج التنمية السياحية ضمن ديناميكية التطور التكنولوجي.
- تشجيع إحداث مؤسسات جديدة وتوسيع مجال نشاطها.
- ترقية نشر الإعلام ذي الطابع التجاري والاقتصادي والمهني المتعلق بقطاع السياحة.
- تشجيع القدرة التنافسية داخل القطاع، وترقية محيط ملائم لتحفيز روح المبادرة وتطوير السياحة.
- اعتماد سياسة تكوين وتسيير الموارد البشرية وتشجيع الاحترافية وروح الإبداع والابتكار.
- تمكين المستثمرين من الاستفادة من الأدوات والخدمات المالية الملائمة مع متطلباتهم.
- تحسين الخدمات البنكية المتعلقة بدراسة ملفات تمويل المشاريع السياحية.
- تشجيع بروز محيط اقتصادي وقانوني يوفر الدعم للأنشطة السياحية ويضمن شروط ترقيتها.

كما نص هذا القانون على إنشاء هيئة عمومية تسمى الوكالة الوطنية للتنمية السياحية مهمتها تنفيذ ومتابعة عملية التنمية السياحية، تتولى اقتناء وتهيئة وترقية وإعادة بيع أو تأجير الأراضي للمستثمرين داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية المعدة لإنجاز المنشآت السياحية، كما تسهر الدولة على توسيع مجال الترقية والإعلام السياحيين، حيث تحظى الترقية السياحية بكل أشكال الدعم والإعانة من الدولة والجماعات الإقليمية وتساهم فيها الدواوين المحلية للسياحة والجمعيات السياحية، والممثلات الدبلوماسية والتجارية الجزائرية الموجودة بالخارج.

أضاف هذا القانون أشياء جديدة للبرنامج المسطر من طرف وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تؤدي إلى تحقيق نتائج ايجابية في عملية التنمية السياحية تتمثل فيما يلي:

- إعطاء الدولة صلاحيات ودور هام في عملية التنمية السياحية من خلال تمويل وإنجاز دراسات التهيئة السياحية والمنشآت القاعدية، تشجيع الاستثمار الخاص وفرص الشراكة مما يؤدي إلى إحداث نوع من التكامل بين القطاع العام والخاص لتطوير القطاع السياحي.
- إدراج تنمية السياحة الوطنية ضمن أبعاد إقليمية، جهوية ودولية.
- إشراك جميع المؤسسات والهيئات والمتعاملين المعنيين بتنمية وترقية السياحة.

2.2.2.1.4. القانون المتعلق باستعمال واستغلال الشواطئ السياحية

يحدد القانون رقم 02-03 الصادر في 17 فيفري 2003 القواعد العامة المتعلقة بالاستعمال

والاستغلال السياحيين للشواطئ وهو يهدف إلى: [88]

- حماية وتأمين الشواطئ قصد استفادة المصطافين منها بالاستجمام والخدمات المرتبطة به.
- توفير شروط تنمية منسجمة ومتوازنة للشواطئ تستجيب لحاجات المصطافين من حيث النظافة والصحة والأمن وحماية البيئة، وكذا تحسين خدمة إقامة المصطافين.
- تحديد نظام تسليية مدمج ومتناسب مع نشاطات السياحة الشاطئية.

وحدد هذا القانون بعض المفاهيم تمثلت في:

- * الشاطئ: شريط إقليمي للساحل الطبيعي يضم المنطقة المغطاة بأمواج البحر في أعلى مستواها خلال السنة في الظروف الجوية العادية والملحقات المتاحة لها، والتي تضبط حدودها بحكم موقعها وقابليتها السياحية لاستقبال بعض التهيئات بغرض استغلالها السياحي.
- * موسم الاصطياف: فترة من السنة تمتد من أول جوان إلى 30 سبتمبر، تتخذ خلالها الجهات المعنية كل التدابير والإجراءات اللازمة من أجل استعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية .
- * التهيئة السياحية: هي جملة التجهيزات والأشغال المنجزة من أجل السماح بالاستغلال السياحي للشواطئ.
- * المستغل: كل شخص طبيعي أو اعتباري حائز على حق امتياز للاستغلال السياحي للشاطئ.

وتضمن هذا القانون مبادئ تنظم استغلال واستعمال الشواطئ لأغراض سياحية تتمثل في:

- يخضع استغلال الشواطئ لحق الامتياز حسب دفتر شروط يحدد المواصفات التقنية والإدارية والمالية للامتياز.
- يكون الدخول إلى الشواطئ دون مقابل و يضمن صاحب الامتياز التنقل الحر للمصطافين على طول الشاطئ محل الامتياز.
- يكون الانتفاع بالتجهيزات والخدمات المقدمة للمصطافين من طرف المستغل بمقابل.
- يجب حماية الحالة الطبيعية للشواطئ وأن يخضع استغلالها وترقية النشاطات السياحية فيها لقواعد الصحة وحماية المحيط.
- يمنع رمي النفايات المنزلية و/أو الصناعية و/أو الفلاحية في الشواطئ وبمحاذاتها.
- يمنع كل استغلال سياحي للشواطئ دون حيازة حق امتياز بذلك.

حدد هذا القانون شروط وكيفيات استغلال الشواطئ حيث يتم استغلاله وفق نظام الامتيازات عن طريق المزايدة المفتوحة، يلتزم صاحب الامتياز القيام شخصيا باستغلال الشاطئ محل الامتياز كما يمكن استغلاله بحكم شفاعته وطبقا لمخطط تهيئة من قبل مستغل واحد أو أكثر، يمنح حق الامتياز بصفة أولية إلى المؤسسات الفندقية المصنفة بالنسبة للشواطئ التي تكون امتداد لها، ويرفق الامتياز باتفاقية توقع لحساب الدولة من طرف الوالي المختص إقليميا وصاحب الامتياز الذي رسا عليه المزااد.

كما تم تحديد العقوبات على المخالفين حسب طبيعة المخالفة ودرجتها كما يلي:

* بالنسبة لصاحب الامتياز:

- في حالة عدم احترام الالتزامات الواردة في دفتر الشروط يحق للجهة المختصة اتخاذ قرار إعادة الأماكن إلى حالتها على حساب المخالف.

- سحب الامتياز على حساب صاحبه في حالة عدم قيامه شخصيا باستغلال الشاطئ.

- يعاقب كل استغلال سياحي للشاطئ دون امتياز بالحبس من 3 أشهر إلى سنة واحدة وبغرامة تتراوح ما بين 100.000 و 300.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

- دفع غرامة من 60.000 إلى 100.000 دج عن كل أشغال تهيئة أو تجهيز مخالفة لشروط مخطط تهيئة الشاطئ وفي حالة العودة يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنة واحدة مع مضاعفة الغرامة.

* بالنسبة للمصطافين: تفرض عليهم غرامة تتراوح ما بين 10.000 و 60.000 دج حسب طبيعة المخالفة، ومضاعفتها في حالة العودة وأحيانا مصادرة ممتلكاتهم (مراكب، خيول...) المستعملة في ارتكاب المخالفة.

أكد هذا القانون على أن الشواطئ ملكا للدولة لا يجوز التصرف فيها وتعرض للاستغلال والاستثمار من خلال مزايدة مفتوحة، وتقوم البلديات بمباشرة عمليات الاستغلال والتهيئة والتسيير والإشراف فهذا القانون جاء لوضع حد للتدهور الذي آلت إليه الشواطئ الجزائرية، حيث أن المرسوم رقم 85-13 المحدد لشروط استعمال الشواطئ لم يصبح مسائرا لمختلف التطورات الداخلية والخارجية، وعدم وجود مقاييس تهيئة وشغل الشواطئ أدى إلى تجاوزات عديدة على مستوى المساحات السياحية، فهذه السلبات أثرت على نوعية السياحة الشاطئية وحرمت الدولة من مداخيل هذا النوع، كما يمكن هذا القانون البلديات الساحلية إنجاز مشاريع استثمارية هامة بشواطئها وبالتالي خلق مصادر تمويلية جديدة لدعم ميزانياتها وتلبية حاجيات مواطنيها.

3.2.2.1.4. القانون المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية

يحدد القانون رقم 03-03 الصادر في 17 فيفري 2003 مبادئ وقواعد حماية وتهيئة وترقية وتسيير مناطق التوسع والمواقع السياحية، ومن أجل تشجيع تنمية وحماية مناطق التوسع السياحي تعد الدولة استراتيجيات وبرامج من شأنها إحداث أثار ايجابية على الاقتصاد الوطني، كما تمنع كل استغلال واستعمال لمناطق التوسع والمواقع السياحية يؤدي إلى تشويه طابعها السياحي، يصنف هذا القانون المناطق والمواقع السياحية كمناطق سياحية محمية تخضع إلى إجراءات الحماية الخاصة الآتية: [89]

- شغل واستغلال الأراضي الموجودة داخل هذه المناطق يتم في ظل احترام قواعد التهيئة والتعمير.
- الحفاظ على مناطق التوسع والمواقع السياحية من كل أشكال تلوث البيئة وتدهور الموارد الطبيعية والثقافية، واشتراك المواطنين في حماية التراث و المتاحات السياحية.
- منع ممارسة كل نشاط غير ملائم مع النشاط السياحي.

كما اهتم بالعمار السياحي الذي يتشكل من الأراضي المحددة لهذا الغرض في مخطط التهيئة السياحية، ويضم الأراضي التابعة للأماكن الوطنية العمومية والخاصة حيث:

- يحق للدولة ممارسة حق الشفعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية، وتمارس الوكالة الوطنية للتنمية السياحية هذا الحق على كل العقارات أو البناءات المنجزة والمتواجدة داخل منطقة التوسع السياحي، وتكون موضع نقل ملكية إراديا أو بعوض أو بدون عوض.
- يمكن اقتناء العمار السياحي القابل للبناء لدى الخواص طبقا لاتفاق ودي بين الطرفين وفي حالة عدم الوصول إلى اتفاق يتم اقتناء الأراضي بنزع الملكية من أجل المنفعة العمومية، وتتخذ الدولة التدابير اللازمة لتدعيم أسعار العمار السياحي داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية.
- لا يمكن إعادة بيع أو تأجير الأراضي المكتسبة في إطار هذا القانون قبل انتهاء أشغال تهيئتها من طرف الوكالة الوطنية للتنمية السياحية.

تسهر الدولة والجماعات الإقليمية على حماية وتثمين مناطق التوسع والمواقع السياحية وذلك من خلال: [90]

- محاربة الشغل اللامشروع للأراضي والبناءات غير المرخصة قانونا، وتتخذ إجراءات توقيف الأشغال أو تهديم البناءات وإعادة المواقع إلى حالتها الأصلية.
- تحديد إجراءات حماية مناطق التوسع والمناطق السياحية وترقيتها قصد تنميتها.
- اتخاذ التدابير اللازمة في إطار قوانين المالية لتشجيع ودعم الاستثمارات ذات الطابع السياحي.

- إنشاء صندوق مكلف بدعم الاستثمار السياحي.

يمثل هذا القانون حلا لمشكل العقار السياحي الذي يمثل عائقا حقيقيا أمام التنمية السياحية، حيث تستطيع الدولة استرداده في حالة نزاع مع مالكي العقار وهذا لضمان المنفعة العمومية كما أعطى أولوية للتهيئة السياحية والرقابة.

3.1.4. فرص الاستثمار في القطاع السياحي

فرضت العديد من الفرص نفسها على الساحة الاستثمارية في مناطق عديدة من الجزائر والتي سيكون لها انعكاسات إيجابية على المجتمع لتشكل أداة فعالة لتقدم الاقتصاد الوطني وتنشيطه، شريطة قيام تلك المشاريع بطريقة مدروسة واجتناب كافة العراقيل التي قد تعيق تنفيذها بالإضافة إلى تعاون القطاعين العام والخاص في مختلف مراحل وبرامج المشروع لتفادي القيود، فهناك العديد من الأسباب تحث على الاستثمار في المجال السياحي.

1.3.1.4. أسباب الاستثمار في المجال السياحي في الجزائر

يمثل الاستثمار في السياحة فرصة كبيرة للربح الذي يسعى إليه كل مستثمر، يرجع ذلك لعدة أسباب أهمها كون الجزائر تزخر بثروات سياحية هامة إذا ما استغلّت بالطريقة المناسبة تصبح قطبا سياحيا عالميا، إضافة إلى جملة من الأسباب تتمثل في: [83] ص 174

- تعدد وتنوع مناطق الجزائر ومناظرها المختلفة مما يؤدي إلى اختلاف منتجاتها السياحية.
- مناخات متجانسة ومتكاملة، معالم تمكن من قضاء موسم سياحي بـ12 شهرا في السنة.
- ثروات طبيعية وتاريخية مميزة وكذلك تراث ثقافي متنوع ومختلف باختلاف المناطق.
- كون الجزائر مقصدا غير معروف سياحيا يجعلها اتجاها جديدا للسياحة الدولية.
- الطلبات السياحية الداخلية هامة نوعا ما مما يستدعي النظر فيها لتلبية رغبات وطلبات الوطنيين.
- كل أنواع السياحة يمكن أن تمارس: سياحة شاطئية، سياحة أعمال، سياحة دوائية، صيد وقنص، سباقات الرالي، سياحة المسافات الطويلة، سياحة صحية، مراكز معدنية، سياحة ثقافية ورياضية، التداوي بمياه البحر، سياحة المعالم الأثرية والتفوية.
- تشريع وقوانين محفزة للمستثمرين.
- اعتبار قطاع السياحة من طرف الدولة كقطاع له أولوية مما سيضمن مزايا وضمانات هامة.

- عملية الخوصصة توفر فرصة حقيقية للاستثمار في القطاع السياحي، فمؤسسات القطاع معروضة للخوصصة لمستثمرين محليين وأجانب بأشكال مختلفة كالبيع الكامل للمؤسسة أو تسليم الإدارة للقطاع الخاص أو من خلال عملية الشراكة مع مؤسسة أجنبية [84] ص32.

- كما أن الجزائر تمتلك مجموعة من المطاعم الفريدة من نوعها تقدم تشكيلة من المأكولات المحلية التي تمثل مختلف الأقاليم وتقدم الأطباق العالمية المعروفة، وغياب الرقابة لعدة سنوات أدى إلى تراجع مستوى خدماتها لذا يكون من الأجدى ضخ استثمارات للتأهيلها وإنشاء مشاريع جديدة في هذا الاختصاص.

- كما تحتاج الجزائر استثمارات في مجال النقل الداخلي والخارجي ووكالات ومكاتب للسفر والسياحة وهو مجال يكمل البنية السياحية ويخدم أهدافها، بالإضافة إلى استثمارات في مرافق الترفيه السياحي من مراكز تسلية ومدن ألعاب وملاعب رياضية وغيرها [84] ص33.

- تعتمد سياسة الاستثمار في الجزائر على تشجيع المبادرات الخاصة وتحفيز الشراكة، وبالتالي يصبح دور الدولة محدودا يقتصر على توفير الشروط الضرورية (الظروف القانونية، المراقبة والمتابعة) من أجل قيام صناعة سياحية حقيقية.

كما تهدف هذه السياسة إلى تهيئة وتنمين واستغلال أمثل لمناطق التوسع السياحي والحموي، ومن أجل توجيه ومساعدة المستثمرين أنشئت الوكالة الوطنية للتنمية السياحية التي تهتم بالتحكم والتسيير وتهيئة وتنمين وترقية العقار السياحي، مما يساهم في حل مشاكل المستثمرين في المجال السياحي المتعلقة أساسا بالعقار [83] 175.

تمتلك الجزائر 174 منطقة للتوسع السياحي موزعة عبر كل أرجاء الوطن كلها معنية بالاستثمار السياحي، وضعت الوزارة حيز الدراسة حاليا 22 منطقة للتوسع السياحي من مجمل المواقع غير المحددة للتهيئة على مستوى الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، وقد أنهيت دراسة 7 مناطق بنسبة 100% وبلغت دراسة 13 منطقة معدل 70% ومنطقتان بمعدل 20% فقط، وتقع 19 من هذه المناطق على شريط الساحلي والمناطق الثلاث الباقية تقع بتمنراست، جانت وتيميمون وتبلغ مساحة هذه المناطق 1443.83 هكتار سيتم إنجاز عدة مشاريع فيها تتمثل في: 144 فندق، 550 فيلا، 300 إقامة، 8 موانئ ترفيهية، 4 مراكز للمعالجة بمياه البحر، 15 مركز تجاري، 4 مراكز رياضية وتوفر طاقة إيواء تقدر بـ50.000 سرير [60] ص12، كما يتم وضع دراسة إلى غاية سنة 2006 تخص إحصاء المحطات الحموية وعرضها للاستثمار، وهذا ما يجعل الاستثمار محفزا بهذه المناطق بعدما تحدد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة للمنشآت المراد تحقيقها فيها.

2.3.1.4. الإجراءات المتخذة لتشجيع الاستثمار السياحي

تستثمر الصناعة السياحية العالمية مبالغ هامة في التجهيزات السياحية، والاتجاهات الملاحظة من خلال النماذج الدولية في ترقية الاستثمارات تتشابه في العناصر الأساسية التالية: [53] ص 87

1.2.3.1.4. على مستوى تعريف الأهداف

تستهدف الأهداف العامة الموكلة من خلال السياسات الترقية للاستثمار الملاحظة في الكثير من البلدان التي التزمت ببرامج تنمية لهذا القطاع ما يلي:

- الاحتفاظ بالقاعدة الاقتصادية السياحية الوطنية.
- تحسين استعمال القدرات الإنتاجية وتثمين القدرات البشرية.
- تثمين وتنمية الموارد السياحية على مستوى التراث وتسلسلها حسب صنف المنتج.
- الاستعمال العقلاني للموارد المالية المتوفرة.

2.2.3.1.4. فيما يخص صيغة الاستراتيجيات

تتمثل العناصر المكونة والمتكررة بصفة جادة في استراتيجيات البلدان السياحية في الانشغالات التالية:

- إلغاء العراقيل التي تمنع المتعاملين بدون تمييز لقانونها الأساسي من القيام بدورهم الأساسي وبصفة كاملة في تنمية القطاع السياحي.
- ضمان كل التسهيلات والامتيازات من أجل تشجيع الاستثمار.
- توفير الموارد المالية ورؤوس الأموال الوطنية والأجنبية من أجل تطوير المشاريع المنتجة مما يشجع تطور القطاع السياحي والاقتصاد الوطني بشكل عام.
- وضع مختلف الإجراءات التي تضمن التكفل بالمسؤولية التي تقع على عاتق القطاع السياحي.
- ضمان الصناديق الخاصة المستثمرة لصالح النشاط السياحي.
- تدعيم الإطار القانوني والتنظيمي الذي يمكن أن يشجع ويساعد في ترقية مختلف الاستثمارات بمختلف طبيعتها وأشكالها.
- إعداد التسهيلات والامتيازات والإعفاءات وتطبيقها بضمن مساعد لإنجاز المشاريع السياحية.

3.2.3.1.4. فيما يخص الإجراءات والوسائل المشجعة

ترتكز الاقتراحات في هذا المجال عموماً حول شكلين من التسهيلات والتحفيزات: [53]

1.3.2.3.1.4. على المستوى التنظيمي

يتعلق الأمر بما يلي:

- إعادة تعريف حقل الاستثمار: البناء، التوسع، العصرية، التهيئة، التسيير، الاستغلال، الصيانة، إعادة التهيئة وتحويل السكنات والعمارات ذات الطابع التاريخي يمكن أن تشكل مواقع الاستقبال أو الإيواء السياحي كمطاعم ومرافق للتسلية.
- تحديد بدقة المؤسسات المستفيدة من التسهيلات والامتيازات: فنادق، مخيمات، مطاعم، مراكز التسلية محطات عمومية والمؤسسات الفندقية والحموية.

2.3.2.3.1.4. فيما يخص الإعفاءات المالية والتسهيلات

يتعلق الأمر بما يلي:

- الإعفاء من كل الضرائب والرسوم الجبائية أو المحلية مهما كانت تسميتها أو طبيعتها المسجلة على بطاقة التصريح ببناء مؤسسات فندقية سياحية وحموية.
- سهولة استيراد عتاد البناء، الوسائل والتجهيزات، سيارات العمل والتأثيث اللازم للبناء، تهيئة وتجهيز المؤسسات الفندقية السياحية والحموية في المستوى المطلوب والإعفاء من كل الضرائب وحقوق الجمارك والرسوم الجبائية، شريطة أن تكون القيمة الكاملة لهذه الواردات لا تتجاوز إلى حد ما حاجز التكلفة التقديرية الشاملة للاستثمار.
- الإعفاء من الضريبة على المداخل بقسط متغير للفوائد الصافية التي تخضع للضريبة والمنبثقة عن استغلال المؤسسات الفندقية، السياحية والحموية.
- الإعفاء من كل الضرائب والرسوم الجبائية المسجلة على حساب الاستغلال لفترة 7 سنوات ابتداء من الشروع في استغلالها.
- وضع نظام مستقل يجمع البنوك والمؤسسات الفندقية أو السياحية المتعلقة بتحويل رؤوس الأموال الآتية من الخارج، وكذا المبالغ المستعملة لأغراض تمويل المشاريع (إنجاز، استغلال وصيانة).

- نلاحظ أن الجزائر لا تبتعد عن التطبيق المعمول به على المستوى الدولي ذلك أنها وضعت حيزا لنظام قانوني وتنظيمي مستحدث من أجل تشجيع وتطوير الاستثمارات، وكذلك إنشاء جهاز حكومي والممثل في الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارات (ANDI)، إلا أن الاستثمار في السياحة يتطلب إدخال إجراءات أخرى تتمثل في:
- الإجراءات الخاصة بتشجيع الاستثمار السياحي من أجل تقوية القانون الوطني لتطوير الاستثمارات.

- شروط الحصول على العقار السياحي المطهر.

- تنظيم إجراءات مبسطة لتسيير بناء التجهيزات السياحية.

قامت الدولة بعدة إجراءات تهدف إلى تشجيع الاستثمار السياحي وهي:

* إنشاء الوكالة الوطنية لتنمية السياحة سنة 2003 التي تتكفل بالعقار السياحي وتسيير والسهر على متابعة وتنفيذ عملية التنمية السياحية واحترام التوجيهات المنظمة للاستغلال.

* إصدار قوانين سياحية فالاستثمار في المجال السياحي له مميزات خاصة تتمثل في شروط تحسين المحيط وتهيئة الأراضي، مما يتطلب تحفيزات نوعية يتكفل بها قانون خاص بقطاع السياحة كما هو معمول به في الدول التي أولت أهمية لهذا القطاع.

* توفير التمويلات العمومية الضرورية لإنجاز الدراسات المتعلقة بالتنمية السياحية والحموية، وتهيئة وتحضير العقار السياحي داخل مناطق التوسع السياحي والمناطق الحموية قصد توفير الشروط التحفيزية الضرورية للاستثمار فيها.

* تؤدي الجماعات المحلية دورا أساسيا في ترقية الاستثمارات مما يستوجب على السلطات المحلية أن تخصص في ميزانيتها جزءا لتأمين مواقع ومناطق تواجد المشاريع السياحية.

* اختيار مناطق ذات أولوية للتهيئة بالتشاور مع المؤسسات القطاعية الوطنية والمحلية المكلفة بتسيير العقار السياحي، الذي يكون من طبيعته تعبئة وتوجيه المستثمرين في اتجاه المشاريع حيث يجب أن يكون تكامل بين المؤسسات في تهيئة وتجهيز المناطق السياحية.

* مراقبة إنجاز مشاريع الاستثمارات السياحية بهدف تامين مناطق التوسع السياحي والحفاظ عليها وحماية المواقع السياحية وذلك من خلال:

- القيام بالمراقبة في إطار إعداد ومتابعة مشاريع الاستثمار السياحي.

- إدماج القواعد والمقاييس المناسبة للبناء الفندقية.

- وضع إجراءات المراقبة الملائمة والدقيقة لدراسة الهندسة المعمارية والعمران والتهيئة التقنية للمنشآت السياحية.

- اللجوء إلى التشاور بين القطاعات من أجل ترقية إنجاز التجهيزات التي تتماشى مع النشاط السياحي، كصيانة المؤسسات الفندقية وإنشاء المساحات الخضراء والحفاظ عليها وتسيير الشواطئ... الخ.

* الانضمام إلى المنظمات الدولية والبحث عن الاشتراك في اتفاقات ثنائية ومتعددة الأطراف لتقديم الضمانات المناسبة للمستثمرين الأجانب، والتي من شأنها تشجيع تدفق رؤوس الأموال الأجنبية إلى الجزائر وفي هذا الصدد نشير إلى أنه قد تم إبرام اتفاقيات مع هيئات دولية بهدف تحقيق الشراكة.

نستخلص مما سبق أن الجزائر تمتلك فرص استثمار كبيرة في المجال السياحي نظرا لإمكاناتها الطبيعية المتعددة إلا أنها لم تستغل بشكل صحيح لتساهم في عملية التنمية، لذلك تسعى الحكومة في إطار الاتجاه الجديد الذي عرفه الاقتصاد الجزائري إلى تحسين مناخ الاستثمار بتذليل العراقيل التي تواجه المستثمرين فيه وإرساء قوانين خاصة به تحميه وتجعله واضح الملامح.

2.4. واقع الاستثمار السياحي في الجزائر

إن ممارسة النشاطات السياحية تأخذ بعين الاعتبار التحولات التي تشهدها الدائرة الاقتصادية والتجارية والدولية التي يتجلى من خلالها الدور الجديد المنوط للدول في هذا الميدان، والتميز بتخلي السلطات العمومية عن الاستثمار والتحويل التدريجي نحو الاستثمار الخاص والشراكة، ورغم امتلاك الجزائر لفرص استثمارية عديدة في السياحة إلا أنها تعاني من عدة عراقيل تحول دون تحقيقها للأهداف المرجوة لذلك تسعى الدولة لتدعيم وتحفيز الاستثمار فيها.

1.2.4. معوقات الاستثمار السياحي

يشكل الاستثمار أهم عوامل التنمية السياحية إلا أنه يتعرض في الجزائر لمشاكل تحد من مردوديته وفعاليتها، وتتمثل أهم المعوقات التي تواجه الاستثمار السياحي فيما يلي:

1.1.2.4. مشكل العقار السياحي

كان العقار السياحي موضوع اهتمام السلطات العمومية منذ الاستقلال وذلك من خلال: [72]

ص26

- الأمر رقم 66-62 المؤرخ في 26 مارس 1966 جاء لإحصاء وحماية المناطق والمواقع السياحية.

- إعداد دراسات التهيئة للعقار السياحي التي أفضت إلى تحديد 174 منطقة توسع سياحي في بداية الثمانينات والتي استوجبت غلاف مالي يقدر بـ100 مليون دج.

إلا أن عدم الاستقرار وتهميش القطاع السياحي خلال تلك الفترة لم يسمح بـ:

- إتمام النظام التشريعي والتنظيمي.
- إنهاء مجموع الدراسات المتعلقة بتهيئة مناطق التوسع السياحي.
- تحديد سياسة التنمية السياحية طويلة المدى.
- وضع أدوات لحماية وتسيير العقار السياحي.

- منح الإدارة السياحية السلطة في مجال التهيئة وحماية وترقية العقار السياحي.

فرغم وجود الإطار التشريعي إلا أن السلطات لم تستطع مراقبة تسيير هذا المورد، وتسييره كان يتم من طرف عدة متدخلين (الوكالات العقارية، الجماعات المحلية، الإدارة السياحية، ...)، مما أدى إلى تسيير فوضوي لا يسمح للإدارة بالتصرف في أخذ قرار منح الأراضي وإقرار سياسة مناسبة للتنمية السياحية، مما انعكس على تدفق رأس المال خاصة الأجنبي لبطئ اتخاذ هذا القرار [72] ص28.

1.1.1.2.4. في مجال الدراسات السياحية

كانت الدراسات في المرحلة الأولى المتعلقة بتحديد وتصنيف الموارد السياحية غير مدققة بسبب نقص الاعتمادات المالية الممنوحة لهذا الغرض مما جعل عمليات اقتناء قطع الأراضي وشغلها عملية معقدة جدا، وهذا ما أدى إلى وضعية صعبة وغير ثابتة للحماية والتحكم في العقار الخاص بمناطق التوسع السياحي مما ساهم في الاقامات الفوضوية والبناءات غير الشرعية والمساس بالمحيط الطبيعي والمواقع السياحية.

وفي مجال استعمال مناطق التوسع السياحي فيما يخص إجراءات التعيين والاقتناء والتسجيل، أدى نقص إمكانيات الدراسات والانجاز الناتج عن التحرر من التزامات الدولة في ميدان الدراسات العامة والاستثمار إلى تأخر الانجاز بسبب العجز في تحضير المواقع وتهيئتها، نتيجة لقوة وحجم انجاز منشآت الاستقبال إضافة إلى ظهور السكنات الدائمة والنشاطات غير المتوافقة مع الطابع الإيكولوجي لهذه المناطق التي تقلل من قيمتها وغايتها السياحية، أما عن مجال التنظيم فقد كان النظام القانوني في مجال التهيئة وتنظيم الرخص للبناء المتعلقة بمناطق التوسع السياحي غير خاضع لتقديرات القطاع كونه غير معني بعملية التنظيم.

2.1.1.2.4. في مجال الاستثمار وإنجاز المشاريع السياحية

إن غياب أدوات مختصة للتحكم في العقار السياحي ساهمت في الانحراف الملاحظ، حيث تم توزيع قطع أراضي من أجل إقامة مختلف الأنواع من المشاريع السياحية بمناطق التوسع السياحي من طرف بعض اللجان المحلية لمتابعة ودعم الاستثمار والوكالات العقارية المحلية، مما أدى إلى حدوث تجاوزات كتحويل العقار السياحي إلى بناءات فوضوية أو غير شرعية، وهذا ما يبرز حاجة القطاع لمصالح متخصصة لتسيير الثروة العقارية والتحكم فيها.

إن المضايقات التي يواجهها المتعاملون للحصول على قطع أراضي والانتفاع بها بكل حرية أدى إلى تباطؤ كبير في مستوى انجاز المشاريع الفندقية والسياحية، فمناطق التوسع السياحي تستلزم عمليات معمقة للتحكم العقاري من أجل توفير المناخ الملائم لإقامة النشاطات السياحية.

ومما سبق نلاحظ أن العقار السياحي في الجزائر يعاني من مشاكل عديدة تتلخص في:

- تقلص مساحات مناطق التوسع السياحي بسبب التدهور المستمر للمواقع السياحية.
- الشغل العشوائي لمناطق التوسع السياحي وانتشار البناءات الفوضوية وغير الشرعية فيها.
- عدم القيام بعمليات التهيئة كاملة مما أدى إلى تحويل مناطق التوسع السياحي عن أهدافها الأساسية واستعمالها في أنشطة أخرى.
- تدهور المحيط الطبيعي (نهب الرمال، التلوث) وغياب قواعد العمران أدى إلى تحويل الموارد عن طبيعتها السياحية، مما قلل فرص الاستثمار في بعض المناطق ذات القيمة السياحية العالية.
- عمليات المضاربة المتعلقة بقطع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي وذلك خرقا للتشريع المتعلق بالبيئة والتعمير والعقار السياحي.

2.1.2.4. عدم ملاءمة طريقة التمويل الحالي مع نوعية الاستثمار

يواجه الاستثمار السياحي مشكل التمويل الذي يعرقل مساره ويتعلق الأمر بتمويل دراسات التهيئة السياحية والأعمال الضرورية لانجاز الهياكل القاعدية (شق الطرق، شبكة المياه، الاتصال...) من جهة، وتمويل الاستثمارات السياحية والفندقية من جهة أخرى.

1.2.1.2.4. تمويل البنية التحتية

إن الغياب الكلي للعقارات السياحية المهيئة رغم وجود مناطق توسع سياحي محددة ومحمية قانونيا، يعكس قلة اهتمام السلطات العامة بإعداد وتمويل دراسات وعمليات التهيئة السياحية ومشاريع البنية التحتية [72] ص29، في حين تحظى هذه العمليات باهتمام كبير في بعض البلدان كتونس، المغرب و مصر حيث تتكفل الدولة بالتمويل الكلي لعمليات تهيئة وتحضير الأراضي السياحية وجعلها في متناول المتعاملين والمستثمرين بأسعار مغرية.

كما أن غياب سياسة للتهيئة السياحية في الجزائر تفسر الإنشاء العشوائي لمشاريع منجزة من طرف القطاع الخاص والمتواجدة غالبيتها في مناطق خارج مناطق التوسع السياحي، لتفادي الإجراءات الإدارية المتعلقة بالحصول على أراضي داخل مناطق التوسع السياحي، ففي سنة 2001

كانت أغلبية المشاريع من بين 385 مشروع في طور الانجاز بطاقة إيواء تقدر بـ30000 سرير تتواجد خارج مناطق التوسع السياحي، و290 مشروع استثماري تابع للقطاع الخاص الوطني جمد بسبب غياب أراض مهينة [72] ص30.

كما أن عدد من المشاريع تابعة لمستثمرين أجانب بقيمة إجمالية تقدر بـ1 مليار دولار أمريكي أوقفت لنفس السبب السابق، ويتعلق الأمر بإنجاز مشاريع سياحية بسيدي فرج، زرالدة، الشراقة والطارف، وهذا ما يدفع بالمستثمر لتحويل مشاريعه إلى دول أخرى أين يجد إجراءات سهلة ومواعيد اتخاذ القرار سريعة، فهناك عدة مستثمرين كانت لديهم نوايا حسنة وجدية للاستثمار في الجزائر إلا أنه انتهى بهم الأمر إلى تحويل مشاريعهم لدول مجاورة أين وجدوا شروطا أكثر جاذبية، ومثال ذلك سلسلة الفنادق "أبو نواس" التي لم يجد طلبها ردا في سنوات الثمانيات وتتواجد الآن بتونس بـ24 مؤسسة فندقية.

2.2.1.2.4. تمويل الاستثمارات السياحية والفندقية

خلافا للقطاعات الاقتصادية الأخرى الاستثمار في السياحة يتميز بخصائص أهمها: [72] ص31-32

- دراسات تتطلب فترات إعداد طويلة من أجل إدماج المشروع الاستثماري بصفة تتناسب مع المحيط الخارجي من الناحية الهندسية، العمرانية والجمالية.
- مدة إنجاز طويلة قد تصل إلى خمس سنوات مع الأخذ بعين الاعتبار وسائل الإنجاز المتاحة محليا في الجزائر.
- يحتاج المشروع السياحي لمدة ثلاث سنوات من تاريخ الاستغلال حتى يتمكن من تحقيق المردودية، فالمشروع يصل إلى مرحلة تحقيق المردودية فعليا إلا بعد مدة تصل في المتوسط إلى 8 سنوات أين تكون الأموال المستثمرة مجمدة على شكل بنايات وتجهيزات.
- تقدر المدة الكافية لبناء فندق كبير مصنف ثلاث سنوات ولجلب عدد من الزبائن للشروع في عملية تعويض التكلفة الأصلية لأبد من نفس الفترة.

1.2.2.1.2.4. تمويل المؤسسات السياحية والفندقية الصغيرة

تمتلك المؤسسات السياحية والفندقية الصغيرة تجهيزات في وضع متدهور وتعرف نقصا في النظافة مما يجعل السائح يعرض عنها، وهذا بسبب نقص التمويل اللازم لتحسين وضعيتها الأمر الذي يتطلب توفير قرض خاص بالتجهيزات والتزيين للفنادق والمؤسسات السياحية الصغيرة.

تقدم الجزائر حاليا قرضا مشابها مثل القرض على المدى المتوسط والمعبيء يمكن أن يلبي حاجيات التجهيز وإعادة الاعتبار للمؤسسات السياحية والفندقية الصغيرة، تتراوح مدته بين 2 إلى 7 سنوات وهي كافية نظرا لمحدودية المبالغ التي تتطلبها مثل هذه الاستثمارات إلا أن العائق هو نسبة الفائدة المرتفعة التي بلغت 12% مما يجعل المؤسسة السياحية الصغيرة غير قادرة على تحملها.

2.2.2.1.2.4. تمويل الاستثمارات السياحية والفندقية الكبيرة

يوجد في العديد من الدول بنك للقرض الفندقي وفي دول أخرى يعطى هذا القرض من قبل قسم في البنك، وفي الكثير من الأحيان يكون القرض الفندقي نتاج بنكي يقدم من طرف العديد من البنوك المختصة، إن عبارة القرض الفندقي تعني وتشمل أنواعا من القروض مصنفة حسب الحاجة إلى قسمين أساسيين: قروض تمويل الاستثمارات، قروض تمويل الاستغلال.

كانت عملية تمويل المؤسسات في الجزائر تتم على الشكل التالي:

- تولت البنوك الجزائرية التجارية عملية تمويل الاستغلال عن طريق القروض على المدى القصير، وتمويل الاستثمارات المتوسطة الأهمية عن طريق القروض على المدى المتوسط والمعبئة لدى البنك المركزي.
- أما عملية تمويل الاستثمارات الأخرى فتمولها الخزينة بواسطة البنك الجزائري للتنمية والقروض الدولية.

غير أن التحولات التي عرفها الاقتصاد الجزائري والعقود المبرمة مع المؤسسات النقدية والمالية الدولية قلصت بشكل كبير من عملية تمويل الاستثمارات العمومية عن طريق الميزانية، لذلك فأكبر مشكل يعرفه الاستثمار والنمو حاليا يتمثل في عدم توفر الوسائل المالية اللازمة خاصة القروض على المدى الطويل والمتوسط الضرورية لعملية الاستثمار الخاصة بالإنجازات الجديدة أو الخاصة بالتجديد والتحديث للمرافق الموجودة.

كما أن الاستثمار السياحي يعاني من عوائق مالية تحول دون ازدهاره تتمثل في:

- ضيق السوق المالية في الجزائر وعدم اندماجها مع الأسواق المالية العالمية وحادثة نشأتها، وبعد مرور عدة سنوات على إنشاء بورصة القيم المنقولة لا يزال عدد المؤسسات السياحية والفندقية التي تنشط بهذه البورصة منحصرا في مؤسسة واحدة والمتمثلة في فندق الأوراسي.

- نظام مالي لا يتميز بالفعالية وغير قادر على التأقلم مع متطلبات المستثمرين بحيث هناك صعوبات في العمليات الجارية (تحويل، مسك الحسابات، تحرير الأموال المودعة)، إذ أن تحويل صك بنكي مثلا من وكالة إلى أخرى تابعة لنفس البنك في نفس المنطقة يستغرق شهرا كاملا.

- نقص رؤوس الأموال الأجنبية.

- القروض الممنوحة لتمويل الاستثمار السياحي لا تأخذ بعين الاعتبار خصوصيته، وتبقى غير محفزة لسببين هما: [72] ص 32

* منح قروض قصيرة ومتوسطة الأجل لا تتناسب مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يحتاج إلى قروض طويلة الأجل.

* القروض المقدمة من قبل البنوك هي قروض متماثلة فهي لا تفرق بين الأنشطة التجارية وبين الاستثمار في المشاريع الاقتصادية ذات المردودية المؤجلة، بل حتى الأنشطة التي تنتمي إلى نفس الفرع (فنادق، مطاعم، وكالات سفر، مخيمات..) يتم معالجتها بنفس الطريقة رغم اختلاف الحاجة إلى التمويل الخاص بكل نشاط.

ولابد للإشارة أنه للحصول على رخصة الاستثمار من قبل الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار يجب أن يتضمن الملف إعداد دراسة جدوى اقتصادية للمشروع غير أن التجارب أثبتت أن عددا قليلا من المستثمرين يدركون مدى أهميتها، والأغلبية يعتبرونها إجراءات بيروقراطية وليس مرحلة أولية ضرورية لمعرفة السوق المستهدف وتقويم مردودية الاستثمار، فنجدهم يتهربون من إجراء الدراسات الأولية للمشاريع الاستثمارية بسبب مصاريفها المالية. وهذا ما يؤدي إلى وجود فرق واسع بين تقدير المشاريع والأهداف و بين تجسيدها ميدانيا، ويرجع مشكل عدم التحكم في المشاريع من حيث المدة والتكلفة إلى نقص الاحترافية وغياب ثقافة التحكم في الورشات والإلمام بكل الجوانب المتعلقة بالمشاريع بدءا بدراسة الجدوى الاقتصادية وتوفير المخزون لتفادي أي انقطاع وانتهاء بتوفير اليد العاملة الكفأة ومراعاة العوامل التي يمكن أن تؤخر المشروع.

فالعديد من المستثمرين الخواص الذين تمكنوا من الانطلاق في عملية الاستثمار اضطروا إلى توقيف الإنجاز بسبب عدم كفاية الأموال التي خصصت لإنجاز المشروع، وهذا راجع لعدة عوامل منها:

- ضعف التقديرات عند إعداد المشروعات والتي أدت إلى عدم توافق أهداف الاستثمار مع القدرة المالية للمستثمر.

- عدم كفاية القروض الممنوحة نتيجة لعدم دقة الدراسة الأولية.

- تأخر الحصول على عقود الملكية.
- نقص التمويل بمواد البناء والتجهيزات وذلك لعدم توفر هذه الأخيرة في الأسواق، مما أدى إلى ارتفاع أسعارها وبالتالي ارتفاع تكاليف إنجاز المشروع.
- التضخم وانخفاض قيمة العملة الوطنية.

أدت هذه المشاكل إلى تمديد آجال الإنجاز وظهور تكاليف إضافية نتيجة التأخر في إنجازها، فيلجأ المستثمرون إلى البنوك طلباً لقروض تكميلية وغالباً لا يستطيعون إقناع البنوك بضرورتها، والبنوك الجزائرية لا توفر كل الظروف اللازمة للإسراع في مضاعفة وتيرة النمو التي تعرفها الاستثمارات السياحية، فالعديد من الشركات الأجنبية اشتمت من تماطل تحويل أرباحها على مستوى بنك الجزائر، وعلى سبيل المثال تم تقديم مشروع سياحي من طرف رئيس المعهد الدولي للفندقة يضمن تمويل ذاتي بنسبة 75% رفضت كل البنوك ضمان تغطية نسبة 25% المتبقية، وتم إلغاء الملف وإعادة تشكيل ملف الاستثمار عبر الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لكن واجه نفس الإشكال مع البنوك رغم توفر الضمانات الكافية حيث توفر حتى على ضمان بنك دولي هو القرض الليوني (Crédit Lyonnais) ، لهذا تبقى سياسة القروض مبهمة وتكبح حماسة أكثر المستثمرين.

3.1.2.4. تدهور المحيط الطبيعي والثقافي

تعدد وتعمد العراقل التي يواجهها المستثمر في القطاع السياحي على المستوى التقني والإداري والمالي تضاعفت بوجود مناخ غير ملائم للتنمية السياحية، ويتعلق الأمر بـ: [72] ص33 - تدهور البيئة الطبيعية وتعرضها لمختلف أنواع التلوث، فالازدحام الكبير الذي تعرفه الشواطئ الجزائرية بسبب قلة المرافق السياحية على مستوى البلاد وانعدام سياسة للتنمية السياحية ترمي إلى ترقية السياحة في المناطق الداخلية أدى إلى تدهور الشريط الساحلي وتشويه مناظره، بالإضافة إلى ظاهرة الاستغلال الفوضوي لرمال الشواطئ هذا ما جعل السواح الأجانب يمتنعون عن التردد على الشواطئ الجزائرية وبالتالي يصبح الاستثمار فيها غير فعال.

- يتعرض التراث الحضاري والثقافي والتاريخي إلى عدة أضرار تتمثل في عمليات السرقة للآثار مما يعرضها للتشويه والإتلاف، كما أن النمو الديمغرافي والتعمير الفوضوي والمشاكل البيئية وعدم تطبيق القوانين المتعلقة بالحفاظ على المناطق والمعالم التاريخية ونقص الوسائل البشرية والمادية لحماية المعالم التاريخية وإعادة ترميمها دور في إتلاف جزء من الآثار، علاوة على الأضرار الناجمة عن تأثير الظواهر الطبيعية (الأمطار الغزيرة، الزلازل...)، هذا التدهور يجعل السائح لا يهتم بزيارة الجزائر وبالتالي حتى المستثمر يحجم عن الاستثمار في هذا المجال.

- كما أن وجود الذهنيات المعادية التي تعتبر السياحة مصدرا للتشويه والعنف الثقافي يجعل من المستثمرين الأجانب لا يقدمون على التفكير بالاستثمار في الجزائر.

4.1.2.4. عدم استقرار الإطار التشريعي والتنظيمي للنشاط السياحي

إن عدم استقرار القوانين والتشريعات وكذا استقرار السياسات التنموية لم يسمح بإرساء إستراتيجية فعالة لبناء صناعة سياحية على المدى البعيد، كما أن الوضع الأمني وعدم الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي الذي عرفته البلاد منذ الثمانينات أدى إلى تشويه صورة الجزائر في العالم، و انخفاض نسبة السواح الوافدين إليها وتدفقات رؤوس الأموال عليها.

وتبقى الممارسات الإدارية وطول فترة دراسة الملف الاستثماري والعراقيل البيروقراطية التي يتعرض لها المستثمر أمور تعيقه وتجعله يغير ويحول استثماراته اتجاه دول أخرى.

5.1.2.4. تردد القطاع الخاص إزاء الاستثمار السياحي

يتضح من خلال الإحصائيات المتوفرة لدى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارات أن القطاع الخاص الوطني والأجنبي يتردد عن الاستثمار في القطاع السياحي، حيث بلغت طلبات الاستثمار في المجال السياحي 2% من مجموع طلبات الاستثمار، وعن الأسباب التي جعلت نمو الاستثمارات الخاصة ضعيفة ما يلي:

- صعوبة الحصول على العقار السياحي بسبب عدم تهيئته وتحضيره (على مستوى مناطق التوسع السياحي) وارتفاع تكلفة الاستثمار.
- التنظيم الإداري الذي يحتاج إلى تعديل يتناسب مع الإصلاحات للتحكم في فرص الاستثمار.
- غياب المنتوجات المالية اللازمة وعدم وجود تحفيزات مالية خاصة بالمستثمرين في القطاع، مثل القرض الفندقي بسعر منخفض تماشيا مع خصوصياته التي تتطلب تمويلات ضخمة.
- تردد المستثمرين الأجانب عن الاستثمار في الجزائر بسبب تشويه صورتها وتعارض وعدم استقرار النصوص التشريعية.

6.1.2.4. مشاكل على مستوى قطاع الصناعات التقليدية

إن الصناعات التقليدية تشكل عنصرا هاما في المنتج السياحي والاهتمام به يؤدي إلى إنعاش وترقية المنتوجات السياحية، هذه النشاطات تقام من قبل الحرفيين خواص يحتاجون إلى دعم

- من طرف السلطات العمومية لاسيما في تأطيرها المهني من خلال تحفيزات جبائية، مالية وترقوية نظرا للصعوبات التي يواجهها الاستثمار في هذا المجال والتي تتمثل في:
- صعوبة الحصول على مقرات وقروض لاسيما الحرفيون الذين يمارسون نشاطهم في البيت أو الذين لا يتوفرون على ضمانات بنكية.
 - عدم وجود شبكة تنظيمية لوظائف التمويل والتسويق ملائمة مع خصوصيات هذه الحرف، لأن الحرفي لا يستطيع الحصول على بعض المواد الأولية والتجهيزات بسهولة، وغياب فضاءات لتسويق المنتوجات الحرفية يتسبب أحيانا في التخلي عن النشاط الإنتاجي.
 - ضعف برامج التكوين وعدم وجود نظام تمهين ملائم للصناعات التقليدية تدعمه إجراءات تشجيعية وتحفيزية.

كل هذه العراقيل والمعوقات كانت سببا في قلة الاستثمارات السياحية وضعفها، لذلك عمدت الدولة على مواجهتها وتذليلها تدريجيا حتى يتسنى لها الاستفادة من الاستثمار السياحي واستغلال الموارد التي تتمتع بها الجزائر استغلالا أمثلا لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

2.2.4. سبل ترقية الاستثمار السياحي

تندرج الحركية الجديدة المنتهجة من طرف قطاع السياحة في إطار برامج الإنعاش الاقتصادي المستدام للحكومة، والذي من أهدافه الأساسية تامين كل الطاقات ومضاعفة إنتاج الثروات، إن الأفاق العشرية لقطاع السياحة لا يمكن أن تحقق أهدافها دون المساندة الفعلية للسلطات العمومية قصد إزالة العقبات التي تقف أمام ترويج النشاطات السياحية وتميئتها من جهة، وبوضع أدوات تنفيذ قادرة على ضمان أحسن تأطير وتنظيم للقطاع من جهة أخرى تسمح بتأطير ودعم دائم باتجاه المستثمرين والمتعاملين والمهنيين الذين ينشطون في ميدان السياحة.

إن تنفيذ برنامج ترقية القطاع السياحي في الجزائر يتطلب توفير محيط محفز يساعد على بناء صناعة سياحية تنافسية يتم فيها تشجيع الاستثمار الخاص والشراكة وجلب الاستثمار الخارجي، وتتخلى الدولة عن الاستثمار إلا أن تدخلها ضروري وهام يتمثل في تسيير ومراقبة وتهيئة الظروف اللازمة له، وتتمثل أهم التدابير التي اتخذتها الدولة لدعم الاستثمار السياحي فيما يلي:

1.2.2.4. التهيئة والتحكم في العقار السياحي

يتعلق الأمر بمواصلة ودعم الأعمال المنجزة خلال الفترة 2002-2003 والتي تمثلت في:

[58] ص 20

- استحداث القطاع لنصوص قانونية متعلقة بالتنمية المستدامة، العقار السياحي، استعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية.
- إعادة هيكلة المؤسسات المكلفة بالتنمية والدراسات السياحية.
- الشروع في دراسات التهيئة لـ 22 منطقة توسع سياحي.
- إنشاء صندوق لدعم الاستثمار السياحي من أجل إنجاز مخطط التهيئة السياحية بموجب قانون المالية لسنة 2002، وقد زود بمبلغ 200 مليون دج وتم اعتماد غلاف مالي بـ 140 مليون دج لتمويل دراسات تهيئة مناطق التوسع السياحي.

يقصد بالتهيئة السياحية "مجموعة أشغال إنجاز المنشآت القاعدية لفضاءات ومساحات موجهة لاستقبال استثمارات سياحية تتجسد في الدراسات التي تحدد طبيعة عمليات التهيئة وطبيعة مشاريع الأنشطة للمنشآت المراد تحقيقها" [91]، وتم التهيئة السياحية وفقا لمواصفات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المنصوص عليها في المادتين 22 و 38 من القانون 01-20 المتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة، ويأخذ هذا المخطط بعين الاعتبار:

- خصوصية و متاحات المناطق والحاجات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.
- الواجبات أو الالتزامات الخاصة بالاستغلال العقلاني والمنسجم للمناطق والفضاءات السياحية.

ويشمل مخطط التهيئة السياحية على:

- حماية الجمال الطبيعي والمعالم الثقافية التي يشكل الحفاظ عليها عاملا أساسيا للجلب السياحي.
- إنجاز استثمارات على أساس أهداف محددة من شأنها إحداث تنمية متعددة الأشكال للمتاحات التي تزخر بها مناطق التوسع والمواقع السياحية.

ويقع على عاتق الدولة إعداد الدراسات وأشغال التهيئة وإنجاز المنشآت القاعدية لمناطق التوسع والمواقع السياحية، تتم تهيئة العقار السياحي والتحكم فيه من خلال إنشاء مخطط رئيسي وطني للتهيئة السياحية الذي يمول من قبل الدولة، يغطي 22 منطقة توسع سياحي ويندرج ضمن المخطط الوطني لتهيئة الإقليم، ويتم تدعيمه بالدراسات العامة المتعلقة بالتطور السياحي الوطني والدولي وتحديد خصائص وأنواع العرض والطلب السياحيين، إضافة إلى دراسة التوجهات المستقبلية

المنتظرة لكل منطقة من المناطق المعينة، وقد شرع في هذه العملية في الثلاثي الأخير من سنة 2001.

وبعد الانتهاء من الدراسات العامة يتم انجاز أعمال التهيئة العقارية داخل مناطق التوسع السياحي ولقد تم إجراء تهيئة 22 منطقة في المرحلة الأولى، ويعد تكفل الدولة بتمويل دراسات وعمليات التهيئة المرتبطة بالشبكات والمنشآت القاعدية ضرورة ملحة تجد دعماً في طابع المنفعة العامة لهاتين العمليتين، إضافة إلى كونها تمثل عامل محفزاً ومحدداً لجذب الاستثمارات الخاصة بحيث يتحمل المستثمر التكاليف التي لها علاقة مباشرة بمشروعه.

وتم اختيار هذه المناطق بسبب: [59] ص 23

- طلبات الاستثمار المسجلة على مستوى هذه المناطق.
- وجود منشآت قاعدية، المتاحات السياحية والثقافية التي تزر بها هذه المواقع.
- ميولات السوق السياحية الداخلية والدولية.

وأسند انجاز الدراسات المتعلقة بهذه المناطق إلى أربعة مكاتب أجنبية وأبرمت العقود في شهر جوان سنة 2002، أما الآجال التعاقدية فقد تم تحديدها في أواخر الثلاثي الأول من سنة 2003، وكما ذكرنا سابقاً فقد تم الانتهاء من دراسة التهيئة لـ 22 منطقة سياحية.

إن التدابير الموصى بها لدعم التهيئة والتحكم في العقار تتمثل في: [58] ص 21

- إعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية في سنة 2004-2005 والذي يشكل الأساس في تنفيذ الإستراتيجية القطاعية.
- الشروع في دراسة لتحديد والتصريح وإعادة التشكيل لمناطق التوسع والمواقع السياحية.
- مواصلة دراسة التهيئة لمائة منطقة توسع ومواقع سياحية.
- التنازل عن طريق التراضي عن حوالي 600 هكتار في السنة من القطع الأرضية المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي لفائدة الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT)، وذلك بغرض تهيئتها ووضعها تحت تصرف المستثمرين.
- إنجاز أشغال التهيئة القاعدية لـ 70 منطقة توسع ومواقع سياحية.
- تدعيم الوكالة الوطنية للتنمية السياحية بالوسائل المادية، البشرية والمالية التي تمكنها من القيام بجميع المهام الموكلة إليها.

- تخصيص موارد مالية لفائدة الصندوق الخاص بدعم الاستثمار السياحي تقدر بـ6.4 مليار دج، أي بدفعة تصل إلى 640 مليون دج في السنة.
يتطلب مجموع هذه الأعمال تخصيص غلاف مالي قدره 31.32 مليار دج لإنجازها.

2.2.2.4. تأطير وتمويل المشاريع السياحية

1.2.2.2.4. تمويل المشاريع السياحية

يتعلق الأمر بتكييف طريقة التمويل الحالية وفقا للخصوصيات التي تميز الاستثمار السياحي، وفي هذا الصدد ركز برنامج عمل القطاع السياحي على اتخاذ الإجراءات التالية: [58] ص22

- المرحلة الأولى: في إطار إصلاح النظام البنكي يجب تشجيع المؤسسات البنكية على إنشاء منتج مالي متميز والمتمثل في "القرض الفندقي"، الذي يتوافق مع طبيعة الاستثمار السياحي الذي يتطلب قروضا طويلة المدى بسبب خصوصيات استرجاع رأس مال الاستثمارات السياحية.
- المرحلة الثانية: يجب تشجيع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي (التي يمكن أن تنشئها المؤسسات العمومية الاقتصادية السياحية، شركات التأمين، البنوك، المتعاملون الخواص، شركات نقل...الخ).
- المرحلة الثالثة: تخفيض نسبة الفائدة كإجراء إضافي لتشجيع وتحفيز الاستثمارات مثلما هو معمول به في العديد من البنوك، وفي هذا الصدد قامت عدة بنوك بتخفيض نسبة الفوائد الخاصة بقروض الاستثمار إلى 6.5% و8%.

وهذه التدابير المتخذة لتمويل الاستثمار تغطي أيضا عمليات إنجاز المنشآت القاعدية الجديدة وتجديد وعصرنه المنشآت القائمة سواء تعلق الأمر بالقطاع الخاص أو العام.

إن النظام البنكي الحالي لا يشجع على الاستثمار في القطاع السياحي نظرا لمعاملته المتساوية مع القطاعات الأخرى، فالاستثمار السياحي يتطلب رؤوس أموال ضخمة ويستغرق مدة طويلة في الإنجاز وفي مرحلة المردودية، هذه الأمور لا تشجع على توجه رؤوس الأموال إلى هذا القطاع إذا لم توضع تحفيزات مالية كإحداث منتج مالي متمثل في القرض الفندقي، أو تقديم قرض طويل الأجل بسعر فائدة مخفض مع إمكانية تأجيل الدفع لمدة ست سنوات سواء من قبل البنوك أو عن طريق إنشاء صندوق خاص بالتنمية السياحية أو إنشاء بنك سياحي، ودور الدولة يركز على:

- تمويل تهيئة المنشآت القاعدية الضرورية لمناطق التوسع السياحي.

- تمويل إنجاز المخططات في مجال التهيئة السياحية.
- تتواجد المؤسسات السياحية والفندقية الحالية في حالة متدهورة وعلى السلطات العمومية تشجيع عملية تقديم قروض لتجديدها لفترة تتراوح ما بين 5 إلى 10 سنوات، ومنح إعانات مالية لإعادة الاعتبار لهذه المؤسسات.
- إضافة إلى البحث عن موارد مالية في إطار التعاون الثنائي والمتعدد الأطراف، من خلال تنظيم مهمات تجارية لدى الممولين الدوليين بمساعدة المنظمة العالمية للسياحة التي أبدت استعدادا في هذا الشأن شرط أن تكون المشاريع مرفقة بدراسات الجدوى الاقتصادية التي تثبت مردوديتها.
- يشكل تنشيط البورصة عن طريق عملية عرض الأسهم والسندات مصدرا هاما لتمويل الاستثمارات عامة والاستثمارات السياحية خاصة.
- يشكل رأس المال الأجنبي عاملا هاما لتحسين صورة الجزائر في الخارج ونقل المعرفة التقنية والإدارية والتجارية، فالتفتح على العالم ضروري لجلب المجموعات الفندقية الكبيرة، ولجلب رأس مال الأجنبي تتخذ الدولة الإجراءات التالية:
- ضمان الربح للعشر مجموعات فندقية الأولى التي تستثمر في الجزائر في 5 سنوات من بداية نشاطها.
- ضمان أجره عالية لنفس المدة للمؤسسات التي تختار عقد التسيير.

و يمكن اتخاذ إجراءات أخرى لتحفيز وتشجيع الاستثمار السياحي تتلخص فيما يلي: [58]

ص23

- إعداد حصيلة حول الطاقة الحموية والتي تقدر حاليا بأكثر من 200 منبع وتتم في شكل دراسة بالتشاور مع الدائرة الوزارية المعنية، تسمح بتحديد الخصوصيات الإستشفائية لكل منبع حموي بحيث تشكل أداة لدعم وتوجيه الاستثمار في الميدان الحموي مستقبلا.
- تسجيل في إطار البرنامج الخاص لتنمية مناطق الجنوب مشاريع تهيئة المسالك الموجودة بغرض تسهيل استعمالها وبالتالي تقليص مدة التنقل، وفي هذا السياق ينبغي تسجيل برنامج إنجاز فتح مسالك جديدة ومحطات سياحية في الجنوب الكبير.

2.2.2.2.4. إعادة تأهيل الحظيرة الفندقية والسياحية

تمتلك الجزائر حظيرة فندقية وسياحية في حالة متدهورة نتيجة عدم الاهتمام بالقطاع وانعدام الرقابة وعدم إجراء الصيانة والترميمات اللازمة في الوقت المناسب، ومن أجل ذلك بادرت الحكومة

باتخاذ إجراءات لتجديد وإعادة الاعتبار للحظيرة الفندقية سواء التابعة للقطاع العام أو الخاص من أجل تحسين ورفع قدرات الإيواء السياحي.

1.2.2.2.4. تمويل عملية إعادة الاعتبار

تتكون غالبية الحظيرة الفندقية الخاصة من فنادق تتواجد في حالة متقدمة من التدهور، وعملية إعادة الاعتبار لها يتكفل بها صندوق دعم الاستثمارات إضافة إلى الامتيازات المنصوص عليها في قانون تطوير الاستثمارات.

إن الاهتمام بالسياحة الصحراوية يعني إعادة تأهيل حظيرتها والاهتمام بها، فالتجهيزات الفندقية الصحراوية لا تتطلب استثمارات ضخمة مقارنة مع الاستثمارات في السياحة الشاطئية حيث تنحصر في إنجاز فنادق ومرافق متوسطة الحجم، وتتميز الحظيرة الفندقية العمومية في ولايات الجنوب بالعدد المتواضع للفنادق يتجاوز 10 وحدات بطاقات إيواء محدودة، تجهيزات ومرافق قديمة حيث لم تعرف هذه الوحدات أي تجديد وترميم، ولتنمية السياحة الصحراوية لابد من تعبئة الاستثمارات في الجنوب لاستغلال الثروات السياحية التي تكتنزها المنطقة وينبغي تمويل ترميم الحظيرة الفندقية بواسطة تعبئة الاستثمار العمومي انطلاقا من الصندوق الخاص بتنمية الجنوب، وبرأس المال العمومي المتمثل في مؤسسات التسيير الفندقي، سونا طراك، البنوك وشركات الخطوط الجوية الجزائرية وبرأس المال الخاص والمؤسسات الصغيرة.

ففي هذه المرحلة يتوجب على الدولة أن تعمل على تجديد وإعادة تأهيل الحظيرة السياحية والفندقية ورفع قدرات الإيواء من خلال تحسين أفضل الشروط الممكنة للاستثمار الخاص بما فيها الاستثمارات في مجال الترميم، ووجوب تخليها عنه عند ظهور محترف خاص في هذا المجال له رغبة في التكفل بهذه العملية.

2.2.2.2.4. استغلال وإنشاء المؤسسات الفندقية

إن إنشاء واستغلال وحدات فندقية يخضع لقواعد تجعله يتماشى مع المقاييس الدولية الخاصة بالفندقة.

1.2.2.2.2.4. بناء وتهيئة مؤسسات فندقية

قام القانون رقم 01-99 المؤرخ في 6 جانفي 1999 والذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة بتحديد قواعد بناء واستغلال المؤسسات الفندقية، إذ يجب على كل شخص طبيعي أو معنوي قبل تسليمه رخصة بناء أو تعديل أو تهيئة أو تهديم مؤسسة فندقية من قبل السلطات المعنية يحصل على المصادقة على مخططات المشروع من قبل مصالح الوزارة المكلفة بالسياحة المتمثلة في اللجنة المختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية، للتأكد من تطابقها مع قواعد البناء والتهيئة السياحية ومعايير التصنيف وكذا أدوات التهيئة والتعمير، ويتم إبلاغه بالرفض أو القبول في أجل لا يتعدى شهرين من تاريخ استلام الملف وفي حالة عدم الرد تعتبر المخططات مصادق عليها.

2.2.2.2.2.4. استغلال المؤسسة الفندقية

يخضع البدء في استغلال المؤسسات الفندقية إلى الحصول على رخصة مسبقة تسلمها الإدارة المكلفة بالسياحة في مدة لا تتعدى 30 يوم، وتقوم بعملية التأمين على كل أخطار المرتبطة بالنشاط والاستغلال الفندقي، ويمنح وزير السياحة رخصة استغلال المؤسسات الفندقية ذات نجمتين إلى 5 نجوم، أما رخص الأصناف الأخرى يسلمها المدير أو المفتش الولائي المكلف بالسياحة وهذه الرخصة غير قابلة للتنازل أو نقل ملكيتها، باستثناء حالة وفاة المالك يمكن لذوي الحقوق الاستمرار في استغلالها شريطة امتثالهم لأحكام المرسوم التنفيذي 2000-46 في أجل لا يتعدى 12 شهرا من تاريخ الوفاة، وعملية الشروع في الاستغلال لا بد أن لا تتجاوز 6 أشهر من تاريخ الحصول على الرخصة.

كما أكد القانون رقم 01-99 على أهمية الرقابة والتفتيش والضبط الفندقي، ونص على فرض عقوبات ردية على المخالفين لأحكام هذا القانون والمراسيم التنفيذية له تتمثل في عقوبات إدارية وعقوبات وأحكام جزائية. يهدف هذا القانون إلى حماية وتحديث وتطوير وترقية النشاط الفندقي وتحسين نوعية الخدمات الفندقية وإضفاء طابع الاحترافية على هذا النشاط، مما يؤدي إلى تحسين أداء المؤسسات الفندقية وهذا التقدم الإيجابي على مستوى التشريع يتطلب توفر الإرادة الفعالة في تنفيذ وتطبيق أحكامه.

وعليه يحظى الاستثمار السياحي بإجراءات دعم وتشجيع متنوعة نلخصها فيما يلي:

- يتمتع الاستثمار السياحي بتحفيزات في إطار النظام العام والاستثنائي، الإعفاء من الرسوم والضرائب والحقوق وتتكفل الدولة جزئيا أو كليا بنفقات الأشغال المتعلقة بالمنشآت القاعدية.

- تتكفل الدولة بإعداد الدراسات وأشغال التهيئة وانجاز منشآت مناطق التوسع السياحي.
- إمكانية مبادرة الدولة بدعم أسعار العقار السياحي داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية.
- إنشاء الوكالة الوطنية للتنمية السياحية التي تسهر على المحافظة على العقار السياحي.
- استحداث صندوق لدعم الاستثمار السياحي.

3.2.4. الاستثمارات وعروض الشراكة

تهدف الإستراتيجية التنموية الموضوعية من طرف وزارة السياحة إلى وضع أسس لصناعة سياحية حقيقية، من خلال إعداد مخطط للتهيئة السياحية و ترقية الاستثمار والشراكة وتنويع العرض السياحي وإعادة الاعتبار للحظيرة الفندقية وتحسين الخدمات وتصحيح الصورة السياحية للبلاد، مما أدى إلى تدفق رؤوس الأموال الأجنبية والوطنية على هذا القطاع من خلال المشاريع المختلفة.

1.3.2.4. حجم الاستثمارات

تركز الإستراتيجية التنموية لقطاع السياحة على جلب المستثمرين والمتعاملين السياحيين بخلق شروط التشجيع والتحفيز اللازمة، ويتعلق الأمر بالضمانات القانونية فيما يخص الاستثمار وتحويل الأرباح وائتمانه على التغييرات الطارئة وبمساعادات عينية كتمكينه من العقار بأسعار تنافسية.

1.1.3.2.4. المشاريع السياحية

إن الإصلاحات الاقتصادية التي باشرتها الجزائر نجمت عنها نشاطات ومؤتمرات سياسية كثيرة وزيادة في حجم الأنشطة الاقتصادية من جراء الانفتاح الاقتصادي على العالم الخارجي، مما أظهر الحاجة إلى سياحة الأعمال والمؤتمرات، ولم تعد المنشآت الفندقية الحالية قادرة على تلبية الطلب السياحي، كما تشكل السياحة الصحراوية المنتج المتميز بالنسبة للسياح الأجانب وهنا يسجل أيضا عجز في الإيواء السياحي قياسا بالطلب الحالي لاسيما بعد العودة القوية للتدفقات السياحية الأجنبية الناجمة عن تحسن الأوضاع الأمنية واستقرار البلاد، ويتضح مما سبق أن العجز في سعة الإيواء السياحي كبير غير أنه يشكل في نفس الوقت عامل جذب لرؤوس الأموال، فهذا العجز تقابله فرص استثمار وأعمال كثيرة بداية من الفندقية إلى تنظيم الأسفار مرورا بوسائل الترفيه والنزهة والخدمات الإضافية المرتبطة بذلك [73] ص48-49، ويوضح الجدول التالي توزيع المشاريع السياحية خلال الفترة 2000-2004:

الجدول رقم 36: المشاريع السياحية خلال الفترة (2000-2004) [92]

2004		2003		2002		2001		2000		السنوات
%	المشاريع	%	المشاريع	%	المشاريع	%	المشاريع	%	المشاريع	
2	70	1	79	2	76	2	99	3	405	العدد
2	6687	3	14680	2	9124	3	7712	4	35263	حجم (مليون دج)
3	2256	3	2994	3	2625	3	3239	4	12487	مناصب العمل

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عدد المشاريع السياحية عرف انخفاضا خلال السنوات الأربع حيث بلغ عدد المشاريع السياحية 70 مشروع سنة 2004 بنسبة 2% من إجمالي المشاريع، بعدما كان يقدر بـ405 مشروع سنة 2000 ووصل مجموع المشاريع السياحية خلال السنوات الأربع إلى 729 مشروع، عدد المشاريع السياحية قليل مقارنة مع قطاعات أخرى كقطاع البناء الذي بلغ عدد مشاريعه 5200 مشروع والفلاحة 3039 مشروع [92]، وهذا التراجع ناجم عن قلة اهتمام المستثمرين بالمشاريع السياحية بسبب طول فترة انجازها وطول فترة تحقيق الربح، مما يجعلهم يهتمون بقطاعات أخرى تحقق ربحية في وقت أقصر كما أن مشكل العقار وتهيئته يحول دون اهتمامهم.

كما أن قيمة المشاريع الاستثمارية في المجال السياحي عرفت أيضا انخفاضا بسبب انخفاض عدد المشاريع، إذ كانت قيمتها في سنة 2000 تقدر بـ35263 مليون دج ووصلت إلى 6687 مليون دج في سنة 2004، وقدر مجموعها الكلي بـ73466 مليون دج حيث أن نسبتها إلى القطاعات الأخرى لا تتعدى 3% في السنوات الأخيرة.

أما فيما يخص مناصب الشغل التي تحدثها هذه المشاريع بلغت 23601 منصب عمل، وتبقى نسبتها ضئيلة مقارنة بالقطاعات الأخرى كالبناء الذي يحدث 172250 منصب عمل والصناعة التي تحدث 314806 منصب [92]، فقلة المشاريع السياحية تؤدي إلى قلة مناصب الشغل المستحدثة فإذا كانت المشاريع كثيرة فإن مناصب العمل تكون هامة لكون النشاط السياحي يعتمد على العمل البشري أكثر من الآلات والتجهيزات، ورغم ذلك إلا أن هذه المشاريع تساهم في امتصاص جزء من البطالة.

ونظرا للأهمية والعناية التي توليها السلطات الجزائرية للحركة السياحية التي تعتبر مصدرا هاما للعملة الصعبة ولخلق مناصب الشغل والثروة، فإن العديد من المركبات السياحية أقيمت على امتداد الشريط الساحلي وكذا المناطق الداخلية للوطن تقدم الخدمات الضرورية للزبون من وسائل ترفيهية وتسلية، ففي نهاية سنة 2003 سجل 257 مشروع استثمار سياحي قيد الانجاز بقيمة إجمالية تقدر بـ41 مليار دج وبطاقة استيعاب تقدر بـ26201 سرير وتخلق 50000 منصب شغل من بينها 10000 منصب شغل مباشر، وتمتد هذه المشاريع على مساحة إجمالية تقدر بـ1.7 مليون م² ويلاحظ أن أكثر من 50% من المشاريع متركزة في الولايات الساحلية وتحتل ولاية وهران الصدارة في عدد المشاريع بـ41 مشروع أي ما يمثل 15.95% من مجموع المشاريع [93] ص7.

أما بخصوص توزيع هذه المشاريع من حيث تصنيفها فإن أكثر من 86% منها ذات طابع حضري حيث أن 22.86% منها عبارة عن مركبات وفنادق على شواطئ البحر و35% منها حموية و3.90% صحراوية، واستقطبت المشاريع ذات الطابع الحضري استثمارات قدرت بـ29 مليار دج أي ما يعادل 70.6% من المجموع، ومن شأنها أن تخلق 6953 منصب شغل وتزيد طاقات الإيواء السياحي في المنطقة الحضرية بـ16131 سرير، وتشمل المشاريع المذكورة مختلف الأصناف في الترتيب السياحي من فنادق ذات نجمة واحدة إلى خمس نجوم، وتمثل التوقعات الاستثمارية الأكثر ارتفاعا صنف خمس نجوم حيث تمثل 10 ملايين دج أي نسبة 24% من مجموع الاستثمارات وتشكل الفنادق أهم محور في مشاريع الاستثمار حيث يبلغ عددها 203 فندق أو 79% من المجموع، بينما يوجد 23 مركب سياحي ضمن المشاريع الاستثمارية، وقد بلغت معظم المشاريع نسبة تقدم في الإنجاز تقدر بـ58.36% في حين يقدر متوسط مدة الانجاز خمس سنوات، ويتبين من معلومات مقدمة من طرف المستثمرين بأنه من بين 257 مشروع من المتوقع أن يدخل 162 مشروع حيز الاستغلال قبل نهاية سنة 2006 أي ما يمثل 63% من المجموع بطاقة إيواء تقدر بـ15 ألف سرير، كما أنه سجل عدد 179 مشروع سياحي متوقف في نهاية 2003 تتغير نسبة تقدم الأشغال فيها من 5 إلى 83% بكلفة إجمالية تقدر بـ10 ملايين دج، وتبلغ قدرته الاستيعابية 14900 سرير و توفر 4600 منصب شغل مباشر، والمشكل المالي أهم أسباب توقف هذه المشاريع بالنسبة لأكثر من 66% منها [94].

وبلغ عدد المشاريع السياحية قيد الإنجاز 288 مشروع سنة 2004 بقيمة إجمالية تقدر بـ43 مليار دج، هذا ما صرح به مدير التنمية والاستثمار بوزارة السياحة خلال يوم دراسي حول النمو والتطور السياحي على هامش فعاليات الصالون الدولي السابع للسياحة والأسفار، مما يدل على زيادة

في المشاريع تصل إلى 31 مشروع خلال سنة واحدة، وهي عبارة عن مشاريع متوسطة الحجم تفتح 10000 منصب عمل جديد وتسمح بانجاز 27292 سرير [95] ص3، فلإصلاحات الاقتصادية أثر كبير على تنمية السياحة في الجزائر كما أن انضمامها للمنظمة العالمية للتجارة وتوقيعها لاتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي سيكون له أثر على السياحة ويفتح آفاق جديدة للشراكة والاستثمار.

وتتوقع الوزارة أن يتم إنجاز 55000 سرير خلال الفترة (2004-2007) بقيمة استثمارية تصل إلى 1 مليار دولار أمريكي، ويتم استثمار مبلغ 2.2 مليار دولار أمريكي لإنجاز 60000 سرير خلال الفترة (2008-2013) وبالتالي تصل قيمة الاستثمارات الإجمالية إلى 3.2 مليار دولار أمريكي خلال الفترة (2004-2013)، وخصص البرنامج التكميلي لدعم الإنعاش الاقتصادي للخمس سنوات القادمة غلafa ماليا يقدر بـ3.2 مليار دج (40 مليون دولار أمريكي) من قيمة 4200 مليار دج، للقيام بدراسات التهيئة لـ20 منطقة توسع سياعي أخرى وإنجاز عدة منشآت قاعدية وتجهيزات إدارية، وتم خلال موسم الاصطياف لسنة 2004 التدشين الرسمي لعدد معتبر من المشاريع للدخول في مرحلة الاستغلال بلغت طاقات إيوائها في الجزائر العاصمة وحدها حوالي 1000 سرير.

فقصده النهوض بالاستثمار السياحي وبعث ديناميكية جديدة لتنمية مختلف الأنشطة عن طريق استغلال المتاحات السياحية، تم اختيار شطر أول متكون من 22 منطقة للتوسع السياحي والتي تمت دراسة تهيئتها، وتوصلت الوزارة إلى تحديد برنامجا استثماريا ذي حجم كبير ومتنوع في طاقته الإيوائية بالإضافة إلى المرافق الملحقة به كهياكل الترفيه والنزهة والهياكل الرياضية والتجارية وكذا موانئ النزهة.

2.1.3.2.4. طلبات الاستثمار السياحي

يجلب الاستثمار السياحي عدد معتبر من المستثمرين الذين يرغبون في الانضمام إلى قائمة المتعاملين الاقتصاديين في قطاع السياحة، وهذا ما تبينه الأرقام والإحصائيات المسجلة في نهاية شهر جويلية لسنة 2004، حيث سجل على المستوى الوطني ما يعادل 731 طلب استثمار سياحي بقيمة 159 مليار دج أي ما يعادل 2 مليار دولار أمريكي، وتمثل هذه الطلبات تقريبا ثلاث مرات عدد الاستثمارات السياحية في طور الانجاز التي سجلت في نهاية سنة 2003، وقد قدرت طاقات الإيواء التي توفرها 70000 سرير، وهي طاقة معتبرة سيكون لها أثر إيجابي في دعم حظيرة الإيواء السياحي ويتم بذلك تحقيق الأهداف المسطرة ضمن استراتيجية القطاع.

وفي نفس السياق وحسب الدراسة التقديرية التي أقيمت حول المشاريع السياحية في طور الإنجاز بتحقيق 26000 سرير جديد في حد أقصاه سنة 2009، وإذا ما قدر انطلاق هذه المشاريع في غضون 2005 وإنجاز 70% من عدد الأسرة المبرمجة بها دون عراقيل وتقدير نهاية أشغالها ودخولها في الاستغلال في حد أقصاه 2009، فإن قدرات الإيواء السياحي ببلادنا ستصل إلى 148000 سرير علما أن تقديرات طاقة الإيواء السياحي في إستراتيجية القطاع 2004-2013 قد قدرت لسنة 2009 بحوالي 147000 سرير [96] ، قدرت المساحة الإجمالية لهذه الطلبات بحوالي 1.116 هكتار منها 789 هكتار داخل منطقة التوسع السياحي أي ما يعادل 71% من المساحة الإجمالية، و15% من المساحة القابلة للبناء في مناطق التوسع السياحي التي تم إحصاؤها إلى غاية يومنا هذا.

وأكبر عدد من الطلبات في الاستثمار السياحي سجلت في الولايات الساحلية بـ512 مشروع سياحي (72% منها داخل مناطق التوسع السياحي)، بقيمة 150 مليار دج وبطاقة إيواء قدرت بحوالي 60000 سرير تتوزع على مساحة 840 هكتار، وتم إحصاء عدد الطلبات في ولايتي عنابة وتيبازة وحديهما على التوالي 175 و117 طلب، والملاحظ أن المساحة المطلوبة للاستثمار داخل مناطق التوسع السياحي في ولاية تيبازة والمقدرة بـ275 هكتار تفوق المساحة القابلة للبناء في هذه المناطق (105 هكتار)، في حين قدرت المساحة المطلوبة داخل مناطق التوسع السياحي بولاية عنابة بـ85% من المساحة القابلة للبناء في الولاية في هذه المناطق، وفي ولاية وهران قدرت المساحة المطلوبة داخل مناطق التوسع السياحي بـ80% من المساحة القابلة للبناء في الولاية في هذه المناطق، وهذه الأرقام تحت على البحث وتحديد مناطق توسع سياحي جديدة بهذه الولايات والاستغلال الأفضل للمساحات المتبقية في مناطق التوسع السياحي المصنفة [96]، كما سجل أن عدد طلبات الاستثمار في ولايات الجنوب لم تتعدى 100 طلب بتكلفة تقدر بـ3 مليار دج، وطاقة إيواء تبلغ 4153 سرير على مساحة تقدر بـ157 هكتار حيث أن 80% من المساحة الإجمالية تقع خارج مناطق التوسع السياحي.

أما فيما يتعلق بمجال ونوع الاستثمارات السياحية التي سجلت من خلال الطلبات فقد بينت الإحصائيات على المستوى الوطني تقديم 652 طلب للاستثمار في الإيواء السياحي أي ما يعادل 89% من مجموع الطلبات، تتوزع على مساحة قدرها 1034 هكتار بقيمة 157 مليار دج، ويقع 378 طلب من طلبات المشاريع السياحية الخاصة بالإيواء داخل مناطق التوسع السياحي.

ومن ناحية أخرى فإن طبيعة طلبات الاستثمار في الإيواء السياحي معظمها فنادق بحوالي 257 فندق أي 39% من مجموع الطلبات في الإيواء السياحي و125 مركب سياحي، أما عن الأنواع الأخرى فلم تتعدى طلبات الاستثمار السياحي في الإطعام 25 مشروع سجلت على مستوى 5 ولايات بتكلفة 420 مليون دج 93% منها تقع داخل مناطق التوسع السياحي، وفيما يتعلق بالاستثمار خارج الإيواء والإطعام فقد سجل 54 طلب على مستوى 18 ولاية منها 13 مشروع خاص بالصناعات التقليدية و12 مشروع حديقة تسلية تتوزع على مساحة 787 هكتار بقيمة مالية تقدر بـ2 مليار دج [96].

من خلال ما سبق نستخلص أن طلبات الاستثمار السياحي تتمركز في ولايات معينة خاصة الساحلية منها التي تنشط السياحة فيها خاصة في موسم الاصطياف، وتعرف هذه المناطق عجزا عقاريا للعدد الهام من طلبات الاستثمار التي سجلت داخل مناطق توسع سياحي بهذه الولايات ولهذا أصبح من الضروري استغلال الأراضي المتبقية في هذه المناطق استغلالا موضوعيا بمشاريع تساهم في إنعاشها ونموها، إضافة إلى تحديد مناطق توسع سياحي جديدة في الولايات التي يكثر فيها الطلب لضبط التوازن بين العرض والطلب في العقار السياحي.

2.3.2.4. أهم طلبات الاستثمار السياحي

يتزايد الإقبال على الاستثمار بشكل ملحوظ من قبل المستثمرين المحليين والأجانب وهذا الأمر ينعكس على القطاع السياحي من خلال البدء بتنفيذ العديد من المشاريع السياحية، فالتسهيلات والحوافز التي يمنحها لهم القطاع عديدة وفعالة كما أن الوزارة موجودة لإزالة العوائق التي تعترضهم، وأسعار الأراضي التي تقام عليها المشاريع مغرية لا يمكن إيجادها في أي منطقة استثمارية أخرى [97] ص3، إضافة إلى أن الاستثمار السياحي بالجزائر لن يكون مجازفة بل هو مضمون النجاح مسبقا ومربح نظرا للطلب الداخلي الكبير على الاستهلاك السياحي وكون الجزائر قريبة من خزانات السياح الكبرى أوروبا تحديدا، كما أن توفر هياكل ومنشآت قاعدية هامة من موانئ، مطارات، شبكة طرق، وسائل اتصال وغيرها عوامل تساعد على نجاح الاستثمار [97] ص4.

1.2.3.2.4. عملية الشراكة

تعتمد الأنشطة السياحية على المبادرات الفردية وتتجه تقريبا في كل بلدان العالم نحو تخلي الدولة عنها لصالح القطاع الخاص، وعملا بهذا التوجه العالمي وفي إطار الشراكة مع الأجانب قدمت

الجزائر كمرحلة أولى عرضا لمؤسسات فندقية أسفرت عن إبرام عقود تسيير فنادق لصالح شبكات فندقية ذات سمعة عالمية هي: شيراتون، هيلتون، سوفيتال، سفير الكويت إضافة إلى ذلك بيع نحو 10 فنادق وإبرام ما يقارب 40 عقد إيجار لفنادق ذات الحجم الصغير لخواص جزائريين بعدما كانت مسيرة من قبل الجماعات المحلية [73] ص49.

فالهدف من إبرام عقود التسيير الفندقي بين مؤسسات سياحية جزائرية وشبكات فندقية عالمية هو تحسين نوعية الخدمات وزيادة نجاعة ومردودية هذه المؤسسات وتأهيل اليد العاملة المحلية وإدخال المعايير الفندقية الدولية والتقنيات الحديثة للتسيير، ومن جهة أخرى فإن تواجد الشبكات الفندقية الأجنبية في بلادنا من شأنه تطوير المنافسة بين الشبكات العالمية من ناحية وبين المؤسسات السياحية الجزائرية من ناحية أخرى، كما تسمح هذه الشبكات العالمية بإدماج الجزائر في المنظومة التسويقية التابعة لها على المستوى العالمي وبتوسيع الأعمال الترويجية وهذا من شأنه جلب المزيد من التدفقات السياحية، وتقوم الوزارة بدراسة كل العروض حالة بحالة واختيار تلك التي تكون لها جدوى اقتصادية بالنسبة للمؤسسات الجزائرية.

وفي مرحلة لاحقة ينتظر من هذه الشبكات الدولية انجاز مشاريع استثمارية جديدة في الجزائر، وهذا ما تنوي القيام به على سبيل المثال المجموعة الفندقية "أكور" حيث يجرى التفاوض معها بخصوص تطوير استثمارات جديدة عديدة، وأهم عقود الشراكة المبرمة هي:

* عقود التسيير مع مجمع أكور "ACCOR": يعد المجمع الفرنسي أكور من العمالقة العالميين في السياحة والأسفار والخدمات، وتجسد تعامله مع الجزائر من خلال العقدين التاليين:
- عقد تسيير مع مؤسسة التسيير السياحي للوسط صاحبة الوحدة الفندقية سوفيتال الجزائر سنة 1992.

- عقد تسيير فندق المركير "Mercure" سنة 2000 تم إبرامه مع مؤسسة التسيير السياحي للوسط.

ولقد أعطى هذان العقدان نتائج اقتصادية مفيدة ثمرة شراكة متينة مبنية على التعاون ذي الفائدة المتبادلة، فمنذ تدشين فندق "سوفيتال الجزائر" كان انشغال القائمين عليه هو أن تكون الخدمات التي يقدمها معادلة لخدمات سوفيتال باريس وبروكسل وروما ومدريد وقد تحقق هذا الهدف بعد عشر سنوات من إنشائه، و يصنف من بين الفنادق الرفيعة في الجزائر [98] ص21، واستمر هذان

العقدان إلى غاية يومنا هذا واستطاع المجمع أن يحقق نجاحا معتبرا وساهم في تحسين مستوى الأداء والفعالية في كلا الفندقين نتيجة لعدة امتيازات وهي:

- معرفته للسوق الجزائرية حيث أن هذا المجمع ينشط بشكل كبير في دول إفريقيا.
- خبرته وتجربته الدولية في مجال تسيير وإدارة المؤسسات الفندقية.
- يعمل على إتباع استراتيجيات تسيير ملائمة للظروف السائدة في الدولة (المستوى الاقتصادي، الاجتماعي، الثقافي، الظروف السياسية...الخ).
- وجود لغة مشتركة تسهل التعامل بين المتعاملين والزبائن الجزائريين.

* عقود التسيير مع مجموعة فلامينكو الإسبانية:

- عقد تسيير فندق الرياض مع مؤسسة التسيير السياحي لسيدي فرج.
- عقد تسيير فندق الزينيين مع مؤسسة التسيير السياحي لتلمسان.
- إلا أن هذا المجمع فشل في استقطاب الزبائن نحو هذين الفندقين بسبب ما يلي:
- المشكل الأمني والمشاكل المالية و التسييرية داخل هاتين المؤسستين.
- نقص اتصالات المجمع الدولية وضعف شبكات الترويج السياحي له على المستوى الدولي.
- قلة خبرة المجمع وتجربته غير كافية في مجال عقود التسيير.

* عقود تسيير مجمع هيلتون: قامت المؤسسة الجزائرية ساحلي بإبرام عقد مع المجمع الانجليزي هيلتون في سنة 1993 من أجل تسيير فندق الجزائر الدولي، وهذه الشركة هي عبارة عن شراكة بين شركة جزائرية وشركة كورية "دايوو" التي أصبحت بعدها المالك الوحيد للمشروع.

* مجمع شيراتون: أنشئ الفندق بمفاهيم سياحة المستقبل فأتى متكاملًا يحتوي على جميع الخدمات الفندقية وتوابعها ليلبي رغبات جميع الفئات وأنواع السياح، تعود ملكيته إلى شركة الاستثمارات الفندقية (SIH) وهي شركة جزائرية تساهم فيها مجموعة من المصارف وشركات التأمين والموانئ البحرية وغيرها، ويمثل أهم مقصد للمؤتمرات والملتقيات التي تحتضنها الجزائر نظرا لخصائصه، وهو يمثل خطوة أولى في طموحات مجموعة شيراتون الدولية (STARWOOD) الأمريكية التي تخطط للتواجد في أهم المدن السياحية والاقتصادية في الجزائر اقتناعا منها بأهمية هذا البلد وبمستقبله وآفاقه السياحية والاقتصادية [47] 73.

كما تم انجاز فندق شيراتون وهران وتم افتتاحه في الفاتح من سبتمبر 2005، وهو أول مشروع يتحقق في إطار الشراكة الجزائرية الليبية في مجال الفنادق (مؤسسة الترقية الفندقية الجزائرية الليبية)، بلغ حجم المشروع 122 مليون دولار أمريكي وسيكون مخصص لسياحة الأعمال بالدرجة الأولى، ويوفر 324 غرفة بما في ذلك جناح رئاسي وقاعة للمؤتمرات بسعة 1100 مقعد ويشغل حوالي 700 عامل من بينهم 350 جزائري، وستتوسع هذه الشراكة إلى مشاريع أخرى منها فندق بخمس نجوم في العاصمة وآخر بحاسي مسعود، وتصل قيمة الاستثمارات الليبية في الجزائر في هذا المجال إلى 500 مليون دولار أمريكي.

2.2.3.2.4. عملية الخصخصة

إن عملية خصخصة الفنادق مستمرة تحت سلطة صندوق مساهمات الدولة والوزارة المنتدبة لترقية الاستثمار، وأغلب الفنادق العمومية معروضة للخصخصة التي تسمح من رفع مستوى خدماتها، حيث أن العملية لا تهدف إلى بيع الفنادق ولكن محاولة للدخول في شراكة لترقيتها والوصول بها إلى المقاييس الدولية لاستقطاب السياح والمستثمرين، حيث أنه في بداية سنة 2005 بلغ عدد المؤسسات الفندقية حوالي 1005 بقدره إجمالية تقدر بـ 81 ألف سرير منها 10 آلاف سرير مطابقة للمقاييس الدولية، تتضمن الحظيرة العمومية 73 فندق أغلبها معروض للخصخصة مقابل 873 فندق خاص و59 فندق تابع للجماعات المحلية، تتشكل من 710 فندق حضري، 77 صحراوي، 149 ساحلي، 79 تشمل حمامات معدنية و22 فندق متخصص، وتمتلك الجزائر حاليا 10 فنادق مصنفة بخمس نجوم و22 فندق مصنفة بأربعة نجوم و67 فندق مصنفة بثلاث نجوم و59 فندق مصنفة بنجمتين و42 فندق بنجمة واحدة وأكثر من 804 فندق غير مصنفة.

وتمت خصخصة 7 فنادق إلى غاية اليوم من بين 73 فندق عمومي وأصبحت عملية تأمين الفنادق وتحسين الخدمة بها ضرورية لأن 85% منها لا تتطابق مع المعايير الدولية خاصة في الخدمات، ولقد تم توقيع على اتفاقية مع القرض الشعبي الجزائري لمرافقة هذه الفنادق في عملية التأهيل، حيث أن البنك سبق له وأن شارك في 10 عمليات لإعادة تأهيل مؤسسات فندقية منها 6 مؤسسات خاصة و4 عمومية قدم خلالها 5.8 مليار دج كقروض على المدى المتوسط، وفيما يخص هذا الاتفاق فهو عقد يمتد على سنتين قابل للتجديد يتمكن المقاول بموجبه الحصول على 60% من قيمة الأموال التي يحتاجها لإعادة التأهيل عن طريق قرض بنسبة فائدة تتراوح ما بين 5.25 و5.75%.

كما أنه تم الاتفاق مع صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي اعتمد مشروع لإنشاء مؤسسات مختلفة، وضمن لدى البنوك قروض بقيمة 1.3 مليار دج إلا أنه لم يتلقى أي طلب لضمان قرض إنشاء مؤسسة صغيرة أو متوسطة تعمل في قطاع السياحة.

3.2.3.2.4. الاستثمارات المباشرة

إن الدينامكية الجديدة في الاستثمار من شأنها أن تعطي نتائج مشجعة بدأت تتأكد فعليا من خلال علاقات التعاون والشراكة التي أنجزت مع بلدان عربية كثيرة منها: ليبيا، سوريا، لبنان، المملكة العربية السعودية، قطر، الكويت، البحرين والإمارات العربية المتحدة، ونجد نفس الاهتمام لدى المستثمرين الأوروبيين حيث سجلت مشاريع مع فرنسا، إيطاليا وإسبانيا ولا تزال الاتصالات قائمة مع بلدان أخرى، كل هذه المشاريع تخص انجاز فنادق، مراكز سياحية و تجارية ومراكز للتسليّة والترفيه وقرى سياحية ولقد انطلقت بالفعل الأشغال بالنسبة للبعض منها وسيشروع في انجاز مشاريع أخرى بعد انتهاء الدراسات اللازمة.

1.3.2.3.2.4. الاستثمارات الأجنبية العربية

يوجد حاليا مشاريع استثمار عربية في عدد من المدن السياحية الجزائرية لما تمنحه هذه الأخيرة من مميزات سياحية هامة، وتتضمن هذه الاستثمارات مرافق ونوادي وخدمات سياحية للاستجابة للطلبات المتزايدة للمواطن العربي والأجنبي في الاستجمام، وأهم هذه المشاريع ما يلي:

* مشروع مجموعة الدار الدولية (سيدار) السعودية: تمثل الجزائر بالنسبة لشركة سيدار أكثر من فرصة استثمارية بالنظر إلى طبيعة العلاقات بين البلدين، بالإضافة إلى التسهيلات التي منحت لمشاريع ونشاطات الشركة، أودعت ملفها لدى الوزارة في سنة 1999 لبناء قرى سياحية نموذجية وذلك من خلال مشروعين يتمثلان في: [94]

- مشروع بمنطقة التوسع السياحي زرالدة، وقد كان موضوع دراسة من طرف المجلس الوطني للاستثمار في شهر جويلية 2004 بقيمة 243 مليار دج، بطاقة إيواء تقدر بـ21300 سرير ويخلق 3290 منصب شغل.

- مشروع بمنطقة التوسع السياحي ببومرداس بقيمة 5 مليار دج، بطاقة إيواء تقدر بـ5100 سرير ويخلق 830 منصب عمل.

ونظرا لضخامة المشروعين استوجب دراستهما من طرف المجلس الوطني للاستثمار الذي منح الشركة الموافقة في ماي 2005، كما أوضح المدير العام للشركة أنها ستبادر بمشاريع في الصحراء الجزائرية حيث يجرى التفكير في ذلك خاصة بعد مشاركته في مهرجان السياحة الصحراوية، الذي مكنه من معاينة المنطقة والتعرف على ما تتوفر عليه من إمكانيات سياحية وثقافية التي تمثل حافزا للمستثمرين في القطاع السياحي [99] ص10.

* مجموعة آل حامد (الإمارات العربية): يتمثل المشروع في إنجاز فندق 5 نجوم بسعة 1000 سرير، تكلفته 90 مليون دولار أمريكي في منطقة التوسع السياحي سيدي فرج، تم إيداع الملف في سنة 1999 وحصل على الموافقة المبدئية ومذكرة تفاهم موقعة بين الوزارة وشركة آل حامد [94].

* شركة الشيخ فيصل بن قاسم بن فيصل آل ثاني القطرية: مشروع بمنطقة التوسع السياحي زرالدة الغربية، تم منح الشركة الموافقة المبدئية لتنفيذ المشروع.

* الشركة اللبنانية العربية للمقاولات و الهندسة الدولية (HARCO): تم إبرام بروتوكول اتفاقية حول برنامج الاستثمار وتم اقتراح مشروع بقيمة 200 مليون دولار أمريكي.

* فوج غصاب الهاجري (الإمارات العربية المتحدة): مشروع بمنطقة التوسع السياحي زرالدة، بمساحة تقدر بـ3 هكتارات (سلسلة فنادق ماريوت) بقيمة 140 مليون دج.

ستعرف الاستثمارات العربية دفعا قويا وهذا راجع لمستقبل العلاقات الاقتصادية والمالية بين الدول العربية والجزائر، ويبقى من الأكد أن الاستثمارات السياحية في الجزائر ذات جدوى إيجابية عالية في سوق مندمجة في العمل العربي المشترك، وهو العنصر الأساسي الذي تؤكد الحركية الاقتصادية اليوم إذ سيرفع حجم التدفقات الاستثمارية الأجنبية وخاصة العربية منها.

فالجزائر تقوم بجهود عديدة للتعريف بفرص الاستثمار والشراكة المتاحة فيها، ولهذا الغرض أعدت برنامجا ترويجيا اتجاه البلدان العربية لاستقطاب الاستثمارات على المدى القصير من خلال العمليات التالية:

- تنظيم معرض دولي للسياحة والأسفار.
- المشاركة في أهم المهرجانات و التظاهرات السياحية المنظمة في مختلف الدول العربية.
- تنظيم أسابيع إعلامية للسياحة في البلدان العربية.

- تفعيل اتفاقيات التعاون الموقع عليها مع بعض البلدان العربية والعمل على إبرام اتفاقيات أخرى مع البلدان المتبقية.

2.3.2.3.2.4. الاستثمارات الأجنبية الأخرى

إن المتاحات السياحية التي تتمتع بها الجزائر والتسهيلات الممنوحة للاستثمار فيها وعودة الاستقرار الأمني مجالات واسعة للمستثمر الأجنبي الأوروبي الذي يريد تحقيق ربح، فظهرت شركات ومجموعات عالمية تود الاستثمار فيها، ومن بين أهم هذه الاستثمارات ما يلي:

* مجموعة أكور الفرنسية: أنشئت شركة مختلطة "سياحة" مكونة من مجموعة مهري والمجموعة الدولية أكور، وتم الاتفاق على انجاز 36 فندق فئة ثلاث وأربع نجوم بالجزائر تخلق حوالي 1500 منصب شغل مباشر خلال العشر سنوات المقبلة، وهي موزعة على مدن عديدة ذات التدفق السياحي الكبير، منها 3 فنادق في مرحلة أولى تقام بالعاصمة ومركب فندقي آخر بقسنطينة ثم وهران وعنابة وتليها مدن أخرى هامة في الجنوب الجزائري، ويهدف إنجاز هذه الفنادق إلى ترقية النشاط السياحي في الجزائر وتوسيع نشاط المجموعة الفرنسية الدولية أكور [99] ص 11.

وقد تقرر انجاز هذه الفنادق على مراحل حيث ستمكن المجموعة من الحصول على أكبر سلسلة للفنادق في الجزائر، ولقد سطر برنامج لبناء حوالي 3600 غرفة تسير تحت علامة "ابيس، نوفاتيل" التابعة للمجموعة الدولية أكور، وتتجسد هذه الهياكل في مدة لا تتعدى ثلاث سنوات عبر ثلاث مراحل يتم في كل شطر انجاز 1200 غرفة، وقدمت هذه الشركة دراسة كاملة للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار مرفقة بطلب الاستفادة من مزايا الاستثمار وتنتظر موافقة المجلس الوطني للاستثمار، وسيتم البداية في انجاز ثمانية فنادق بـ6 ولايات قبل ديسمبر 2005 والانطلاق بمشروع قسنطينة، بقيمة إجمالية تصل إلى 20 مليار دج يتم تمويلها عن طريق قرض بنسبة 60% و40% عبارة عن التمويل الخاص حيث يمول البنك كل مشروع على حدة، كما أبدى البنك الأوروبي للتنمية اهتماما بذلك وتتم المشاورات ليشارك في مرحلة معينة في رأسمالها.

* مجموعة Cursach Ocio الاسبانية: اقتراح مشروع بمنطقة التوسع السياحي زرالدة على مساحة 30 هكتار بقيمة 35 مليون دج.

* الشركة الإيطالية Uniger: اقتراح انجاز مدينة سياحية خارج ولاية الجزائر.

كما أن هناك سلسلة فنادق فورسيسنز وراما الأمريكيتين تهتم بانجاز فنادق مصنفة بـ5 و4 نجوم، إذ تم إيفاد فريق في ماي 2005 إلى الجزائر لاستكشاف السوق الجزائري وفرص الاستثمار في قطاع السياحة وبإمكان هذه العلامات أن تضيف الكثير في تقنيات التسيير وتحسين الخدمة.

3.3.2.3.2.4. الاستثمارات الوطنية

من بين أهم الملفات التي تم دراستها في اجتماعات اللجنة الوزارية المكلفة بدراسة ملفات مشاريع الاستثمار: [94]

* مجموعة حداد: تقوم المجموعة بطلب انجاز مشروعين يتمثلان في:

- مشروع قرية سياحية بمنطقة التوسع السياحي العقيد عباس (تيازة) بقيمة 7 مليار دج، وطاقة إيواء تفوق 1300 سرير على مساحة تقدر بـ54.78 هكتار.
- مشروع قرية سياحية بمنطقة التوسع السياحي أزفون (تيزي وزو) بقيمة 1.36 مليار دج، بطاقة إيواء تقدر بـ775 سرير وعلى مساحة 26 هكتار.

* مؤسسة بامل (Pamel): مشروع قرية سياحية بمنطقة التوسع السياحي مرسى الحجاج (وهران) بقيمة 60 مليار دج على مساحة 148 هكتار، يتكون المشروع من فندق 5 نجوم، 3 فنادق 4 نجوم وفندق 3 نجوم إضافة إلى تجهيزات أخرى، سيساهم في خلق 5500 منصب شغل مباشر و8900 منصب شغل غير مباشر.

* مجموعة كحول: مشروع قرية سياحية بمنطقة التوسع السياحي عين طاية (الجزائر) على مساحة 800 هكتار، بطاقة إيواء تفوق 500 سرير.

* مشروع تارزوت عبد القادر: مشروع قرية سياحية بمنطقة التوسع السياحي زرالدة غرب بقيمة 60 مليون دولار أمريكي، تقدر طاقتها الإيوائية بحوالي 700 سرير وعلى مساحة 10 هكتار، وتوفر حوالي 700 منصب شغل مباشر.

* شركة CarthagoTrading: مشروع مركب للمعالجة بمياه البحر بمنطقة التوسع السياحي تيازة بقيمة 2 مليار دج وبطاقة إيواء تقدر بـ400 سرير، على مساحة 6 هكتار ويوفر حوالي 395 منصب شغل.

* مشروع بوفراش عبد القادر: مشروع مركب سياحي بمنطقة التوسع السياحي القادوس (الجزائر) بطاقة إيواء تقدر بـ1200 سرير، وبقيمة 2 مليار دج على مساحة 12 هكتار ويوفر حوالي 400 منصب شغل.

من خلال هذا العرض نصل إلى أن هناك اهتماما بالاستثمار السياحي من طرف المستثمرين الوطنيين والأجانب تجسد من خلال عدد المشاريع التي هي في طور الإنجاز وفي طلبات الاستثمار، إلا أن هذه المشاريع تتعرض لمشاكل تعيق سيرها أهمها: المشكل العقاري، المشاكل المرتبطة بالتمويل، ومن أجل ضمان نجاح السياسة السياحية الحالية ورفع هذه المشاكل قامت الحكومة بتدعيمها بمجموعة من الإجراءات والتدابير تهدف إلى إيجاد حلول لها.

3.4. التنمية السياحية وأفاقها

تمتلك الجزائر طاقات ومؤهلات هامة في المجال السياحي تسمح لها بتحقيق تنمية سياحية فعالة، إذ سطرت أهداف وإستراتيجيات تهدف إلى إنعاش القطاع وجعله يتلاءم مع المعطيات الجديدة للاقتصاد العالمي، ومن أجل ترقية وتطوير السياحة في الجزائر لابد من تدعيم المؤهلات والقدرات الموجودة والالتزام بإعداد وتطبيق الإجراءات التي من شأنها أن تدخل التكييفات والتحويلات القطاعية ذات الطابع التأسيسي والاقتصادي والاجتماعي قصد خلق روح المنافسة وتحسين نجاعة القطاع، لتمكينه من مواكبة التحولات التي تعرفها السياحة ولا يكون ذلك إلا بدراسة وتحليل تجارب البلدان السياحية والأخذ عنها أهم الإجراءات التي تتخذها في هذا المجال، بالإضافة إلى التركيز على أبعاد القطاع ودوره الحالي في العالم من جراء العولمة وتبعاتها.

1.3.4. تدابير الدعم لتنمية القطاع السياحي

إن التدابير المقترحة لتنفيذ برنامج ترقية القطاع السياحي في الجزائر تأخذ بعين الاعتبار السياق الحالي الذي بمقتضاه لا تتعهد الدولة بأي عقد استثمار اقتصادي وتجاري، غير أن تدخلها يبقى ضروريا لنجاح هذا البرنامج وذلك من خلال توفير التدابير المختلفة لتحسين أداء القطاع.

1.1.3.4. تدابير دعم التكوين

يعتبر التكوين عنصرا محوريا للخدمات لهذا تمنح الوزارة اهتماما خاصا لإعادة الاعتبار للموارد البشرية، إذ يحتاج القطاع إلى أكبر عدد من الإطارات ذات كفاءات عالية وإلى اليد العاملة

المؤهلة، حيث تم اتخاذ عددا من التدابير لضمان تكوين ملائم كما ونوعا وفق متطلبات السوق، من أهمها ما يلي: [58] ص 23

- إعادة النظر في البرامج التكوينية خلال سنة 2004-2005 لغرض تكييفها مع تطور الاحتياجات والتقنيات الحديثة لتسيير النشاط والخدمات السياحية، باقتناء دعائم بيداغوجية عصرية وإعادة تأهيل سلك الأساتذة.

- تأسيس شهادة بكالوريا تقنية في السياحة قصد ضمان توفير مهنيين ومتخصصين ومسيرين في الميدان، وفي هذا الشأن فإن حاجيات التكوين في آفاق 2013 تقارب 17000 عنصرا من مختلف المستويات.

- تشجيع فتح شعب جديدة مختصة في الاقتصاد السياحي بالجامعات مع توسيعه إلى ما بعد التدرج.

- مواصلة إدماج مهن السياحة في النظام الوطني للتكوين المهني والتربية الوطنية.

- الحث على إنشاء مراكز جديدة للتكوين لمواجهة الطلب المتوقع نتيجة تنمية وتطور القطاع خاصة في مجالات فن الطبخ التقليدي والسياحة البيئية والصحية والثقافية والدينية.

- البحث عن مقر دائم للمدرسة الوطنية العليا للسياحة (ENST) الكائن مقرها مؤقتا بفندق الأوراسي، حيث أن موقعها الحالي لا يستجيب للانشغالات البيداغوجية للقطاع (طاقة استيعاب غير كافية، كلفة مرتفعة للتكوين، قاعات بيداغوجية غير ملائمة، استقلالية محدودة في التسيير،... الخ).

- تشجيع إنشاء معاهد خاصة للتكوين عن طريق إجراءات تحفيزية جبائية وجمركية من خلال برامج الدعم والترقية.

- إعداد برنامج للتبادل وتحسين المستوى مع معاهد دولية متخصصة في التكوين وذلك من خلال استغلال فرص التعاون الثنائي والمتعدد مع البلدان العربية والغربية.

2.1.3.4. تدابير دعم النوعية

يشكل تدهور نوعية الخدمات اليوم إحدى نقاط الضعف الكبيرة للسياحة في الجزائر، لهذا السبب وجب الاهتمام بهذا الجانب ومنحه عناية خاصة من طرف السلطات العمومية، كما يجب أن تجد العلاقات ما بين القطاعات للنشاطات السياحية مفهومها الكامل باعتبار النشاط السياحي نشاطا شاملا، يتعلق الأمر على هذا المستوى ببرنامج عمل يعرض للدراسة من طرف المجلس الوطني للسياحة وأهم الأعمال المقترحة لتحسين النوعية في هذا المجال ما يلي: [58] ص 25

- مواصلة عمليات التقييس والتنظيم ومراقبة النشاطات والمهن في قطاع السياحة من خلال تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية التي تحكم تلك النشاطات والمهن.

- توعية المتعاملين بالجوء إلى نظام منح شهادات النوعية المعتمد في العالم والمعمول بها في ميدان السياحة المستدامة.
- تحسين محيط السياحة من خلال التطبيق الصارم للإجراءات والقواعد المتعلقة بالنظافة العمومية، حماية الصحة، حماية المستهلك، حماية الموارد الطبيعية والتراث الثقافي، أمن الأشخاص والممتلكات، تسهيل الإجراءات الإدارية للدخول إلى الجزائر وتنقل السياح.
- فتح مكاتب صرف دائمة بالتشاور مع القطاع البنكي على مستوى الموانئ، المطارات، مراكز الحدود والفنادق المصنفة والشوارع الرئيسية للمدن السياحية وذلك حتى في أيام نهاية الأسبوع.
- تطبيق إجراءات تهدف إلى تعميم نظام الدفع ببطاقة القرض.
- تكييف النقل مع الطلب السياحي مع الأخذ بعين الاعتبار توقعات التدفقات السياحية عن طريق تحفيزات جبائية وتنظيمية تقود إلى:

- * تحسين الخدمات الموجهة إلى السياح من خلال مختلف طرق النقل البري والبحري والجوي.
- * فتح خطوط جوية مباشرة باتجاه الأقطاب السياحية من البلدان الرئيسية الموفدة للسياح.
- * تكثيف الشبكة الداخلية لربط مختلف الأقطاب والمدن السياحية خاصة مدن الجنوب.
- * تشجيع شركات النقل الجوي على اعتماد سياسة رحلات من نوع " شارتر " كوسيلة محبذة للترقية والرفع من نسبة التدفقات السياحية، أي تطبيق أسعار منخفضة عندما يتعلق الأمر بأفواج سياحية مثلما هو معمول به لدى أغلبية الشركات الدولية للنقل الجوي، فمثلا تذكرة الرحلة بين باريس-تمنراست أعلى من الرحلة التي تربط باريس-نيويورك مع وجود عدة خيارات وعروض في الثانية.
- * تكثيف خطوط نقل بحرية في البحر الأبيض المتوسط باتجاه الدول الكبرى الموفدة.
- * تحديد سياسة تعريفية ترويجية وتنافسية.

3.1.3.4. تدابير دعم الترويج السياحي

تعتبر وظيفة الترويج من الوظائف الإستراتيجية التي لا بد من أن تسخر لها كل الجهود المبذولة على جميع مستويات الإنتاج السياحي، ويجب أن تدعم وتتواصل من خلال المبادرة بالأعمال التالية: [58] ص 26

1.3.1.3.4. إعادة تنظيم وتقوية أداة الترويج السياحي

في هذا الباب لا بد من تدعيم الديوان الوطني للسياحة (ONT) على الصعيد التنظيمي ونظامه الداخلي، بما يسمح له بالقيام بصفة فعالة بالمهام الموكلة له، ويتمثل ذلك من خلال:

- دعم الديوان بهيئات جهوية على مستوى الأقطاب السياحية الكبرى في الجزائر.
- فتح ممثلات في أهم الأسواق الموفدة للسواح كفرنسا، ألمانيا وإيطاليا كما يستهدف هذا التنظيم الأسواق العربية في الشرق الأوسط والمغرب العربي.
- إمداد الديوان بالموارد اللازمة حتى يتمكن من التكفل بكل مهامه الترقية، أي إعداد دراسة السوق، المشاركة الفعالة في أكبر الصالونات الدولية وإعداد دعائم وبرامج إعلامية حول المقاصد السياحية وفرص الاستثمار في القطاع السياحي.
- إيجاد ديناميكية جديدة في كيفية تعامل الديوان الوطني للسياحة مع الوكالات الأجنبية وإحداث علاقات دائمة معهم من جهة، ومساعدة المتعاملين الجزائريين في اتصالاتهم مع شركات أجنبية من جهة أخرى.
- وسيعرف النظام الأساسي للديوان إعادة النظر فيه لجعله أكثر توافقا مع التدابير التشريعية والقانونية الصادرة خلال سنة 2003.

2.3.1.3.4. إعداد مخططات الاتصال المؤسستي

تهدف الأعمال المتوقعة على هذا المستوى إلى إحداث قطيعة مع المناهج الظرفية المعمول بها إلى يومنا هذا، وذلك بغرض إدراج الترويج في إطاره الزمني وبأهداف محددة تهدف وبصفة خاصة إلى إعادة بناء وتحسين الصورة السياحية للجزائر، من خلال إعداد وتنفيذ مخططات الاتصال المؤسستي بالأخص نحو البلدان الموفدة للسياح والأسواق الفعلية [58] 27.

وينبغي تمييز هذه المهمة عن الوظيفة الإشهارية التي تؤول إلى المتعاملين الاقتصاديين والمستفيدين من التدييمات المتعددة في البلدان السياحية، حيث تبقى إلى يومنا هذا مهمة نسبيا وضعيفة المغزى، ويفسر هذا بتجاهل الإمكانيات السياحية الثقافية والطبيعية التي تتوفر عليها البلاد فضلا عن فرص الاستثمار والتسويق التي تعرضها، إن مخططات الاتصال التي ينبغي أن تكون في المستقبل قوية وحتى هجومية ترمي إلى سد هذا العجز ويجب أن تعتمد على المؤسسات الوطنية والدولية المتخصصة والتي تشمل ما يلي:

- اعتماد تقنيات الاتصال الحديثة وتعميمها.
- إعداد دعائم مكتوبة وسمعية بصرية واستعمال التقنيات الحديثة للتصميم والانجاز والطبع.
- انجاز ونشر تحقيقات في المنشورات وقنوات التلفزة.
- تنظيم رحلات استكشافية وأسفار إعلامية على مستوى الأقطاب السياحية وفي المناطق التي يراد ترقية لفائدة الصحافة المتخصصة وصانعي الأسفار.

- تنظيم مواسم ثقافية ذات بعد دولي على مستوى المواقع السياحية (استعراضات "أصوات وأضواء" في الهقار، مهرجان تيمقاد...) من أجل خلق تنشيط دائم ومتواصل على مدار السنة.

3.3.1.3.4. إعداد دراسة الأسواق

تعود نتائج أداء البلدان السياحية إلى التحليل ودراسات الأسواق التي هي عملية مهمة في بلادنا يجب أن تجد مكانتها الطبيعية في البرامج المقبلة للترويج والتسويق، وينبغي أن تمتد أيضا لتشمل الاستثمار والشراكة لتحقيق التدفقات والإيرادات السياحية ومناصب الشغل السياحي.

ويتم إعداد دراسات السوق السياحية من خلال:

- المعرفة الجيدة للإمكانيات السياحية والثقافية في الجزائر.
- معرفة السوق السياحية العالمية وتطوراتها.
- معرفة المنافسة في الميدان السياحي.

4.3.1.3.4. إشراك الحركة الجمعوية والمنظمات المهنية في الترويج السياحي

إن إشراك الحركة الجمعوية في توعية السكان حول الانعكاسات الإيجابية للنشاط السياحي على الصعيدين المحلي والدولي يهدف إلى إنشاء ثقافة سياحية لديهم وإحداث وعي سياحي لدى مختلف فئات المجتمع، لهذا يجب أن تؤدي الحركة الجمعوية دورا أساسيا في الترويج والمحافظة على القيم التقليدية وحماية المناطق والمواقع السياحية والأثرية والطبيعية.

وترتكز الأعمال المقترحة في هذا المجال على ما يلي: [58] ص 29

- تشجيع بروز جمعيات نشيطة وتمثيلية.
- منح الجمعيات مساعدات وإعانات ضرورية لاستكمال مهامها على أساس دفا تر الشروط تحدد مهامها الحقيقية للمرافق العمومية.

أما بالنسبة للمنظمات المهنية فيتعين عليها أن تشكل قوة اقتراح فعلية ومشاركة إزاء السلطات العمومية من أجل الارتقاء بالسياحة الجزائرية إلى المكانة التي تستحقها، وأن تسهر بدورها على النشاطات وتعزيز الاحترافية عن طريق الميثاق العالمي لأخلاقيات المهنة السياحية.

5.3.1.3.4. تكثيف مشاركة القطاع في المعارض المتخصصة في الخارج و تدعيم

التظاهرات الترويجية المنظمة في الجزائر

إن مشاركة الجزائر في المعارض والتظاهرات المتخصصة في الخارج ينبغي أن تتوجه إلى البلدان الموفدة للسياح وأن تنجز على أساس دراسات الأسواق، إذ يقترح في المرحلة الأولى تكثيف مشاركة الجزائر في معارض السياحة المنظمة في البلدان الأوروبية خاصة فرنسا، إسبانيا، ألمانيا، بلجيكا وهولندا، وفي المرحلة الثانية التوجه بالمشاركة الجزائرية إلى الأسواق الإنجليزية والروسية والدول الاسكندنافية [58] ص30.

يجب أن تكون المشاركة الجزائرية في هذه التظاهرات هجومية ومدعمة ببرنامج إعلام واتصال متعدد السنوات، وعلاوة على هدف إدماج البلد في الدورات التجارية الدولية للسياحة فإن حضور الجزائر في الخارج يجب أن يهدف إلى جلب رؤوس الأموال للاستثمار والشراكة في القطاع، ويقترح أيضا توسيع المشاركة في التظاهرات الرئيسية المنظمة في بلدان الخليج التي عرفت استثماراتها في الخارج تطورا متميزا خلال العشرية الأخيرة.

وفيما يتعلق بالتظاهرات على المستوى الداخلي، ينبغي تركيز العمل الترويجي على إعادة الاعتبار للأعياد المحلية والتقليدية لتأسيس المناطق والمواقع التي تحتضنها كمقاصد سياحية خصوصية وذات نوعية، من جهة أخرى فإن عملية الترويج وتحسين الصورة السياحية للبلاد يجب أن تجد سندا مباشرا وفعالا لدى ممثلياتنا الدبلوماسية بالخارج.

وفي هذا الصدد تم تنظيم مهرجان بتمنراست في الفترة الممتدة بين 29 ديسمبر 2004 إلى غاية 01 جانفي 2005، يهدف لجعل المنتج السياحي بمنطقتي الهقار والطاسيلي اللتين تمتلكان إمكانيات سياحية ذات سمعة عالمية فريدة من نوعها، القاطرة والمحرك للسياحة الصحراوية التي تميز باقي مناطق جنوب الوطن مثل توات، القورارة، الواحات، الساورة، وادي ميزاب وغيرها.

وسعت الوزارة من خلال تنظيمه إلى تأسيس المهرجان كحدث سياحي سنوي على غرار المهرجانات الدولية الترويجية الكبرى في العالم، من أجل إدماج المنتج السياحي الصحراوي في سوق السياحة الدولية وترقية المنتوجات السياحية الدولية وإعادة بعث النشاطات السياحية في ولايات الجنوب كما يمثل تنظيم هذه التظاهرة مناسبة للتعريف بفرص الاستثمار والشراكة فيها، والعمل على

تحسيس السكان المحليين والمتعاملين السياحيين بأهمية إبراز هذا المنتج وتثمين التراث المتنوع الذي تزخر به المنطقة.

ولقد شهد الحدث برنامجا ثريا ومتنوعا نشطه قرابة 1600 مؤطر في مجالات فنية، ثقافية، رياضية واستعراضية مختلفة تبرز ثراء المناطق الصحراوية التي تمثلها 14 ولاية وعرفت هذه التظاهرة حضور شخصيات عالمية ومتعاملين ومهنيين ورجال إعلام جزائريين ودوليين، وغطي الحدث من قبل أكثر من 140 صحفي حوالي 60 صحفي يمثلون عدة دول مثل: إسبانيا، إنجلترا، إيطاليا، فرنسا، وم.أ، الإمارات العربية المتحدة، المملكة العربية السعودية، لبنان وغيرها [99] ص20، وهذا ما يكون له أثر إيجابي على صورة الجزائر بصفة عامة وعلى المقصد السياحي الصحراوي بصفة خاصة، كما حضر فعاليات هذا الحدث عدد هام من رجال الأعمال من عدة دول.

ويتمثل الحدث الترويجي الثاني في الصالون الدولي للسياحة والأسفار في طبعته السابعة في الفترة الممتدة بين 16-20 ماي سنة 2005 حيث ولأول مرة في تاريخ الجزائر تنعقد تظاهرة سياحية بحجم هذا الصالون، عرف مشاركة 300 عارض بين وطنيين وأجانب من 21 دولة منهم 15 دولة أوروبية، 11 دولة عربية وثلاث دول آسيوية بالإضافة إلى 180 صحفي وطني وأجنبي يمثلون مختلف المؤسسات الإعلامية والقنوات العامة والمتخصصة في السياحة، ووفد هام من رجال الأعمال والمستثمرين الدوليين.

لقد فرض هذا الصالون نفسه كموعد لا يستغني عنه المتعاملون حيث أصبح مقصدا للآلاف من الزوار الباحثين على معطيات متعلقة بالعرض السياحي الداخلي والخارجي، ويهدف إلى تكثيف التدفقات السياحية وترقية فرص الاستثمار في السياحة كواجهة حقيقية لتثمين المنتوجات السياحية من جهة، وكإطار فعال للتعامل وفضاء لتبادل التجارب والتفكير في مواضيع حالية ذات بعد وطني ودولي من جهة أخرى [100] ص6.

4.1.3.4. إجراءات دعم تأطير النشاطات السياحية على المستوى المحلي

إن التنظيم الجديد للإدارة المركزية المكلفة بالسياحة والمصالح الخارجية يجب أن يمتد إلى تعزيزه على الصعيد البشري والمادي، وبعبارة أخرى فإن الدور المحوري للمصالح الخارجية اللامركزية في تنفيذ ومتابعة برنامج إنعاش القطاع يتطلب إجراءات الدعم التالية: [58] ص31

- إنجاز مقرات لمديريات السياحة حيث أن معظمها يعمل اليوم في ظروف مادية لا تتماشى مع المهام الموكلة إليها، لاسيما في مجال مراقبة النوعية وتصنيف المؤسسات الفندقية ومتابعة نشاطات وكالات السياحة والأسفار ودعم الاستثمار.

- تزويد هذه الهياكل بوسائل النقل وتجهيزات الإعلام الآلي.

- تعزيز سلك مفتشي السياحة المحدث على المستوى المحلي بإنشاء "سلك الشرطة السياحية" بالتنسيق مع وزارة الداخلية والجماعات المحلية، هذا السلك الذي سيكلف بالمحافظة على المواقع السياحية الثقافية والطبيعية والسهر على طمأنينة السياح.

- يبقى ضروريا أن يستفيد عناصر هذا السلك من تكوين تكميلي في السياحة.

2.3.4. الآفاق المستقبلية للتنمية السياحية

أكدت جميع الدراسات المتخصصة التي قامت بها أكبر مكاتب الدراسات الأجنبية أن السياحة من القطاعات ذات النمو الواعد والكبير، حيث أثبتت أنها ستأخذ القدر الأكبر من النشاط الاقتصادي العالمي في غضون السنوات العشر المقبلة، وتعد السياحة من العوامل المتسارعة نحو العولمة وأيضا عامل تنمية محلية إذ يدمج البعد الإنساني ويضمن تحول هادئ نحو الحداثة.

1.2.3.4. العولمة والسياحة الدولية

لقد تأثر قطاع الخدمات من جراء عولمة أسواق الرحلات خاصة قطاع السياحة الدولية حيث أصبحت تحتل الصدارة في نشاطات التصدير عبر العالم بنسبة تفوق 10%، وهذا ما دفع بالمتعاملين في هذا المجال إلى البحث عن أفضل السبل لتحقيق الجودة والسعر التنافسي وبالتالي مردودية أكبر وتنوع للمنتجات السياحية التي تتماشى وحاجات السوق المحددة، ولذلك كان من واجب المستثمرين تطوير هذا الفرع من النشاط الذي أصبح صناعة حقيقية تعرف نموا متسارعا.

وأمام هذه الوضعية يتعين على الجزائر وضع سياسة لتحرير قطاعها السياحي لتمكين المتعاملين العموميين والخواص من التكيف مع عراقيل اقتصاد السوق القائم على التنافس، وتكوين رؤية وطنية للتنمية على المدى المتوسط والتي يجب أن تركز على تخلي الدولة عن الاستثمار، وتشجيع القطاع الخاص حتى يكون عاملا مؤمنا للمستثمرين الوطنيين والأجانب خاصة، كما أن الاتجاهات العالمية والإقليمية تبين إعادة توزيع جديد للسياح الأجانب باتجاه بلدان مستقبلية جديدة حسب المنظمة العالمية للسياحة كبلدان شرق آسيا والمحيط الهادي والشرق الأوسط وإفريقيا.

بادرت الجزائر أمام هذا التحول الجديد في الاقتصاد العالمي وما تفرزه العولمة إلى خلق جو ملائم من خلال إقامة المهرجانات والصالونات العالمية حتى تجد لها مكانة في عولمة السياحة ففي شهر ماي 2005 أقيمت الدورة السابعة للصالون الدولي للسياحة، الذي أصبح مع مرور السنين حدثا منتظرا ثريا بالألوان وموعدا يصعب الاستغناء عنه يجمع كل سنة محترفي السياحة والأسفار الذين يحضرون لعرض خبراتهم ومنتجاتهم وكذا الصعوبات التي يواجهونها في هذا القطاع.

إن الجهود التي بذلها القطاع في هذه النشاطات الترقية ساهمت كثيرا في تحسين الصورة السياحية وإقناع المهنيين والمتعاملين بتسجيل مقصد الجزائر ضمن خدماتهم، وقد كان لذلك أثار ايجابية كما تدل على ذلك العودة التدريجية للسياح لبلادنا خاصة في مناطق أقصى الجنوب، إن هذا التحسن يعكسه اليوم العدد المرتفع للمشاركين في صالون هذه السنة الذي عرف صدى دوليا كبيرا إذ شارك فيه 300 عارض وطنيين وأجانب من إحدى وعشرين دولة، إن المشاركة الدولية النوعية في هذا الصالون تؤكد وتعبر عن ثقة الشركاء في مقصد سياحي واعد و بديل، يكتسب من القدرات ما يؤهله لتلبية الطلب الداخلي وطلب الأسواق العالمية للأسفار مهما كانت طبيعة وميولات المستهلكين.

و لقد عبر السيد "Thomas Helder"* أن الجزائر من بين الدول التي سجلت نموا ملحوظا في السياحة، فحسب إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة لسنة 2004، حققت الجزائر نموا يقدر بـ18% في عدد السواح خلال السنتين الأخيرتين و هو رقم قياسي قليل التحقيق الأول في إفريقيا وهذا ما يسمح للمنظمة بالتنقل اتجاه الجزائر [95] ص2، والسوق السياحي يتأثر بما يحصل في العالم فمناقصي الجزائر لا يتمثلون فقط في دول شمال إفريقيا وإنما أصبح لها منافسون في آسيا وأوروبا والأمريكتين فالسياحة تعتمد على الاستقرار والأمن والسلام، ويهدف هذا الموعد الذي أصبح تظاهرة سياحية في حوض البحر الأبيض المتوسط إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ترقية المقصد السياحي الجزائري.
- توفير فضاءات للاتصالات ومبادلات و نسج علاقات أعمال.
- تنمية القدرات الثقافية والحرفية.
- التعريف بفرص الاستثمار والشراكة في قطاع السياحة.
- إعلام الجمهور حول العرض المتاح في مجال المنتجات والخدمات السياحية.

وحسب المنظمة العالمية للسياحة هناك اتجاهات جديدة ترسم في مطلع هذه الألفية منها:

- منافسة حادة.
- تحسيس متزايد بآثار السياحة على البيئة.
- مستهلكون أكثر وعيا و تشددا.
- مكانة هامة للمؤسسات المتعددة الجنسيات (العولمة).
- عدم نجاعة المنشآت القاعدية والتجهيز.
- أهمية الموارد البشرية في مجال متطلبات التربية والتكوين.

ولمواجهة هذه التحديات تقترح المنظمة العالمية للسياحة الإجراءات التالية: [24] ص 51

- إنشاء موارد وخدمات جديدة.
- إشراك الجماعات المحلية في التنظيم والاستغلال.
- إقامة شراكة بين الإدارة والمستثمرين والاستثمار في مجال البيئة.
- إبعاد المتعاملين غير المحترفين.
- تحسين العلاقة بين المضيف والسائح.
- تطوير وترقية المنتج السياحي والترويج له.

وحسب رأي الخبراء فإن السياحة هي القطاع الوحيد الذي يمكن من خلاله منافسة الدول المتقدمة لأنه لا يحتاج إلى تقنيات متطورة كالقطاعات الأخرى، لذلك ظهر هذا الاهتمام من طرف الدول النامية كما أنه يوفر مناصب عمل بشكل مذهل نظرا للطلب المتزايد للسياح على الخدمات الخاصة، ولا تزال مشاكل التكوين والمنظومة التربوية عامة قائمة للوصول إلى تحقيق تنمية سياحية.

إن الرغبات والآفاق في تنمية قطاع السياحة سيكون لها آثار متعددة ومباشرة على عدة جوانب لاسيما خلق مناصب الشغل، إن وجهة الجزائر التي تعد واعدة وفريدة من نوعها بعد تحسين واستعادة صورتها على الساحة الدولية واندماجها التدريجي ضمن الأسواق الدولية المتخصصة أمر غير كاف لإفتركاك حصة الجزائر من بين عمالقة السياحة في السوق الدولية ذات المنافسة الحادة، لذلك يؤدي الديوان الوطني للسياحة الدور الريادي في ترقية وتثمين المنتج السياحي والترويج له عبر نشاطات مكثفة ومدروسة، سواء من خلال عملة على مدار السنة أو ضمن مشاركته في أكبر التجمعات والأسواق الدولية ببرنامج اتصال يعمل على تفعيل الرغبة في طرح حب استكشاف الجزائر بكافة مكوناتها وأبعادها، ويتعدى عمله إلى جلب المستثمرين وليس السياح فقط.

2.2.3.4. السياحة والتنمية المستدامة

يؤكد خبراء السياحة أنه لا يمكن أن تشكل عاملا من عوامل التنمية إلا إذا سعت إلى تحقيق تنمية مستدامة أي تثنين كل التراث بمختلف أشكاله، فالتطور السياحي يستند على معايير دائمة لا يؤثر على البيئة على المدى البعيد وأن يكون ناجعا اقتصاديا وعادلا بين السكان المحليين من الناحية الأخلاقية والاجتماعية، وأدت الندوة العالمية للسياحة المستدامة المنعقدة بإسبانيا في سنة 1995 إلى وضع ميثاق خاص بها والذي يكون مرجعا أساسيا للمهتمين بقضايا السياحة، وتضمن مجموعة من المبادئ تتعلق بالسياحة المستدامة نذكر منها: [24] ص 57

* يجب أن تقوم التنمية المستدامة على معايير الديمومة والاستمرارية وتؤدي إلى تحقيق نتائج يتقبلها المجتمع على المدى الطويل وذلك على المستوى الإيكولوجي والأخلاقي والاجتماعي والاقتصادي، فالتنمية المستدامة هي عملية منظمة ترمي إلى تسيير شامل للموارد من أجل ضمان الاستمرارية وفي نفس الوقت الحفاظ على رأس المال الطبيعي والثقافي بما فيه المناطق المحمية.

* يجب أن تساهم السياحة في التنمية المستدامة من خلال الاندماج في المحيط الطبيعي والثقافي والإنساني، كما يجب عليها مراعاة التوازنات السريعة الزوال التي تميز بعض الوجهات السياحية وبالخصوص الجزر الصغيرة والمناطق الطبيعية الهشة، ويجب أن يكون تأثير الأنشطة السياحية على الموارد الطبيعية وعلى التنوع الحيواني والنباتي تأثيرا مقبولا.

* من أجل المساهمة في التنمية المستدامة يجب أن تركز السياحة على الفرص والإمكانيات التي يوفرها الاقتصاد المحلي والاندماج معه.

* يجب الأخذ بعين الاعتبار الآثار التي تخلفها الأنشطة السياحية على الإرث الثقافي وعادات وتقاليد المجتمعات، وبالتالي فإن الاعتراف بحق المجتمع في الحفاظ على ثقافته وهويته ومصالحه يجب أن يشكل المرجع الأساسي عند إعداد الاستراتيجيات السياحية خاصة في الدول النامية.

* حتى تساهم السياحة بشكل فعال في تحقيق التنمية المستدامة يتطلب الأمر وبالضرورة تضامن ومشاركة كل المتعاملين في القطاع السياحي الخواص والعموميين الذين لهم علاقة بعملية التنمية، ويجب أن تركز هذه العملية على ميكانيزمات فعالة للشراكة في مختلف المستويات (محلية، وطنية، جهوية ودولية).

* إن صيانة وحماية وتثمين الإرث الطبيعي والثقافي توفر إطارا محفزا للشراكة هذه الحقيقة تفرض على المسؤولين رفع التحدي المتمثل في التجديد والإبداع الثقافي والتكنولوجي والمهني، وتركيز مجهوداتهم لخلق ووضع حيز التنفيذ وسائل التخطيط والتسيير بشكل متناسق.

* تهدف معايير النوعية إلى الحفاظ على الوجهة السياحية وإرضاء السواح، ويتم تحديدها بطريقة تتناسب مع السكان المحليين والاتصال بهم كما تركز على مبادئ التنمية المستدامة ويجب اعتبارها أهدافاً ذات أولوية عند إعداد الاستراتيجيات والمشاريع السياحية.

* إن الحكومات والسلطات المعنية يجب عليها تأطير عمليات التخطيط للتنمية السياحية بالاشتراك مع المؤسسات والمنظمات الوطنية والسكان المحليين للمساهمة في التنمية المستدامة.

* إن تنمية أنواع جديدة من السياحة واحترام مبادئ التنمية المستدامة، إضافة إلى تنويع المنتجات السياحية تشكل عوامل للاستقرار على المدى المتوسط والطويل.

* يجب على السلطات والهيئات التي لها علاقة بالسياحة أن تساهم في تشجيع وخلق شبكات للبحث وبحث المعلومات وتحويل المعارف والتكنولوجيا المرتبطة بالسياحة المستدامة، كما أن تحديد سياسة تنمية سياحية مستدامة يفرض عليها دعم وترقية نظام تسيير سياحي منسجم مع البيئة.

إن ميثاق السياحة المستدامة يدعو الدول السياحية إلى ضرورة وضع برامج من أجل التنمية المستدامة للسياحة ويؤكد على ضرورة احترام المبادئ السالفة الذكر لضمان نجاح العملية، وهو يستمد أحكامه من بيان مانتيلا الصادر سنة 1980 الذي يتضمن التصريحات التالية: [24] ص 57

- تتكون الموارد السياحية التي تزخر بها الدول من المساحات والمنتجات والقيم وهي موارد يجب مراقبة استعمالها تفادياً لتدهورها وإتلافها، إن تلبية حاجات السياحة لا يجب أن تمس بالمصالح الاجتماعية والاقتصادية لسكان المناطق التاريخية والثقافية فكل هذه الموارد ملك للبشرية.

- إن العناصر الروحية ينبغي أن تنصدر العناصر التقنية المادية في ميدان السياحة من بينها التفتح الكامل للفرد واحترام هويته، التأكيد على أصالة الثقافات واحترام المبادئ الأخلاقية للشعوب.

أخذت الجزائر بأحكام هذا الميثاق في برنامجها لتنمية السياحة فمخطو التنمية السياحية والمتعاملين في القطاع يسعون إلى تحقيق مردودية عالية للنشاط السياحي مع ضرورة الحفاظ على المواقع السياحية الهشة، فالتنمية المستدامة للسياحة تساهم بصفة فعالة في الحفاظ على التراث الثقافي وتحسين مستوى معيشة المواطنين، وكذا بروز ثقافة تحترم الطبيعة ويجب أن تركز سياسات التنمية على خصوصيات المناطق الصحراوية أو بالأحرى الخصوصيات المحلية، وأن يتضمن مقاييس مضبوطة لتصنيف المناطق كما يجب وضع ميكانيزمات (تشريعية، جبائية وتجارية) تمكن السكان المحليين من الاستفادة من مداخل السياحة المستدامة.

كما تسعى الدولة إلى تكوين الكفاءات لتنفيذ برامجها فعلى مسؤولي المؤسسات والعمال والمرشدين السياحيين وحتى السكان أن يحظو بتكوين مناسب لأن التربية أساس كل نشاط سياحي، فالأمر الهام هو وعي السلطات العمومية والقطاع الخاص والمجتمع المدني والمستهلكين بقدرات السياحة المستدامة في تحسين مستوى معيشة المواطنين وتنميين التراث الثقافي والتاريخي، وترقية العلم والمعرفة والاحترام بين الحضارات من جهة والطبيعة من جهة أخرى، كما يتعلق الأمر بترقية التنمية المستدامة للسياحة لجلب الإيرادات المنتظرة ورفع مداخيل المنتجات والمقاصد السياحية في الأسواق الدولية بدون تأثير سلبي على الإنسان وبيئته.

رغم توفر موارد سياحية معتبرة في الجزائر وامتلاكها لبعض الإمكانيات الفندقية إلا أنها لم تستطع أن تكون في مستوى قطاع خدماتي راق وذو قيمة عالمية مقارنة بالبلدان المجاورة، لذلك فإن المستقبل السياحي في الجزائر يتركز على إرساء ثقافة سياحية عن طريق تحسيس المواطن عامة والقائمين على قطاع السياحة خاصة بتقديمهم خدمة سياحية في المستوى المرموق والبحث عن الزبون لتحفيزه والعمل على إرضائه وإشباع رغباته.

إن برنامج العشرية لتطوير قطاع السياحة (2004-2013) يسمح بإدراج الاتجاه "الجزائر" في السوق العالمية للسياحة ويعيد الاعتبار للتراث الوطني، ويعد بجلب ما يقارب 3.1 مليون سائح من بينهم مليون أجنبي الهدف المرجو في أفق 2013، ويتم هذا بوضع إمكانيات إيواء جديدة لغرض الاستغلال وكذلك رفع مستوى المرافق الحالية من خلال التوجه نحو أشكال جديدة للاستثمار حيث السلطة العامة والمصالح الخاصة ستكون متشابهة، فالدولة تضع تسهيلات في مجال الاستثمار في القطاع السياحي ويقوم القطاع الخاص سواء الوطني أو الأجنبي بالعملية الاستثمارية، كما تضع الدولة تدابير أخرى للسماح بهيكلية وإعادة المستوى للقطاع السياحي ليستجيب لمتطلبات الزبائن عبر العالم وكذلك للمعطيات الجديدة العالمية ولسياسة التطوير الدائم.

ويعتبر الإطار التشريعي والقانوني أهم الأمور المطلوبة لتشجيع الاستثمار والمحفز الأساسي لإقامة مجموعات كبرى للفندقة، كما أن الاهتمام بإيجاد حلول لمشكل العقار والتمويل اللذان يعيقان الاستثمار في المجال السياحي في الجزائر يسمح بتوجه واهتمام المستثمرين الوطنيين والأجانب إلى هذا القطاع، مما يعطيه دفعا قويا ويمكنه من بلوغ أهدافه المسطرة من خلال إستراتيجيته التنموية.

ولبلوغ هذه الأهداف لابد من توفر محيط يساعد على بناء صناعة سياحية تنافسية، وذلك من

خلال:

- تشجيع أكثر للقطاع الخاص للاستثمار في هذا المجال والشراكة وجلب الاستثمار الأجنبي.
- الأخذ بعين الاعتبار تجارب البلدان السياحية في تنظيم الترقية وتمويلها.
- دراسة وتحليل المشاكل التي تعترض المستثمرين بغية إيجاد حلول لها.

خاتمة

توصلنا في ختام هذه الدراسة إلى أن السياحة أصبحت تشكل صناعة هامة في الاقتصاد العالمي بعدما كانت عبارة عن نشاط يعني التنقل من مكان إلى آخر للبحث عن الرزق والعلم والمعرفة والأمن، حيث عرفت تطورا ونموا مذهلين خاصة بعد الحرب العالمية الثانية والتطور التكنولوجي الذي عرفه العالم في شتى المجالات خاصة مجال النقل، الاتصال، الإعلام...

وتؤدي السياحة دورا فعالا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول ويتجلى ذلك من خلال آثارها الايجابية المتمثلة في توفير فرص العمل وتحقيق إيرادات بالعملة الصعبة كما أنها مجال واسع لجذب رؤوس الأموال الأجنبية، وتعمل على نقل التقنيات والتكنولوجيا الجديدة ومهارات الإدارة الحديثة، كما تساهم بشكل غير مباشر في تحريك القطاعات الاقتصادية الأخرى كالبناء، الفلاحة...

هذه الأهمية جعلت الكثير من الدول المتقدمة والنامية تهتم بالقطاع السياحي والاستثمار فيه، وتعمل على تطويره ليحقق الأهداف المنتظرة منه، فلقد استطاعت دول جنوب شرق آسيا أن تحقق نموا هاما بعد إدراكها لأهمية السياحة في التنمية الشاملة مما جعلها تمنحها الأولوية في برامجها التنموية فأصبحت مقصدا ينافس الدول الرائدة في هذا المجال ووجهة مفضلة للعديد من السواح.

وبالرغم من الأهمية الاقتصادية لهذا القطاع إلا أن الجزائر لم تهتم به بعد الاستقلال رغم امتلاكها لمؤهلات وموارد سياحية عديدة ومتميزة بسبب المنهج الاقتصادي المتبع آنذاك والمعتمد على الصناعات المصنعة، تمثل ذلك في قلة الاستثمارات المخصصة للقطاع في جميع مخططات التنمية، وعندما اتخذت الجزائر سبيلها إلى طريق الإصلاح أصبح تنويع الاقتصاد والموارد ضرورة حتمية تفرض عليها انتهاج سياسة سياحية جديدة تهدف إلى ترقية وتطوير المنتج السياحي الجزائري والاهتمام بالاستثمار فيه بخلق المناخ الملائم لذلك.

- نتائج اختبار الفرضيات:

مكننا دراستنا لهذا البحث من الإجابة على الفرضيات المطروحة في المقدمة بالشكل التالي:

- إن السياحة قطاع اقتصادي هام يشكل صناعة حقيقية تدعم عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، حيث تعبر عن رغبة الإنسان في التنقل وتفتح المجال لخلق فرص العمل وتساعد على جلب العملة الصعبة وتدفع رؤوس الأموال ورفع مستوى المداخل وتساهم في تنشيط القطاعات الأخرى.

- إن الاستثمار في القطاع السياحي يمتاز بخصائص تميزه عن القطاعات الاقتصادية الأخرى إذ يحتاج إلى حجم كبير من التمويل، وطول فترة الإنجاز والمردودية كما أن عائدته قليل وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

- استطعنا من خلال الدراسة نفي الفرضية الثالثة، إذ تبين لنا أن الجزائر تمتلك مقومات وموارد سياحية هائلة إلا أنها لم تستغل لأن القطاع لم يحظ بالاهتمام من طرف السلطات العمومية، بسبب المنهج المتبع الذي يعتمد على الصناعات المصنعة آنذاك وبالتالي اعتبر القطاع السياحي قطاعا ثانويا ليس له دور في التنمية الاقتصادية.

- إن القطاع السياحي عامة واستثماراته خاصة تحظى باهتمام كبير من طرف الدولة نظرا للدور الفعال الذي تؤديه السياحة في معظم الدول، فالإستراتيجية الجديدة تهدف إلى إعطاء الاستثمارات السياحية الأولوية اللازمة بغية النهوض بالقطاع وذلك من خلال تقديم تحفيزات وتشجيعات عديدة تساعد على تطويرها وترقيتها.

- لقد تأكد من خلال الدراسة صحة الفرضية الخامسة، إذ تسعى الدولة جاهدة إلى وضع تدابير وإجراءات لدعم تنمية سياحية مستدامة تتمثل في الإجراءات المتعلقة بالتكوين، النوعية، الترويج السياحي وإجراءات دعم النشاط السياحي على المستوى المحلي.

- الاستنتاجات:

على ضوء ما تقدم توصلنا إلى جملة من الاستنتاجات نوردتها فيما يلي:

- تشهد الحركة السياحية العالمية تطورات مذهلة وسريعة حيث بلغ عدد السياح 763 مليون سائح سنة 2004 والإيرادات السياحية 622 مليار دولار أمريكي وتساهم بحوالي 10% من الناتج الداخلي العالمي، ويرجع تطور الحركة السياحية إلى اهتمام الدول بالسياحة وتنميتها والتطور الكبير في مجالات الحياة خاصة في وسائل النقل وارتفاع مستوى دخل ومعيشة الأفراد وبرز الأساليب الحديثة في الدعاية والترويج والتسويق السياحي وتنوع المنتجات السياحية، وتبقى الدول المتقدمة تحتل المراتب الأولى في هذا المجال سواء من حيث التدفقات السياحية البشرية أو النقدية.

- تتمتع الأقطار العربية بقدرات سياحية هائلة إلا أن نصيبها من السياحة العالمية يبقى ضعيفا بسبب عدم الاهتمام المبكر بقطاع السياحة، ونظرا لاتجاه العالم نحو تحرير تجارة الخدمات وتوقيع العديد من الدول العربية لاتفاقيتها أدرك المتعاملون العرب في السياحة أن السياحة البينية هي العامل الذي يدفع بنمو السياحة في العالم العربي وتعزيزها يساهم في زيادة حصته من عائدات السياحة العالمية، ووفقا لهذا الاتجاه تم المبادرة بتوجيه الاستثمارات العربية نحو الدول العربية في هذا المجال لتطويره وترقيته وإرساء عوامل تحفزه وتجنبه العراقيل التي تعترضه.

- تتنوع المؤهلات السياحية في الجزائر بمناطق عديدة تسمح بممارسة أنواع مختلفة للسياحة قامت الدولة بإحصائها عادة الاستقلال إلا أن قطاع السياحة كان من أقل القطاعات أهمية في برامج التنمية الوطنية، حيث انعكس ذلك على حجم الاستثمارات المخصصة له في المخططات المختلفة فنسبتها كانت دائما قليلة، الأمر الذي أدى إلى عجز في الانجاز مقارنة بالتقديرات الموضوعة وكان كل مخطط يتحمل عبئ الذي يسبقه مما يجعله لا يتم انجاز ما هو مقرر له، كما سجلنا ما يلي:

* الاهتمام بالمنتج السياحي الشاطئي والحضري من خلال انجاز مركبات سياحية ضخمة على حساب المنتجات الأخرى خاصة الصحراوي الذي يعتبر مصدر هام لجلب السواح الأجانب.

* أنشئت مؤسسات تسيير وتكوين عديدة لتسيير وتنظيم القطاع إلا أنها عرفت سوء تسيير بسبب انعدام روح المبادرة فيها والاعتماد على الدولة في تمويلها، مما جعلها تحقق عجزا أدى إلى حلها وأنشئت مؤسسات أخرى تتمتع باستقلالية في التسيير.

* بعد إعادة هيكلة القطاع والسماح للخواص بالقيام بعملية الاستثمار بلغت نسبة مشاركته 46.5% من مجموع الاستثمارات الكلية.

* لم تعرف طاقات الإيواء السياحي ارتفاعا نتيجة للعجز في الانجاز، كما أن التدفقات السياحية البشرية والنقدية لم ترتفع نتيجة لذلك وعدد العاملين لم يصل إلى مستوى التقديرات.

- باشرت الجزائر برنامج إصلاحات اقتصادية منذ سنة 1988 يهدف إلى إيجاد منتجات خارج المحروقات تؤدي إلى رفع المداخيل من العملة الصعبة وتوفير مناصب شغل، مما جعلها تعير اهتماما للقطاع السياحي إلا أن ترددي الأوضاع الأمنية أدى إلى تراجع عدد السواح والمشاريع السياحية وتدهور المناطق والمواقع السياحية نتيجة الإهمال والإتلاف والنهب، كما أن برنامج خصوصية المؤسسات السياحية والفندقية الهادف إلى جعل الاستثمارات السياحية تابعة للقطاع الخاص فشل بسبب ما يلي:

* ضعف القدرة المالية للمستثمرين الخواص الوطنيين.

* مشاكل تقويم أصول المؤسسات الفندقية.

* ضعف السوق المالي.

- نظرا لدور السياحة المتزايد في اقتصاديات الدول استوجب على السلطات العمومية إعادة النظر في هذا القطاع ليساهم في عملية التنمية، وانعكس ذلك على السياسة السياحية الجديدة لسنة 2000 وإعداد خطة للتنمية المستدامة للسياحية تمتد إلى غاية 2010 وعدل ببرنامج آخر بعد سنتين يمتد إلى 2013، هذه الإستراتيجية تهدف إلى رفع التحديات التالية:

* ترقية المنتج السياحي الجزائري وتحسين صورة البلاد في الخارج.

* رفع قدرات الاستقبال وتنويعها.

* تحسين نوعية الخدمات وإعادة الاعتبار للحظيرة الفندقية.

- وتهدف هذه الخطة إلى تحقيق الأهداف الكمية التالية: رفع قدرات الإيواء لتصل إلى 187000 سرير في نهاية 2013 لاستقبال 3.1 مليون سائح وتنمية الاستثمار ليلبلغ قيمة 232.5 مليار دج (6.3 مليار دولار أمريكي)، وتم تدعيم هذه الإستراتيجية بإصدار ثلاثة قوانين خاصة بالسياحة، وفقا لهذا النهج الجديد بلغت التدفقات البشرية 1.6 مليون سائح سنة 2004 بنسبة زيادة تقدر بـ18% أما عن العائدات السياحية فبلغت 200 مليون دولار أمريكي وتبلغ طاقات الإيواء الحالية 81000 سرير تتركز معظمها في الفنادق غير المصنفة.

- تعمل الجزائر على تطوير مناخها الاستثماري لزيادة حصتها من التدفقات الاستثمارية الدولية بتعميق الإصلاحات الاقتصادية وتطوير أداء أجهزة الاستثمار ومراجعة الإطار القانوني، حيث عرف قانون الاستثمار تطورا ملحوظا لمواكبة التغيرات العالمية وهو يفتح المجال واسعا للقطاع الخاص الوطني والأجنبي ويمنحه تسهيلات وتحفيزات عديدة في شتى المجالات بما في ذلك القطاع السياحي الذي يمثل فرصة استثمار مربحة ومضمونة، إلا أن التقييم السلبي لمناخ الاستثمار في الجزائر من طرف الوكالات المتخصصة أثر على تدفق الاستثمارات الأجنبية حيث أنها تعتبرها ذات مخاطر مرتفعة، مما يجعل المستثمر الأجنبي يحول استثماراته اتجاه دول أخرى ذات مخاطر ضعيفة أو منعدمة.

- إصدار قوانين خاصة بالسياحة لتجسيد الإستراتيجية المتبعة ويتعلق الأمر ب:

* القانون رقم 01-03 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة الذي يحدد التوجهات الكبرى للتنمية السياحية ودعمها، ويشجع الاستثمار لترقية السياحة.

* القانون رقم 02-03 المتعلق بتحديد قواعد استغلال واستعمال الشواطئ لأغراض سياحية للحد من الوضعية المتردية التي آلت إليها الشواطئ الجزائرية.

* القانون رقم 03-03 المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية حدد شروط تنظيم العقار السياحي وتحديد الجهة المؤهلة لمنحه ليستغل في الاستثمارات السياحية، إضافة إلى دور الدولة في تهيئة مناطق التوسع والمواقع السياحية.

- يتعرض الاستثمار في مجال السياحة إلى عدة عراقيل تعيق سيره تتمثل في:

* مشكل العقار السياحي الذي عرف تدهورات نجم عنها:

- شغل عشوائي لمناطق التوسع السياحي.

- تدهور المواقع السياحية وتحول الموارد السياحية عن طبيعتها.

- المضاربة في الصفقات العقارية.

* مشكل تمويل الاستثمارات السياحية وعدم تقديم قروض طويلة الأجل تتناسب مع طبيعتها كما أن نسبة فوائد القروض مرتفعة وعدم تقديم منتجات مالية خاصة به.

* عدم دراية المستثمرين الخواص بكامل التسهيلات المقدمة وعدم تحكيمهم في المشاريع من حيث الكلفة والمدة بسبب عدم إعداد دراسات جدوى اقتصادية جديّة، كما أن العاملين في القطاع لم يقفوا فعلا على حقيقة الإصلاحات الاقتصادية التي تعرفها البلاد، إذ نجد أن غالبيتهم لا يعلمون بالإجراءات المتخذة لمباشرة العملية الاستثمارية وكذا طول فترة دراسة المشاريع السياحية.

- لإزالة هذه العراقيل قامت السلطات العمومية بإرساء تدابير لدعم الاستثمار تمثلت في:

* إنشاء وكالة وطنية للتنمية السياحية أسندت لها المهام التالية:

- المحافظة على مناطق التوسع السياحي.

- إعداد الدراسات وانجاز أشغال التهيئة السياحية.

- ممارسة حق الشفعة ونزع الملكية بالنسبة للأماكن المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي.

- اقتناء الأراضي الضرورية لتوطين المشاريع السياحية ودعم أسعارها.

* استحداث صندوق لدعم الاستثمار السياحي والذي زود بمبلغ 200 مليون دج.

* اعتماد غلاف مالي يقدر بـ140 مليون دج لتمويل دراسات مناطق التوسع السياحي.

* يحظى الاستثمار بتسهيلات وتحفيزات تدرج ضمن النظام العام والاستثنائي كما أن هناك إعفاءات عديدة من الرسوم والضرائب، وتكفل الدولة جزئياً أو كلياً بنفقات الأشغال المتعلقة بالبنية الأساسية.

- يعرف الاستثمار السياحي اهتماماً من طرف المستثمرين الوطنيين والأجانب وذلك بالنظر إلى حجم الاستثمارات التي هي في طور الانجاز، حيث بلغت 288 مشروع بقيمة مالية تقدر بـ43 مليار دج وتوفر 10000 منصب شغل جديد وسيتم استثمار مبلغ 3.2 مليار دولار أمريكي في الفترة (2004-2013)، كما أن ارتفاع عدد طلبات الاستثمار في المجال السياحي دليل على ذلك .

- يتزايد إقبال المستثمرين على القطاع السياحي سواء استثمار مباشر أو شراكة فلقد حقق القطاع عقود شراكة هامة مع مجموعات فندقية عالمية، كما أن الاستثمارات العربية عرفت دفعا قويا نتيجة للعلاقات الوطيدة بين البلدان العربية ولقد شرع في انجاز مشاريع هامة توفر فرص عمل كبيرة وتساهم في تنمية السياحة، تتوجه هذه الاستثمارات إلى السياحة الشاطئية والحضرية ونلاحظ بداية

الاهتمام بالسياحة الصحراوية التي عرفت عودة كبيرة للسياح نظرا لخصوصيتها وتميزها، وخير دليل مهرجان السياحة الصحراوية الذي أقيم بتمنراست للتعريف بالمنطقة وفرص الاستثمار والشراكة فيها حيث سجل اهتماما كبيرا من طرف المستثمرين الأجانب.

- غير أن السياحة تعاني من مشاكل أخرى تعيق التنمية السياحية لابد من تجاوزها تتمثل في:

* قلة العمالة الماهرة في بعض الأنشطة السياحية بسبب ضعف التكوين السياحي والفندقي وعدم ملاءمته لمتطلبات التنمية السياحية.

* عدم انتظام الرحلات الجوية وعدم وجود خطوط مباشرة تربط الدول الموفدة للسياح بأهم الأقطاب السياحية في الجزائر فضلا عن أسعارها المرتفعة.

* العبء الضريبي على الأنشطة السياحية والمتمثلة في الرسوم على تذاكر السفر وارتفاع تكاليف خدمات الفنادق والمطاعم والنقل.

* قلة الوعي السياحي لدى المواطن الجزائري وافتقاره للثقافة السياحية مما يؤدي إلى عدم قبول السائح أو التصرف معه بشكل غير لائق.

* ضعف السياسة التسويقية للسياحة التي تعتمد على تحديد الأسواق المستهدفة ونوعية المنتجات السياحية.

* عدم استقرار الهيكل التنظيمي للقطاع السياحي وضعف البنية التحتية.

* ضعف إمكانية القطاع الخاص للمساهمة في تنفيذ الخطة السياحية.

- رغم توفر الإرادة السياسية الرامية إلى ترقية القطاع السياحي في الجزائر إلا أن الواقع يعكس غير ذلك، فالاعتمادات المالية المخصصة للقطاع لتطويره قليلة جدا مقارنة بالقطاعات الأخرى.

- التوصيات:

وعلى ضوء الاستنتاجات السابقة نقترح جملة من التوصيات تتمثل في:

- تبني عملية التخطيط لصياغة إستراتيجية سياحية تلائم المتغيرات الدولية وتتماشى مع الأسواق العالمية للسياحة وتعمل على استغلال ثروات الجزائر استغلالا ناجعا يحقق لها الأهداف المرجوة.

- العمل على الترويج للمناطق السياحية التي لم تكتشف لاستغلالها في عملية التنمية السياحية بالتعاون مع الوكالات والمنظمات العالمية المتخصصة، كما تحتاج المواقع السياحية إلى مشاريع إضافية كالفنادق، الاستراحات، المطاعم، النوادي الترفيهية والرياضية التي تحتاج بدورها إلى تحسين البنية التحتية والمرافق الضرورية لتلك الاستثمارات.

- العمل على تحسين مناخ الاستثمار في قطاع السياحة والترويج لفرص الاستثمار فيه عبر مختلف التظاهرات السياحية الدولية والمحلية، لتشجيع تدفق رؤوس الأموال والشراكة مع مجموعات فندقية دولية.

- إحداث منتج مالي "القرض الفندقي" لتمويل المشاريع السياحية يتماشى مع خصوصيتها ومنح قروض طويلة الأجل بأسعار فائدة منخفضة لتشجيع عملية الاستثمار في القطاع السياحي، والسعي لإنشاء بنوك متخصصة في المجال السياحي للتصدي لمشاكل التمويل التي تعترض سبيل المستثمرين.

- ضرورة الإسراع في إتمام إعداد دراسات تهيئة مناطق التوسع السياحي لمباشرة عملية تهيئتها لاستقبال الاستثمارات السياحية وتحديد مناطق توسع سياحي جديدة، وإلغاء العراقيل البيروقراطية والإدارية التي تعترض سبيل المستثمرين كطول فترة دراسة المشروع وتعدد الإجراءات الإدارية.

- تقديم مزايا وتسهيلات إضافية للاستثمارات الأجنبية لتشجيع جلب رؤوس الأموال للاستثمار في القطاع السياحي، ومنح إعانات نقدية كمساعدات تقدمها السلطات للمستثمرين لإقامة المشاريع السياحية في المناطق التي تستهدف تنميتها وإعانات عينية كتقديم الأراضي دون مقابل أو بأسعار منخفضة للانتفاع بها، ومنح إعفاءات ضريبية وجمركية وتقديم مساعدات فنية كإعداد دراسات الجدوى وتأهيل العاملين.

- ضرورة إعداد المستثمرين الخواص لدراسات الجدوى الاقتصادية للتحكم في المشاريع من حيث المدة والتكلفة خاصة، حتى لا يواجه مشاكل عدم كفاية التمويل وانقطاع التمويل بالمواد الأولية ومشاكل أخرى تؤدي إلى إيقاف المشروع نهائيا أو تأخره.

- ضرورة التنوع في مجالات الاستثمار السياحي (الإطعام، التسلية، الترفيه، النقل السياحي...) وعدم التركيز على الإيواء السياحي فقط فالسائح يحتاج إلى مرافق ضرورية أخرى تستوجب الاهتمام بها، ولا بد من الاهتمام بالاستثمار في المجال الحموي نظرا للطلب الداخلي المتزايد عليه.

- ترقية وتشجيع قطاع الصناعات التقليدية الذي يعتبر مكملا للقطاع السياحي، ومحاولة إيجاد حلول لمشاكل الحرفيين المتعلقة بالتمويل بالمواد الأولية وإيجاد أماكن لتسويقها وغيرها.

- ضرورة العمل على تعزيز السياحة العربية البينية والعمل على تشجيع الاستثمار السياحي العربي من خلال منح مزايا ومساعدات خاصة بالمستثمرين العرب نظرا للتطور الذي يتميزون به في هذا المجال.

- بعث ثقافة ووعي سياحي لدى السكان للتعريف بأهمية السياحة وانعكاساتها على المجتمع ليفضي ذلك إلى حسن الاستقبال، كرم الضيافة، المحافظة على المواقع السياحية والبيئة... الخ.

- ضرورة مضاعفة الجهود الترقية وتطوير الجهاز القائم عليها (الديوان الوطني للسياحة) وإمداده بموارد تسمح له بالقيام بمهامه على أحسن وجه، كما أن اعتماد الأساليب العلمية للاتصال والتسويق أمر ضروري للتعريف بالمنتوج السياحي الجزائري وفرص الاستثمار فيها، وتكثيف الحضور في المعارض والمؤتمرات الدولية الخاصة بالسياحة.

- ضرورة الاهتمام بالتكوين ووضع خطة لتدريب العاملين بقطاع السياحة ليكونوا على علم بالتطورات الحاصلة في هذا المجال خاصة فيما يتعلق بالاستثمار والقوانين التي تحكمه، وإنشاء معاهد ومدارس وكليات على مستوى التعليم العالي وفتح فرع للاقتصاد السياحي بالجامعات لتحسين نوعية الخدمات المقدمة، وضرورة تشجيع الاستثمار الخاص في مجال التكوين السياحي والفندقي بهدف تدعيم وتلبية الطلب المتزايد والمتنوع للسوق السياحية.

- العمل على تحسين الخدمات المقدمة واعتماد المعايير الدولية فيها للارتقاء بالقطاع إلى مستوى الدول المجاورة، واعتماد المبادئ المنصوص عليها في المواثيق الدولية مثل القانون العالمي لأخلاقيات السياحة الذي يعتبر الإطار المرجعي لتنمية عقلانية مستدامة للسياحة.

- ضرورة إقامة استثمارات سياحية تتلاءم مع المنتج الصحراوي الذي يحتاج إلى استثمارات بسيطة مقارنة بالأنواع الأخرى، إذ أن إقامة خيم خاصة لاستقبال السائح تتوفر على كل الضروريات اللازمة للإقامة أمر محبذ من طرفه لأن مثل هذه الإقامة تمنح المنطقة طابعا خاصا وتبعده عن الجو الروتيني الذي يعيش فيه، كما أنها غير مكلفة مثل إقامة الفنادق الضخمة.

- تحفيز وكالات السفر على الترويج للسياحة الجزائرية فوكالات السياحة في الجنوب التي تعد على الأصابع الوحيدة التي تروج لوجهة الجزائر، وأغلبية الوكالات في الشمال تفضل جهات سياحية خارج الجزائر كتونس، تركيا، مصر وهي غير مرتبطة بأي تنظيم مهني.

- الآفاق:

وفي الأخير ونظرا للاهتمام الذي توليه السلطات العمومية بالقطاع السياحي في ظل التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم يجب عليها أن تتعامل معه بصرامة أكثر وتقوم على متابعة وتسيير الاستثمارات السياحية حتى تتمكن من استغلال قدراتها وإمكانياتها السياحية الهائلة وتحقق من ورائها تنمية اقتصادية متوازنة لتنفادى الأخطاء التي وقعت فيها سابقا، والسؤال الذي يبقى مطروحا هو هل ستحقق السياحة واستثماراتها الدور المنوط بها فعلا مستقبلا في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية؟ وهل ستعرف التدابير المتخذة لدعم التنمية السياحية طريقها إلى التحقق؟.

قائمة المراجع

1. محمد مطر، إدارة الاستثمارات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 1999.
2. طاهر حيدر حردان، مبادئ الاستثمار، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 1997.
3. Boughaba Abedellah, Analyse et évaluation de projets, édition Berti, Paris, France, 1998.
4. حسين عمر، الاستثمار والعولمة، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2000.
5. Bancel Franck, Alband Richard, Les choix d'investissements, édition Economica, paris, France, 1995.
6. عبد الغفار حنفي، الإدارة المالية مدخل اتخاذ القرارات، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.
7. PCN, Plan comptable nationale, édition Berti, Alger, Algérie, 1999.
8. Houdayer Robert, Evaluation financière des projets, édition Economica, 2^e édition, paris, France, 1999.
9. ناظم محمد نوري الشمري وآخرون، أساسيات الاستثمار العيني والمالي، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 1999.

10. حسين خربوش وآخرون، الاستثمار والتمويل بين النظرية والتطبيق، الشركة الدولية، عمان، الأردن، 1995.

11. عبد الغفار حنفي، رسمية قرياقص، مدخل معاصر للإدارة المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.

12. صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر، دار حازم للطباعة والتوزيع والنشر، الطبعة الأولى، دمشق، سوريا، 2002.

13. علي أحمد هارون، أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2000.

14. فضل أحمد يونس، الجغرافيا السياحية، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1993.

15. Mesplier Alain, Durafour Bloc Pierre, Le tourisme dans le monde, Breal, paris, France, 2002.

16. عثمان محمد غنيم، نبيل سعد بنيتا، التخطيط السياحي، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، الأردن، 2003.

17. Lozato Giotart Jean Pierre, Géographie du tourisme, Pearson éducation, France, 2003.

18. ناصر بن مسفر الزهراني، ورقة من مذكرات سائح، دون دار نشر، الطبعة الثانية، 2002، ص 44.

19. Tessa Ahmed, Economie touristique et aménagement du territoire, OPU, Alger, Algérie, 1993.

20.Lanquar Robert, L'économie du tourisme, série que sais-je? Puf, paris, France, 1994.

21. محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2002.

22. محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفكر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2002.

23. يسري دعبس، العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2002.

24.CNES, Contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme, 2000.

25. خالد مقابلة، التسويق الفندقي، دار زهران، عمان، الأردن، 1998.

26. سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.

27. نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1991.

28. أحمد الجلاذ، التنمية والإعلام السياحي المستدام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2003.

29. يسري دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2003.

30. محمد أمين السيد علي، إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية، دار وائل للنشر والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 1992.

31. عبد الرحمان سليم، شركات السياحة ووكالات السفر، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، دون سنة نشر.

32. نبيل الروبي، نظرية السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، بدون سنة نشر.

33. آسيا محمد وآخرون، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2002.

34. منال عبد المنعم مكية، السياحة تشريعات ومبادئ، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.

35. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1999.

36. مبارك بلالطة، خالد كواش، تسويق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، العدد رقم 4، 2004-2005.

37. مثني طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.

38. Caccamo Jean Louis et autres, L'innovation dans l'industrie touristique, L'Harmattan, Paris, France, 2001.

39. Tinard Yves, Le tourisme économie et management, Mc Graw Hill, Paris, France, 1994.

40. World Travel and Tourism Council, Progress and priorities 2004/05, 2004.

41. World Travel and Tourism Council, Progress and priorities 2003/04, 2003.

42. المنظمة العالمية للسياحة.

43. OMT, Baromètre OMT du tourisme mondial, vol3, n°1, janvier 2005.

44. WTO, wto world tourism barometer, vol3, n°2, june, 2005.

45. الدليل السياحي العربي، السياحة العربية البينية الواقع والطموحات [على الخط]:

www.pataq.com/services/index.asp? contents32=1#6, 20-12-2004.

46. السياحة العربية كنز لم يكتشف بعد، [على الخط]:

www.alwatan.com/graphics/2004/08 daily.html, 12-03-05

47. الاقتصاد والأعمال، السياحة العربية متى الترويج الموحد، الشركة العربية للصحافة والنشر والإعلام، لبنان، ماي 2000، عدد خاص.

48. الدليل السياحي العربي، مناخ وحوافز الاستثمار السياحي في الدول العربية، [على الخط]:

www.pataq.com/services/index.asp? contents32=1#7, 20-12-2004.

49. محمد الهادي لعروق، أطلس العالم والجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2002.

50. سعدون بوكبوس، دور القطاع السياحي في تنمية قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، دراسات اقتصادية، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد 3، 2004.

51. خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004.

52. عز الدين محمدي، التطور السياحي في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.

53. علي موفق، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.
54. المادة رقم 2، قانون 03-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 19.02.2003.
55. المادة رقم 1، قانون 03-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 19.02.2003.
56. المادة رقم 14، قانون 03-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 19.02.2003.
57. المادة رقم 15، قانون 03-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 19.02.2003.
58. وزارة السياحة، تصور تطوير قطاع السياحة لل عشرية 2004-2013.
59. الديوان الوطني للسياحة، السياحة الثقافية قطاع للاستثمار، الجزائر سياحة، العدد رقم 19، سبتمبر 2002.
60. الديوان الوطني للسياحة، الجزائر أرض التنوع، الجزائر سياحة، العدد رقم 33، 2005.
61. وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، إنشاء المخطط الثلاثي 67-69.
62. وزارة السياحة
63. وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، إنشاء المخطط الرباعي الأول 70-73.
64. وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية، إنشاء المخطط الرباعي الثاني 74-77.
65. المادة رقم 11، قانون رقم 82-12، الجريدة الرسمية رقم 34، الصادرة في 24 أوت 1982.
66. وزارة السياحة والصناعات التقليدية.

67. بنك الجزائر.

68. Groupe de la caisse française de développement, Privatisation et développement, édition la documentation française, paris, France, 1997.

69. المادة رقم 1، الأمر 22-95، الجريدة الرسمية رقم 48، الصادرة في 1995.08.26.

70. وزارة السياحة والصناعات التقليدية، خوصصة القطاع السياحي، تقرير إداري، 1996.

71. الديوان الوطني للسياحة، الخوصصة والاستثمار في السياحة بالجزائر، 1996.

72. Ministere du tourisme et de l'artisanat, Eléments de la stratégie de développement durable du tourisme , horizon 2010, 2001.

3.7 نورالدين بن نوار، إستراتيجية شاملة لتطوير السياحة وجذب الاستثمار، الاقتصاد والأعمال، الشركة العربية للصحافة والنشر والإعلام ، لبنان، عدد خاص، ديسمبر 2003.

74. الجريدة الرسمية رقم 13، الصادرة في 2003.02.26 .

75 . الديوان الوطني للإحصائيات، الجزائر بالأرقام، رقم 34، نشرة 2005.

76. المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، مناخ الاستثمار في الدول العربية 2003، الكويت، 2003.

77. المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، التقرير السنوي 2004، الكويت، 2004.

78. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار، في الجزائر الاستثمار حر، مشجع ومضمون، منشورات الوكالة، الجزائر، 2004.

79. المادة رقم 9، الأمر رقم 03-01، الجريدة الرسمية رقم 47، الصادرة في 2001.08.22.

80. المادة رقم 11، الأمر رقم 03-01، الجريدة الرسمية رقم 47، الصادرة في 2001.08.22 .
81. CNUCED, Examen de la politique de l'investissement en Algérie, New York, Etat unie 2004.
82. Charvin Robert, Guesmi Ammar, Le cadre juridique des investissements étrangers en Algérie et en France, "L'Algérie en mutation", L'harmattan, France, 2001.
83. لويذة قويدر، السياحة من منظور اقتصادي وسبل ترقيتها بالجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.
84. عبد الناصر الوردي، تطور مشاريع الاستثمار في الجزائر، الاقتصاد والأعمال، الشركة العربية للصحافة والنشر والإعلام، لبنان، عدد خاص، 1999.
85. المادة رقم 2، قانون رقم 01-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 2003.02.19.
86. المادة رقم 3، قانون رقم 01-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 2003.02.19.
87. المادة رقم 19، قانون رقم 01-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 2003.02.19.
88. المادة رقم 2، قانون رقم 02-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 2003.02.19.
89. المادة رقم 10، قانون رقم 03-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 2003.02.19.
90. المادة رقم 30، قانون رقم 03-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 2003.02.19.
91. المادة رقم 1، القانون رقم 01-03، الجريدة الرسمية رقم 11، الصادرة في 2003.02.19.
92. الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار.

93. ONT, 257 Projets d'investissement touristiques en cours de réalisation, La gazette du SITEV, N°2, 18.05.2005.

94. وزارة السياحة، الاستثمار السياحي في الجزائر.

95. ONT, 288 Projets touristiques en cours de réalisation, , La gazette du SITEV, N°3, 19.05.2005.

96. مديرية التنمية والاستثمار السياحي، طلبات الاستثمار السياحي إلى غاية جويلية 2004.

97. لخضر درباني، تقديم كل التسهيلات والضمانات للمستثمرين لإنجاح مشاريعهم، البيان، الإمارات العربية المتحدة، 2001.02.16.

98. الديوان الوطني للسياحة، فندق سوفيتال، الجزائر سياحة، العدد رقم 13، 2002.

99. الديوان الوطني للسياحة، مشروع انجاز مركبين سياحيين، الجزائر سياحة، العدد رقم 32، 2005.

100. الديوان الوطني للسياحة، كلمة وزير السياحة بمناسبة افتتاح الصالون الدولي للسياحة والأسفار السابع، الجزائر سياحة، العدد رقم 34، 2005.