

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

BADJI MOKHTAR – ANNABA UNIVERSITY
UNIVERSITE BADJI MOKHTAR- ANNABA



جامعة باجي مختار - عنابة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

أطروحة دكتوراه

مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم

الإستثمار في السياحة و دوره في التنمية المستدامة
- حالة الجزائر -

شعبة: العلوم الإقتصادية

للطالبة:

بوشويشة رقية

مدير أطروحة التخرج: منصور بن عمارة أستاذ التعليم العالي جامعة عنابة

أمام لجنة المناقشة

بلقاسم ماضي	أستاذ التعليم العالي	رئيسا	جامعة عنابة
منصور بن عمارة	أستاذ التعليم العالي	مقررا	جامعة عنابة
نوة ثلاثية	أستاذة التعليم العالي	عضوا	جامعة عنابة
علي لزعر	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة سوق أهراس
منصف بن خديجة	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة سوق أهراس
ناصر بوعزيز	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة قالمة

دفعه: 2014-2015

الإهداء

إلى والدايا الكريمين أظل الله عمرهما.

إلى جميع أفراد العائلة حفظهم الله. خاصة إبنني عبد الرحمان

إلى جميع أساتذتي وطلبتي وزملائي وكل الأهل والأحباب

إلى كل من يحترم العلم، ويجعله نور دربه.

أهدي هذا الجهد المتواضع، و أسأل الله أن ينفع به القارئ، ويجعله في ميزان حسناتنا.

شكر وعرفان

الحمد لله الذي هدانا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا.

أتقدم بجزيل الشكر وخالص العرفان إلى الأستاذ الفاضل بن عمارة منصور الذي علمني

وأشرفه على مذكرة تخرجي، وعلى مساعداته القيمة وتوجيهاته النيرة وصبره طوال

فترة إنجازي لهذا البحث.

كما أتقدم بخالص الشكر، الإحترام والعرفان إلى أستاذي الفاضل المحترم هادي بلقاسم

الذي ساعدني ووقفني إلى جانبي ولم يبخل علي بمساعداته وتوجيهاته القيمة .

إلى كل من قدم لي يد العون لإتمام هذا المشروع ولو بالكلمة الطيبة.

قائمة المحتويات

	الإهداء
	الشكر
أ-ح	الملخص
	قائمة المحتويات
ج	قائمة الجداول
ح	قائمة الأشكال
9-1	المقدمة العامة
الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة	
11	تمهيد
12	المبحث الأول: الإطار النظري للسياحة
12	المطلب الأول: تعريف السياحة
17	المطلب الثاني: التطور التاريخي للسياحة والعوامل المؤثرة فيها
22	المطلب الثالث: أهمية وأهداف السياحة
28	المطلب الرابع: أنواع السياحة
34	المبحث الثاني: خصائص وعوامل الجذب السياحي وأثاره المختلفة
34	المطلب الأول: خصائص السياحة
38	المطلب الثاني: عوامل الجذب السياحي
40	المطلب الثالث: الأثار المختلفة للسياحة
46	المطلب الرابع: السياحة من المنظور الإقتصادي

54	المبحث الثالث: التسويق السياحي
54	المطلب الأول: تعريف خصائص وأهداف التسويق السياحي
59	المطلب الثاني: مزيج التسويق السياحي
65	المطلب الثالث: إستراتيجيات التسويق السياحي
71	المطلب الرابع: مقومات نجاح الإستراتيجية التسويقية السياحية
73	خلاصة الفصل:

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

75	تمهيد
76	المبحث الأول: الإطار النظري للإستثمار
76	المطلب الأول: مفهوم الإستثمار وتعريفه
83	المطلب الثاني: تصنيف الإستثمار
90	المطلب الثالث: أهمية الإستثمار وأهدافه
92	المطلب الرابع: أشكال الإستثمار ومبادئه
96	المبحث الثاني: مميزات الإستثمار وأهم خصائص الإستثمار الناجح
96	المطلب الأول: مميزات الإستثمار (خصائص)
90	المطلب الثاني: حوافز الإستثمار
100	المطلب الثالث: خصائص الإستثمار الناجح وأوجهه
103	المطلب الرابع: أدوات الإستثمار
106	المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في الإستثمار ومحدداته
106	المطلب الأول: العوامل المؤثرة في الإستثمار
109	المطلب الثاني: محددات الإستثمار
113	المطلب الثالث: سياسات الإستثمار ومشاريعه

116	المبحث الرابع: ضوابط الإستثمار، مخاطره والإجراءات المتخذة لتفاديه
116	المطلب الأول: ضوابط الإستثمار
118	المطلب الثاني: مخاطر الإستثمار
120	المطلب الثالث: الإجراءات المتخذة لتفادي الأخطار
121	المبحث الخامس: الإستثمار السياحي مفهومه وأنواعه
121	المطلب الأول: مفهوم الإستثمار السياحي
122	المطلب الثاني: أنواع الإستثمار السياحي
124	المطلب الثالث: مقومات الإستثمار السياحي
127	خلاصة الفصل:

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

129	تمهيد:
130	المبحث الأول: اسس التنمية المستدامة
131	المطلب الأول: محطات رئيسية في تاريخ التنمية المستدامة
136	المطلب الثاني: مفهوم التنمية المستدامة
144	المطلب الثالث: أبعاد التنمية المستدامة
151	المطلب الرابع: خصائص التنمية المستدامة
152	المبحث الثاني: مؤشرات التنمية المستدامة
152	المطلب الأول: المؤشرات القطاعية
155	المطلب الثاني: المؤشرات الأساسية المجمع
157	المبحث الثالث: مفاهيم أساسية حول التنمية السياحية المستدامة
159	المطلب الأول: تعريف التنمية السياحية المستدامة
161	المطلب الثاني: مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة
162	المطلب الثالث: أساليب تطبيق مبادئ ومعايير التنمية السياحية المستدامة
163	المطلب الرابع: مختلف الأشكال البديلية للسياحة المستدامة

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

169	تمهيد:
170	المبحث الأول: اسس القطاع السياحي في الجزائر
170	المطلب الأول: المقومات السياحية
173	المطلب الثاني: تاريخ ظاهرة السياحة في الجزائر
174	المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي في الجزائر بعد الإستقلال
175	المطلب الأول: السياحة ضمن المخططات التوجيهية
184	المطلب الثاني: الإستثمار في القطاع السياحي في الجزائر
189	المبحث الثالث: معوقات الإستثمار السياحي بالجزائر
189	المطلب الأول: عائق العقار السياحي
192	المطلب الثاني: العوائق الإدارية والقانونية للإستثمار السياحي
196	المطلب الثالث: العوائق الإقتصادية للإستثمار السياحي
198	المبحث الرابع: الإستراتيجية المقترحة للنهوض بقطاع السياحة بالجزائر
199	المطلب الأول: الإستراتيجية المنتهجة للنهوض بقطاع السياحة
203	المطلب الثاني: التنمية المستدامة للمنتج السياحي
209	خلاصة الفصل
211	الخاتمة العامة
217	المراجع
228	الملاحق

قائمة الجداول

24	تطور عدد السياح العالميين للفترة 1995 - 2010	1
25	تقديرات المنظمة العالمية للسياحة لعدد السواح آفاق 2020	2
84	خصائص التسويق السياحي	3
156	يوضح توقعات تطور نمو السكان العالمي من 1965 - 2030	4
160	مقارنة بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة	5
176	توزيع الإستثمارات على القطاعات الإقتصادية خلال المخطط الثلاثي 1967-1969	6
177	حصيلة برنامج خلال المخطط الثلاثي بين سنتي 1967-1969	7
178	توزيع الإستثمارات على مختلف القطاعات الإقتصادية خلال الربعي الأول	8
181	توزيع الإستثمارات على القطاعات التنموية خلال المخطط الربعي الثاني	9
182	المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول	10
183	طاقة الإستقبال نهاية 1989	11
185	إمميزات الإستثمار الممنوح حسب قانون الإستثمار لسنة 1993	12
187	الفنادق التي عرضت للخصوصية	13
195	أداء الإستثمار السياحي في بعض الدول العربية لسنة 2007	14

قائمة الأشكال البيانية

15	هيكل النظام السياحي حسب كاسبر	1
48	خصائص العرض السياحي	2
49	منحنى يوضح العلاقة بين العرض السياحي والأسعار	3
50	العلاقة بين العرض السياحي والإيرادات السياحية	4
53	العلاقة بين الطلب السياحي وأسعار الخدمات السياحية	5
54	العلاقة بين الطلب السياحي ومستوى الخدمات السياحية	6
57	خصائص التسويق السياحي	7
164	مختلف أشكال السياحة المستدامة	8

الملخص:

سارعت الجزائر على غرار باقي الدول إلى بعث سياسة سياحية جديدة تهدف إلى تنمية و ترقية المنتج السياحي الجزائري، وإدماجه في السوق السياحية العالمية في إطار شروط التنمية السياحية المستدامة، وذلك من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025) الذي يشكل الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر لآفاق سنة 2025.

وفي ظل هذه المتغيرات العالمية والتحديات المعاصرة، إلى أي مدى يمكن أن تجعل الجزائر من القطاع السياحي بديلا إستراتيجيا عن الثروة النفطية الناضبة لتحقيق تنمية مستدامة؟

الكلمات المفتاحية: السياحة، الإستثمار السياحي، التنمية المستدامة، التنمية السياحية المستدامة

Résumes :

L'Algérie s'est dépêchée, comme d'autres pays, à lancer une nouvelle politique du tourisme visant à développer et promouvoir le produit touristique algérien, ainsi que son intégration dans le marché mondial du tourisme selon termes de développement durable du tourisme. Cette politique sera réalisée dans le cadre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT 2025) qui constitue le cadre stratégique de référence pour la politique touristique de l'Algérie à l'horizon de 2025.

أصبح النمو الكبير الذي يشهده النشاط السياحي الدولي أحد أبرز الظواهر الاقتصادية والاجتماعية الجديرة بالاهتمام والملاحظة في القرن الماضي وبداية الألفية الثالثة ، حيث ارتفع عدد السياح ومعدل نمو العائدات السياحية حتى فاق معدل النمو في مكونات الاقتصاد العالمي. مما جعل السياحة الدولية واحدة من أكبر مجالات التجارة الدولية.

وتعدُّ السياحة مزيجاً لمنهج متنوع من السلع والخدمات والمعارف يرتبط بحقائق الجغرافيا الطبيعية، الاقتصادية والبشرية، إضافة إلى حقائق التاريخ الحضاري والثقافي والإنجازات المعاصرة المختلفة لأي بلد.

كما أن السياحة اليوم تواجه مشكلات عديدة في معظم البلدان النامية والأقل نمواً، وتتراوح هذه المشكلات بين نقص المعرفة الفنية وضعف الأنشطة التطويرية، والوعي العام الشعبي، وعدم كفاية البنية التحتية الأساسية للسياحة والاستثمارات فيها، وتحديات الأمن والسلامة السياحية، وهذا ما تعالجه الإستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية، وصولاً لتحقيق التنمية المستدامة وفقاً لأسس وخطط وبرامج قصيرة ومتوسطة الأجل على المستوى الوطني والمحلي، مواكبة للتوجه نحو خلق بيئة داعمة للتعاون مع دول مجلس التعاون الخليجي من جانب، ودول الأقاليم المصدرة للسياحة من جانب آخر، ليلعب هذا القطاع دوراً مهماً في خطط التنمية الشاملة للجزائر، التي تعتبر أن السياحة قطاعاً واعداً يُعَوَّل عليه للمساهمة في دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتخفيف من الفقر.

إن نمو السياحة واستدامة مواردها، وزيادة عائداتها ومنافعها الاقتصادية ، يفرض توسيع وتعميق الاهتمام والرعاية الحكومية والمجتمعية بهذا القطاع. وفقاً لأسس ومعايير واضحة ومحددة في إطار هذه الإستراتيجية التي تتوافق والرؤية الإستراتيجية للجزائر والممتدة في فترتها الزمنية حتى 2025 م، ومع أهداف الألفية، ومرتكزات الخطط الموضوعية والبرنامج الانتخابي لرئيس الجمهورية وبرنامج الحكومة، وما جاء في وثيقة السياحة كمرتكز اقتصادي، ومخرجات المؤتمرات والندوات وورش العمل والأدبيات المتصلة بالشأن السياحي،

ومواكبة التطور والتنافس العالمي في الأسواق وفي الترويج للمقاصد السياحية، بما يمنح مساحات أوسع للحركة السياحية داخل الوطن، ويفتح مجالات اقتصادية أوسع للاستفادة من المنافع والعوائد السياحية، وتجنب الآثار السلبية المحتملة للسياحة.

والإستثمارات السياحية تشكل النسبة الأكبر من الدور الذي يلعبه القطاع السياحي في التأثير على باقي القطاعات وبالتالي في التنمية المستدامة للبلد.

وتعمل الإستثمارات السياحية على المساهمة في خلق توازن جهوي بين المناطق، وإستقطاب عمالتها للحد من النزوح. وتساهم أيضا في إستعاب المزيد من السياح وبالتالي تشجيع الحركة السياحية ودر المزيد من العملة الصعبة في خزينة الدولة وإستغلال جزء منها في قطاعات ضعيفة تحتاج إلى التطور والتحديث.

فمعظم الدول النامية تجد في قطاعها السياحي مجالا متمسعا وآفاقا رحبة في تنمية إقتصادها وبالتالي تشجيع جذب رأس المال الأجنبي وتوظيف رأس المال المحلي. من أجل المساهمة في تخفيف البطالة وتقليل عجز ميزان المدفوعات وتحفيز صناعات أخرى ترتبط مباشرة أو بطرق غير مباشرة في القطاع السياحي. إن الجزائر كبلد نامي يرى في القطاع السياحي فرصة كبيرة للمزيد من المكاسب، وساعد على ذلك صدور الميثاق السياحي سنة 1966 م الذي تم بموجبه تحديد الأهداف والوسائل الضرورية للتنمية السياحية ضمن بيانات الإستثمار في إطار مختلف المخططات التي شهدتها عملية التنمية في الجزائر.

فالمعرفة الدولية بكنوز الجزائر السياحية شبه معدومة، كما أن المجموعات السياحية الوافدة كانت قليلة والإستثمارات كانت غير معلنة أو محفزة بالقدر الكافي.

فالرؤية الجديدة لهذا القطاع المستقبلي والمتألق في ظل المسيرة السليمة والنظرة الدولية للمنطقة أصبحت محط إغراء إستثمارات ضخمة ممكنة.

وفي هذا الصدد أضحى القطاع السياحي عامة وإستثماراته خاصة، بمزاياه وخصوصيته مجالا رحبا للدراسات الإقتصادية ذات أرضية خصبة، تغري العديد من الباحثين والمختصين لدراسة ظواهر هذا القطاع المتجدد في الجزائر. والبحث في طبيعة تطور الحركة السياحية ودرجة فعالية الإستثمارات بها.

أولاً: مشكلة البحث

بالرغم من توفر المواقع الدينية، الأثرية، و التاريخية في الجزائر التي ترجع حضارتها إلى ما يزيد عن ثمانية آلاف سنة. إذ توجد مثل هذه المواقع في مختلف مناطق الجزائر من الشمال إلى الجنوب. إلا أن هذه المواقع مهمة ولم يجري الإهتمام بها من قبل المخطط التوجيهي للسنوات الماضية، رغم وجود هيئة للسياحة.

غير أنها لم تكن فعالة بما يفى بالغرض المطلوب، وإن عدم الإهتمام هذا أفقد الجزائر المنافع الإقتصادية التي يمكن الحصول عليها من الإستثمار في قطاع السياحة.

وفي هذا الإطار يمكن طرح الإشكال التالي:

في ظل الوضعية الحالية التي يوجد عليها القطاع السياحي في الجزائر ، ما هي الآليات و السبل الكفيلة لدفع عجلة هذا القطاع الحساس ، بغية استغلال الإمكانيات السياحية المتوفرة بغرض تفعيل الإستثمار لتحقيق التنمية المستدامة ؟

فرضيات الدراسة:

وكإجابة على التساؤل المطروح يمكن و ضع الفرضيات التالية:

1-عرفت السياحة الدولية تطورا سريعا بداية من العصور القديمة إلى غاية المرحلة المعاصرة.

2- استفادة الجزائر من التجارب السياحة العربية الناجحة كان ضئيلا جدا.

3- إمكانيات الجزائر السياحية كبيرة و قادرة على جعل الجزائر بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي.

4- ساهمت الخيارات الإستراتيجية بعد الاستقلال بدرجة كبيرة في ضعف القطاع السياحي.

5- تطوير السياحة ودفع عجلة القطاع السياحي في الجزائر مرتبط بالتطبيق الفعلي لإستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

وللتعمق أكثر في الدراسة قمنا بطرح عدة أسئلة فرعية تخدم الموضوع تتمثل في:

أ- هل يمكن الإعتماد على السياحة الخارجية كمصدر رئيسي للدخل القومي في الجزائر؟

ب- ما هو مدى التطور في حجم الإستثمارات السياحية في الجزائر؟ وعلاقة ذلك بقوانين تشجيع الإستثمار الجزائري؟

ت- ما الذي قدمته المخططات السياحية للجزائر في سبيل تطوير القطاع السياحي على الصعيد الإستثماري؟

ث- ما هي العراقيل التي قد تعترض التدفق السياحي المتزايد والإستثمار السياحي المتنامي؟

ج- ما هو حجم ما يقدمه القطاع السياحي في تنمية الإقتصاد الجزائري؟

ومن أجل الإجابة على تلك الإستفسارات (أسئلة فرعية مكملة للدراسة) تعرضنا إلى:

أ- إن القطاع محل الدراسة هو القطاع السياحي بشكل عام، والإستثمارات السياحية بشكل خاص، والتي تدور حولها جوانب الموضوع محل الدراسة وتزداد وتتطور في محيط أصبح أكثر مرونة، وفي ظل تشريعات وتسهيلات باتت أكثر يسر أمام المستثمرين.

ب- لمعرفة حصيلة حركة التدفق السياحي والإستثمارات السياحية نوعا وكما، والوصول لرؤى مستقبلية. تستند الدراسة إلى الإحصائيات والبيانات، وإلى المخططات السياحية والتشريعات الإستثمارية المتعاقبة، ونتائجها على الإستثمار السياحي.

ثانيا: أسباب إختيار الموضوع

إضافة إلى ما سبق هنالك دوافع كانت وراء معالجة موضوع >> الإستثمار في السياحة ودوره في التنمية المستدامة -حالة الجزائر- << وليدة إهتمام الباحثة وقناعتها بأهمية هذا القطاع ومجاله المستقبلي الريح، ومن تلك الدوافع نذكر مايلي:

- 1- قلة الأبحاث الجامعية التي تناولت القطاع السياحي عامة، والإستثمارات السياحية خاصة.
- 2- أهمية السياحة كقطاع إقتصادي زادت حديثا، بحيث أصبحت مورد إستراتيجي للجزائر خاصة في ظل الزيادة الملحوظة في حركة السياحة الخارجية، وإقبال المستثمرين المتزايد على هذا القطاع، وما لذلك من آثار تنموية وعمرانية على المجتمع ككل.
- 3- التعرف على الإطار النظري للاستثمار السياحي والتنمية المستدامة.
- 4- إبراز دور العنصر البشري في تحقيق التنمية السياحية.
- 5- الأساليب المعتمدة لتمويل الاستثمار السياحي.
- 6- معرفة آليات تسويق المنتج السياحي ودوره في النهوض بالقطاع السياحي.
- 7- التعرف لواقع وآفاق الاستثمار السياحي في الجزائر.
- 8- استمرار الوضع المتردي للقطاع السياحي الجزائري ، رغم الجهود المختلفة و الإمكانيات المتاحة من جهة ، بالإضافة إلى تطور نفس القطاع في الدول المجاورة ، والتي تشاركنا نفس الخصائص في جل المجالات من جهة أخرى.
- 9- التوجه الدولي الحديث نحو القطاع السياحي ، الذي أصبح صناعة يعتمد عليها كثيرا في تنمية اقتصاديات البلدان باختلاف أنظمتها الاقتصادية و درجة تطورها.

10- وجود قطاعات مكملة لقطاع المحروقات في الجزائر مستقبلا ، و يشكل القطاع السياحي إحدى هذه القطاعات المتاحة لاحتلال مكانة هامة في الاقتصاد الوطني ، نظرا للإمكانيات المتاحة في هذا المجال.

ثالثا: أهمية الدراسة وأهدافها

إن معالجة هذه الدراسة تعبر عن أهميتها بالنسبة للمعرفة العلمية، وتبرهن على قوة الموضوع وجديته، ويظهر ذلك فيمايلي:

- 1- إلقاء الضوء بشيء من التفصيل على مقومات الجزائر السياحية ودرجة أهمية كل منها.
- 2- دراسة تاريخ حركة السياحة العالمية والمحلية، وعوامل تطورها، وما آلت إليه من ظهور السياحة كعلم وقطاع إقتصادي مهم في الإقتصاديات الحديثة.
- 3- تبيين أشكال السياحة المختلفة والخصائص التي جعلت من السياحة صناعة مميزة.
- 4- إبراز المشكلات التي تعترض القطاع السياحي وعراقيل تطوير إستثماراته وكذلك الإستراتيجيات المسطرة لتحديثه، والتشريعات الإستثمارية المستحدثة والملائمة.
- 5- تظهر الدراسة دور القطاع الخاص في تحديث وتعجيل تطوير القطاع وإستثماراته، وما يقع على عاتق القطاع العام في سبيل هذا التطوير.

رابعا: منهج الدراسة

لمعالجة هذا الموضوع وقصد الإجابة عن الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة وكذا الأسئلة الفرعية تم إختيار منهج الحالة أي المنهج الوصفي، حيث تم الإعتماد على أدوات وتقنيات التحليل المباشر وذلك بتحليل مضمون الوثائق المعبرة عن مصدر المعلومات، في محاولة التأكد من صدق تمثيل الوثيقة المراد تحليل مضمونها للواقع، أهميتها، أصلاتها وموضوعيتها.

وقد إعتمدت الباحثة على مصادر متنوعة باللغة العربية والفرنسية والإنجليزية لإثراء هذه الدراسة بمعلومات متنوعة وحقائق ذات قيمة علمية وتتمثل هذه المصادر في كتب وبحوث متخصصة ومقالات ومواقع في الأنترنت وموسوعات علمية في مجال السياحة، الإستثمار والتنمية، وأيضا على دوريات ويوميات. كما تم الإعتماد على البيانات المستقاة من مؤسسات رسمية كوزارة السياحة الجزائرية، هيئات سياحية حكومية وخاصة الديوان الوطني للإحصاء.

خامسا: هيكلية البحث

نقوم بدراسة هذا الموضوع ضمن أربعة فصول كمايلي:

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة تعرضنا فيه إلى: الإطار النظري للسياحة، خصائص وعوامل الجذب السياحي وآثارها، وأخيرا إلى التسويق السياحي.

الفصل الثاني: نتناول فيه مفاهيم عامة حول الإستثمار والإستثمار السياحي حيث نبدأ بتعريفه، مجالاته، تصنيفه وننتقل إلى أنواعه، أدواته ونختمه بمدى أهميته.

الفصل الثالث:السياحة من منظور التنمية المستدامة. تعرضنا فيه إلى أسس التنمية المستدامة، مؤشرات التنمية المستدامة، مفاهيم أساسية حول التنمية السياحية المستدامة.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق. تناولنا في هذا الفصل أسس القطاع السياحي في الجزائر، و واقعه بعد الاستقلال، معوقات الإستثمار السياحي بالجزائر، الإستراتيجية المقترحة للنهوض بقطاع السياحة بالجزائر .

سادسا: الدراسات السابقة

-الدراسة الأولى : أطروحة دكتوراه للطالبة شبايكي حفيظ مليكة. بعنوان " السياحة وآثارها الاقتصادية والاجتماعية - حالة الجزائر 2003 .

تناولت فيها الباحثة، مفاهيم السياحة وتطورها واتجاهاتها، القطاع السياحي ودوره في الإقتصاد الجزائري، كما تطرقت إلى الآثار الإقتصادية والإجتماعية للسياحة، بالإضافة إلى مستقبل النشاط السياحي في الجزائر في ظل التحولات المحلية والعالمية، وقد توصلت الباحثة إلى أن مساهمة قطاع السياحة في الإقتصاد الوطني لم تكن ذات أهمية حتى قبل سنوات التسعينات، وذلك بسبب تركيز السياسة الإقتصادية على قطاع المحروقات وإهمالها لقطاع السياحة.

- **الدراسة الثانية :** أطروحة دكتوراه للطالب كواش خالد ، بعنوان " أهمية السياحة في ظل التحولات

الاقتصادية - حالة الجزائر " ، 2003 / 2004، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير - جامعة الجزائر .

تطرق الباحث فيها إلى: تاريخ ومفهوم السياحة والسائح، كما تناول آفاق ومستقبل السياحة في الجزائر، وحاول توضيح أهمية وآفاق السياحة في الجزائر كنشاط إقتصادي مهم وذلك بالنظر إلى النتائج المحققة على المستوى العالمي، بالرجوع إلى تجارب بعض الدول العربية، وتوصل إلى أن القطاع السياحي في الجزائر لم يؤدي الدور المنتظر في التنمية، وأن النتائج المحققة لا تعكس حجم الموارد والمغريات السياحية المتوفرة، كما علل ذلك من خلال إجراء مقارنة من حيث المؤشرات السياحية بما تحقق في الجزائر، وما تم إنجازه في كل من المغرب وتونس.

الدراسة الثالثة : رسالة ماجستير أجرتها الطالبة صليحة عشي ، بعنوان " الآثار التنموية للسياحة " دراسة

مقارنة بين الجزائر ، تونس والمغرب " . تناولت الباحثة الموضوع في ثلاثة فصول تطرقت إلى مفاهيم أساسية للسياحة والسائح، كما تطرقت إلى المقومات السياحية للبلدان المقارنة، وأما الفصل الأخير فقد تضمن الآثار الإقتصادية والإجتماعية للسياحة في البلدان الثلاث، وهذه الدراسة جاءت في شكل دراسة حالة أكثر منها دراسة مقارنة، وقد أهملت جوانب عديدة مرتبطة بالموضوع كمعوقات التنمية في البلدان الثلاثة، برامج وخطط التنمية

السياحية، وقد توصلت الباحثة إلى ضعف الآثار التنموية لقطاع السياحة في الجزائر مقارنة بتونس والمغرب، رغم المقومات الطبيعية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

تمهيد:

السياحة ظاهرة إقتصادية، إجتماعية وحضارية تتم عن قيم المجتمع ومبادئه وسلوكه ولقد تطور مفهومها عبر الزمن، حيث دفعت إليها الحاجة في تغير المحيط والبحث عن الراحة والمتعة والإستجمام والمكان المناسب، لذلك نجد أنها تطورت مع تطور الحاجة إلى الرغبات المتزايدة لدى الفرد أصبحت نشاطا متميزا تهدف إلى التنقل للبحث عن المتعة والترفيه قصد بعث الحيوية في نفسه وكسر الروتين وإعادة بعث النشاط من جديد الأمر الذي شجع إزدهار السياحة لما لها من أهمية وتأثيرات مختلفة إجتماعية، سياسية... الخ، هذا ما جعل النشاط السياحي أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية في العالم ووضعه في الخطط والإستراتيجيات التنموية لدى البلدان فهو يعمل على جلب مداخيل معتبرة من العملة الصعبة، كما يساهم في خلق مناصب شغل وبالتالي إمتصاص البطالة كما يعمل على بعث النشاط في المناطق التي كانت مهملة وبالتالي إستغلال طاقات البلد من مقومات طبيعية وتاريخية وحضارية... الخ، كما أن إعداد البرامج السياحية لا يكفي وحده للنهوض بالنشاط وتميمته وجلب أكبر عدد من السياح وإنما يعتمد على إستراتيجيات أساسية ومن بينها سياسة التسويق السياحي التي تعتبر حلقة ما بين المنتج السياحي والزبون فتفعيل هذه السياسة من شأنه أن يؤدي إلى كسب حصة أكبر في السوق السياحي وبالتالي زيادة المداخيل مما يؤدي إلى إعطاء فرص توسيع الإستثمار في السياحة. وإنطلاقا من كل هذا سنحاول التطرق إلى هذا الفصل من خلال ثلاث فصول، تعرضنا في الأول إلى الإطار النظري للسياحة، ثم خصائص وعوامل الجذب السياحي وآثاره وهذا في المبحث الثاني، أما المبحث الثالث فتطرقنا فيه إلى التسويق السياحي.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

المبحث الأول: الإطار النظري للسياحة

تعود نشأة الحركة السياحية إلى بداية الحياة الإنسانية على الكرة الأرضية، حيث كان البشر بحاجة إلى الترحال لأغراض عديدة، سواء أكانت لتأمين الطعام، السكن، أو بحثاً عن أناس للقاء معهم تحقيقاً لأغراض إجتماعية.

سنحاول في هذا المبحث إعطاء أهم التعاريف الأساسية للسياحة من مختلف وجهات النظر والتطرق إلى دوافع وجود السياحة وتطورها بالإضافة إلى الأهمية والأهداف من خلال هذا النشاط مع ذكر كذلك الأنواع المختلفة للسياحة.

المطلب الأول: تعريف السياحة

تختلف تعريف السياحة باختلاف نظرة الباحثين والدارسين لها، وذلك في شتى التخصصات، فمنهم من يتأثر بها كظاهرة إجتماعية، وآخرون كظاهرة إقتصادية، ومنهم من يركز على دورها في تنمية العلاقات الدولية أو كعامل من عوامل إمتداد العلاقات الإنسانية والثقافية، ومن بين التعاريف الخاصة بالسياحة نذكر مايلي:

1- تعريف جويير فرويلر: يعرفها على أنها " ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغيير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس والشعور بالبهجة والمتعة والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضاً نمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرتها تقدم وسائل النقل" (1).

نلاحظ من هذا التعريف أنه تم التركيز على الجانب الاجتماعي وأهمل الجانب الاقتصادي.

(1) مثني طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ، (2000): " اقتصاديات السفر والسياحة"، مؤسسة الوراق للنشر، عمان، ص ص

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

2- تعريف العالم النمساوي هرمن فون شولرا سنة 1910 : يعرفها على أنها " إصطلاح يطلق على كل

العمليات وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول وإقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة أو دولة ترتبط بهم ارتباطا مباشرا"⁽¹⁾.

نلاحظ أن هذا التعريف قد ركز على الجانب الاقتصادي.

3- تعريف الكاتبان هنزكر وكرافت" :إن السياحة هي المجموع الكلي للعلاقات و الظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين بصفة غير دائمة ولا تؤدي إلى ممارسة أي عمل سواء كان دائما أو مؤقتا"⁽²⁾.

4- تعريف العالم الإقتصادي حمدي عبد العظيم :يعرفها بأنها " مجموعة النشاطات المختلفة التي تخدم الشخص المتنقل من مكان إلى مكان حيث هناك سياحة تكون داخل البلد المقيم فيه السائح وسياحة تكون بالانتقال إلى بلدان أخرى.

5- تعريف صلاح عبد الوهاب :يعتبر هذا التعريف أحد ث التعاريف إذ يعرف السياحة على أنها:

"مجموعة العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييرا وقتيا وتلقائيا وليس لأسباب تجارية أو حرفية"⁽³⁾.

6- تعريف المنظمة العالمية للسياحة OMT:

حسب المنظمة العالمية للسياحة فإن كلمة السياحة تحتوي على مفهومين⁽⁴⁾:

أ- السائح : هو كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل، حيث أن أسباب السفر تكون من أجل الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة أو من أجل القيام بأعمال عائلية أو حضور مؤتمرات، ندوات علمية، ثقافية وسياسية.

(1) حمدي عبد العظيم(2000):" اقتصاديات السياحة مدخل نظري وعملي متكامل"، مكتبة الشرق، القاهرة ، ص11
2- Ahmed Tissa, économie touristique et aménagement du territoire, OPU, Alger, 1994,P21

(3) هدى سيد لطيف،(1994):" السياحة بين النظرية والتطبيق"، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة ، ص14
4 - Gerard guibilats, economie touristique, delta et seps, suisse,1983, P10.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ب- **المتنزه**: كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته المعتاد.

هذا التعريف ينطبق فقط على السياحة الدولية والمنظمة العالمية للسياحة تبذل مجهودات لإعتماد هذا التعريف من طرف كل الدول الأعضاء في المنظمة، كون بعض الدول تعتبر السائح كل شخص يقيم بعيد عن مقر إقامته الأصلي، فمثلا ألمانيا تعتبر الفرد سائح كل شخص يبقى أربعة أيام فأكثر خارج مقر إقامته، حيث نجد النمسا تعتبر السائح كل من يبقى ثلاثة ليالي فأكثر خارج إقامته، أما السويد فتعتبر السائح كل من يبقى خمسة ليال فأكثر خارج مقر إقامته.

7- **تعريف كاسبر**: حيث يعرفها على أنها "مجموعة علاقات وظواهر ناتجة عن السفر وإقامة الأفراد حيث

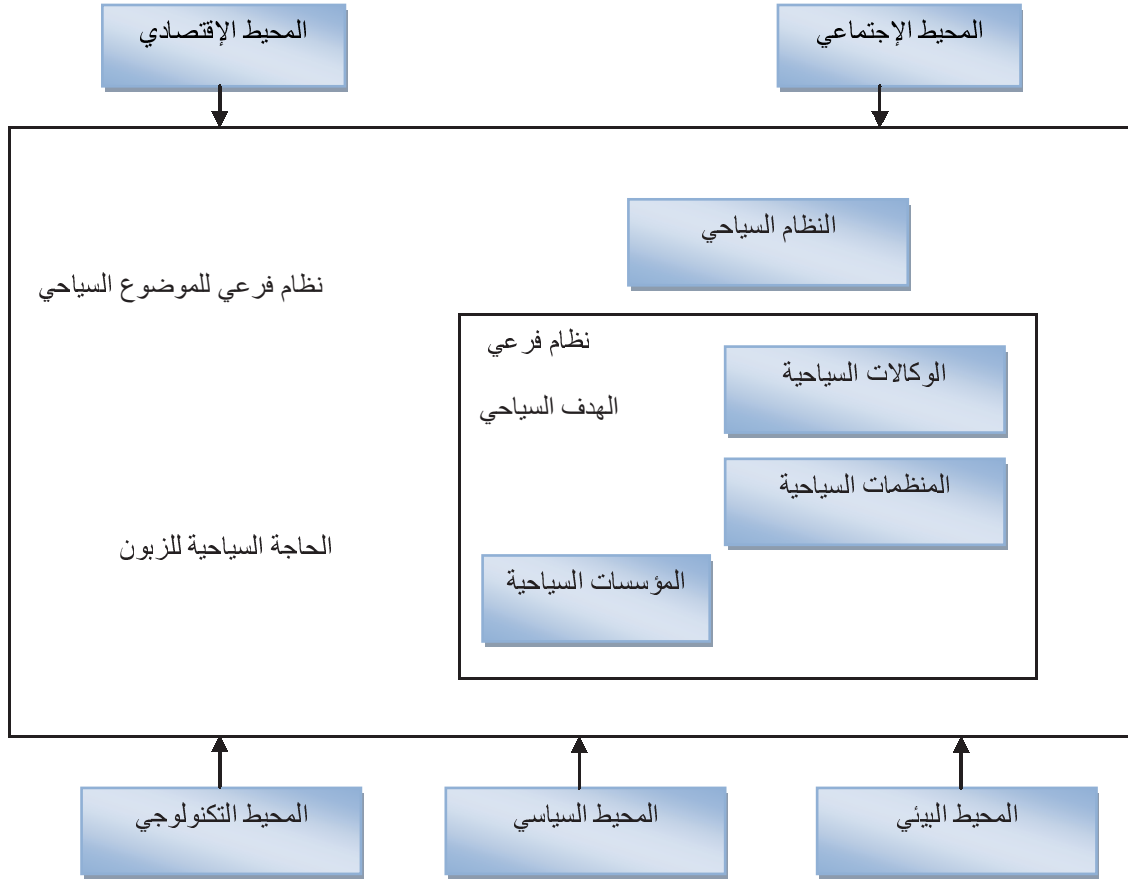
مكان الإقامة ليس مسكنا رئيسيا وليس مكان عمل"⁽¹⁾

هذا التعريف يعتبر التنقل والإقامة عنصران أساسيان في إثبات النشاط السياحي لكنه يضيف وينظر إلى الظاهرة السياحية في إطار علاقاتها مع محيطها الاقتصادي، الاجتماعي، السياسي، والبيئي والتكنولوجي، حيث يرى أن السياحة تتشكل من أنظمة فرعية: نظام فرعي الهدف السياحي، نظام فرعي الموضوع السياحي و ذلك كما هو موضح في الشكل التالي:

1- R. Christine, le tourisme, publication universitaire, d'études Européennes, Genève, 1985, P19,

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

الشكل رقم (01) : هيكل النظام السياحي حسب كاسبر



Source: R. Christine, le tourisme, publication universitaire, d'études Européennes, Genève, 1985, P19.

حسب هذا التعريف الظاهرة السياحية ينظر إليها كنظام يتكون من فرعين:

نظام فرعي تنظيمي للموضوع السياحي .

نظام فرعي للهدف السياحي .

8- تعريف السياحة حسب المجلس الإقتصادي والإجتماعي الفرنسي في قراره الصادر سنة 1972: "السياحة

فن تلبية الرغبات الشديدة التنوع التي تدفع إلى التنقل خارج المجال اليومي"⁽¹⁾.

(1) أحمد لشهب، (1987): "السياسة السياحية في الجزائر من 1962 إلى 1982"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، ص 102.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

حسب هذا التعريف فإن السياحة هي فن تختلف عن باقي النشاطات بسبب طبيعتها وأدواتها.

بالنسبة للجزائر فقد تبنت تقريبا نفس التعاريف التي إعتدتها المنظمة العالمية للسياحة منها مايلي:⁽¹⁾

-**الدخول** : كل مسافر عبر الحدود ودخل التراب الوطني، خارج مساحة العبور يعتبر داخلا.

-**المسافر**: هو كل شخص يدخل التراب الوطني، مهما كانت دوافع هذا الدخول ومهما كان مكان إقامته

وجنسيته باستثناء الجوالين في رحلة بحرية . والجوال في رحلة بحرية هو كل زائر يدخل الحدود الوطنية

ويغادرها في نفس السفينة التي جاء فيها والتي يسكن على متنها طوال إقامته في البلاد.

-**الزائر** :هو كل من دخل البلد) الجزائر (من غير أن يقيم فيها عادة ولا يمارس فيها أية مهنة مقابل أجر.

ويشمل هذا التعريف فئتين من الزوار هما السياح والجوالون .

-**السائح** : هو الزائر لفترة محدودة، يقضي على الأقل 24 ساعة في البلاد .وذلك لأغراض المتعة) صحية،

رياضية، دواعي دينية ... إلخ .(أو إنجاز أشغال :زيارة الأقارب، حضور إجتماعات، القيام بمهام،

الدراسة...إلخ.

-**المقيمون** : هم المسافرون غير الجوالين في رحلة بحرية وغير المقيمين.

-**غير المقيمين** : هم السواح والجوالون والمسافرون العابرون بالجزائر، باستثناء الجوالين في رحلة بحرية.

-**الجوال** :هو زائر لمدة محدودة، يقضي على الأقل 24 ساعة في البلاد .هذا المفهوم ينطبق على كل

المسافرين الذين هم في جولة بحرية ماعدا المسافرين الذين يمكن اعتبارهم من الناحية القانونية أنهم لم يدخلوا

التراب الوطني فضلا عن سكان الحدود العاملين في الجزائر.

من خلال التعاريف السابقة يمكن إستنتاج التعريف التالي للسياحة: "السياحة هي عبارة عن ظاهرة إنسانية لها

أبعاد مختلفة إجتماعية، إقتصادية، سياسية... إلخ، حيث يقوم الأفراد بالإنقال

(1) وزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصائيات، الموسوعة الإحصائية السنوية للجزائر، نشرة 90 رقم 14 ، ص 14 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

من مقر سكناهم إلى مقر مؤقت ليس دائما بهدف قضاء وقت فراغهم وعطلهم والتنزه ومختلف الأنشطة باستثناء مزاوله عمل معين وتكون فترة إقامتهم أكثر من 24 ساعة وأقل من سنة.

المطلب الثاني: التطور التاريخي للسياحة والعوامل المؤثرة فيها

بدأت الملامح الأولى للسلوك السياحي تظهر في أواخر القرن الثامن عشر وبداية القرن التاسع عشر، وساعد على ذلك ظهور الثورة الصناعية وما أحدثته من تغييرات في وسائل النقل، مما أعطى دفعة كبيرة لحركة السفر والسياحة، وشجع على ظهور الشركات والمؤسسات الهادفة إلى تنظيم الأسفار وتحقيق الأرباح والتي إقترن إسمها بتوماس كوك.

أولاً: التطور التاريخي للسياحة

تعتبر السياحة ظاهرة إنسانية وصناعة لها مكانة بارزة في الإقتصاد. وقد مرت بمراحل متعاقبة وهي⁽¹⁾:

المرحلة الأولى: هذه المرحلة تبدأ مع ظهور الإنسان وتمتد حتى عام 1840 م. فالإنسان منذ نشأته وهو ينتقل من مكان إلى آخر مستخدماً وسيلة النقل المتاحة في الحقبة الزمنية التي يعيش فيها، وذلك لتحقيق أهداف معينة كالبحث عن الغذاء و الماء أو الهجرة إلى أماكن أكثر ملائمة لحياته، وانتقال التجار بحثاً عن أسواق جديدة لسلعهم داخل نفس الدولة أو الدول القريبة.

أي أن النشاط السياحي في تلك المرحلة كان يتمثل في التجارة وبيع المنتجات الأولية، البحث عن عمل، الانتقال لزيارة الأماكن المقدسة عند كل عقيدة، أو الانتقال بهدف العلاج والإستمتاع والتنزه، حيث كان الأغنياء والأمراء يسافرون إلى أماكن الإستشفاء ويقومون برحلات الصيد. وقد كانت وسائل الانتقال خلال تلك الحقبة ممثلة في الانتقال سيراً على الأقدام، إستخدام الدواب أو القوارب الشراعية.

(1) كريم قاسم،(1998): " ترقية السياحة في الجزائر-حالة الديوان الوطني للسياحة "، رسالة ماجستير، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر ، ص28، بتصرف.

وأبصاراً: لمحظة خاطفة عن السياحة، تاريخها وتطورها، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، العدد 09، 1991، ص 18.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

وعموما يمكن القول أن النشاط السياحي خلال هذه المرحلة كان يتسم بالبطء، وعدم التطور وإنخفاض الإقبال عليه لأن الانتقال كان يتم بمعرفة الفرد نفسه وعلى مسؤوليته الشخصية، فهو الذي يخطط للرحلة ويبحث عن وسيلة الانتقال ومكان الإقامة ويدير كل ما يخص الرحلة.

المرحلة الثانية: من 1840 إلى 1914

إتسمت هذه المرحلة بالتطور والنمو المطرد في إنتقال البشر من مكان إلى آخر، نتيجة لإختراع القطار والسيارة وظهور السفن. وبالتالي كان لتطور وسائل النقل في هذه المرحلة أثرا كبيرا في زيادة معدل النشاط السياحي، وبدأ بعض الأفراد القيام بإستثمار وإستغلال ظاهرة إنتقال البشر من مكان إلى آخر. ويعتبر الإنجليزي توماس كوك أول من نظم رحلات جماعية بالقطار أولا داخل بريطانيا ثم إلى دول أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، سميت هذه الرحلات بـ Grand tour. وتعتبر هذه الرحلات بداية ظهور المفهوم الجديد للسياحة الحديثة. فقد قام المسؤولون عن الرحلة بتدبير وسائل السفر البرية والبحرية والانتقال من دولة إلى أخرى، وتدبير الإقامة والترفيه داخل الدولة التي يتم زيارتها.

المرحلة الثالثة: من 1914 إلى يومنا هذا

تبدأ هذه الحقبة بظهور الطائرة والتي إستعملت في الأغراض الحربية في الحرب العالمية الأولى، وقد ساهم دخولها في مجال النقل المدني خاصة بعد تطور سرعتها وإدخال وسائل الأمان بها في تقدم النشاط السياحي، ويعتبر تكامل وسائل النقل من بحري، بري وجوي عقب نهاية الحرب العالمية الأولى وسفر الأفواج البشرية من مكان لآخر بأعداد كبيرة جدا، البداية الحقيقية للسياحة بمفهومها المعاصر، والتي أصبحت تسمى صناعة السياحة وظهر الإسم الجديد Tourisme. وهو تعبير جديد وليد القرن العشرين.

كما أصبحت الحركة العالمية للسفر والسياحة ظاهرة لها خطورتها، حيث أخذت الدول والمنظمات العالمية (خاصة الأمم المتحدة) في الإهتمام بالسياحة لأهميتها في التنمية الإقتصادية، ومن تم أخذ الباحثون في الدول

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

المتقدمة والنامية في الإهتمام والبحث ودراسة النشاط السياحي العالمي، وأنشأ له معاهد متخصصة، وبدأ وضع الإطار العلمي للنشاط السياحي منفصلا عن التجارة والنقل، ومن تم أصبحت السياحة صناعة وعلما مستقلا. وعليه فإن السياحة الحديثة بدأت في الخمسينات من القرن العشرين، عندما بدأ الأوروبيون في الإشتراك في السياحة الدولية وتنظيمها لإعادة الثقة في النفوس والهروب من ويلات الحروب، خاصة الحربين العالميتين الأولى والثانية، وقد توسعت السياحة في تلك الفترة، مما نتج عنه إنتشار شركات السياحة التي تقوم بتنظيم الرحلات الجماعية والأفواج السياحية خارج أوروبا وداخلها، وكانت إسبانيا من أولى دول أوروبا التي إستقبلت الأفواج السياحية، حيث إزدهرت السياحة بها بسبب إنخفاض الأسعار وإعتدال المناخ مقارنة بدول شمال أوروبا، أما إيطاليا فقد شهدت زيادة في عدد السائحين القادمين إليها من دول أوروبا وأمريكا، بسبب تنوع المنتج السياحي مثل سياحة الشواطئ، السياحة العلاجية والثقافية. أما فرنسا وسويسرا فكانت من أهم الدول المستقبلة للسياحة الثقافية والصحية، بينما لم تكن هناك سياحة بالمعنى المعروف حاليا في الدول النامية بإستثناء السياحة الدينية.

أما خلال الستينات فقد أصبحت السياحة ظاهرة إجتماعية عالمية، حيث بلغ عدد السواح في العالم 112.8 مليون سائح سنة 1965، في حين بلغت العائدات السياحية العالمية 11.6 مليار دولارا⁽¹⁾. ففي هذه الفترة بدأت دول أوروبا تخطط لحاضر ومستقبل السياحة داخليا وخارجيا، بحيث وضعت إسبانيا الخطة القومية للتنمية السياحية. أما الدول النامية فقد دخلت المنافسة الدولية لجذب أكبر عدد ممكن من السواح، ومن بينها تونس، مصر والمغرب، حيث تعتبر هذه الدول في السياحة منفذ للتنمية والإنتعاش على الدول الغربية، هذا بالنسبة للدول المستقبلة للسياحة (الدول المصدرة).

(1) علال رشدي، (2002): " السياحة والبلدان النامية "، مجلة تجاريس، العدد 74، الرباط، سبتمبر/ أكتوبر ، ص 06.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

أما الدول المستوردة للسياحة، فقد ظهر لديها إقتناع عام أن السياحة هي السبيل الجديد للتنمية الإقتصادية والصناعية، ومنه ظهر التنافس بين الدول والشركات لزيادة إعمادات التنمية والتسويق في الدول المصدرة للسياحة، حيث تطورت أساليبها ونظامها وأبحاثها رغم أن معظم الدول لم يكن لديها الإمكانيات اللازمة لكيفية تحليل الظاهرة السياحية ونتاج الحملات الإعلامية، والآثار الإقتصادية والبيئية الناجمة عن التنمية السياحية داخل المجتمع، وكان يتم إجراء هذا التحليل فقط في حالة الضرورة القصوى حيث لم تكن المشكلات الإقتصادية والصناعية والبيئية قد أخذت شكلها الحالي، كما أن أساليب تحليل التكاليف والمنافع لم تكن قد تطورت بالصورة الحالية.

أما خلال السبعينات بدأت كثير من الدول إعادة النظر في تقييم النشاط السياحي الداخلي والخارجي، وآثاره ضمن المتغيرات الإقتصادية في ظل أزمة الدولار وإنتشار ظاهرة التضخم في الدول المتخلفة، وإنتشار مشكل البطالة، أما المتغيرات الإجتماعية فقد كان لها آثار سلبية على السلوك الإجتماعي والنظم والقيم الإجتماعية للدول المستقبلية للسياحة.

أما المتغيرات البيئية والحضرية، فتتمثل في إرتفاع نسبة التلوث في الماء، والهواء في معظم دول العالم، وإلإنفجار السكاني في بعض الدول المستقبلية للسياحة وتزايد أعداد السائحين مما قد يؤدي إلى حدة أزمة الغذاء، وتزايد الضغوطات على المرافق العامة الأساسية، وتعرض البشر للأمراض المعدية والفتاكة.

لقد تحولت هذه التغيرات إلى آثار إقتصادية ونفسية وإجتماعية سلبية، ونتج عنها أضرار للدول التي لم تحسن التخطيط للتوسع في النشاط السياحي، لذلك فإن الباحثين والمهتمين بالنشاط السياحي في بعض الدول كألمانيا والنمسا وبريطانيا يرون أنه يجب الإهتمام بالسياحة كمنتوج من منتجات المجتمع الصناعي وتحليل التكاليف والمنافع التي ستعود على البيئة والمجتمع والإقتصاد الوطني ككل قبل التوسع في أنشطتها، كدراسة

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

الطاقة الإستيعابية للمناطق والمشروعات، وحدود حماية البيئة والطبيعة، وقد أعطوا للبعد البيئي في التنمية السياحية أهمية كبيرة.

و من خلال ما سبق نلاحظ أن تطور السياحة و إزدهارها كان مرتبطا بعدة عوامل وهي تختلف من مرحلة لأخرى.

ثانيا: العوامل التي تساهم في تطور السياحة

يمكن تلخيص العوامل التي ساهمت في تطور السياحة فيمايلي⁽¹⁾:

- التطور الكبير والتغير المستمر في وسائل النقل المختلفة (بحرية، برية، جوية)، ولقد أحدث الطيران ثورة في الأسفار، حيث أصبح من السهل الوصول إلى الأماكن التي كان يستغرق الوصول إليها زمنا طويلا قد يفوق مدة العطلة الممنوحة للأفراد (عطلة قصيرة لا تتعدى أسابيع)، علاوة على إدخال الأمان، الأمر الذي كان له أثر بالغ على السفر والسياحة الدولية.
- تقدم وسائل الإعلام وتنوعها مع سهولة وسرعة نقل الأنباء المختلفة - في لحظة حدوثها- عبر العالم، واستخدامها لأغراض التسويق السياحي مما زاد في رغبة الكثيرين في السفر وزيارة البلدان الأخرى.
- تشجيع الدول المستقبلية للسياحة وحرصها على تنمية المناطق السياحية والحرص على جمالها ونظافتها والإهتمام بالتسهيلات والسياحة.
- تزايد أوقات الفراغ والعطل السنوية المدفوعة الأجر، وتخفيض سن التقاعد نتيجة لتطبيق العديد من التشريعات العمالية وتخفيض ساعات العمل من 16 ساعة إلى 8 ساعات في اليوم، وتشجيع زيادة الحوافز، بالإضافة إلى إرتفاع المستوى الثقافي والإجتماعي للأفراد.

(1) أحمد الجلا،(1998): " دراسات في الجغرافية السياحية "، الطبعة الأولى،عالم الكتاب، القاهرة، ص 38.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- الإهتمام بالبيئة الأساسية للسياحة من فنادق ومحلات عامة وتجارية، مع تحسن في النواحي الإقتصادية وإرتفاع مستويات المعيشة وتشكل فوائض نقدية لدى الأفراد.
- ظهور المنظمات السياحية التي لعبت دورا هاما في تنظيم العمل السياحي، وتعظيم العائد منه، مع رفع الوعي السياحي، مثل إتفاقية لاهاي في عام 1955 والتي تنص على ضرورة حماية الإرث الثقافي والسياحي للبلدان في حالة الحروب، والقانون العالمي لأخلاقيات السياحة، الصادر عن المنظمة العالمية للسياحة في أكتوبر 1999.

المطلب الثالث: أهمية وأهداف السياحة

تكمن أهمية السياحة في الدور الذي تلعبه مستقبلا في تنويع قاعدة الإقتصاد الوطني، كما أن لها أهداف متعددة على جميع المستويات وهذا ما سنتطرق إليه من خلال هذا المطلب.

أولا: أهمية السياحة⁽¹⁾

- بعد الحرب العالمية الثانية أصبحت السياحة من أهم الصناعات العالمية حيث أن ظهورها جلب إهتمام الخبراء الإقتصاديين.
- إن الدخل السياحي وإمكانية التوسع أعطيا أهمية واعتبارا كبيرا وتم السعي لهذه الأهداف لتحقيقها في الإقتصاد بعد الحرب العالمية الثانية من خلال المشاريع الفردية ومن ثم الحكومية وكان التأكيد على النمو والترويج بدلا من الإدارة والرقابة.

(1) محمود الديماسي وآخرون، (2002): "تخطيط البرامج السياحية"، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ص 140 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- مع إدخال السياحة الجماعية إزداد الوعي للحاجة إلى التخطيط المركزي والإدارة للسياحة من خلال الإهتمام الإقتصادي والإجتماعي والبيئي وبالإضافة لكونها نشاط إقتصادي فإن السياحة تعتبر أساسا للتبادل الثقافي والحضاري بين الشعوب.
 - تساعد السياحة على تعزيز العلاقات الإقتصادية الدولية حيث أن الإشتراك في المنظمات الدولية السياحية الرسمية وغير الرسمية من شأنه أن يسهم في تطوير السياحة محليا ودوليا، كما أن إستخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية يساهم في تلبية إحتياجات السياحة الدولية.
 - الأهمية الإقتصادية للسياحة هي نتيجة للمصروفات المباشرة للسياح على وسائل الراحة، التسوق، الطعام والشراب... إلخ، وكذا تأثير الإستثمار السياحي أو ما يسمى بتأثير المضاعف السياحي.
- وبالتالي فالسياحة لم تعد محدودة بل تنامت ونشطت وأصبحت الآن صناعة العصر والمستقبل وبيبين الجدول التالي التطور الكبير الحاصل في هذا المجال إعتبارا من بداية النصف الثاني من القرن العشرين:

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

الجدول رقم (01) :تطور عدد السياح العالميين للفترة 2010.1995

الوحدة هي: مليون سائح

2010	2001	2000	1999	1995	
1006.4	688.6	698.8	6505.5	565.5	العالم
47	28.5	27.6	26.5	20.2	إفريقيا
190.4	119.3	129	122.2	108.9	الأمريكتين
195.2	114.9	119.9	97.6	81.4	آسيا و الباسيفيك
527.3	400.5	403.3	380.2	338.2	أوروبا
35.6	19.4	20.6	18.2	12.4	الشرق الوسط
10.6	6	6.4	5.8	4.2	جنوب آسيا

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة سنة 2011.

يوضح الجدول أعلاه تطور عدد السياح الوافدين حول العالم وهذا مقارنة بالفترات الزمنية. نلاحظ أن السياحة أصبحت الصناعة الأولى في العالم حيث أن عدد من يعمل في قطاع السياحة يساوي عدد العاملين في الصناعات الخمس التالية: الإلكترونيك، الكهرباء، الحديد والصلب، النسيج، السيارات. وأصبح هذا القطاع يحتل مكانة لا بأس بها ضمن مشاركة القطاعات الاقتصادية في التجارة العالمية فمثلا سنة 1995 كان عدد السواح حول العالم يقدر بـ 565.5 مليون سائح ووصل إلى 1006.4 مليون سائح سنة 2010 . إذ تتوقع المنظمة العالمية للسياحة أن عدد السواح سيكون في تزايد مستمر إلى آفاق 2020 والجدول التالي يوضح ذلك:

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

الجدول رقم (02): تقديرات المنظمة العالمية للسياحة لعدد السواح آفاق 2020

الوحدة هي: مليون سائح

العالم	إفريقيا	الأمريكتين	آسيا و الباسيفيك	أوروبا	الشرق الوسط	جنوب آسيا
1561.1	77.3	282.3	397.2	717	68.5	18.8

المصدر: المنظمة العالمية للسياحة سنة 2011.

إن للسياحة أهمية اجتماعية على الجوانب الجغرافية و الديمغرافية للسكان بالإضافة إلى الملامح الخاصة بسلوكاتهم وعلاقتهم والخصائص الثقافية المتعلقة بالعادات والتقاليد وما يخص الفنون والأدب واللغات... إلخ، حيث أنها:

- تؤدي إلى خلق فرص جديدة للعمالة المستقبلية للسياح مما يؤدي إلى رفع مستوى المعيشة ورفع المستوى الاجتماعي للدولة.
- تؤدي إلى إعادة بعث الفنون والصناعات اليدوية والنشاطات الحضارية للسكان المحليين في المناطق السياحية البعيدة عن المدن.
- تعمل على إحياء التقاليد المعمارية المحلية مع إحترام خصائص المنطقة والبيئة والتراث .
- تتيح السياحة أمام أفراد المجتمع التعرف على الأفكار والإهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم ومشاهدتهم وإتصالهم المباشر بالسياح، وهو ما يساهم في إنفتاحهم على العالم الخارجي ويساعد على إكتسابهم الكثير من القيم.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- السياحة أداة لتعميق الإلتواء وتنمية الوعي والإعتزاز بالوطن وتساهم على بناء الشخصية الإنسانية وتعمل على الترفيه والترويج النفسي والجسدي فيعود الشخص إلى عمله أكثر نشاطا وإنتاجية، كما تساهم في تماسك المجتمع بما تتيحه من ألوان التآلف والتعارف (1).

ثانيا: أهداف السياحة

إن قطاع السياحة كأى قطاع آخر قائم على جدوى وغايات تجعل منه قطاعا فعلا يحقق أهداف شتى ترضي الطالب للنشاط السياحي وعارضها، ومن بين هذه الأهداف نذكر (2):

أ- **الأهداف السياسية:** وهي التي ترمي لتحسين علاقات الاتصال بين الدول لتحقيق الاستقرار الداخلي والخارجي.

- **بالنسبة للاستقرار الداخلي:** تساهم السياحة في تحقيق الأمن والحماية للمناطق المعرضة للخطر وذلك بإنشاء مشروعات سياحية وتعميرها بالسكان وبعث الحيوية فيها من خلال توفير المتطلبات الضرورية للحياة.

- **بالنسبة للاستقرار الخارجي:** وهو كسر التوترات وسوء العلاقات بين الدول، إذ أن التبادل الدولي السياحي يخلق تعاطف الشعوب بالاحتكاك فيما بينهم وهذا ما قد تحترمه الحكومات المتضاربة فيساعد على الاستقرار السياسي بين هذه الدول.

ب- **الأهداف الاجتماعية:** بما أن القطاع السياحي يعتبر القطاع الإنتاجي الثالث بعد الصناعة والزراعة فهو يحقق لنا:

(1) خالد كواش، (2005): "الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة حالة الجزائر"، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 13، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص 57 .
(2) حمدي عبد العظيم، مرجع سبق ذكره، ص 15 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

• **تشغيل اليد العاملة:** وذلك بخلق مناصب شغل نظامية أو حرة مما يساعد القضاء على الكثير من الانحرافات والجرائم الناجمة عن الفراغ وعدم العمل وهذا ما يبرز أن السياحة تعتمد كثيرا على العنصر البشري.

• **إعادة توزيع السكان:** وذلك من خلال إعمار مناطق جديدة عن طريق تهيئة هذه المناطق بإنشاء الفنادق والمرافق الضرورية وتجميع السكان مما يؤدي إلى إعادة توزيع السكان حولها هذا بدوره يؤدي إلى إعادة توطين حضاري قد يغير رسم الخريطة الجغرافية.

• **المساهمة في رفع المستوى المعيشي:** عن طريق زيادة الدخل الفردي والوطني الذي يتسبب فيه القطاع السياحي.

ت- الأهداف الاقتصادية: وتتمثل فيما يلي⁽¹⁾:

- تحقيق وتدعيم إيرادات الخزينة العمومية.
- زيادة الدخل الفردي والوطني.
- تحسين وضعية ميزان المدفوعات.
- تحريك دواليب التنمية الاقتصادية.
- المساهمة في تنشيط القطاعات الأخرى.
- زيادة مستوى التشغيل وتقليص البطالة.
- توسيع الاستثمار في القطاع السياحي من خلال عوائده.
- تشجيع الصناعة السياحية .

(1) قزير محمود: "واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية"، ورقة مقدمة في الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، يومي 01 و 02 ديسمبر، 2004، ص 3 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ث - الأهداف الثقافية⁽¹⁾:

تعتبر السياحة وسيلة إجتماعية لتنمية الثقافة بين الشعوب ومجتمعات الدول السياحية حيث تكتسب هذه الدول المعارف، الخبرات والمهارات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها كاللغة، والأفكار السليمة، مما يساهم في:

- رفع مستوى ثقافة سكان الأقاليم السياحية.
- إهتمام مسؤولي هذه البلدان السياحية بزيادة فرص التعليم والتدريب السياحي.
- تطوير مستوى العرض السياحي لديها.
- نشر الحضارات والثقافات المختلفة.

المطلب الرابع: أنواع السياحة

تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والإحتياجات المختلفة، فهناك السياحة الثقافية والترفيهية والعلاجية والدينية والرياضية بالإضافة إلى أنواع أخرى جديدة ساعد على ظهورها وإنتشارها التقدم والتطور العلمي، السياسي، الإقتصادي والإجتماعي، وطبقا لهذا فقد صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة لها وفقا لعدة عناصر هي:

(1) عامر عيساني(2010):"الأهمية الإقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه منشورة، ، قسم علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات ،جامعة الحاج لخضر باتنة،ص37، بتصرف

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

أولاً : طبقاً لعدد الأشخاص المسافرين: حسب هذا المعيار نجد الأنواع التالية⁽¹⁾:

1. السياحة الفردية:

هي عبارة عن سياحة غير منظمة ولا تعتمد على برنامج منظم أو محدد يقوم بها شخص أو مجموع أشخاص لزيارة بلد أو مكان ما وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر أو على المقدرة المادية.

2. السياحة الجماعية:

وهي عبارة عن سياحة منظمة ويطلق عليها سياحة الأفواج أو المجموعات، حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم وترتيب مثل هذا النوع من السياحة وكل رحلة لها برنامج خاص وسعر محدد وتعتمد على تحقيق رغبات المجموعات.

ثانياً : طبقاً لنوع وسيلة النقل المستعملة: وحسب هذا المعيار نجد⁽²⁾:

1. سياحة برية: عن طريق السيارات الخاصة، القطارات، الحافلات...إلخ.

2. سياحة بحرية أو نهريّة: تتم على متن السفن والبواخر.

3. سياحة جوية: عبر الطائرات المختلفة.

ثالثاً: حسب العمر: حسب هذا المعيار تنقسم السياحة إلى⁽²⁾:

1. سياحة الطلائع: حيث يخص هذا النوع فئة السن ما بين 7 و 14 سنة و هي مرحلة تعليمية يكتسب فيها

الأطفال معارف ومهارات وسلوكات معينة، حيث تقوم الكثير من الشركات السياحية أو النقابات أو الجمعيات

الخيرية بتنظيم هذا النوع من الرحلات كأن تكون في شكل رحلات الكشافة، أو رحلات تعلم السباحة...إلخ.

(1) محمد خميس الزوكة، (1995): "صناعة السياحة من منظور جغرافي"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية ، ص 40 .

(2) يسري دعيبس، (2001): "السياحة"، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، القاهرة ، ص ص 113 . 128.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

2. **سياحة الشباب:** يخص هذا النوع فئة السن ما بين 15 و 21 سنة ويمتاز هذا النوع من السياحة بالبحث عن الحياة الاجتماعية والإثارة والاعتماد على النفس، بالإضافة إلى السياحة الطلابية التي تقوم بها الإقامات الجامعية للطلبة الجامعة.

3. **سياحة الناضجين:** يخص هذا النوع من السياحة فئة السن ما بين 35 . 55 سنة وهي عبارة عن سياحة إسترخاء ومنتعة وهروب من جو العمل الروتيني والإرهاق ويغلب طابع الراحة والاستجمام على هذا النوع من السياحة وتكون الرحلات في الغالب إلى الشواطئ والأماكن الهادئة والجبال والأرياف وتعتمد هذه السياحة على الخدمات السياحية والإقامة الجيدة والأسعار المتوسطة.

4. **سياحة المتقاعدين:** يعتبر هذا النوع من السياحة تقليدي وغالبا ما يشارك فيها المتقاعدين وكبار السن وتقوم الشركات السياحية بتنظيم هذا النوع من السياحة خصيصا لهؤلاء المجموعة كما تمتاز بارتفاع أسعارها وتقديم أفضل الخدمات السياحية.

رابعا: طبقا لمدة الإقامة⁽¹⁾: حسب هذا المعيار نجد:

1. **سياحة الأيام:** حيث يستغرق هذا النوع أيام محدودة من يومين إلى أسبوع يقضيها السائح ضمن برنامج معد مسبقا وتكون هذه السياحة متنوعة وخدماتها مختلفة وقد تكون في عطلة نهاية الأسبوع أو في المناسبات.

2. **سياحة موسمية:** هذا النوع من السياحة يرتبط بقضاء السائح في مكان ما لموسم معين، فترة الإقامة تكون من شهر إلى ثلاثة أشهر.

3. **سياحة عابرة:** هذا النوع من السياحة يرتبط بالطرق البرية، حيث أثناء التوجه إلى بلد ما يمر المرء عبر بلد معين ويبقى فيه لمدة يوم أو يومين، فمثلا تحصل السياحة العابرة أثناء الإنتقال بالطائرات ويحدث تعطل طائرة

(1) و (2) خالد كواش، (2004): "أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، ص 44 .45.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

في مطار ما أو وجود إضطرابات معينة في إحدى المطارات يؤدي إلى عدم تزويد الطائرة بالخدمة فتقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم رحلات سياحية قصيرة لهؤلاء السياح.

خامسا : حسب مستوى الإنفاق والطبقة الإجتماعية: حيث نجد⁽²⁾:

1- سياحة أصحاب الدخول المرتفعة الذين يسافرون بوسائلهم الخاصة .

2- سياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النوعيات الممتازة من الخدمات، فنادق الخمس نجوم ومقاعد الدرجة الأولى في الطائرات وغيرها من وسائل النقل...الخ.

3- السياحة الإجتماعية أو العامة لذوي الدخول المحدودة .

سادسا: تبعا للمناطق الجغرافية: حيث تنقسم إلى:

1. **السياحة الداخلية:** وهي تنقل الأفراد داخل البلد نفسه وهي تحتاج إلى نوع معين من الخدمات والأسعار .

2. **السياحة الخارجية:** تعتمد على السياح الأجانب وتسعى كل دولة إلى تشجيع هذا النوع من السياحة لجلب العملة الصعبة ويتطلب خدمات مختلفة ،حيث يعتمد على توافر الخدمات السياحية وتطور البنية التحتية وتوفر الأمن والإستقرار و إنخفاض الأسعار .

سابعا: تبعا للجنسية: حيث نجد:

1. **سياحة الأجانب:** يتمثل في كل السياح الأجانب ما عدا مواطني البلد حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم برامج خاصة لجذب السياح الأجانب.

2. **سياحة المقيمين خارج البلد:** وهي تتمثل في تنظيم رحلات سياحية للأشخاص المقيمين في الخارج لغرض زيارة البلد الأم.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ثامنا : تبعا لأغراضها: حسب هذا المعيار نجد الأنواع التالية:

1. **سياحة المتعة والترفيه:** تكون الزيارة فيها من أجل قضاء العطل في الأماكن التي تشتهر بإعتدال الطقس أو بمناظرها وهدوء ربوعها وجمال شواطئها وصحاريها...الخ.
2. **السياحة الثقافية:** تكون الزيارة فيها للمناطق الأثرية المشهورة بآثارها القديمة من مختلف الحضارات ويهدف السائح من خلالها إلى تنمية معارفه الثقافية.
3. **سياحة العلاج:** الزيارة تكون فيها بهدف العلاج أو قضاء فترات النقاهة وتكون في الأماكن التي تحتوي على المستشفيات ذات الطابع الخاص، حيث يعتمد هذا النوع على المقومات الطبيعية الموجودة بالبيئة مثل: المناخ الدافئ، مصادر المياه الطبيعية...إلخ حيث تكون أسعارها رخيصة وخدماتها قليلة ومناسبة.
4. **سياحة الرياضة:** حيث يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الإستمتاع بمشاهدتها كالمشاركة في الألعاب الأولمبية وبطولات العالم المختلفة.
5. **سياحة الأعمال:** تكون الزيارة فيها بقصد تجاري يضعه السائح في إعتباره الأول، حيث يقوم بهذا النوع رجال الأعمال والتجار وذلك بزيارة المعارض والأسواق التجارية الدولية.
6. **السياحة الدينية:** حيث يقوم فيها السياح بالانتقال إلى منطقة معينة لغرض زيارات ورحلات دينية، حيث تكون في بعضها شعائر دينية، فالإنسان يرتبط دوماً بالجانب الروحي لديه ويعتز بالمقدسات الدينية ويحترمها، ويرغب في زيارتها كلما أتته الفرصة لذلك⁽¹⁾.

(1) يوسف جعفر سعادة، (2000): "التربية السياحية"، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ص 82 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

7. **سياحة المؤتمرات والاجتماعات:** وهي ذات مغزى إعلامي كبير حيث تستضيف الدول المؤتمرات والندوات الدولية والملتقيات الفكرية والعلمية وتحمل تكاليفها لتحقيق مكاسب سياسية وإعلامية وهي تتطلب إمكانات وقدرات كبيرة لتوفير أماكن الإيواء وتوفير الخدمات المناسبة.

8. **سياحة المعارض:** حيث نجد أن السياح ينتقلون بغرض مشاهدة المعارض التي تقام في الدول المختلفة كالمعارض الصناعية والتجارية والفنية ومعارض الكتاب، فأصبحت المعارض نوافذ حضارية يطل منها الزائرون على الانجازات العلمية والتكنولوجية والحضارية للدول المتخلفة.

9. **سياحة المهرجانات:** حيث تكون الزيارة بغرض الحضور أو المشاركة في المهرجانات المختلفة الثقافية، الفنية، الرياضية والتي تهدف إلى تحقيق الرواج العام والجذب السياحي.

تاسعا: أنواع السياحة الحديثة

1. **السياحة الطبيعية:** تقوم أساسا على حماية البيئة وتفادي الأضرار التي تساهم فيها السياحة بشكل كبير، حيث يميل الأفراد كثيرا إلى هذا النوع نظرا للتمتع بالمناظر الطبيعية المختلفة.

2. **سياحة المغامرات:** ظهر هذا النوع من السياحة لخدمة السائح الذي يبحث عن المغامرات والانفعالات.

3. **سياحة الصحارى والواحات⁽¹⁾:** حيث تتم فيها زيارة الصحراء والاطلاع على الفنون الشعبية، العادات والتقاليد وحضور الحفلات.

4. **سياحة الحوافز:** حيث تستخدمها الشركات والمؤسسات والمصانع لتحقيق أهداف معينة حيث تقدم بمثابة مكافأة للموظفين والمتعاملين مع المؤسسة كالزبائن والموردين في شكل رحلة سياحية.

(1) ماهر عبد الخالق السيسى، (2002): "مبادئ السياحة"، مطابع الولاة الحديثة، القاهرة، ص100.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

المبحث الثاني: خصائص وعوامل الجذب السياحي وآثاره المختلفة

بعدما تطرقنا إلى مفاهيم السياحة نتطرق في هذا المبحث لخصائص السياحة على إعتبار أنها نشاط يتميز ويختلف عن باقي النشاطات الأخرى نظرا لتداخل العديد من المكونات التي تشكل تركيبته كما نجد أن لهذا النشاط مقومات جذب تجعل منه يحظى بالكثير من الإهتمام سواء من الجهات المستغلة والقائمة على هذه الصناعة أو السائح، كما أن لهذا النشاط آثارا مختلفة إقتصادية، إجتماعية... إلخ، ما من شأنه أن يعود بالفائدة على المجتمع، أما من الناحية الإقتصادية فإنه يعتبر من الأطراف الفاعلة إذا أعطي له الإهتمام والدعم اللازمين.

المطلب الأول: خصائص السياحة

تهدف السياحة إلى إستثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المنطقة أو الدولة كالشواطئ الرملية، المناخ المعتدل، المناطق الجبلية، الأماكن الدينية، التاريخية والأثرية، وهي بذلك لا تختلف عن الأنشطة الإقتصادية الأخرى التي تسعى إلى إستغلال الموارد الطبيعية المتاحة كالموارد المعدنية والغابات، ويمكن حصر أهم خصائص صناعة السياحة فيما يلي⁽¹⁾:

1- تعد السياحة نشاطا إقتصاديا متزايدا أو متضاعف بالطبيعة وبصورة كبيرة وخاصة فيما يتعلق بالدخل وإستخدام السياح وتفسير ذلك أن إقدام السياح وتحويل نقودهم إلى عملات الدولة التي يزورونها من أجل تسديد تكاليف الخدمات التي يحتاجونها إلى جانب مشترياتهم من الهدايا والتذكارات، يعني ذلك انتقال النقود من السياح إلى عدة أشخاص وقنوات ومستويات متعددة بالإضافة إلى استخدامها أكثر من مرة عن طريق إنتقالها من حائز إلى آخر مما يؤدي إلى تزايد الدخل وهو ما يطلق عليه بالمضاعف رغم إنتقال جزء من هذه الأموال إلى خارج المنطقة السياحية من أجل توفير خدمات ومتطلبات صناعة السياحة، وفيما يتعلق بالإستخدام أو العمالة

(1) محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 264 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

السياحية المتزايدة فهي من خصائص صناعة السياحة التي تتصف بها نظرا لإحتياجها لأعداد كبيرة من العاملين، أي أنها توفر فرص عمل لأعداد كبيرة من المستخدمين من عمالة غير مؤهلة وأصحاب الكفاءات العالية والخبرات المتخصصة وهي القوى العاملة المرتبطة بصورة مباشرة بصناعة السياحة، إذ توجد أعمال أخرى ترتبط بصناعة السياحة بصورة غير مباشرة كـ بعض الخدمات التي تستمر في التواجد والممارسة طالما السياحة قائمة كنشاط.

2- تتأثر السياحة بعوامل أسعار السفر والخدمات السياحية ومستوى المداخليل للأفراد بصورة كبيرة أي تتغير قرارات السياح وتوجهاتهم بالتغيرات التي تحدث في كل من تكاليف أنشطة السياحة ومستوى المداخليل، فتزايد تكاليف الرحلة السياحية إلى منطقة أو دولة ينتج عنه ضعف الإقبال على السفر إليها من أجل السياحة أو تناقص عدد الليالي السياحية فيها، وهي نفس النتيجة التي تحدث إذا ما إنخفض مستوى الدخل أو تزايدت تكاليف وأعباء المعيشة في دول الطلب السياحي.

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

4- إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي من موارد طبيعية، تاريخية، الأثرية...إلخ. لا تباع إلا من خلال السياحة فهذه الموارد لا تذرعاثدا بطبيعتها، إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي، وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود سلع وخدمات مساعدة التي تتمثل في التسهيلات. يمكن تفصيلها في أربع مجموعات⁽¹⁾ :

(1) نبيل الروبي،(1987):" التخطيط السياحي"،مؤسسة الثقافة الجامعية، القاهرة ، ص12 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

أ- توفر الهياكل الأساسية: كشبكات النقل، الخدمات المرفقة (المياه، الكهرباء...) وسائل الإتصال، توفر الأمن والإستقرار.

ب- توفر منشآت الإقامة: الهياكل الفندقية وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية (المخيمات، القرى السياحية... إلخ).

ت- توفر النقل: سواء البري، البحري أو الجوي.

ث- توفر المنشآت السياحية الترويجية: محلات بيع الهدايا التذكارية والسلع السياحية.

5- إن المنتج السياحي منتج مركب، فهو مزيج مشكل من مجموعة عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض وتؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى في المجتمع فالسياح يستهلكون مجموعة من السلع والخدمات منها التي تبيعها المنشآت السياحية كالإقامة، النقل، الهدايا، التذكارات... إلخ، ومنها ما يتعلق بالتي تبيعها المنشآت التجارية الأخرى مثلا ومنها ما يتعلق بتسهيلات البنية الأساسية والخدمات الأخرى في البلد المضيف، وهذه المنتجات تتكامل مع بعضها البعض، بحيث لو إنخفض مستوى السلعة أو الخدمة في الفنادق، المطاعم أو النقل، لإنخفض التدفق السياحي وتأثرت العناصر التي تساهم في تقديم هذا المنتج، فصناعة السياحة صناعة متكاملة وبالمثل لو إرتفع مستوى السلعة أو الخدمة زاد التدفق السياحي وتأثرت العناصر التي تساهم في تقديم المنتج السياحي وأثرت في مستويات أخرى مثل الدخل، العمالة... إلخ.

6- إن السياحة منتج تصديري يتعرض في بعض الأحوال إلى عدم الإستقرار، لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية، ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكل الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي، حيث نوجز هذه العناصر كما يلي (1) :

(1) نبيل الروبي، مصدر سابق، ص 14.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

أ- تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية: قد تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات خارجية، كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار الصرف أو تغيرات مناخية غير منتظرة بالإضافة إلى قرارات الدول القاضية بالرقابة على النقد وتحديد حجم النقد الذي يسمح للسياح الخروج به.

ب- تتميز السياحة بمرونة عالية لكل من السعر والدخل: وهذا يعني أن السياحة قد تتأثر كثيرا بالتغيرات الطفيفة في الأسعار والدخول، فبالنسبة للمرونة السعرية، فإنه يمكن تحديدها بسهولة، مقارنة بالمرونة الداخلية، نظرا لكون آثار المرونة السعرية تكون سريعة، أما التغيرات في الدخل بصفة عامة أكثر تدرجا ومن ثم لا يتم تحديدها إلا بعد مدة من الزمن عادة سنة.

ت- موسمية النشاط: إن النشاط السياحي في غالبيته نشاط موسمي فهناك عوامل تؤدي إلى الموسمية أهمها تركز العطل المدرسية والعطل في المؤسسات الصناعية وغيرها في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في كل من الدول المصدرة والمستقبلة للسياح تدعو إلى هذه الظاهرة، ومن الواضح أن سياحة الإجازات أو العطل تمثل قدرا كبيرا في النشاط السياحي.

7- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر كما في العديد من الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية معينة بما يتفق وحجم العرض والأسعار وخاصة أن الطلب السياحي يتصف بالموسمية في معظم الأحوال مما يؤدي إلى عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة، لدى تسعى المؤسسات السياحية والفندقية إلى تحقيق أرباح كافية خلال فترة الموسم وإدخار جزء من العائد السياحي لمواجهة التراجع خلال الفترات الباقية من السنة وقد بذلت محاولات عديدة للتخفيف من مشكلة الموسمية في القطاع السياحي نذكر منها على سبيل المثال:

- تغيير حجم ومستوى العرض السياحي بحيث يتفق ومستويات تدفق الأفواج السياحية، مما يعني خفض نوعية الخدمات التي تقدم خلال فترات تناقص الطلب السياحي مع توفير الخدمات اللازمة لمن يطلبها.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- إطالة موسم العطل توسيعا لفترة النشاط الموسمي من خلال التعديل الزمني للطلب السياحي كأن توزع مواعيد العطل بحيث تكون متعاقبة.

8- صعوبة إستقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنويا نظرا لكثرة المغريات السياحية في مناطق العالم المختلفة مما يعني إتساع العرض السياحي العالمي وبالتالي ضعف إمكانية تردد السائح على نفس المنطقة أكثر من مرة واحدة.

المطلب الثاني: عوامل الجذب السياحي

إن إختيار السائح لأي مكان يرغب في زيارته يعتمد على مميزات خاصة أو مغريات سياحية قد تكون هذه المغريات ذات طابع جغرافي كالمناخ أو مغريات متعلقة بسهولة الوصول إلى الموقع، أو سهولة الاتصالات، كما قد تكون لأسباب ثقافية وإلى غير ذلك، كما أن الجانب الجمالي لا يكفي وحده في تحديد المنطقة المرغوب في زيارتها بل ينبغي أن تتوفر بعض التسهيلات السياحية كتبسيط إجراءات السفر والجمارك واستبدال العملات... إلخ⁽¹⁾.

وبالتالي فإن الجذب السياحي لا يعتمد على عامل واحد وإنما مجموعة من العوامل هي كالتالي⁽²⁾:

1- عناصر جذب طبيعية :

يعتبر العامل الطبيعي ركنا أساسيا في الجذب السياحي سواء كان على المستوى الوطني أو الدولي، فالمناظر الطبيعية والمواقع ذات الصفات النادرة مثل البراكين، الكهوف والنباتات الطبيعية، الحيوانات البرية وكذلك البحار، الأنهار، الشلالات والحمامات المعدنية، لها سحرها القوي على السائح والزائر وهي مصدر للإستمتاع عند الكثير من السواح وأصبحت أساس الصناعة السياحية في العديد من الدول.

(1) طارق سعيد أبو خبطة، هاشم محمد الزاوي: "أهمية الاستثمار السياحي وأثره على التنمية الاقتصادية"، ورقة مقدمة في المؤتمر الوطني الأول حول الاستثمار الأجنبي في الجماهيرية الليبية العظمى، طرابلس، 29 أبريل 2006 .

(2) أحمد الجلا، (1998): "دراسات في جغرافيا السياحة"، عالم الكتاب، القاهرة، ص20

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

2- العوامل المناخية:

إن المناخ المناسب يعتبر من العناصر الأساسية لجذب السياحي فالطقس الجميل والظروف الجوية المناسبة لها أهمية خاصة في قضاء العطل، لأنه من الممتع قضاء العطل في المناطق المعتدلة والدافئة التي تشكل مناطق جذب هامة في العالم.

3- العوامل الإجتماعية :

يعد التراث الاجتماعي والعادات والتقاليد وكذا القيم والتراث الأخلاقي من تقاليد ونظم وعقائد دينية كمصدر دخل أساسي لبعض الدول، ولذلك تولي له إهتمامات خاصة.

4- العوامل التاريخية:

تتخذ الكثير من الدول تراث ماضيها التاريخي كوسيلة لجذب السياح ومن أمثلة هذه الدول نجد ألمانيا مثلا، وبالتالي فإن الماضي التاريخي لأي بلد هو البحث في أسرار التاريخ القديم كمناطق المنفى ، المواقع ، والقلاع والحصون الحربية التي شهدت معارك أو توقيع معاهدات وإتفاقيات دولية...إلخ.

5- العوامل الدينية:

تعتبر هذه العوامل مصدر دخل كبير لبعض الدول كالسعودية، إيطاليا، فرنسا، فلسطين، في إطار السياحة الدينية التي تقوم على أساس زيارة الأماكن الدينية والأماكن المقدسة مثل: مكة المكرمة، الفاتيكان، بيت لحم، القدس...إلخ.

6- العوامل العرقية:

تمثل الروابط العرقية عنصرا من عناصر الحركة السياحية، حيث أن إرتباط الشخص بأصوله سواء من خلال الجيل الحالي أو أجيال سابقة بمنطقة معينة غالبا ما يكون من العوامل التي تؤثر في إختيار وجهته ومن أمثلة ذلك تدفق السياح من أمريكا وكندا وأستراليا إلى البلاد الأصلية في أوروبا.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

7- العوامل الإصطناعية⁽¹⁾:

حيث تمثل السياحة التجارية والرياضية سماتها الأساسية، حيث تتعلق السياحة التجارية برجال الأعمال ورغبتهم في التعرف على الأسواق الجديدة وما إستجدّ من السلع ويكون ذلك عن طريق زيارة المعارض الدولية والمراكز التجارية وحضور المؤتمرات وعقد الصفقات.

المطلب الثالث: الآثار المختلفة للسياحة

يرى الكثير من المهتمين بقطاع السياحة بأن لها دورا هاما في تنمية وتطوير الجوانب الإقتصادية، الإجتماعية، والبيئية في المجتمعات الإنسانية بصفة عامة، ولذلك يمكن رصد هذه الآثار فيمايلي:

أولا: الآثار الاقتصادية

ترجع الأهمية الإقتصادية للقطاع السياحي إلى مساهمته في العديد من المتغيرات الإقتصادية الرئيسية من حيث كونه مصدر مهم للدخل، ومورد من موارد النقد الأجنبي، كما بعد عنصرا مؤثرا في تنشيط الإستثمار وخلق فرص عمل جديدة، والمساهمة في الناتج المحلي، وتنمية التوازن الإقتصادي والإجتماعي للسكان.

1- أثر السياحة على الإنفاق⁽²⁾:

يمكن تعريف الإنفاق السياحي بأنه: "التقويم الإقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة إلى السياح"، بمعنى أن كل إنفاق من جانب السائح إنما هو في المقابل خدمة سياحية يحصل عليها كالإنفاق على الخدمة الفندقية والتي تشمل الإيواء والإطعام ومختلف الخدمات التي يطلبها السائح أثناء إقامته بالفندق، هذا الإنفاق يمثل إنتقال الأموال من السياح إلى أصحاب المؤسسات الفندقية.

(1) لخساف منى، (2003): "دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص 7.

(2) صلاح الدين عبد الوهاب، (1991): "التمية السياحية"، مطبعة الزهران، القاهرة، ص 20.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ويتفرع هذا الإنفاق إلى سلسلة أخرى من النفقات وهي إنفاق القائمين على الصناعة الفندقية لتجهيز الفنادق وترميمها إلى غير ذلك، وما يقال عن الخدمات الفندقية يقال على سائر الخدمات المتصلة بالنشاط السياحي كخدمات الرحلات داخل البلد التي تتولاها الشركات السياحية على اختلافها مثلًا خدمات النقل، كما يؤدي كذلك نشاط الحركة السياحية إلى زيادة الإنفاق على السلع التذكارية والاستهلاكية وزيادة الإنفاق في شتى المجالات المرتبطة بالسياحة.

كما يوجد نوع آخر من الإنفاق ليس من جانب السائح وإنما من جانب الدولة السياحية كالإنفاق على المشروعات السياحية منها: إنشاء المدن والمركبات السياحية، شق الطرق، إقامة المعالم والنصب التذكارية، المتاحف و المعارض و توسيع شبكة النقل حيث هذا النوع من الإنفاق على المرافق العمومية يؤدي من دون شك إلى تنشيط الحركة الاقتصادية.

2- أثر السياحة على ميزان المدفوعات⁽¹⁾:

إن الأهمية الاقتصادية للسياحة وآثارها المختلفة تقدر وتقاس بدرجة تأثيرها على ميزان المدفوعات في الدولة وهذا الميزان يمثل قيدا مزدوجا منظما لكافة المعاملات بين الدولة المعنية وسائر دول العالم. حيث تعتبر الإيرادات المتحصل عليها من الخدمات السياحية من العملة الصعبة كصادرات غير ملموسة تقيد في الجانب الدائن من الميزان التجاري غير المنظور الذي نجد فيه الخدمات المتبادلة بين الدولة والعالم الخارجي، كما نعتبر إنفاق المواطنين المقيمين بالخارج على السياحة إستيراد غير منظور ويقيد في الجانب المدين للميزان التجاري.

ومن خلال هذه العمليات يتم إعداد الميزان السياحي للتعرف على الأثر الصافي على ميزان المدفوعات ومعرفة الرصيد الحقيقي حيث نجد أن الميزان السياحي يمثل الفرق بين إنفاق السياح الأجانب بالداخل ونفقات المواطنين

(1) خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص 291 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

بالخارج، ويظهر رصيد هذا الميزان في صورة عجز أو فائض حيث يدعم الميزان التجاري بصفة عامة، وتشجيع السياحة يؤدي إلى خلق أثر إيجابي في ميزان المدفوعات.

3- أثر السياحة على العمالة:

تتصف صناعة السياحة بأنها نشاط اقتصادي متزايد فيما يتعلق بالإستخدام اليد العاملة حيث تحتاج إلى عدد كبير من العاملين تبعاً لمستوى أنشطة السياحة.

إن مجمل الإستثمارات التي يقوم بها البلد السياحي، كالمنشآت الفندقية، وسائل النقل السياحي، مكاتب ووكالات السفر والسياحة، المنشآت السياحية وبيع المنتجات التقليدية تؤدي إلى إستيعاب قدر كبير من العمالة و بإعتبار السياحة قطاع متعدد ومتشعب النشاطات والفروع وعلى علاقة إرتباط مع القطاعات الإقتصادية، الإجتماعية والثقافية الأخرى فهي بذلك تساهم بطريقة مباشرة وغير مباشرة في خلق العديد من مناصب العمل بالمنطقة السياحية والمرافق والمركبات السياحية والمرافق المكملة لها وعلى سبيل المثال المنشآت الفندقية من الدرجة الممتازة تتطلب عمالة بنسبة عاملين إثنين مقابل كل غرفة تنشأ ومن الدرجة الأولى تتطلب ثلاثة عمال لكل غرفتين وهكذا فإنه يمكن القول بأن كل غرفة فندقية سياحية تتطلب على الأقل عامل، كما يمكن تصنيف القوى العاملة المرتبطة بصناعة السياحة إلى ثلاث فئات رئيسية هي:

أ- العمال الدائمون بصورة مباشرة: وهم الفئة التي ترتبط وظائفهم بإنفاق السياح الوافدين نحو المنشآت السياحية ومرافق خدماتها بصفة دائمة.

ب- العاملون في السياحة بصورة غير المباشرة: وهم فئة العاملون بالخدمات المرتبطة بأنشطة السياحة والترويج أي مجمل مناصب العمل الناتجة عن النشاطات والقطاعات التي لها علاقة مع القطاع السياحي.

ت- القوى العاملة الإضافية المؤقتة: والتي تكون عند بلوغ فترة الذروة في المواسم السياحية.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

4- أثر السياحة على إعادة توزيع الدخل⁽¹⁾:

تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية المناطق السياحية التي تتوفر فيها مزايا طبيعية ومناخية كالشواطئ والجبال ومناخ المياه والبحيرات وغالبا ما تكون هذه المناطق محرومة من الإعمار والسياحة بامتدادها إلى هذه المناطق البعيدة تعيد التوازن إليها نتيجة نشوء نشاطات فرعية تقوم على السياحة ويترتب على ذلك إعادة توزيع الدخل بين المدن ومراكز العمران والتنمية الرئيسية وبين المراكز السياحية وينتج عن ذلك إيقاف النزوح الريفي.

5- أثر السياحة على المستوى العام للأسعار:

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

ثانيا: تأثيرات السياحة على السياسة

إن التنقل والسفر والترحال تحكمه ظروف وعوامل سياسية معينة الأمر الذي يجعل السياحة تؤثر في حركة تنقل الناس حيث أن ظاهرة السياحة تؤثر على السياسة من خلال:

(1) صلاح الدين عبد الوهاب(1990):"السياحة الدولية"، دار زهران ، القاهرة ، ص26

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- في مقولة لبطرس غالي الأمين العام السابق لهيئة الأمم المتحدة¹: "إن السياحة لم تعد الرفاهية بل يجب إعتبارها عنصرا مهما في تواصل المجتمع الدولي وتضامن الأسرة الدولية"، حيث يفهم من هذا أن السياحة تعزز فرص السلام والتفاهم بين الشعوب والأمم حيث أن السياحة تساهم في تحقيق السلم.
- تعتبر السياحة من أهم الوسائل لتحقيق التقارب بين الشعوب حيث تلعب دورا بارزا في ذلك.
- كل بلد مضيف للسياحة يتسنى له إيضاح صورته الحقيقية عند مرأى الأمم الأخرى والوصول إلى تقارب بينه و بين شعوب الأمم والبلد المضيف وخاصة بلدان الجوار أو بلدان القارة الواحدة والمنطقة الواحدة، مما يقوي الصلات بين الأمم والدول مع هذا البلد.

ثالثا: الآثار الإجتماعية للسياحة⁽²⁾

- السياحة تمثل أهمية بالغة في المجتمع الإنساني في تأكيد حق الإنسان في الاستمتاع بوقت فراغه من خلال حريته في السفر مقابل حقه في العمل.
- دائما تختار الأنماط السياحية التي تتلاءم وطبيعة البلاد وظروفها ولا تتعارض مع قيم وأخلاقيات المجتمع وتوسيع قاعدة المشاركة مع عدد كبير من المواطنين داخل المنشآت السياحية بحيث تستوعب أكبر عدد ممكن من العاملين سواء من المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي أو البعيدة عنه.
- السائح بإتجاهاته وميوله ومعتقداته الشخصية وسلوكه الاجتماعي وأفكاره التي يتبناها حينما يقوم بزيارة سياحية لأي دولة أو منطقة سياحية وتكرر زيارته لها ينشأ لديه نتيجة هذه الزيارات المتكررة نوعا من التآلف بينه وبين أفراد المجتمع في الدولة المقصودة للزيارة.

(1) سعيد البطوطي،(2000): "اقتصاديات السفر والسياحة"، المكتبة الانجلومصرية، القاهرة ، ص 32 .

(2) خالد كواش ، مرجع سبق ذكره، ص 17 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- السياحة أصبحت مصدرا من مصادر التغير والتحول الطبقي بين أفراد المجتمعات السياحية نظرا لأن بعض فئات المجتمع التي ترتبط أعمالهم بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون إلى طبقة أعلى بما يحققونه من مكاسب وأرباح عن طريق العمل السياحي.

رابعا: الآثار الثقافية للسياحة

يقصد بالآثار الثقافية للنشاط السياحي رصد كل النتائج الثقافية لصناعة السياحة، والملاحم الخاصة بالسكان، سلوكهم، علاقاتهم، والخصائص الثقافية المتعلقة بالأنشطة، العادات، التقاليد، الآداب، اللغات والأديان⁽¹⁾. ومن بين هذه الآثار نذكر:

- تباين الثقافات، حيث تقوم السياحة على حركة الأفراد من دولة إلى أخرى (سياحة دولية) أو من منطقة إلى أخرى داخل نفس البلد (سياحة داخلية)، مما يساعد على إلتقاء الثقافات المختلفة وتبادلها سواء كانت إيجابية أم سلبية.
- حجم الدولة المستقبلية للنشاط السياحي والتوزيع المكاني للأنشطة السياحية، ومدى قوة الأسس الدينية والثقافية بها.
- محاولة الجماعات المحلية للبلد المضيف بناء إستراتيجية تنموية تعني بإبراز الخصوصية الحضارية للمجتمع، وتقديم الوسائل الفعالة لتطوير الشخصية الوطنية والحفاظ على الهوية الثقافية المحلية عند قدوم السواح الذين يحملون معهم حضارات وأفكار مغايرة عن تلك السائدة في البلد المزار لتفادي تصادم الثقافات وبالتالي التركيز على النشاطات الإقتصادية المنتجة وعلى تنمية الخصوصية الحضارية لمجتمع المقصد السياحي.

(1) محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 241.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

المطلب الرابع: السياحة من المنظور الإقتصادي

إن النشاط السياحي يدور في مجمله بين شيئين وذلك من حيث طبيعة السياحة في حد ذاتها فهي شراء للخدمات أو بيع لها، كما أن الممارس للنشاط السياحي هو عارض لخدماته أو مقبل عليها في صورة مستهلك وبالتالي فالنشاط السياحي تحدده ظاهرتي العرض والطلب السياحي.

أولاً: العرض السياحي :

يعرف العرض السياحي على أنه " كل المستلزمات التي يجب أن توفرها أماكن القصد السياحي لسياحها الحقيقيين أو المحتملين من خدمات وبضائع وكل شيء يحتمل أن يغري الناس لزيارة بلد معين"⁽¹⁾ .

1- مكونات العرض السياحي:

إن العرض السياحي يحتوي على مجموعة من السلع والخدمات المقدمة للسائح ويتكون من عنصرين أساسيين هما⁽²⁾:

أ- العناصر الطبيعية:

وتشتمل هذه العناصر على كل من المناخ، التضاريس بأنواعها المختلفة: السهول والوديان والبحيرات والأنهار والشواطئ والتكوينات الجغرافية والشلالات والغابات والطيور والأسماك والحياة البرية والمياه والمناجم المعدنية إلى غير ذلك من العناصر الطبيعية الأخرى.

(1) مثى طه الحوري واسماعيل الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 51 .

(2) معهد التخطيط القومي، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، اقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساتها على الاقتصاد القومي، ديسمبر 1998، ص 18 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ب- العناصر البشرية:

تشتمل على وسائل الإقامة المختلفة والمنشآت السياحية ووسائل النقل: البرية، البحرية، الجوية بالإضافة إلى الموانئ والمطارات والآثار التاريخية والمعالم الثقافية والمعارض والمتاحف المتنوعة والعروض الفنية والفلكلور والسلع السياحية والصناعات التقليدية والمناسبات والمواعيد والأعياد والاحتفالات الثقافية والدينية المختلفة.

2- خصائص العرض السياحي⁽¹⁾:

هناك جملة من الخصائص يمكن ذكرها كمايلي:

أ- قلة المرونة:

يقصد بقلة مرونة العرض السياحي انخفاض قابلية العرض للتغير طبقاً لأذواق ورغبات واتجاهات المستهلكين السياحيين بعكس ما نراه في السلع المادية، حيث أن العرض السياحي يصعب تغيير المكونات الرئيسية له كالمقومات الطبيعية، الصناعية...إلخ

ب- إستقلال العناصر المكونة له:

إن العناصر المكونة للعرض السياحي مستقلة عن بعضها البعض حيث يتضح أن المقومات الطبيعية مستقلة عن الخدمات والتسهيلات السياحية بعكس السلع المادية التي تتصف بالاندماج الكامل للعناصر المكونة لها مثل السيارات الأجهزة الكهربائية...إلخ.

ت- إستخدامه في أماكن وجوده :

يتميز العرض السياحي بانتقال المستهلكين السياح إلى الدول والمناطق التي يوجد بها المنتج السياحي المناسب لهم، حيث يستمتعون بكل المقومات السياحية الموجودة.

(1) عبد السميع صبري(2006)،: "التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة ، ص ص132 . 133.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ث- خضوع العرض السياحي للمنافسة الكاملة :

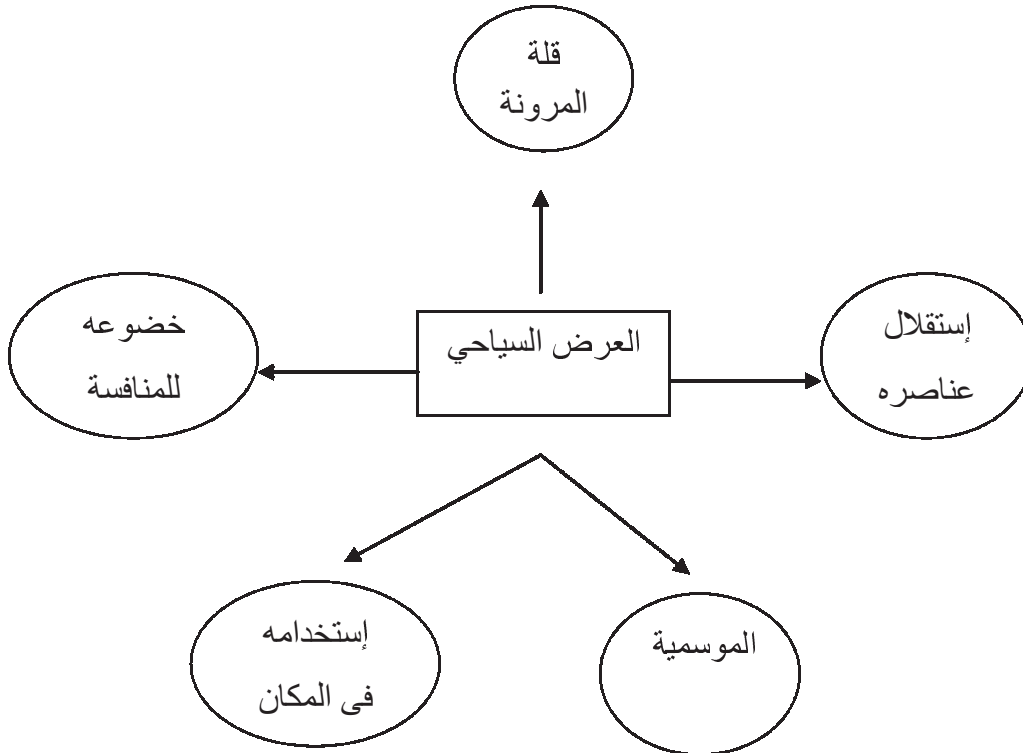
إن السوق العالمي يتميز بكثرة السياح بإعتبارهم المشتريين للسلعة وكثرة عدد الدول السياحية في العالم المصدرة والمستقبلة للحركة السياحية والتجانس الشديد في طبيعة ومكونات المنتج السياحي في هذا السوق وعدم تأثير المشتريين والبائعين السياح بصورة منفردة في أسعار السلعة السياحية يجعل السعر يتم تحديده بناء على الطلب من عدد كبير من المشتريين السياح و العرض بواسطة عدد كبير من البائعين.

ج- تأثير السوق السياحية بالموسمية :

حيث نجد السوق السياحي يتميز بموسم الذروة وهو موسم الطلب السياحي وازدياد السياح والشكل التالي

يوضح خصائص العرض السياحي:

الشكل رقم: (02) خصائص العرض السياحي



المصدر : من إعداد الطالبة

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

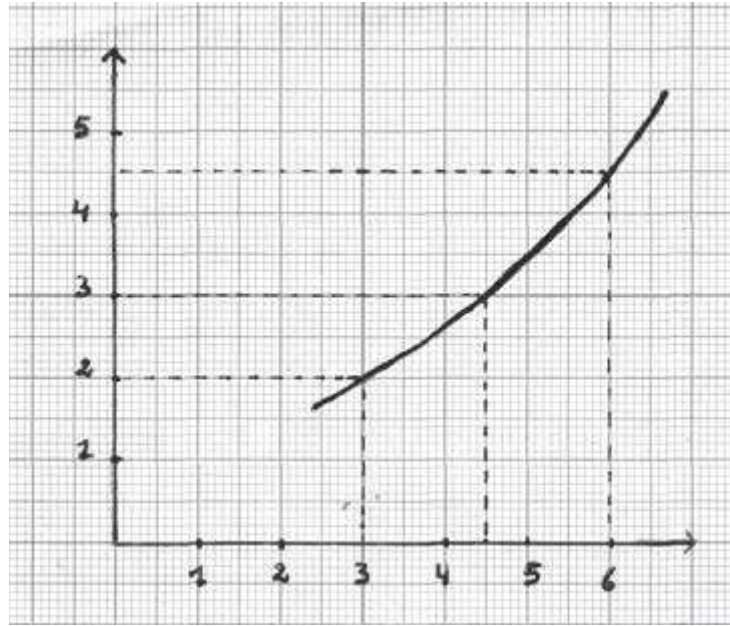
3- العلاقة بين العرض السياحي وبعض المتغيرات⁽¹⁾:

أ- العلاقة بين العرض السياحي والأسعار:

إن العرض السياحي يرتبط ارتباطاً قوياً بأسعار الخدمات السياحية من خلال علاقة طردية بحيث أنه عند إرتفاع أسعار المنتج السياحي الذي يشمل خدمات الإقامة والانتقالات إلى غير ذلك يتجه العرض السياحي إلى الإرتفاع نتيجة إقبال عدد كبير من المستثمرين إلى الإستثمار في المشروعات المختلفة ويوضح هذه العلاقة المنحنى التالي:

الشكل رقم (03): منحنى يوضح العلاقة بين العرض السياحي والأسعار

الأسعار



العرض السياحي

المصدر : من إعداد الطالبة

(1) عبد السميع صبري، مرجع سابق، ص 140.

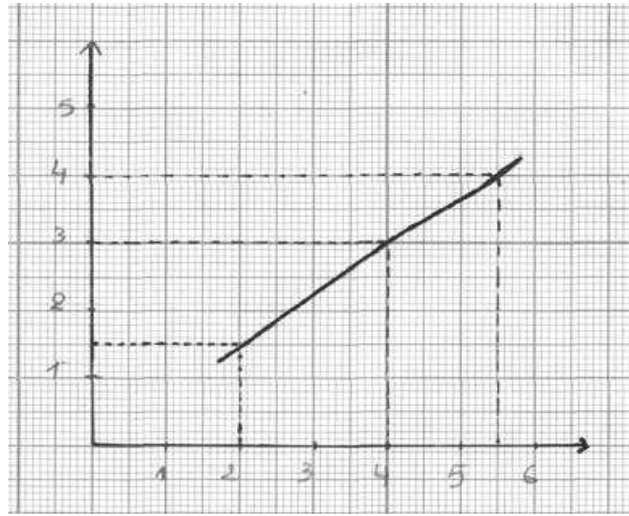
الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ب- العلاقة بين العرض السياحي والإيرادات السياحية:

كلما تميز العرض السياحي وارتفع مستواه إنعكس على حجم الإيرادات السياحية المحققة لأن الخدمات الممتازة تشجع الطلب السياحي على شرائها، وكلما ارتفعت معه الإيرادات السياحية ويوضح هذه العلاقة الطردية بين العرض السياحي والإيرادات السياحية الشكل التالي:

الشكل رقم (4) : العلاقة بين العرض السياحي والإيرادات السياحية

الإيرادات السياحية



العرض السياحي

المصدر : من إعداد الطالبة

ثانيا :الطلب السياحي

يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه: "مزيج مركب من عدة عناصر مختلفة قوامها دوافع ورغبات وحاجات

ومبول السياح"⁽¹⁾.

(1) سعيد البطوطي، مرجع سبق ذكره، ص 30 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

1- خصائص الطلب السياحي (1):

للطلب على السياحة خصائص عديدة نبرزها فيما يلي:

أ- المرونة :

يقصد بها قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا للظروف والمؤثرات المختلفة الاجتماعية، الاقتصادية والسياسية... الخ، السائدة في السوق السياحي الداخلي أو الخارجي فالظروف السائدة في الدول المستقبلية للسياح التي ترتبط بتغير أسعار الخدمات السياحية تؤثر هي أيضا في مرونة الطلب السياحي حيث كلما إنخفضت الأسعار إتجه الطلب إلى الإرتفاع والعكس صحيح.

ب- الحساسية:

أي أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة فمثلا حدوث مشكلات إقتصادية حادة ومشكلات إجتماعية كحدوث مجاعات أو كوارث طبيعية وكذا مشاكل سياسية من شأنه أن يؤدي إلى انخفاض الطلب السياحي.

ت- التوسع:

يميل الطلب السياحي إلى التوسع سنة بعد أخرى بمعدلات متغيرة تبعا للظروف المختلفة في الدول المصدرة للسياح والدول المستقبلية لهم ومن أهم المؤثرات في هذا التوسع نجد:

- التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير مما يؤدي إلى التقدم في وسائل النقل البري والبحري والجوي.
- إرتفاع مستويات المعيشة وزيادة الدخل بالنسبة لأفراد الدول المصدرة للسياحة.
- إهتمام كثير من الدول السياحية بمقوماتها الطبيعية والصناعية وخدماتها السياحية بشكل ملحوظ مما يؤدي إلى إقبال الكثير من السياح لزيارتها.

(1) عبد السميع صبري، مرجع سبق ذكره، ص ص 104 - 105.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- التقدم الكبير في مجال المعلومات والاتصالات الذي أدى إلى توفير المعلومات والبيانات وتحقيق الاتصال الجيد بين الدول المصدرة للسياح والدول المستقبلة لهم.

ث - الموسمية:

يقصد بموسمية الطلب السياحي إتجاه هذا الطلب إلى الإرتفاع في أوقات معينة مرتبطة بأعياد أو مواسم معينة حيث يصل في هذه الفترات إلى أعلى مستوياته خلال السنة، كما أن الموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة بالدول المصدرة للسياح ولكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلة لهم.

2- العلاقة بين الطلب السياحي وبعض المتغيرات (1):

أ- العلاقة بين الطلب السياحي والأسعار:

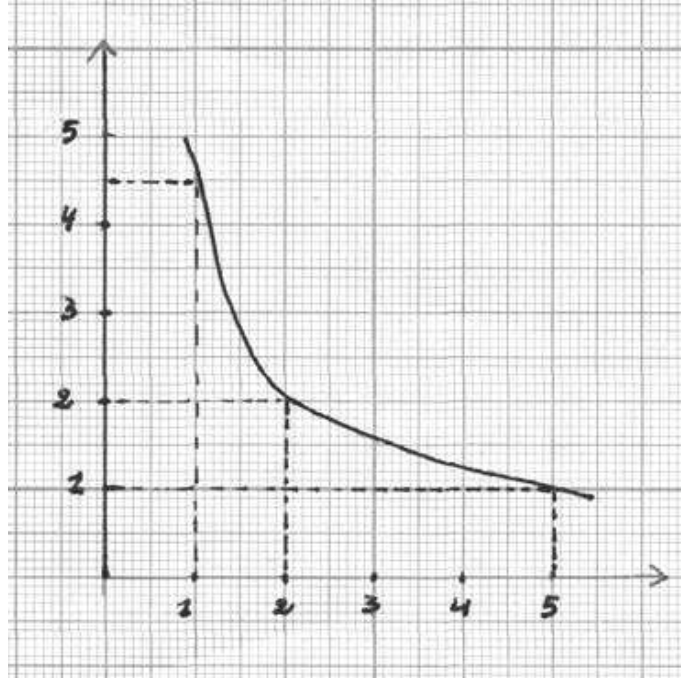
يرتبط الطلب السياحي بعلاقة قوية ببعض المتغيرات أهمها أسعار السلعة السياحية حيث كلما اتجهت أسعار السلع السياحية إلى الارتفاع تراجع معها الطلب السياحي أما إذا اتجهت إلى الانخفاض يزداد الطلب السياحي هذا مع ثبات باقي العوامل الأخرى وتتنطبق هذه القاعدة بشكل واضح على شرائح السياح ذوي المداخيل المتوسطة والمنخفضة، أما الشرائح الأخرى فإن تأثير ارتفاع أسعار الخدمات والبرامج السياحية عليها يكون محدودا لدرجة معينة. ويمكن توضيح علاقة الطلب السياحي والأسعار بالشكل التالي:

(1) عبد السميع صبري، مرجع سبق ذكره، ص ص 140 - 141.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

الشكل رقم (05): العلاقة بين الطلب السياحي و أسعار الخدمات السياحية

أسعار الخدمات السياحية



الطلب السياحي

المصدر : من إعداد الطالبة.

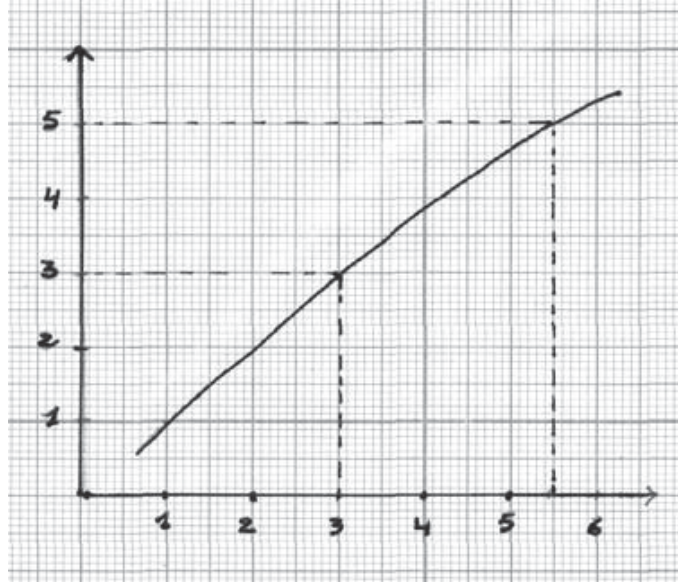
ب- العلاقة بين الطلب السياحي ومستوى الخدمات السياحية :

إن الطلب السياحي يمثل إنعكاساً لبعض المتغيرات المستقلة الأخرى ومن بينها مستوى الخدمات السياحية في الدول المستقبلية للسياح فإرتفاع مستوى هذه الخدمات دليل واضح على تقدم وتطور هذه الدول وإهتمامها الكبير بتحقيق التنمية السياحية ، فكلما إرتفع مستوى هذه الخدمات إتجه الطلب السياحي إلى الإرتفاع، أما إذا إنخفض مستوى الخدمات السياحية إتجه الطلب السياحي إلى الإنخفاض وإبتعد السائحون عن هذه الدولة إلى دول أخرى أكثر إهتماماً بمستوى خدماتها السياحية والشكل التالي يوضح العلاقة بين الطلب السياحي ومستوى الخدمة السياحية:

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

الشكل رقم (06): العلاقة بين الطلب السياحي ومستوى الخدمات السياحية

مستوى الخدمات السياحية



الطلب السياحي

الطلب السياحي

المصدر: من إعداد الطالبة

المبحث الثالث: التسويق السياحي

أدى التطور الذي طرأ على صناعة السياحة في العصر الحديث إلى ظهور العديد من الأنشطة فكان من أهمها التسويق السياحي الذي يمثل نشاطا متكاملا يهدف إلى جذب إنتباه السياح الدوليين والمحليين والتأثير عليهم لزيارة دولة أو منطقة معينة ومتابعة تنفيذ البرامج السياحية ودراسة السياح والتعرف على رغباتهم وإحتياجاتهم في الأسواق المختلفة لتلبيتها بأحسن صورة ممكنة ومن ثم يجب إعطاء نشاط التسويق السياحي إهتماما بالغا حتى تستطيع الشركة السياحية تحقيق أهدافها المسطرة والبرامج السياحية المراد تنفيذها.

المطلب الأول: تعريف خصائص وأهداف التسويق السياحي

تتعاظم أهمية التسويق في الحياة الإقتصادية عقدا بعد آخر بل سنة بعد أخرى، ولم يعد التسويق وظيفة إدارية من وظائف المنشآت فحسب بل أصبح كذلك سلوكا إجتماعيا لمجمل الشركات العالمية الإنتاجية منها والخدمية، إذ يساهم في زيادة شهرتها ومشاركتها في الحياة الإقتصادية، الإجتماعية والسياسية.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

أولاً: تعريف التسويق السياحي

يعرف على أنه: "نظام خاص بالمؤسسة هدفه تحقيق الربح وهو كذلك تبني لطريقة تعمل على التعريف بالمؤسسة السياحية في إطار محلي ودولي من أجل إشباع الرغبات الخاصة بالسياح"⁽¹⁾ .

كما يعرف أيضا بأنه: "ذلك النشاط الإداري والفني الذي تقوم به المنظمات والشركات السياحية داخل الدولة وخارجها لتحديد الأسواق السياحية المرتقبة والتعرف عليها والتأثير فيها بهدف تنمية الحركة السياحية القادمة منها وتحقيق أكبر قدر ممكن من الإيرادات السياحية"⁽²⁾ .

من خلال هذا التعريف يتضح أن النشاط التسويقي في مجال السياحة تمتد آثاره إلى مراحل عدة ولا يقتصر على مجرد دراسة مختلف الأسواق السياحية والدول الأخرى المنافسة لها وفهم طبيعة وإحتياجات السياح والتأثير في قراراتهم الشرائية بل يتعدى ذلك إلى مضاعفة الجهود التسويقية المبذولة وتحديث المعلومات المتوافرة عن السوق السياحي الخارجي وتحليل الظواهر التي تطرأ عليه والمتغيرات الجديدة التي تؤثر فيه.

ثانياً: خصائص التسويق السياحي

يمكن تلخيص خصائص التسويق السياحي فيما يلي⁽³⁾:

- يقوم التسويق السياحي على إثارة الرغبات لدى السياح المرتقبين من شتى أنحاء العالم لزيارة دولة أو منطقة معينة لغرض من أغراض السياحة.
- التسويق السياحي في الدولة المستقبلية للسياح يعتمد على العرض السياحي الذي تتصف مكوناته بقلّة المرونة وعدم القابلية للتغيير.

1) Krippendorf Jost, Marketing et tourisme, Berne, Herbert lang, 1971, P12.

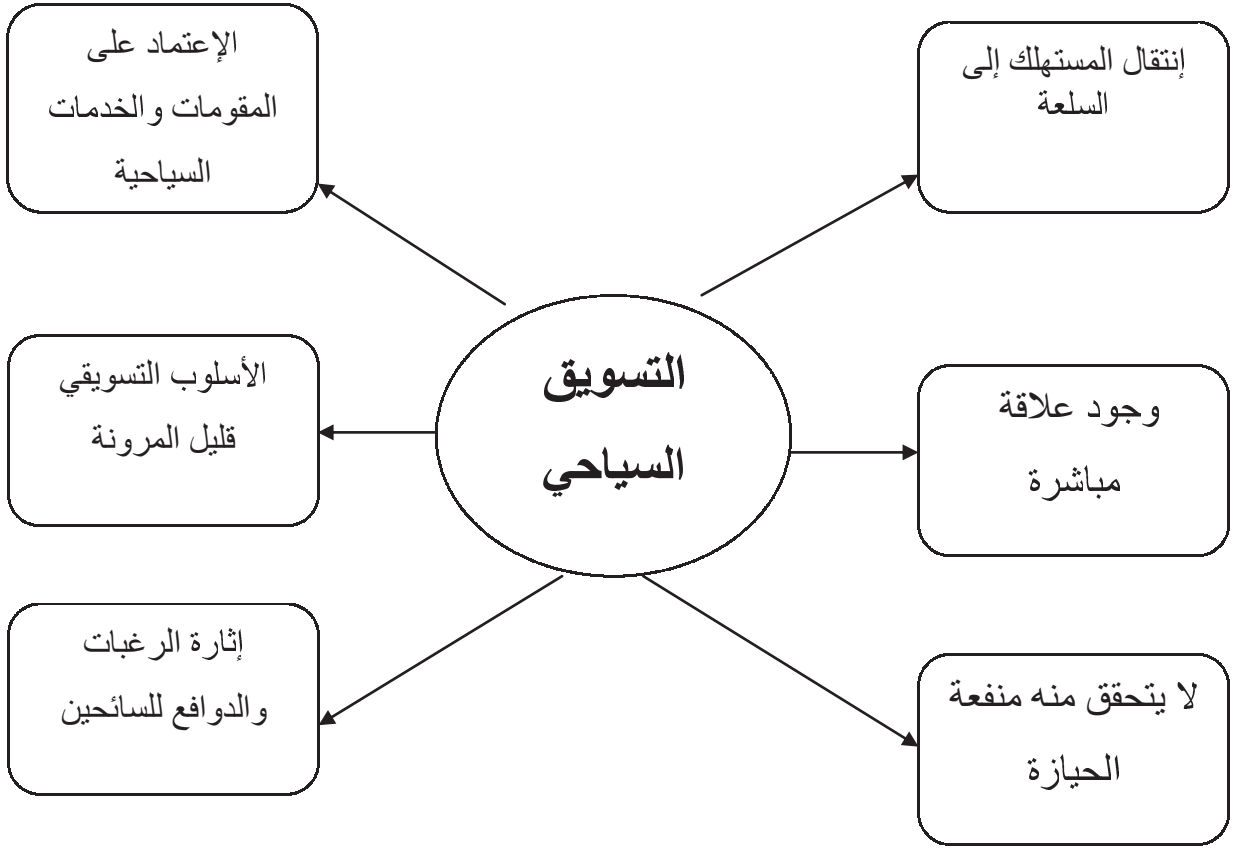
(2) عبد السميع صبري، (2003): "أصول التسويق السياحي"، دار الهاني للنشر، القاهرة، ص 21 .

(3) عبد السميع صبري: "التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية"، مرجع سبق ذكره، ص 34 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- يعتمد التسويق السياحي على المقومات والخدمات السياحية من خلال التعريف بالمعالم والمناطق السياحية وعرض جودة الخدمات وهذا ما يؤدي إلى زيادة معدل الحركة السياحية سنويا.
- التسويق السياحي لا يتحقق منه منفعة الحيازة ذلك أن السلعة السياحية لا تخضع لحيازة شخص معين بذاته ولا تنتقل إليه مقابل ما يقوم بدفعه من مال كئمن لها أو غير ذلك، كما يمكن أن يستخدمها أو يتمتع بها أكثر من شخص واحد ولفترة محدودة.
- التسويق السياحي يعتمد على وجود علاقة مباشرة بين الشركة السياحية التي تقدم الخدمة والعميل الذي يشتريها أي يستخدمها ف شراء الخدمة السياحية يتطلب دائما و في كل مرة حضور المشتري وتعامله مع منتج الخدمة أو الشخص الذي يؤديها مثل موظفي الإستقبال وغيرهم بالفنادق والعاملين في الشركات والمكاتب السياحية وموظفي شركة الطيران وكل من يتعامل معهم السائح ويقدمون له خدمات معينة في نطاق رحلته السياحية.
- التسويق السياحي لا يتحقق منه منفعة زمنية لأن السلعة السياحية أو المنتج السياحي موجود بطبيعته في الدولة في كل وقت ومكان وبذلك فإن العمليات التسويقية له يمكن أن تتم في أي وقت والشكل التالي يوضح خصائص التسويق السياحي:

الشكل رقم (07): خصائص التسويق السياحي



المصدر: من إعداد الطالبة

ثالثاً: أهداف التسويق السياحي⁽¹⁾

يهدف التسويق السياحي إلى تحقيق العديد من الأهداف سواء منها ما يتعلق بالدولة السياحية المستقبلية

أو السائح حيث نجدها تتمثل في:

(1) عبد السميع صبري: "التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية"، مرجع سبق ذكره، ص 40 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

1- الأهداف القريبة:

يقصد بهذا النوع تلك الأهداف التي تعمل على تحقيقها شركات السياحة ووكالات السفر والمنشآت المتعددة في مجالات صناعة السياحة المختلفة والأجهزة القائمة على النشاط خلال فترة زمنية تتراوح بين سنة أو سنتين، أي أن هذا النوع يرتبط بالفترة الزمنية المحدودة.

2- الأهداف البعيدة :

هي الأهداف التي تشملها الخطط السياحية طويلة الأجل التي تتراوح بين خمس إلى عشر سنوات فأكثر وغالبا ما تضعها الشركات السياحية ووكالات السفر الكبرى في الدولة. وكذلك المنشآت السياحية الضخمة التي تتميز بكبر حجم نشاطها السياحي وتتنوع هذه الأهداف بين الأهداف المادية كتحقيق الإيرادات السياحية، وأهداف معنوية تتمثل في تحقيق شهرة كبيرة في المجال السياحي.

3- الأهداف المتنوعة:

هي الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها الشركات والمنشآت السياحية التي تعمل في مجالات السياحة المختلفة، سواء كانت أهدافا مادية أو معنوية ترتبط بالمجتمع المضيف أو ترتبط بالزائر، حيث نجد أهم الأهداف تتمثل:

- تحقيق الرضا النفسي لدى السياح القادمين.
- الوصول إلى أقصى درجة إشباع لحاجات المستهلكين السياح.
- زيادة الحركة السياحية من الأسواق المختلفة.
- رفع مستوى الخدمات السياحية والإرتقاء بها.
- تحقيق أعلى مستوى من الدخل السياحي.
- التوسع وفتح أسواق جديدة .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

4- الأهداف الخاصة :

يرتبط هذا النوع من الأهداف بتحقيق أهداف معينة حددتها الشركات والمنشآت السياحية لنفسها بشكل يختلف

في معظم الأحيان عن أهداف كثير من المنشآت السياحية الأخرى ومن بين هذه الأهداف⁽¹⁾:

- رغبة الشركات السياحية في احتكار سوق سياحي معين وعدم السماح لأي شركة أخرى أن تدخل فيه.
- التركيز على مستوى الخدمات السياحية بشكل خاص والإرتقاء بمستواها إلى أقصى درجة مهما كانت تكلفتها وتقديمها للسياح بأسعار مناسبة.

5- الأهداف المشتركة :

هي الأهداف التي يشترك فيها الغالبية العظمى من الدول أو الشركات السياحية في السعي نحو تحقيقها

أو الوصول إليها، فالأهداف التسويقية السياحية في معظم الأحيان تدور حول أكبر الأرقام في حجم النشاط السياحي وتحقيق سمعة طيبة وتوفير خدمات بمستوى عالٍ إلى غير ذلك من الأهداف.

المطلب الثاني : مزيج التسويق السياحي

يمثل المزيج التسويقي مجموعة مختلفة من العناصر الرئيسية التي تلعب دورا مهما في نجاح العمل التسويقي

في مجال النشاط السياحي نتيجة للتفاعلات التي تتم بين المتغيرات المتعددة في السوق السياحي والمنتج، فهذه

المتغيرات تؤثر تأثيرا مباشرا في تصميم وتطوير المنتج السياحي بالإضافة إلى دور الوظائف التسويقية في رفع

قيمة هذا المنتج بمعنى تحقيق التوافق بين إحتياجات السياح مع المنتجات المعروضة في الأسواق ويمكن

تلخيص عناصر المزيج التسويقي السياحي فيما يلي:

(1) خير الدين حسن، (1996): "الاتصالات التسويقية والإعلان"، مكتبة عين الشمس، القاهرة ، ص71 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

أولاً : سياسة المنتج السياحي⁽¹⁾

هذه السياسة وسيلة تقوم بها المؤسسة السياحية لتنشيط الحوار بين المؤسسة السياحية والمستهلك ويكون المحور الأساسي هو المنتج السياحي المعروض.

وتختلف تعاريف المنتج السياحي حسب إختلاف وظائفه ومكوناته، ومن أهم التعاريف نجد التعريف التالي :
" نسمي منتوجاً، كل ما يمكن عرضه على مستوى السوق من عناصر مادية وغير مادية"⁽²⁾ وعبر خبراء السياحة على أن المنتج السياحي عبارة عن خليط من عناصر غير متجانسة تؤخذ مستقلة عن بعضها البعض لتشكيل العرض السياحي المحلي أو الدولي، وعليه فالمنتج السياحي هو تلك الخدمة التي تحقق رغبات السواح أثناء إقامتهم وجولتهم السياحية ويتكون من العناصر التالية:

. الموارد السياحية

. النقل والمواصلات

. التجهيزات اللازمة

. الخدمات الصحية

. التسهيلات الإدارية

. كفاءة الخدمات المالية والتجارية .

كما أن للمنتج السياحي عدة خصائص يؤدي فهم وإدراك هذه الخصائص إلى تنشيط العملية التسويقية للمنتج بشكل عام وتتلخص هذه الخصائص فيما يلي:

(1) عبد السميع صبري: "التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية"، مرجع سبق ذكره، ص 219 .

(2) محسن أحمد الخضيرى، (1989): "التسويق السياحي مدخل إقتصادي متكامل"، مكتبة مديولي، مصر ، ص 40 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

أ- تكامل الخدمة السياحية :

ذلك أن الخدمة السياحية تتكون من عدد من الخدمات السياحية الفرعية التي تترايط مع بعضها البعض وتتكامل بانسجام، بحيث تشكل مع بعضها البعض سلسلة قوية متماسكة فإذا حدث خلل في إحدى حلقات هذه السلسلة أضر بالسلسلة كلها أي بالخدمات كلها.

ب- المنتج السياحي غير الملموس⁽¹⁾:

يشتمل المنتج السياحي الذي يقبل على شرائه السياح على خدمات سياحية غير ملموسة، بعكس الخدمات الأخرى.

ت- تنوع المنتج السياحي:

نتيجة لتعدد رغبات واتجاهات السياح المختلفة تبعاً لميولهم وإحتياجاتهم، فإن المخططين السياحيين يسعون إلى وضع وتصميم البرامج السياحية التي تلائم كل شريحة من شرائح السوق السياحي لتحقيق الإشباع الكامل لهم.

ث- الاعتماد على العناصر الطبيعية والبشرية : يعتمد المنتج السياحي على عنصرين أساسيين هما:

- العناصر الطبيعية.

- العناصر البشرية .

ج- صعوبة التحكم في المنتج السياحي :

تنشأ هذه الصعوبة من أن العناصر الطبيعية أو عوامل الجذب السياحي التي تعتمد على المقومات الطبيعية لا يمكن التحكم فيها أو تغييرها.

يعتمد تشكيل المنتج السياحي على عدد من المطالب أهمها:

1) Etzel michael and bruce walker etal, marketing, mcgraw hill co, New yourk, 2004, p35.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- عمل مسح شامل لعناصر الجذب السياحي بالدولة يوضح ما تم استغلاله وما لم يستغل.
- إجراء دراسة علمية للسوق السياحي توضح حجم الطلب السياحي المتوقع من حيث عدد السياح وإجمالي الليالي السياحية.
- تصنيف السياح تبعاً للهدف من الزيارة فالسياحة الترويجية تختلف عن السياحة الأثرية وعن السياحة العلاجية... إلخ، من حيث متطلبات كل نمط من أنماط السياحة.

ثانياً: سياسة تسعير المنتج السياحي

يعتبر التسعير أحد الأنشطة المهمة في العمل السياحي وعنصر مهم من عناصر المزيج التسويقي لما له من تأثير كبير على الحركة السياحية، حيث تتأثر قرارات السياح بشكل كبير بمقدار تكلفة الرحلة أو البرنامج السياحي وما يتضمنه من خدمات متاحة لذلك فإن سلوك وقرار السائح يرتبط دائماً بتسعير هذه الخدمات، فالأسعار المناسبة في حد ذاتها وسيلة تسويقية فعالة ومؤثرة لتنشيط حركة الطلب السياحي وكلما كانت في مستوى عدد كبير من شرائح السوق السياحي كانت أكثر فعالية وإيجابية في الأسواق المصدرة للسائحين التي تهتم بالأسعار بشكل خاص، كما أن بعض الأسواق السياحية إلى جانب إهتمامها بالسعر فإنها أيضاً تهتم بجودة المنتج السياحي حيث توائم بين السعر والجودة وذلك للوصول إلى قرار يقضي بقرار شراء البرنامج السياحي الذي يتميز بالسعر المناسب وفي نفس الوقت بالجودة المناسبة و تختلف الأسعار من سوق سياحي إلى سوق آخر تبعاً لعدد من العوامل أهمها⁽¹⁾:

إتجاهات السياسة التسويقية لتنشيط الحركة السياحية في منطقة أو دولة معينة حيث تميل أسعار البرامج السياحية في هذه الدول إلى الإنخفاض تبعاً لهذا الغرض أو الهدف.

1.) philipe kotler, Marketing for Hospitaling and tourism, 3rded, US: Prentice Hall, 2003, P 73.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

- المستوى الإقتصادي والإجتماعي والإقتصادي السائد في بعض دول السوق السياحي يفرض هو الآخر نمطا معيناً من أنماط التسعير السياحي.
- موسمية الحركة السياحية حيث تؤثر هذه الموسمية في إستخدام أسلوب معين لتسعير الخدمات السياحية خصوصاً إذا إرتبطت موسمية الحركة بالدول المصدرة للسائحين.
- مستويات المنافسة التي تسيطر على السوق السياحي والقدرة على تحمل أعباء هذه المنافسة.

ثالثاً: سياسة توزيع المنتج السياحي

هناك قناتين لتوزيع المنتج السياحي هما:

1- طريقة التوزيع المباشر: وتتم دون الاعتماد على شركات التوزيع المتاحة في الأسواق أي الوسطاء. وذلك بالإتصال المباشر مع المستهلكين النهائيين وتعمل هذه الطريقة على الحد من المصاريف والأعباء الناجمة عن توزيع المنتج السياحي.

2- طريقة التوزيع غير المباشر: تعمل على توزيع الأعباء ومصاريف التوزيع على مختلف المتعاملين

والوسطاء والمساهمين في عملية توزيع المنتج السياحي ومن أهم وسائل التوزيع غير المباشر نجد ما يلي:

أ- المتعاملون السياحيون:

تكمن مهمتهم في كونهم وسطاء لتقريب الإنتاج السياحي من المستهلكين كما يقومون بتوزيع وتهيئة كل وسائل

السفر وطلبات السياح، كإعداد السفريات والرحلات وتوصيل كل متطلبات السائح بطريقة سهلة.

ب- وكالات السياحة والأسفار :

تعد وسيلة فعالة لجلب السواح والمستهلكين لمختلف المنتجات والبرامج السياحية كالرحلات والسفريات

الإستكشافية فهي تسهل عملية السفر والسياحة.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ت- الدواوين السياحية :

تعمل على توزيع المنتج السياحي للمتعاملين السياحيين ومنظمي الرحلات ووكالات السياحة والأسفار .

رابعا : سياسة الإتصال في المنتج السياحي⁽¹⁾

يعتبر العنصر الرابع في المنتج التسويقي، إذ تعتبر وسيلة الاتصال بين الشركة السياحية ومستخدمي منتجاتها أو خدماتها حلقة تهدف إلى إعطاء صورة لائقة للمنتج، وتهدف أيضا إلى تحقيق التواصل المستمر بين الشركة السياحية وجمهورها، كما تعتبر عملية من العمليات المعقدة باعتبارها تتم من خلال وسائل وتتصل بفئات مختلفة.

1- أهداف الاتصال :

يتوقف هدف الاتصال على هدف الشركة، فغالبا تكون الأهداف الإتصالية من خلال العملية التجارية، حيث نجد كذلك أن الهدف ليس فقط رفع الحصة السوقية بل أيضا محاولة كسب وفهم وإستقطاب زبائن جدد، وهناك ثلاثة أهداف رئيسية للعملية الإتصالية هي:

أ- الشهرة: الهدف هنا التعريف بالخدمة من طرف الشركة السياحية.

ب- إيضاح الصورة: وهي أن تكون صورة الشركة السياحية التي يراها الزبون ملائمة له وترضي رغباته.

ت- التأثير على السلوك: الهدف هنا هو البحث عن الإقناع وإثارة سلوك الزبائن وتوجيههم بطريقة إرادية نحو الشركة وطلب منتجاتها وخدماتها.

1) Philippe kotler, Marketing management, Analyse planification et controle, 3eme édition publieunion, Paris,1977 ,P 17.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

المطلب الثالث: إستراتيجيات التسويق السياحي

بما أن المنظمة السياحية تعمل ضمن بيئة متغيرة، فلا بد من دراسة و إدماج التغيرات الحالية و التوقعات المستقبلية للعناصر البيئية في قرار الإستراتيجيات التسويقية بشكل مستمر لتحديد مظاهر القوة و الفرص ومحاولة تعزيزها و إستغلالها، والتعرف على نقاط الضعف والمخاطر و محاولة معالجتها وتجنبها. هذا يعني دراسة و تحليل مدخلات التسويق جميعا (المنتج، السعر، التوزيع، الترويج) للتأكد من ملائمتها لأهداف المنظمة السياحية و متابعة العملية التسويقية، و بالتالي نحصل على مخرجات تسويقية ناجحة و فعالة.

أولا: تعريف الإستراتيجية

"الإستراتيجية هي مجموعة الخيارات الطويلة الأجل التي يضعها مديرو البرامج في شكل خدمات وسياسات وخطط عمل"⁽¹⁾. وتعتبر العلوم العسكرية الأساس الذي إشتق منه مفهوم الإستراتيجية الإدارية في مجال الأعمال والدراسات لذلك فإن وضع الإستراتيجيات يتطلب تحديدا واضحا للسلطات والمسؤوليات المرتبطة بتنفيذ هذه الإستراتيجيات.

يعتمد وضع الإستراتيجية التسويقية السياحية الملائمة على عدد من الاعتبارات تتمثل فيمايلي:

أ- الإستراتيجيات المنافسة:

لكي يمكن وضع إستراتيجية مثلى للتسويق السياحي يجب دراسة وفهم الإستراتيجيات التسويقية الأخرى التي تسير عليها الدول السياحية المنافسة وكذلك إستراتيجية كل شركة أو مؤسسة سياحية منافسة.

(1) فؤاد عبد المنعم البكري، (2004): "التنمية السياحية"، عالم الكتب، الطبعة الأولى، ص 91 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ب- الاستراتيجيات البديلة:

يقصد بها إمكانية إحلال إستراتيجيات تسويقية مكان أخرى بحيث يمكن في ظل ظروف معينة طارئة إدخال مدخلات إستراتيجية بديلة لبعضها البعض بحيث يحدد متخذ القرار عند إختيار الإستراتيجية التسويقية تأثير هذه المدخلات على الهدف النهائي.

ت- التكامل بين عناصر الإستراتيجية التسويقية :

يؤدي التكامل بين العناصر المختلفة للإستراتيجيات التسويقية السياحية إلى تحديد الإستراتيجية المثلى الملائمة لمختلف جوانب العملية الإنتاجية.

ثانيا :أنواع الإستراتيجيات التسويقية السياحية

هناك ثلاثة أنواع من الاستراتيجيات التسويقية السياحية التي يفاضل بينها لاختيار الأنسب منها وهي:

1- الإستراتيجية التسويقية الدفاعية⁽¹⁾:

تهدف هذه الإستراتيجية إلى المحافظة على المركز التنافسي للشركة السياحية مع الشركات الأخرى بمعنى عدم تعرض مركز الشركة ووضعها للإنهيار أو الضعف أو الخروج من السوق وتميل هذه الإستراتيجية إلى المهادنة وتجنب الدخول مع الشركات السياحية الأخرى في منافسة قوية خصوصا مع الشركات الكبرى التي تتمتع بسمعة وشهرة كبيرة وقدرات مادية وبشرية عالية حيث يجب أن تتجه إلى إنشاء علاقة طيبة بينها وبين هذه الشركات للمحافظة على نصيبها السوقي الذي حصلت عليه في الأسواق السياحية المصدرة حتى لا تتعرض لمخاطر المنافسة القوية والخروج من السوق السياحي.

❖ تشمل الإستراتيجيات التسويقية الدفاعية على عدد من الأنواع أهمها :

(1) محسن أحمد الخضيرى،(1990):" التسويق السياحي"، مكتبة مدبولي، القاهرة ، ص 247 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

أ- الإستراتيجية السعرية:

ذلك أن تلجأ بعض الشركات السياحية إلى تخفيض أسعار برامجها السياحية عن الأسعار التي تقدمها الشركات الكبرى، لكن مع تخفيض في مستوى جودة الخدمات السياحية التي تشتمل عليها وذلك بهدف تحقيق أكبر حجم ممكن من الحركة السياحية خصوصا من الأسواق التي تهتم بأسعار البرامج السياحية.

ب- الاستراتيجيات التابعة :

تعتمد هذه الإستراتيجية على متغيرين أحدهما مستقل وتمثله الشركات العملاقة، والآخر تابع وتمثله الشركات السياحية الصغيرة، لذلك فإن الشركات السياحية التي تتبع هذه الإستراتيجية تكون في موقف التابع للشركات السياحية الكبرى حسب ما تسمح به هذه الشركات لها من حصه في السوق السياحي ولا تلجأ الشركات السياحية الصغرى في منافسة قوية مع الشركات الكبرى حتى لا تهدد وجودها ونجاحها.

ت- إستراتيجية القدوة والمحاكاة :

يقصد بهذه الإستراتيجية قيام بعض الشركات ذات الإمكانيات المادية والبشرية المتواضعة بتقليد بعض الشركات التي حققت نجاحا كبيرا في هذا المجال من حيث أنشطتها وأعمالها المختلفة والبرامج السياحية التي تقدمها والسياسات التسويقية التي تتبعها.

ث- الإستراتيجية المضادة :

نتيجة لتوفر عامل المرونة في وضع الاستراتيجيات التسويقية السياحية والتحول المحتمل في تطبيق الاستراتيجيات المختلفة الدفاعية والهجومية، فقد تلجأ بعض الشركات إلى إتباع إستراتيجية هجومية يترتب عليها التأثير في نصيب شركة أخرى بالسوق السياحي، فتضطر هذه الشركة إلى استخدام إستراتيجية مضادة للشركة الأخرى دفاعا عن نفسها وحفاظا على سمعتها ووجودها في السوق.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

2- الإستراتيجية التسويقية الهجومية⁽¹⁾:

تهدف هذه الإستراتيجية إلى تقوية مركز ووضع الشركة في السوق السياحي كما تهدف أيضا إلى زيادة قوة المشروع التنافسية في السوق والتوسع بقصد كسب حصة أكبر في السوق كما نجد أن هذه الاستراتيجيات الهجومية تنقسم إلى:

أ- الإستراتيجية التوسعية :

يقصد بهذه الإستراتيجية الاتجاه نحو التوسع في مختلف الأنشطة السياحية التي تقوم بها الشركات السياحية التي تستخدم هذه الإستراتيجية وقد يكون هذا التوسع خارجيا أي بالاتجاه نحو إنشاء فروع لهذه الشركات بالخارج لتحقيق:

• التوسع في إجراء التعاقدات السياحية

• إثارة دوافع الطلب السياحي في الأسواق الخارجية

• اختراق أسواق سياحية جديدة

• زيادة الحركة السياحية الدولية.

كذلك قد يكون التوسع داخليا بإنشاء فروع ومكاتب تابعة للشركة السياحية بمناطق مختلفة داخل الدولة وقد يكون التوسع في شكل برامج سياحية جديدة لتنشيط أنماط معينة.

ب- إستراتيجية السيطرة على السوق :

تقوم هذه الإستراتيجية على فرض السيطرة على السوق السياحي بواسطة شركة أو مجموعة من الشركات ذات الشهرة والإمكانيات الكبيرة بحيث تحتكر هذه الشركات السوق السياحي لصالحها ولا تستطيع الشركات الأخرى أن تستمر في العمل السياحي مع هذه السيطرة المحكمة على السوق.

(1) كريم قاسم، (1998): "ترقية السياحة في الجزائر"، رسالة ماجستير غير منشورة، المدرسة العليا للتجارة، ص98 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ت- الإستراتيجية الابتكارية :

يقصد بها ابتكار وسائل دعائية لم تكن مستخدمة من قبل بواسطة الشركات السياحية الأخرى للتأثير في نفسية السياح وجذب أكبر عدد ممكن.

ث- الإستراتيجية التنافسية :

تقوم هذه الإستراتيجية على المنافسة الشديدة بين الشركات السياحية المختلفة للوصول إلى الهدف التسويقي المخطط والسيطرة على السوق السياحي، حيث تتكافأ هذه الشركات مع بعضها البعض من حيث قدراتها وإمكانياتها المالية والتسويقية بشكل يجعل المنافسة بينهم تزداد حدة وقوة، فكل شركة تسعى للحصول على أكبر حصة في السوق السياحي حيث أن ذلك يتم من خلال:

- تقديم البرامج السياحية الجديدة التي تحقق أعلى درجة من الإشباع وتتفق مع رغبات وحاجات السياح.
- حسن استغلال الفرص التسويقية المتاحة في السوق .
- استغلال نقاط الضعف للشركات السياحية المنافسة .

3- الاستراتيجيات التسويقية العامة: حيث نجد فيها ما يلي (1):

أ- الإستراتيجية التسويقية المغلقة :

تعتمد هذه الإستراتيجية على تسويق برنامج سياحي واحد إلى جميع السياح المستهدفين في الأسواق السياحية المختلفة دون الاهتمام بخصائص كل شريحة من شرائح السياح ورغباتهم حيث تصمم الشركات السياحية برنامجا سياحيا موحدًا يضم عدد من الخدمات السياحية التي تناسب مختلف الفئات.

(1) عبد السميع صبري: "التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية"، مرجع سبق ذكره، ص. 270- 271 .

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ب- الإستراتيجية التسويقية المفتوحة:

تعتمد هذه الإستراتيجية على تصميم وإعداد برامج سياحية متنوعة تبعا لرغبات واتجاهات شرائح السوق المختلفة مع الاعتماد على أكثر من أسلوب لتوزيعها مما يعطي فرصة تسويقية أكبر أمام الشركات السياحية التي تسير على هذه الإستراتيجية على الرغم من التكلفة المالية الكبيرة التي تصاحب هذه الإستراتيجية والجهود التسويقية المطلوبة لتنفيذها.

ت- إستراتيجية التكلفة :

وهي التي تقوم على خفض الجهود التسويقية إلى أقل حد ممكن في الشركات السياحية وعدم التوسع في التكلفة التي لا يترتب عليها أي عائد مادي كبير وتلجأ بعض الشركات السياحية إلى إتباع هذه الإستراتيجية عند حدوث أزمات طارئة بها.

ث- إستراتيجية الانكماش :

تلجأ بعض الشركات إلى تقليل حجم نشاطها السياحي نظرا لتعرضها لبعض الظروف المؤثرة مثل انخفاض السيولة النقدية أو وجود نقص في اليد العاملة...إلخ، فتدخل نتيجة لذلك في مرحلة الانكماش بالانسحاب الجزئي من السوق بعدة طرق:

- الاكتفاء والاقْتِصَار على البرامج التي يقبل عليها السائحون .
- إغلاق فروع الشركة المنتشرة في السوق الداخلي أو الخارجي التي لا تحقق أهدافها التسويقية.
- تركيز النشاط على بعض الأنماط والمناطق السياحية دون غيرها والتي تزداد فيها الحركة السياحية.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

المطلب الرابع : مقومات نجاح الإستراتيجية التسويقية السياحية

يعتمد نجاح الإستراتيجية التسويقية السياحية التي تضعها الشركة السياحية على بعض المقومات أهمها⁽¹⁾ :

أ - توافر المعلومات :

تعتبر المعلومات بالنسبة لواضعي الإستراتيجية التسويقية المادة الخام أو الأساس الذي يقوم عليه بناء هذه الإستراتيجية وترتبط هذه المعلومات بالجوانب الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والتطورات التكنولوجية المرتبطة بالنشاط السياحي العالمي والمحلي، لذلك فإن الإدارة في حاجة دائمة إلى معلومات عن:

- البيئة التسويقية (الأسواق المصدرة للسائحين).
- القدرة التسويقية للشركة السياحية.
- المنتج السياحي بالدولة السياحية.
- الأسواق السياحية المنافسة (إستراتيجيات التسويق المستخدمة بها).
- الشركات السياحية المنافسة في السوق المحلي الداخلي وإستراتيجياتها التسويقية
- حجم السوق السياحي المحتمل .

ب-الشمول :

يقصد بالشمول أن تكون الإستراتيجية المختارة شاملة لمختلف مراحل العملية التسويقية التي تقوم بها الشركة السياحية ابتداءً من المنتج السياحي فالتسعير السياحي والتنشيط السياحي والمبيعات السياحية إلى غير ذلك من مراحل العملية التسويقية، حيث يجب أن تتضمن الإستراتيجية جميع الجوانب التي تدخل في النشاط التسويقي السياحي التي تحقق النجاح المطلوب.

1)Hsu cathy and tom pourers, marketing hospitaling, 3rd ed, us. john willy and sons, 2002, p102.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

ت- البعد الزمني:

يدل البعد الزمني على الوقت أو الزمن المحدد لتطبيق الإستراتيجية التسويقية السياحية التي تم إختيارها، لأن التحديد الزمني لها يرتبط بدرجة الاهتمام بها وضرورتها لتحقيق الأهداف التسويقية مما ينعكس على الدقة الكبيرة في تطبيقها وتحقيق الأهداف المحددة لها.

ث- سلطة إتخاذ القرار:

يرتبط نجاح الإستراتيجية التسويقية السياحية بسلامة اتخاذ القرار الذي يحدد إتباع هذه الإستراتيجية فكما كان القرار من الإدارة العليا للشركة كان أكثر نجاحًا لأنها صاحبة السلطة في اتخاذ هذا القرار وهي الجهة القادرة على فهم واستيعاب جميع الجوانب المهمة المرتبطة بتحديد الإستراتيجية المثلى التي تكون أكثر فعالية لتحقيق أهداف الشركة.

ج- تطبيق الإستراتيجية:

كلما كان تطبيق الإستراتيجية التسويقية دقيقا وسليما حسب المراحل الزمنية الموضوعه لها كان نجاحها مؤكدا وتحقيقها للأهداف التسويقية يكون بشكل أكبر لأن تطبيق الإستراتيجية التي تم الاستقرار عليها يعتبر من العوامل التي يتوقف عليها نجاحها، فالتخطيط بدون تنفيذ سليم و دقيق لا يحقق نتائج إيجابية.

ح- الإختيار السليم:

يعتبر الاختيار السليم للإستراتيجية التسويقية السياحية المبني على معايير سليمة وظروف واقعية وأسباب منطقية ودراسة تحليلية للسوق السياحي وتشخيص دقيق للقدرات والإمكانيات التسويقية أحد المحددات الرئيسية التي تلعب دورا مهما في نجاح هذه الإستراتيجية.

الفصل الأول: مفاهيم عامة حول السياحة

خلاصة الفصل:

شهدت صناعة السياحة تطورات سريعة و مستمرة تبعا لتطور نظم الحياة وأساليبها والتطور العلمي والتكنولوجي مما أدى إلى إتساع نطاقها وتعدد جوانبها وإزدياد أهميتها حيث أنها أصبحت في وقتنا الحاضر من أكبر الصناعات في العالم وأصبح يطلق عليها إسم صناعة القرن الواحد والعشرين فهي عبارة عن نشاط يعرّف بكافة العوامل والظواهر الخاصة بالسفر والإقامة خارج مكان المعتاد الإقامة فيه قصد الترفيه والراحة والرياضة إلى غير ذلك من الأنواع والغرض منها كما أن السياحة تتميز بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من الأنشطة كما تتطلب أيضا مقومات جذب ما من شأنه أن يعطي الدفع إلى الإهتمام بهذا القطاع، كما نجد أن لها تأثيرات مختلفة إجتماعية، إقتصادية، سياسية... الخ، ذلك بإعتبار أنها صناعة مركبة من عدة عناصر طبيعية وبشرية وحضارية ترتبط إرتباطا وثيقا مع محيطها الإجتماعي، الإقتصادي، السياسي، البيئي... الخ.

كما تشكل السياحة سوقا إقتصاديا قابلا للتوسع عن طريق زيادة المنتج السياحي الذي يتمثل في البرامج السياحية المعدة من الشركات السياحة، حيث لا يمكن الحصول على عوائد إلا من خلال الترويج والتعريف بالمنتج المحلي. والإستثمار أكثر في هذا القطاع نظرا للعوائد الكبيرة المحتمل الحصول عليها منه.

ولمزيد من المعلومات، وكذا إبراز الدور الهام الذي تلعبه السياحة في جلب العملة الصعبة، والوصول بالقطاع إلى مستويات التنمية المستدامة، سنقوم في الفصل الثالث بالتطرق إلى هذه المفاهيم وكذا مفهوم السياحة المستدامة.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

تمهيد:

تسعى كل دولة إلى تحقيق التقدم و النهوض بالإقتصاد لذلك تلجأ إلى إعتماد أي أسلوب يوصلها إلى هدفها فكان تركيزها على الإستثمار بإعتباره الأسلوب الأنجع لتحقيق التنمية الإقتصادية و تحسين الأوضاع و التقليل من مشاكل التعبئة بالنسبة للدولة السائرة في طريق النمو و التي تريد اللحاق بركب التقدم.

فالتقدم اليوم لا يقاس فقط بقيمة صادرات حركة التجارة الدولية من تجارة البترول، والكيميائيات وتجارة السيارات، بل وكذلك من صناعة السياحة التي تحتل اليوم المرتبة الرابعة، إذ تلعب دورا هاما وفاعلا بتوفير فرص العمل الجديدة.

وقد سعت الكثير من الدول إلى الإهتمام بالإستثمار في قطاع السياحة لمزاياه الإيجابية المتعددة في المجالات الإقتصادية، الإجتماعية، الثقافية، والبيئية.

وفي هذا الصدد وللتعرف أكثر على الإستثمار والإستثمار في قطاع السياحة، تطرقنا في هذا الفصل إلى أهم النقاط التي من خلالها يمكن توضيح الرؤيا أمام هذه القضية وذلك عبر خمسة مباحث:

ففي المبحث الأول تطرقنا إلى الإطار النظري للإستثمار، والمبحث الثاني تعرضنا فيه إلى مميزات وخصائص الإستثمار، أما المبحث الثالث تناولنا فيه سياسات الإستثمار والعوامل المؤثرة فيها. و المبحث الرابع خصصناه لضوابط الإستثمار ومخاطره، أما الفصل الخامس والأخير خصصناه للإستثمار السياحي من جميع جوانبه.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

المبحث الأول: الأسس النظرية للإستثمار

في هذا المبحث سوف نتعرض للإستثمار من حيث إختلاف مصادره والنظريات الإقتصادية المفسره له، وكذلك أشكاله (أنواعه) من خلال الموقع، المدة، ملكية القطاعات الإقتصادية وزاوية النظر إليه بالإضافة إلى محدداته الرئيسية.

يعتبر الإستثمار أحد العناصر الهامة في تحريك عجلة النمو، وهو الطريقة الفعالة لإنشاء ومضاعفة الثروات ومنه تحسين الأوضاع سواء كانت على المستوى الفردي أو على مستوى المؤسسات أو حتى على المستوى الوطني، كما يعتبر من القضايا الجوهرية التي يسعى مسؤولي المؤسسات إلى الإهتمام بها ودراستها. وقد إختلف مفهوم الإستثمار بإختلاف المدارس والاقتصاديين، فكان من الضروري تسليط الضوء على بعض الآراء قبل التوغل في هذه الدراسة.

المطلب الأول: مفهوم الإستثمار وتعريفه

يعد الإستثمار أحد أهم المفردات العملية الإقتصادية فهو إرجاء الإستهلاك إلى فترة مستقبلية ثم توجيه هذه الأموال إلى الإستثمار وليس الإكتناز، إذ لا يمكن تحقيق الإستثمار دون الإدخار الذي يتحقق من خلال مجموعة من الأدوات المتخصصة في ذلك.

أولاً: مفهوم الإستثمار

إن للإستثمار مفاهيم عدة تختلف من مصدر لآخر أو من مفكر لآخر.

1. مفهوم الإستثمار بإختلاف المصادر

لقد إختلف مفهوم الإستثمار بإختلاف المصادر لذلك أردنا أن نسلط الضوء على بعضها محاولين بذلك إعطاء مفهوم كامل و شامل حول الإستثمارات و هذه المفاهيم هي كالتالي:

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

" الإستثمار هو التضحية بالأموال الحالية في سبيل أموال مستقبلية " (1).

كما يمكن أن يعني الإستثمار: " تلك الأموال المخصصة لإنتاج السلع التي لا تستهلك مباشرة و إنما تستخدم

لفترات عديدة من أجل إنتاج السلع و الخدمات أو لزيادة المخزون " (2)

أو هو: " إستخدام المدخرات في تكوين الطاقات الإنتاجية الجديدة و المحافظة على الطاقات الإنتاجية القائمة

أو تجديدها " (3).

وهو كذلك: " عملية خلق شروط موضوعية و ذاتية للإنتاج الذي يعتمد على العمل و موضوعاته " (4).

إذ أنه: " الإضافة إلى رصيد المجتمع من السلع الرأسمالية الملموسة " (5).

أو: " عبارة عن توظيف الأموال المتاحة في إقتناء أو تكوين أصول بقصد إستغلالها لتحقيق أغراض

المستثمر " (6).

2. مفهوم الإستثمار بإختلاف النظريات الإقتصادية:

إختلفت وجهات نظر الإقتصاديين في إعطاء مفهوم موحد للإستثمار وإنجر عن هذا وجود عدة مفاهيم له

ومن زوايا مختلفة إرتبطت بطرق تحليل هؤلاء الإقتصاديين لموضوع الإستثمار.

وسنكتفي في هذا المجال بالإشارة إلى بعض النظريات الإقتصادية التي تعرضت لهذا الموضوع، وذلك من

خلال تفسير سلوك الإستثمار، حيث هناك إختلاف بين هذه النظريات والذي يكمن في طبيعة العوامل المؤثرة

في قرار الإستثمار، ولكنها تلتقي في تركيزها على تحديد المستوى الأمثل لرصيد رأس المال، وعلى معدل

الإستثمار الذي يحدد بدوره مستوى رصيد رأس المال ومن هذه النظريات ما يلي:

1 (محمد صالح الحناوي، (1997): أساسيات الاستثمار في بورصة الأوراق المالية، الدار الجامعية الاسكندرية، ص 2.

2 (محمد فرحي: " التحليل الاقتصادي الكلي الأسس النظرية "، الجزء الأول، د ت، ص 188.

3 (حسين عمر: " التنمية و التخطيط الاقتصادي "، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ص 158.

4 (محمد بلقاسم، حسن بهلول: " الإستثمار و اشكالية التوازن الجهوي "، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، ص 63-64.

5 (كامل بكري وآخرون، (2001): مبادئ الاقتصاد الكلي "، الدار الجامعية الابراهيمية الاسكندرية، ص 87 .

6 (الحضييري حامد العربي، (2000): " تقييم الإستثمارات "، إدارة الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 19.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

أ- النظرية الكينزية:

إن جون مينارد كينز يرى أن الإستثمار هو تلك النفقات على الأموال المخصصة لإنتاج الآلات، المعدات، المباني وغيرها، بالإضافة إلى الأموال المخصصة لزيادة المخزون⁽¹⁾، كما يرى أن القرار الإستثماري يتحدد بين سعر الفائدة والعائد الصافي من الإستثمار بمعنى أن المستثمر يقارن ما بين ما يتوقع الحصول عليه من عوائد صافية طوال عمر الأصول الإستثمارية وبين سعر الفائدة التي يمكن أن يحصل عليه لو وضع فيه الإستثماري وديعة في البنك⁽²⁾.

ب- النظرية النيوكلاسيكية:

إن الإستثمار حسب هذه النظرية مرتبط بحجم الدخل القومي، حيث أن العلاقة بين الدخل القومي والمستوى الأمثل لرأس المال علاقة طردية، أما العلاقة بين المستوى الأمثل لرأس المال وسعر رأس المال فهي علاقة عكسية.

ويمكن شرح النموذج النيوكلاسيكي للإستثمار بإفتراض أن هناك منشأة تستخدم رأس المال المتمثل في المعدات والآلات بهدف القيام بإستثمار معين.

فتكاليف الإنتاج تتمثل في تكلفة إستخدام رأس المال، أما العوائد المتوقعة فتتمثل في الإنتاج الحدي (الإضافي) للوحدة، ويتناقص معدل الإنتاج الحدي بتزايد الكمية المستخدمة من رأس المال وهو ما يعرف في الإقتصاد بقانون تناقص الغلة، هذا بإفتراض ثبات العوامل الإنتاجية الأخرى، ويتم التوازن عندما يتعادل العائد من رأس المال مع تكلفة رأس المال أي عندما يتساوى الإنتاج الحدي لرأس المال مع تكلفة إستخدام رأس المال، حيث تتوقف تكلفة إستخدام رأس المال على العوامل التالية:

- سعر الفائدة السائدة في السوق.

1) محمد فرحي، مرجع سبق ذكره، ص 112

2) أسامة بن محمد باحنشل، (1999): "مقدمة التحليل الاقتصادي الكلي"، جامعة الملك سعود، ص 106-108.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

- الأصول الإنتاجية تتعرض للتقادم والإستهلاك نتيجة الإستعمال و لابد للمنشأة أن تتحمل هذه التكلفة.

- قد تتعرض المنشأة للخسارة إذا إنخفض سعر الفائدة عن السعر الذي تعاقدت عليه والعكس صحيح⁽¹⁾.

ت - نظرية المعجل:

وتفسر هذه النظرية سلوك الإستثمار في المخزون من السلع، وتقول النظرية أن حجم الإستثمار يعتمد على التغيرات في حجم الطلب ويقاس حجم الطلب الكلي في الإقتصاد بالدخل القومي، أي أن حجم الإستثمار يعتمد على التغيرات في مستوى الدخل.

كما يعرف المعجل بأنه عبارة عن كمية الإستثمارات الجديدة الناتجة عن الزيادة في الدخل⁽²⁾.

ث - نظرية المعجل المرن:

يلخص الإستثمار حسب هذه النظرية فيما يتوفر لدى الإقتصاد القومي في بداية كل فترة زمنية من أرصدة رؤوس الأموال حيث أن هذه الأرصدة هي ما تبقى للإقتصاد القومي من الفترة السابقة، والإستثمار هنا هو رغبة الأفراد في الحصول على أرصدة رأس المال للفترة السابقة في الفترة الحالية. ويعتمد هذا الحجم المرغوب فيه من رأس المال على عوامل عديدة منها الدخل وتكلفة الإنتاج كالأجور والفوائد⁽³⁾.

ج - نظرية التمويل الذاتي للإستثمار:

تنص هذه النظرية على أن المستوى الأمثل لرأس المال يتحدد بناءً على مستوى الأرباح، فكلما كانت التوقعات إتجاه الأرباح المستقبلية كبيرة بناءً على الأرباح المحققة حالياً فإن ذلك سيؤثر تأثيراً أساسياً على حجم الإستثمار، ومن هنا فإن المنشآت تمول إستثماراتها بإستعمال مصادرها الداخلية (الذاتية)، وتتكون من الأرباح

1 (نفس المرجع ، ص ص 106-108.

2 (طارق الحاج، (1998): "علم الاقتصاد ونظرياته"، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن ، ص 125

3 (أسامة بن محمد باحنشل، مرجع سابق، ص ص 106-108

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

غير الموزعة أو من نفقات المبالغ المعتمدة للصيانة أو باللجوء إلى المصادر الخاصة للتمويل كالإقتراض من البنوك.

وعليه يمكن القول إن الإستثمار الحالي يعتمد على الأرباح الحالية.

ثانيا: تعريف الإستثمار

يستمد الإستثمار أصوله من علم الإقتصاد و هو يهدف إلى توليد المنافع المختلفة، كما يعتبر الطريقة الفعالة لإنشاء و مضاعفة الثروات، و هذا ما أدى إلى جذب إهتمام الإقتصاديين والمختصين و غيرهم به، لذا قمنا بسرد بعض من تعاريف هؤلاء المختصين:

يعرف غيتون (Guilton)، الإستثمار بأنه تكاثر معدات الطاقة الموجودة وهو عبارة عن تضحية لضمان المستقبل وهكذا الإستثمار هو حكم بين الحاضر والمستقبل⁽¹⁾.

ويرى (P/Vizza vona)، أنه إقتناء ملك قصد الحصول على إمتيازات مستمرة وهو تمييز بين الإستثمارات غير المنتجة كإستثمارات إدارية وإستثمارات منتجة التي ينتظر منها تحسين الأرباح كإستثمارات آلات صناعية⁽²⁾. كما يمكن تعريفه أيضا: "الإستثمار هو التغيير في رصيد رأس المال خلال فترة زمنية محددة و على ذلك فإن الإستثمار على خلاف رأس المال يمثل تدفق و ليس رصيد قائم و هذا يعني أنه في حين يقاس رأس المال عند نقطة زمنية محددة فإن الإستثمار يمكن قياسه خلال فترة زمنية معينة"⁽³⁾.

بالإضافة إلى ذلك يمكن تعريفه على أنه: "هو توظيف الأموال لفترة زمنية محددة للحصول على تدفقات مالية في المستقبل تعويضا عن:

أ- القيمة الحالية لتلك الأموال التي تخلى عنها في سبيل الحصول على ذلك الأصل أو الأصول.

1 (ميلودي أبو بكر، (1999): "اختيار الإستثمار وتقييم المشاريع"، دار الآفاق ، ص12.

2 (بوتيز محمد، (1992): "المحاسبة العامة للؤسسة" ، ديوان المطبوعات الجامعية، ص96.

3 (رشيد فؤاد التميمي ، أسامة عزمي سلام، (2004) : " الإستثمار بالأوراق المالية"، دار المسيرة ، عمان، الأردن، ص 16.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

ب- النقص المتوقع في قوة تلك الأموال الشرائية بفعل التضخم .

ت - المخاطرة الناشئة عن إحتمال عدم الحصول على التدفقات المالية المرغوب فيها كما هو متوقع لها⁽¹⁾.

1. التعريف المحاسبي للإستثمار⁽²⁾:

الإستثمار هو الحيازة التي تتم من طرف المؤسسة و التي تسجل ضمن أصولها و تضم سلع معمرة قد تكون قيم مادية، مالية، معنوية.

ضمن هذا المفهوم الضيق أو المقيد، يجب إضافة أشكال أخرى للإستثمار غير المسجلة في أعلى الميزانية و هي:

- السلع المخصصة للإنتاج التي تمت حيازتها بواسطة القرض بالإيجار.

- الإستثمارات غير المادية مثل تكوين الأفراد، الإشهار، البحوث و الدراسات و التي سوف ترفع من قدرات المؤسسة المستقبلية.

- إحتياج تمويل الإستغلال الذي يشكل إحتياجاً دائماً في مخطط التمويل.

2. التعريف المالي للإستثمار⁽³⁾:

يعني الإستثمار تشغيل إمكانيات مالية عن طريق الإنتاج و البيع تسمح بتوليد موارد مالية خلال عدة فترات. و الإستثمار هو تبادل و رهان في أن واحد، فهو وضع سيولة في مشروع بإعتقاده أنه سيسمح للمستثمر بإستعادة السيولة في وقت آخر، كما يعني أيضا المرهنة على أن الأرباح المستقبلية ستكون أكبر من الأموال المستثمرة في هذا المشروع.

1 (زياد رمضان،(2005): "مبادئ الاستثمار المالي و الحقيقي"، دار وائل للنشر و التوزيع ، ط3، عمان، الأردن ، ص 13.

2) Daniel Sopel D'entreprise, Paris, les édition D'organisation 1997, p273

3) Charles-Henri D'arcimoles&Jenri-yves saulquin .finance appliquée (2.Décision financières), Paris, Vuibert, 1995.p128

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

كما أن الإستثمار يرهن المؤسسة إذا لم يتم تحقيق الأرباح المنتظرة، فالمؤسسة عليها مكافأة المستثمرة على المستوى المطلوب، فإذا لم تحقق النتائج المنتظرة فلا يمكنها الوفاء بوعودها، و كذلك فإن انخفاض الإيرادات يجعل المؤسسة غير قادرة على مواجهة إستحقاقاتها .

3- التعريف الإقتصادي للإستثمار:

يعرف الإستثمار من الناحية الإقتصادية على أنه: " تلك الأموال التي تدفعها المؤسسة حالياً بهدف الحصول على إيرادات تمكنها من تحقيق أرباح مستقبلاً" (1).

ومن هذا نجد أربعة معاني لهذا التعريف:

أ- الإستثمار هو إستخدام الموارد السلعية لتكوين رأسمال حقيقي.

ب- الإستثمار كإضافة إلى رأسمال المجتمع، حيث لا بد من إستبعاد عمليات تداول الأموال الرأسمالية (الاستثمارية)، الموجودة من قبل لأن هذه العمليات لا تزيد أي إضافة إلى رأسمال المجتمع وإنما بمثابة نقل الأموال من طرف البائع إلى المشتري.

ت- الإستثمار في تكوين رأسمال ثابت، يعني الزيادة في الأموال بغية توسيع الطاقات الإنتاجية للمجتمع أو المحافظة عليها أو تحديدها والصفة التي تميز هذه الطاقات الإنتاجية هي أن الأموال معمرة.

ث- الإستثمار في تكوين رأسمال سلعي، هذا المعنى أوسع نطاقاً لأنه يضيف إلى المخزون، السلعي وتكوين رأسمال ثابت.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن الإستثمار هو عملية إقتصادية مدروسة من قبل شخص طبيعي أو قانوني تقوم على أسس أو قواعد علمية أو عقلانية يتم بموجبها توجيه الأصول المادية، البشرية أو المعلوماتية نحو تحقيق عوائد إقتصادية، إجتماعية، ثقافية أو علمية في المستقبل.

1 (عاطف محمد عبيد، (1973): "الإدارة المالية"، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، ص53.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

المطلب الثاني: تصنيف الإستثمار

إن الأهمية البالغة للإستثمار تكمن في الغاية المنتظرة منها فهي تنقسم وتصنف حسب عدة معايير و تختلف باختلاف الميادين و القطاعات الموجهة إليه إذ تصنف حسب الطبيعة، الغاية أو الهدف وبناء على أسس أخرى تتخذ كمعايير للترقية و التمييز بين الإستثمارات⁽¹⁾:

- الإستثمارات حسب التدفق النقدي.

- الإستثمارات حسب الغرض و الهدف.

- الإستثمارات حسب الطبيعة.

- الإستثمارات حسب القائم بالإستثمار.

- الإستثمارات الخاصة و العامة.

- الإستثمارات حسب المدة.

- الإستثمارات حسب الجنسية.

أولاً: الإستثمارات حسب التدفق النقدي

نميز بين خمسة أشكال للتدفقات النقدية المترتبة على الإستثمارات حسب الشكل أو ملامح التدفق و هي

كمايلي:

1. الإستثمارات في الأرض و التحف و المجوهرات و المعادن الثمينة:

وتكون التدفقات النقدية الخارجية في مثل هذا النوع من الإستثمارات تتمثل في شراء الإستثمارات بينما التدفق

النقدي الداخلي يتمثل في ثمن بيع الأصل في نهاية المدة.

(1) عبد الغفار هناء، (2002): "الاستثمار الاجنبي المباشر والتجارة الدولية الصين نموذجاً"، دار الحكمة، بغداد، ص 112.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

2. الإستثمار في الأوراق المالية (الأسهم و السندات) وما شابه ذلك:

يتمثل التدفق النقدي الخارجي في ثمن شراء الأوراق المالية إما التدفقات الداخلية عبارة عن الفوائد السنوية في حالة السندات أو الأرباح أو التوزيعات بالنسبة للأسهم و قيمة الأوراق المالية في مدة الإستثمار.

3. الإستثمار في المصانع و التجهيزات الضخمة:

بالإضافة إلى الإنتفاع بالأرض و براء الإختراع و يترتب على هذا النوع تدفقات نقدية خارجية في السنوات الأولى أي مرحلة الإنشاء و الإعداد للمصنع قبل بدء التشغيل ثم تحدث التدفقات النقدية الداخلية الناتجة عن العمليات "المكاسب النقدية السنوية".

4. الإستثمار في مختلف أنواع الأجهزة و المعدات:

و يكون عن شراء الأصل الإستثماري و تركيبه عبارة عن تدفقات نقدية خارجية أما الفوائد السنوية بالإضافة إلى أن قيمة الأصل في نهاية المدة فهي تدفقات نقدية داخلية.

5. الإستثمارات منعدمة العائد النقدي:

كإنشاء مطعم أو كافيتيريا داخل شركة لتقديم وجبات مجانية للعمال و إسكان العاملين

ثانيا: الإستثمارات حسب الغرض و الهدف

يمكن تصنيفها كمايلي:

1. الإستثمارات الإحلالية:

و يمكن أن نميز بين نوعين من هذه الإستثمارات الأول يهدف إلى إحلال الأصول الجديدة مكان القائمة و التي إنتهى عمرها الإنتاجي بالإستهلاك وهذا النوع لا يؤدي إلى زيادة الطاقة الإنتاجية للوحدة الإقتصادية المحافظة على الطاقة القائمة، الثاني فيهدف إلى إحلال الأصول القائمة و التي تزال صالحة للإستخدام إلا أنها

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

تعتبر متقدمة فنيا وهذا النوع من الإستثمار هو الأكثر شيوعا و يرمي أساسا إلى تخفيض الإنتاج أو تحسين الأداء و يطلق عليه "إستثمارات بغرض التطوير"

2. الإستثمارات التوسعية:

الغرض منها تمكين المؤسسة من مواجهة زيادة الطلب في المستقبل وهذا يتم بزيادة الإنتاج القائم دون تغيير في تشكيلة المنتجات القائمة وهذا النوع من الإستثمارات يكون الغرض منه زيادة الطاقة الإنتاجية للمؤسسة و المبيعات الحالية وبذلك يتضح وجود مبرر لهذا النوع من الإستثمارات.

3. الإستثمارات التي تهدف إلى التطوير أو الترشيح:

تهدف هذه الإستثمارات إلى تخفيض التكلفة بتكثيف الآلية أي تطوير الجهاز الإنتاجي المالي و تحديثه للتقليل من العمالة الإضافية.

4. الإستثمارات الإستراتيجية:

هذا النوع من الإستثمارات يقدر العائد المتوقع كليا على عكس الأنواع السابقة و ذلك لإرتباطها بعوامل غير مالية من الصعب قياسها.

ويندرج تحت هذه الإستثمارات ما ترى المؤسسات أنها ضرورية لبقائها و إستمرارها فتقوم بها كالإنفاق على البحوث و الدراسات المختلفة . كبناء وحدات سكنية للعمال إن هذه الإستثمارات لها أثر كبير و مباشر على كفاءة العاملين و بالتالي تؤثر بطريقة غير مباشرة على الإجراءات و المصروفات إلا أنه يصعب تقدير المكاسب الناجمة منها تقديرا كليا دقيقا.

5. الإستثمارات التي تفرضها الظروف بواسطة الدولة:

هذه الإستثمارات ذات الغرض الإجتماعي في المقام الأول و غير مرتبط بشكل مباشر بالنشاط الرئيسي للمؤسسين و يدخل تحت هذه الإستثمارات التي لا تملك بطريقة إختيارية، كتدبير أماكن إنتظار السيارات

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

و توفير أجهزة الوقاية من التلوث، و قد يترتب إستثمار معين تحقيق عدة أغراض في آن واحد كالإستثمارات التوسعية فقد تكون إستراتيجية أيضا وذلك بسبب التطور التكنولوجي⁽¹⁾.

ثالثا: الإستثمارات حسب الطبيعة⁽²⁾

وتتقسم الإستثمارات حسب الطبيعة إلى صنفين هما الإستثمار الحقيقي و الإستثمار المالي:

1. الإستثمار الحقيقي:

هي تلك الإستثمارات التي تكون السلع الرأسمالية التي تخص الإستهلاك و تتمثل في الحصول على الأصول المادية مثل الآلات، المباني، الأراضي، المواد و اللوازم التي تسمح بالحصول على موارد حقيقية و خلق الدخل المستقبلي.

2. الإستثمار المالي:

هي الإستثمارات التي تمكن صاحبها من الحصول على موارد مالية لا يقابلها إنتاج وذلك بتوظيف أصل من الأصول المالية مثل الأسهم، السندات، القبولات البنكية، شهادات الإيداع... الخ، وقد تكون الإستثمارات قصيرة الأجل أو طويلة الأجل.

رابعا: الإستثمارات حسب القائم بالإستثمار

يتم تصنيف هذه الإستثمارات حسب من يقوم بعملية الإستثمار الطبيعيين أو الشركات أو المؤسسات كشخصيات إعتبارية و يشمل:

(1) ميلودي أبو بكر، مرجع سبق ذكره ، ص 40.

(2) زياد رمضان: "مبادئ الإستثمار المالي و الحقيقي"، مرجع سبق ذكره، ص 30.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

1. إستثمار الشخص:

يمارس هذا الإستثمار شخص واحد عن طريق إستخدامه للمتاحات من موارد و أموال في القيام بإستثمارات مالية كإستثمار الأسهم و السندات أو كإستثمار العقاقير.

2. إستثمار مؤسسي:

تقوم به المؤسسة فيشمل إستثمارات مادية و معنوية و يختلف عن إستثمار الشخص في الحجم إذ يكون للمؤسسة أموال تفوق قدرة الشخص الواحد وبالتالي يكون حجم الإستثمارات أكبر.

خامسا: الإستثمار العام والخاص يتم تصنيفه إلى:

1. الإستثمار الخاص:

الإستثمار الخاص هو الإضافة إلى الطاقة الإنتاجية للمجتمع و تقوم بها وحدة تنظيمية خاصة سواء كانت وطنية أو أجنبية، أو مشروع مشترك ويطلق عليها مشروع إستثماري خاص بهدف تحقيق الربح أساسا خلال فترة زمنية مستقبلية.

2. الإستثمار العام:

يقصد بالإستثمار العام هو ما تنفقه الدولة على شراء سلع إستثمارية تلزم لإقامة المشروعات العامة وتستهدف زيادة التكوين الرأسمالي في المجتمع، كذلك يتمثل الإستثمار العام في كافة أوجه الإنفاق التي تستهدف إلى زيادة الطاقة الإنتاجية للدولة أو تحسين مستوى المعيشة للمواطنين.

سادسا: الإستثمارات حسب الجنسية

و تصنف الإستثمارات حسب الجنسية الشخصية القائمة بعملية الإستثمار سواء كانت معنوية أو طبيعية، فقد يكون الإستثمار محليا (وطنيا) وهو ما يقوم به أفراد و منشآت وطنية وقد يكون دوليا (أجيبيا) وهو ما تقوم به شركات أو هيئات أجنبية و ينقسم إلى:

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

-إستثمار أجنبي بحث دون مشاركة الجانب الوطني .

-إستثمار أجنبي مختلط يتم بمشاركة الجانب الوطني.

سابعاً: إستثمارات حسب المدة

و يكون تصنيفها من الجانب إلى:

1. إستثمارات قصيرة الأجل:

و هي التي يتم إنجازها في مدة تقل عن السنتين بحيث تكون متعلقة بدورة إستغلال واحدة و تكون نتائجها خاصة بهذه الدورة .

2. إستثمارات متوسطة الأجل:

يتطلب إنجازها مدة تتراوح من سنتين إلى 7سنوات .

3. إستثمارات طويلة الأجل:

و هي التي يتطلب إنجازها مدة أكثر من 7سنوات كما تتطلب أموال ضخمة يكون تأثيرها على أوضاع المؤسسة كبيراً في المستقبل.

ثامناً: تصنيف الإستثمارات محاسبياً

تصنف الإستثمارات في المخطط المالي للمحاسبة إلى:

-المصاريف الإعدادية: أصول وهمية غير ملموسة:

-القيم المعنوية: تتمثل في شراء عناصر معنوية للمتجر.

-القيم المادية: أراضي,مباني,المناجم...الخ.

-تجهيزات الإنتاج: القيم المنقولة (الآلات، معدات، تجهيزات...الخ).

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

المطلب الثالث: أهمية الإستثمار و أهدافه

للإستثمار أهمية كبيرة في تفعيل عجلة التنمية لأي دولة ترغب أن تواكب العصر، وتتمثل هذه الأهمية في:

أولاً: أهمية الإستثمار

يعتبر الإستثمار العنصر المحرك و الأهم في تحقيق التنمية الشاملة للدولة و تكمن هذه الأهمية فيمايلي:

- المساهمة في زيادة الدخل القومي وهذا عن طريق الأرباح التي تحققها الاستثمارات.
- المساهمة في توفير العملة الصعبة، أي مدى تحقيقه للفائض في ميزان المدفوعات.
- الرفع في مستوى التشغيل أي الزيادة في العمالة و القضاء على البطالة.
- التأثير على أسعار الفائدة و أسعار العملات.
- رفع مداخيل الدولة في ميدان الجباية الضريبية وهذا لكثرة المصانع في حالة زيادة الإستثمار و بالتالي الضرائب المفروضة.
- تكوين الثروة، تنميتها وهذا يحدث عندما يضحى الفرد بالإستهلاك الحالي على أمل تكوين الثروة في المستقبل و تنميتها.
- تدعيم الهيكل الاقتصادي كالإستثمارات في الطرق الكبرى و بناء السدود.
- تأمين الحاجات المتوقعة و توفير السيولة لمواجهة تلك الحاجات وبذلك فان المستثمر يسعى وراء تحقيق الدخل في المستقبل.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

ثانيا : أهداف الإستثمار

مهما كان نوع الإستثمار فان المستثمر يسعى دوما لتحقيق الأهداف التالية:

1. تحقيق العائد الملائم:

هدف المستثمر في توظيف أمواله تحقيق عائد ملائم وربحية مناسبة بعمولات على إستمرار المشروع لأن تعثر الإستثمار ماليا يدفع صاحبه للتوقف عن التمويل و ربما تصفية المشروع بحثا عن مجال أكثر فائدة.

2. المحافظة على رأس المال الأصلي للمشروع:

ذلك من خلال المفاضلة بين المشاريع و التركيز على أقلها مخاطرة لأن أي شخص يتوقع الخسارة و الربح و لكن إذا لم يحقق المشروع ربحا. يعمل المستثمر إلى المحافظة على رأس المال الأصلي لتجنبه الخسارة.

3. ضمان السيولة:

يهدف المستثمر إلى تحقيق دخل مستقر و مستمر بوتيرة معينة بعيدة عن الاضطراب و التراجع في ظل المخاطرة حفاظا على إستمرارية النشاط الاستثمائي.

4. ضمان السيولة اللازمة:

لا شك أن النشاط الاستثمائي بحاجة إلى تمويل بسيولة جاهزة لمواجهة إلتزامات العمل لاسيما للمصروفات اليومية تجنبا للعسر المالي.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

المطلب الرابع: أشكال الإستثمار و مبادئه

للإستثمار مبادئ يقوم عليها ويندرج عنها أشكالاً مختلفة له، نذكر منها:

أولاً: أشكال الإستثمار

ويتضمن الأشكال التالية (1):

1- الإستثمار المباشر:

ينطوي هذا الإستثمار على التملك الجزئي أو المطلق للطرف الأجنبي لمشروع الإستثمار سواء كان مشروعاً للتسويق أو للبيع أو للتصنيع أو للإنتاج... يعني هذا إمكانية تقسيم الإستثمار الأجنبي المباشر إلى نوعين أساسيين وهما:

أ- الإستثمار المشترك:

هو الذي بموجبه يتم تعاقد و تشارك طرفين أو أكثر من دولتين مختلفتين بهدف القيام بنشاط إنتاجي أو خدماتي دائم وثابت و المساهمة في هذه الحالة لا تقتصر فقط على رأس المال بل يمكن أن تشمل المساهمة الفنية الخاصة بالعمليات الإنتاج كبراءات الإختراع، العلاقات التجارية، المعرفة التكنولوجية وكذا المساهمة في عمليات الإنتاج و التسويق. وفي جميع العلاقات السابقة لا بد أن يكون لكل طرف من أطراف الإستثمار الحق في المشاركة في إدارة المشروع وهذا هو العنصر الأساسي في التفرقة بين مشروع الإستثمار المشترك وعقود الإدارة وإتفاقيات التصنيع وغيرها.

(1) أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف، (1999): "تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية"، المكتب العربي، الطبعة الثانية، الإسكندرية، مصر، ص.14.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

ب- الإستثمارات المملوكة بالكامل من طرف المستثمر الأجنبي:

يتمثل هذا النوع من الإستثمارات في قيام شركات متعددة الجنسيات بإنشاء فروع لها للإنتاج أو التسويق في أي نوع من النشاط الإنتاجي أو الخدماتي للدولة المضيفة. وإن هذا النوع هو المفضل بالنسبة للشركات.

ت - الإستثمارات المتعددة الجنسيات:

هذا النوع من الإستثمارات يلقى تحفظا وترددا من طرف الدول النامية نظرا لما يترتب عليه من تبعية إقتصادية.

2. الإستثمار غير المباشر:

في ظل هذا الإستثمار نجد أن المستثمر الأجنبي لا يكون مالكا لجزء أو كل مشروع الإستثمار كما أنه لا يتحكم في إدارته أو تنظيمه، ويمكن تناول أشكال الإستثمار غير المباشر على النحو التالي :

أ- أشكال الإستثمار غير المباشر في مجالات التصنيع والإنتاج:

إن هذه الإستثمارات تأخذ الأشكال التالية: (1)

1. التراخيص:

تعتبر تراخيص أو امتياز الإنتاج أو التصنيع أو إستخدام العلامات التجارية أحد الأساليب التي يمكن للشركة متعددة الجنسيات أن تنقل إنتاجها من النطاق المحلي بالدولة الأم إلى الأسواق الدولية دون الحاجة إلى أي إنفاق إستثماري، وتراخيص الإنتاج و التصنيع هي عبارة عن إنفاق أو عقد بمقتضاه تقوم الشركة متعددة الجنسيات بالتصريح لمستثمر وطني أو أكثر بالدولة المضيفة لإستخدام الخبرة الفنية و نتائج الأبحاث الإدارية

(1) زياد رمضان: "مبادئ الاستثمار المالي و الحقيقي"، مرجع سبق ذكره، ص 50.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

و الهندسية، في مقابل عائد مادي معين، وقد يشمل الترخيص التصميمات الصناعية و الهندسية، وأساليب الضبط و الرقابة على الجودة، والتصميم الداخلي للمصنع .

2. إتفاقية المشروع أو عمليات تسليم المفتاح :

بموجب عقد يتم بين الطرف الأجنبي والطرف الوطني يقوم الأول بإقامة المشروع الإستثماري و الإشراف عليه حتى بداية التشغيل وما أن يصل المشروع إلى مرحلة التشغيل يتم تسليمه إلى الطرف الثاني .

3. عقود التصنيع و عقود الإدارة :

عقود التصنيع هي عبارة عن إتفاقيات مبرمة بين الشركة متعددة الجنسيات و إحدى الشركات الوطنية بالدولة المضيفة يتم بمقتضاها قيام الطرف الثاني نيابة عن الطرف الأول بتصنيع و إنتاج سلعة معينة، وهذه الإتفاقيات تكون عادة طويلة الأجل و يعمل الطرف الأجنبي على إدارة عمليات المشروع و أنشطته المختلفة. أما عقود الإدارة فهي عبارة عن إتفاقيات أو مجموعة من الترتيبات و الإجراءات القانونية بمقتضاها تقوم الشركة متعددة الجنسيات بإدارة كل جزء العمليات الخاصة بمشروع إستثماري مقابل عائد أو المشاركة في الأرباح مثل : سلسلة فنادق هيلتون .

4. عقود أو امتيازات الإنتاج و التصنيع الدولي من الباطن :

هذا العقد هو إتفاقية دولية بين وحدتين إنتاجيتين بموجبها يقوم أحد الأطراف بإنتاج أو توريد أو تصدير قطع غيار، أو المكونات الخاصة بسلعة معينة للطرف الأول الذي يقوم بإستخدامها في إنتاج السلعة بصورتها النهائية و بعلامة تجارية، وقد تنطوي الإتفاقية المشار إليها أن يقوم الطرف الأول بتزويد المقاول من الباطن بالمواد الخام، ثم يقوم بعد ذلك بتوريدها إلى الطرف الأول .

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

ب- أشكال الإستثمار في مجال التسويق و التصدير:

1. عقد الوكالة:

هو عبارة عن إتفاقية بين الطرفين، يتم بموجبها قيام أحد الأطراف بتوصيف الثاني (الوكيل) لبيع أو تسهيل و إبرام إتفاقيات بيع السلع و منتجات الطرف الأول للطرف الثالث وهو المستهلك.

2. الموزعون:

الموزع هو عبارة عن عميل يقوم بالشراء المباشر من المصدر أو الشركة متعددة الجنسيات و ذلك بغرض إعادة البيع لحسابه الخاص.

3- المعارض الدولية:

من خلال هذه المعارض تقوم كل بعرض منتجاتها الصناعية و كذلك الخدمات التي تقدمها و بالتالي تعرض على الدول التي تفتقر لمثل هذه المنتجات بالإستثمار داخلها في مثل هذه الصناعات.

ثانيا : مبادئ الإستثمار

لكي يتمكن المستثمر من الإختيار بين البدائل الإستثمارية المتاحة في ضوء نتائج تحليلها من وجهة نظر العوامل (نذكر معدل العائد المتوقع من البديل و مقارنة بالعائد المرغوب فيه و درجة المخاطرة) وهناك مجموعة من المبادئ العامة للإستثمار و هي:

1. مبدأ الإختيار:

إن المستثمر الرشيد يبحث دائما عن فرص إستثمارية متعددة لما لديه من مدخرات ليقوم بإختيار المناسب منها بدلا من توظيفها في أول فرصة تتاح له، إضافة إلى إختلاف درجة مخاطرها و يتم هذا الإختيار بمراعاة مايلي:

- يحصر البدائل و الفرص و يجدها .

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

- يقوم بالتحليل الإستثماري لها .
- يوازي بين البدائل على ضوء نتائج التحليل.
- يختار البديل الملائم حسب المعايير و العوامل التي تعبر عن رغباته.

2. مبدأ المقارنة:

إن المفاضلة بين البدائل الإستثمارية المتاحة لإختيار المناسب منها يتم بالإستفادة بالتحليل الجوهري أو الأساسي لكل بديل و مقارنة نتائج هذا التحليل لإختيار البديل الأفضل و المناسب للمستثمر.

3. مبدأ الملائمة:

يطبق المستثمر هذا المبدأ علميا عندما يختار المشروعات الإستثمارية و أدواتها بما يلائم رغباته وميوله التي يحددها دخله و عمره و عمله، و كذلك حالته الإجتماعية و يركز قرار المستثمر على العناصر الأساسية التي يكشفها التحليل الجوهري كمعدل العائد على الإستثمار الذي يتمتع به كل من المستثمر و أداة الإستثمار.

4. مبدأ التنوع:

يلجأ المستثمرون إلى تنوع إستثماراتهم للحد من مخاطر الإستثمار التي يتعرضون لها .

المبحث الثاني: مميزات الإستثمار و أهم خصائص الإستثمار الناجح.

للإستثمار أهمية بالغة في الإقتصاد و سننترق في هذا المبحث إلى أهم مميزات و أدواته و حوافزه .

المطلب الأول: مميزات الإستثمار (خصائص):

يمكن تمييز خمسة خصائص للإستثمار والتي نلخصها فيها مايلي: التكاليف، التدفقات، مدة حياة الإستثمار، القيمة المتبقية و الخطر.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

أولاً: تكاليف الإستثمار

وهي كل المبالغ التي تم إنفاقها للحصول على الإستثمار و تنقسم إلى نوعين:

1. التكاليف الإستثمارية:

و هي التكاليف اللازمة لإنشاء المشروع والتي تنفق عليه من بدايته إلى أن يحقق التدفقات النقدية و المتمثلة في تكاليف الأصول الثابتة التي تدخل فيها كل التدفقات المتعلقة بشراء الأصول الثابتة من أرض معدات و مباني... الخ و التي تمثل الجزء الأكبر من تكلفة المشروع و إضافة إلى التكاليف الخاصة بإعداد الأصول الثابتة كالنقل، التأمين، التركيب و كذلك تكاليف متعلقة بالدراسات التمهيديّة و هي النفقات التي تنفق قبل انطلاق المشروع مثل: مصاريف التصميمات الرسومات الهندسية بالإضافة إلى تكاليف أخرى كتكاليف التجاري و إجراء الدورات التجريبية.

2. تكاليف التشغيل:

تدمج هذه التكاليف في المراحل الثانية للإستثمار و هي مرحلة التشغيل وذلك بعد إقامته في حالة صالحة لمباشرة العمل فتظهر مجموعة جديدة من التكاليف اللازمة لإستغلال طاقات المشروع المتاحة في العملية و من أمثلة هذه التكاليف: النقل، التأمين مصاريف المستخدمين كالأجور و مصاريف المواد اللازمة لعملية الإنتاج.

ثانياً: التدفقات النقدية

وهي كل المبالغ المالية المنتظر تحقيقها في المستقبل على مدى حياة الإستثمار و تحسب هذه التدفقات بعد خصم كل المستحقات على الإستثمار مثل الضرائب و الرسوم . ويعرفها الدكتور قحطان السيوفي (بأن الإيرادات هي التي تعبر عن تقديرات لمبيعات تشكل الجزء الأكبر من إيرادات الاستثمار).⁽¹⁾

و تحسب التدفقات بالمعادلة التالية:

(1) قحطان سيوفي، (1989): "اقتصاديات المالية العامة"، دار طرابلس للدراسات والنشر والترجمة، ص303.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

المبيعات

- النفقات

الهامش على الامتلاك

- الاهتلاك

الربح الصافي

+ الضريبة

الربح الصافي

+ الامتلاك

التدفق النقدي

ثالثا: مدة حياة الإستثمار

هي المدة المقدره لبقاء الإستثمار في حالة عطاء جيدة أي ذو تدفق نقدي موجب ويمكن الإستناد لتحرير مدة حياة الإستثمار على مدى صلاحية الحياة المادية لمختلف الوسائل أو التركيز على دورة حياة المنتج وبالتالي مدة الحياة الإقتصادية للمشروع.

رابعا: القيمة المتبقية

بعد نهاية مدة الحياة المتوقعة للإستثمار نقوم بتقدير القيمة المتبقية له بحيث يعبر عنها بالجزء الذي لم يكتمل من التكلفة الأولية وتعتبر القيمة المتبقية إيراد إضافي بالنسبة للمؤسسة، ويضاف إلى التدفقات الدخل للسنة الأخيرة للإستغلال، وقد تكون هذه القيمة سالبة أو موجبة .

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

خامسا: الخطر

يتعلق الخطر بمستقبل المشروع كإختلاف التقديرات في الإيرادات والتكاليف عن التقديرات التي تم التنبؤ بها في مرحلة إتخاذ القرار لعدة أسباب كالرواج الإقتصادي أو عدم الإستقرار وبالتالي عدم صحة الإفتراضات أو الحوادث المتعلقة بالمشروع.⁽¹⁾

المطلب الثاني: حوافز الإستثمار

نظرا للأهمية التي يلعبها الإستثمار في إقتصاد الدول حضي بحوافز عديدة ومهمة تخفف من ثقل الأعباء تتمثل في⁽²⁾:

أولاً: الإمتيازات الجبائية

وتتمثل في التخفيضات والإعفاءات الجبائية كالإعفاء على ضريبة أرباح الشركات، والضريبة على الدخل لمدة تتراوح بين 5 و 10 سنوات.

ثانياً: الإمتيازات المالية

تتمثل أساسا في المساعدات والتشجيعات المالية الممنوحة في مجالات معينة تكون ضمن الخطط التموينية إلى جانب منح القروض بفوائد منخفضة أو بدون فوائد والتسهيلات التي تكون كالتمويل بالمواد الأولية ووسائل الإنتاج، ويرى البعض أن هذه الحوافز يتوقف منحها بعد مدة معينة وذلك عندما تستكمل المؤسسات أصولها الضرورية للقيام بالإنتاج على أسس إقتصادية سليمة.

1 (أحمد فهمي جلال ونفيسة باشر، (1985): "أقتصاديات المشروع"، مكتبة النهضة للشروق، بيروت، 146.
2 (زياد رمضان (1998): "مبادئ الاستثمار المالي والحقيقي"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان ، الأردن ، ص ص 28-29.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

ثالثاً: الإمتيازات الجمركية

تدور أساساً حول الإعفاءات الجمركية، أو خفض الرسوم الجمركية على مواد وسلع معينة وكذلك عملية النقل بين الدول.

المطلب الثالث: خصائص الإستثمار الناجح وأوجهه

إتخاذ قرار الإستثمار ليس بالأمر اليسير، حيث يتطلب ذلك جمع قدر كبير من البيانات والمعلومات وإجراء الدراسات المختلفة. ولكي يكون الإستثمار ناجحاً لا بد أن تتوفر به عدة خصائص نبرزها فيما يلي:

أولاً: خصائص الإستثمار الناجح

تتمثل فيما يلي⁽¹⁾:

1. الحفاظ على قيمة الإستثمارات الأصلية:

ففي حالة التضخم النقدي تنقص القيمة الحقيقية للإستثمار فيسعى المستثمر للمحافظة على رأس المال الأصلي للمشروع.

2. تحقيق دخل مستقر وربح إستثماري:

حيث يجب أن تعطي عوائد المبالغ المستثمرة فتكون حصيداً الإيرادات تفوق المصروفات.

3. مراعاة القوانين السائدة:

على المستثمر أن يراعي الناحية القانونية بحيث يتجنب الوقوع في المخالفات والغرامات التي تقلل من أرباحه وتزيد من مصروفاته.

(1) زياد رمضان، مرجع سبق ذكره، ص ص 445-446.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

4. الحفاظ على درجة السيولة:

إن إختيار المستثمر للأدوات الإستثمارية المناسبة يمكنه من تحقيق السيولة التي تفي بالتزاماته الأمر الذي يجنبه العجز المالي في صندوق المشروع لمواجهة الطوارئ.

ثانيا: أوجه الإستثمار (1)

الجدير بالذكر أنه على المستثمر عند إتخاذه لقرار الإستثمار أن يتعرف على أدوات الإستثمار المتاحة، وإجراء مفاضلة بين البدائل الإستثمارية المتعددة من حيث معدل العائد ودرجة المخاطرة لإختيار أداة الإستثمار المناسبة، وبصفة عامة فإن للإستثمار أوجه متعددة تتمثل في:

1. الإستثمارات المباشرة:

الإستثمار المباشر هي قيام المقرض من جانبه بالمشاركة في تأسيس المشروع بغض النظر عن عدد الأسهم المملوكة، وبمقتضى ذلك يتولى المقرض دراسة المشروعات المتاحة على الخريطة الإستثمارية للدولة، أو فحص ما يعرض عليه من مشروعات بواسطة المستثمرين، وإذا ما بينت الدراسات إمكانية نجاح تلك المشروعات فيساهم المقرضون في إقامة هذه المشروعات في شكل شركات مساهمة تملك جزء أو كل أسهمها.

2. الأوراق المالية الحكومية:

الأوراق المالية الحكومية هي السندات التي تصدرها الدولة وتطرحها للإكتتاب بغرض تمويل المشروعات، وذلك عوض الإعتماد على موارد خارجية ومن أمثلة هذه الأوراق سندات القرض الوطني، سندات قروض الإنتاج وسندات التنمية وقد تكون الأوراق المالية مضمونة من الحكومة عن طريق ضمان حد أدنى من الأرباح.

(1) زياد رمضان، نفس المرجع السابق، ص ص 446 - 447

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

وتعتبر الأوراق المالية الحكومية من أهم أوجه الإستثمار التي تتمتع بالضمان، إذ أنها تدر عائدا دون التعرض إلى مخاطر كبيرة، هذا فضلا عن إمكانية الحصول على أية قيمة منها لتدعيم السيولة ببيعها في البورصة أو بيعها بيعا مؤقتا للبنك المركزي. لذا كانت هذه الأوراق أكثر الأوراق المالية سيولة.

3. أدونات الخزنة:

أذون الخزنة هي عبارة عن صكوك تصدرها خزنة الدولة لحاملها مدة قصيرة تتراوح بين 15 يوما و 91 يوما، وغالبا ما تصدر لمقابلة الغطاء المترتب على زيادة الإصدار النقدي أو العجز الموسمي المترتب على زيادة الصرف في أوقات لا تتوافر فيها الإيرادات الكافية .

وعادة ما تسعى البنوك المركزية إلى تشجيع البنوك التجارية على الإستثمار في هذا البند بإدخال هذه الإستثمارات في حساب نسبة الإحتياطي كما قد تعتبر من مكونات الأموال السائلة الداخلة في حساب نسبة السيولة، كما يمكن إعادة خصمها لدى البنك المركزي عند الضرورة.

4. أسهم الشركات:

تتجه نسبة كبيرة من إستثمارات البنوك التجارية في الخارج إلى الأوراق المالية للشركات المساهمة بإعتبارها تمثل خط دفاع متين لمواجهة مخاطر نقص السيولة حيث يمكن بيعها في أي وقت في بورصة الأوراق المالية، فإذا رغب البنك في إستثمار بعض أمواله في هذا النوع من الأوراق، مما يكون مقيدا في البورصة فإنه يسترشد بتطور أسعارها السوقية بالمقارنة مع أسعارها الإسمية وكذا نسبة ما توزعه من أرباح. أما بالنسبة للمساهمة في أسهم الشركات التي لم تقم بعد فيلزم للبنك دراسة مشروع الجدوى الإقتصادية والتسوية المعد من الشركة وتحديد إمكانية المساهمة وفقا لحاجات الإقتصاد القومي، ويمكن أن تدره من ربحية في المستقبل.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

5. الذهب والصكوك المقدمة بالذهب:

هذا وجه آخر من إستثمارات البنوك التجارية بالذات في الدول الرأسمالية، وفي هذا السبيل تقوم البنوك التجارية بشراء الذهب عند إنخفاض أسعاره نسبيا لكي تبيعه عندما ترتفع تلك الأسعار، ولا شك أن هذا الإستثمار لا يعادله نوع آخر من حيث كفاءة الضمان لأن التغير في أسعار الذهب يكون ضئيلا بدرجة لا يخشى البنك المستثمر أمرها، كما أن أسعاره تحيل دائما إلى الزيادة لتأثيرها بالأحداث العالمية والنقص النسبي في عرض الذهب .

المطلب الرابع: أدوات الإستثمار

الإستثمار هو إمتلاك أصل من الأصول على أمل أن يتحقق من ورائه عائد في المستقبل والإستثمار قد يكون في أصل حقيقي أو في أصل مالي ويطلق على هذا الأصل مصطلح أداة الإستثمار، وأدوات الإستثمار المتاحة للمستثمر هي: الأوراق المالية، العملات الأجنبية، صناديق الإستثمار هذا بالنسبة للإستثمار المالي أما الإستثمار الحقيقي فأدواته تتمثل في العقار، السلع والمشروعات الإقتصادية.

أولا: أدوات الإستثمار المالي

الإستثمار المالي هو حيازة المستثمر لأصل مالي غير حقيقي يمنح له عائدا، وقد يتخذ شكل سهم أو شهادة إيداع.....الخ.

وما يحدث في سوق الأوراق المالية من عمليات بيع وشراء لا يزيد عن كونه تحويل للملكية من البائع للمشتري، دون أن يترتب على ذلك زيادة في ثروة المجتمع.

ويمكن تقسيم أدوات الإستثمار المالية من حيث العائد إلى:

1. الأوراق المالية:

تعتبر من أهم الأدوات لما لها من مزايا للمستثمر تختلف فيما بينها في عدة زوايا بحيث نجد:

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

أ- الأسهم بأنواعها:

تعتبر من أبرز الأدوات للإستثمار المتداولة في سوق رأس المال وهي على عدة أنواع: الأسهم العادية، الأسهم الممتازة، والأسهم بأنواعها هي متغيرة للدخل .

ب - السندات:

تمثل السندات صكوك مديونية تصدرها منشأة الأعمال، كما تصدرها الحكومات المركزية والحكومات المحلية فضلا عن الهيئات شبه الحكومية ويعتبر دخلها ثابت.

ت - شهادات الإيداع:

وهي عبارة عن إتفاق بين البنك والعميل، تصدرها البنوك التجارية، تنقسم إلى شهادات قابلة للتداول وغير قابلة للتداول .

2. العملات الأجنبية:

أصبح الإستثمار في عملات الأسواق الأجنبية يلقي إهتماما كبيرا من قبل المستثمرين في عصرنا الحالي خاصة بعد تعدد الأسواق في شتى أنحاء العالم مثل: أسواق لندن وباريس ويتميز الإستثمار في هذه الأسواق بعنصرين :

العنصر الأول: الحساسية المفرطة للظروف الإقتصادية والسياسية مما يزيد من درجة المخاطرة التي نذكر منها أخطار أسعار الفائدة مثلا.

العنصر الثاني: يفتقر الإستثمار في أسواق العملات الأجنبية إلى الإدخار المادي.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

3. المعادن النفيسة:

يعتبر الإستثمار في المعادن النفيسة كالذهب والفضة.... الخ، مجالا واسعا للإستثمارات إذ تخصص لها أسواق ويتخذ الإستثمار في المعادن النفيسة صورا متعددة مثل الشراء والبيع المباشر خاصة بالنسبة للذهب، إذ نجد لهذا الأخير ودائع تودع لدى البنوك وبفوائد.

4. صناديق الإستثمار:

صندوق الإستثمار هو أشبه ما يكون بوعاء مالي له عمر محدد بكونه مؤسسة مالية متخصصة وذات دراية في مجال إدارة الإستثمارات كالبنوك والشركات، بحيث يقوم المستثمر الذي يملك مدخرات محدودة جمعها من الأفراد بتوجيهها للإستثمار في مجال مختلف غير مجال الإستثمار في الأوراق المالية وذلك نظرا لإحتمال عدم كفاية المدخرات كذلك من أجل تخفيض حجم المخاطر الذي قد تتعرض له مدخراته.

ثانيا: أدوات الإستثمار الحقيقي. (1)

لاشك أن إقتناء أدوات الإستثمار الحقيقية أو الإقتصادية يتيح للمستثمر الفرصة لحيازة أصل حقيقي مثل: العقار، السلع، أو المشروعات الإقتصادية. ويقصد بالأصل الحقيقي كل أصل له قيمة إقتصادية في حد ذاته ويترتب على إستخدامه منفعة إقتصادية إضافية تزيد من ثروة المستثمر وبالتالي تزيد من ثروة المجتمع، ويظهر إما في شكل سلعة أو في شكل خدمة. ومن بين هذه الأستثمارات الحقيقية مايلي:

(1) منير إبراهيم هندي، (1999): "أساسيات الاستثمار في الأوراق المالية"، مركز دلتا للطباعة، مصر (الإسكندرية)، ص ص

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

1. العقار:

تحتل المتاجرة بالعقارات أهمية كبيرة لدى المستثمرين، ويتم الإستثمار فيها بشكلين إما مباشر عندما يقوم المستثمر بشراء عقار حقيقي (مباني أو أراضي)، وإما بشكل غير مباشر عندما يقوم بشراء سند عقاري صادر من بنك عقاري مثلا.

2. السلع:

تعتبر السلع أداة صالحة للإستثمار لما تتمتع به من مزايا إقتصادية خاصة ويتم التعامل بين المستثمرين في أسواق السلع عن طريق عقود خاصة تعرف بإسم العقود المستقبلية وهي عقد بين طرفين منتج السلع و وكيل أو سمسار.

3. المشروعات الإقتصادية:

تعتبر المشروعات الإقتصادية من أكثر أدوات الإستثمار إنتشارا وتتنوع أنشطتها ما بين صناعي، تجاري، وزراعي.

ويقوم المشروع الإقتصادي على أصول حقيقية كالمباني، الآلات والمعدات وغيرها ويختص المشروع الإقتصادي إما لمتاجرة بالسلع أو الخدمات.

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في الإستثمار ومحدداته

توجد عوامل تؤثر على الإستثمار سنتطرق إليها في هذا المبحث و نتعرف أيضا على محدداته و سياساته و مشاريعه.

المطلب الأول: العوامل المؤثرة في الإستثمار

هناك مجموعة من العوامل المتداخلة التي تلعب دورا كبيرا في التأثير على فعالية الإستثمار إذ يتوقف عليها قرار المستثمرين سواء كانوا جماعة أم أفراد أم دولة ويمكن تحديدها كما يلي:

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

أولاً: الفائض الإقتصادي

يعتمد مستوى الإستثمار في أي دولة بالدرجة الأولى على الفائض الإقتصادي في الناتج المحقق داخل الإقتصاد مطروحاً منه إستهلاك المنتجين.

ثانياً: النظام الجبائي

يهتم المستثمر بالنظام الجبائي السائد لأن القوانين الجبائية تؤثر مباشرة على حجم الإستثمارات. إذ أنه يستعمل التخطيط الضريبي لإستعمال النقائص والتغيرات الموجودة في مختلف الأنظمة الجبائية.

ثالثاً: العمل

هناك ترابط وثيق بين العمل والإستثمار حيث أن الإستثمار الجديد يتطلب عمالة جديدة، ويختلف حجم هذه العمالة حسب طبيعة الفلسفة المعتمدة من قبل أصحاب المشروع في تحديد العلاقة بين الإستثمار وكثافة العمل ورأس المال، فإذا كانت تعتمد العلاقة بين الإستثمار والعمل على مجموعة من العوامل عالية منها حجم السكان الذي يؤدي الزيادة فيه إلى زيادة الطلب، بالإضافة إلى التركيب العمري للسكان الذي يؤدي إلى تخفيض من نسبة السكان في سن العمل مما ينجم عنه الزيادة في معدل الإستهلاك للسلع والخدمات وبالتالي إنخفاض الجزء المخصص للإستثمار⁽¹⁾.

رابعاً: العوائد المالية

إن الهدف الأساسي للمستثمر هو تحقيق عائد ملائم وربحية مناسبة، لذلك إذا حقق المستثمر عائد مالي، فهذا يشجعه على الإستمرار في مشروعه الإستثماري أما إذ لم يحقق عائد فإنه يقوم بتصفية لمشروعه والبحث على مجال أكثر فائدة.

(1) أحمد زكرياء والطاهر فاضل البياني، ناضم محمود نوري الشمري، (1993): "أساسيات الاستثمار العيني والمالي"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ص ص 52-54.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

خامسا: المحيط العام للإستثمار

لا يكون هنالك إستثمار ناجح ما لم يتوفر المحيط العام الملائم، لذا نجد معظم المستثمرين يولون إهتماما بالغا بالمحيط ويتعلق الأمر بـ:

1. المحيط القانوني والمؤسساتي:

يختار المستثمر المحيط الذي تحكمه قوانين ثابتة، بإعتبار هذه الأخيرة هي المنظمة للدولة والأفراد، وتدخل في إطارها القوانين البنكية المنظمة للعلاقة بين البنوك والمودعين لديها، كما تحدد هذه القوانين نسب الفائدة والعلاقات مع الخزينة والبنك المركزي.

2. المحيط الإقتصادي:

يفضل المستثمر المحيط الذي يوجد فيه وعي إقتصادي، الأمر الذي يشجعه على الإقدام على الإستثمار، كما أن التقدم التكنولوجي له تأثير بالغ على الإستثمار، لأنه يبرز طرق وأساليب إنتاج جديدة تسمح بإنتاج سلع ومنتجات جديدة، وتخفيض التكاليف وزيادة الإيرادات، ويتأثر كذلك الإستثمار بعنصر التسويق، والموارد المتاحة، كل تلك المؤثرات تلزم المستثمر بالمتابعة الدائمة للوضع الإقتصادي للبلد الذي يريد الإستثمار فيه.

3. المحيط السياسي:

إن لدرجة الإستقرار السياسي ومصادقية الحكومة، ومدى توفر الأمن بالبلد أثر كبير على الإستثمار، بحيث كلما كانت هنالك إضطرابات سياسية ووضع أمني غير مستقر (حروب، تقلبات سياسية...)، أدى ذلك إلى نقص الإستثمار إن لم نقل إنعدامه، والعكس.

كما أن تدخل السلطات العمومية في النشاط الإقتصادي له تأثير على الإستثمار، بحيث هناك خطط. وفي هذه الحالة تكون الإستثمارات موجهة أي محددة في قطاع معين لذا يكون المستثمر غير حر في إختيار المشروع الذي يريده.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

سادسا: الدخل القومي

يعتبر الدخل القومي عامل مؤثر في تحديد الحجم الكلي للإستثمار، حيث يزداد الإستثمار بزيادة الدخل وينخفض بإنخفاضه.

المطلب الثاني: محددات الإستثمار

للإستثمار محددات مباشرة وغير مباشرة ترتبط بفعالية العملية الإستثمارية ونوضحها في:

أولاً: المحددات المباشرة

يقصد بالمحددات المباشرة تلك العوامل المرتبطة بفعالية الإستثمار والتي لها تأثير مباشر على الطاقة الإنتاجية للإقتصاد ومن جملة هذه المحددات هي:

1. الدخل القومي:

أهميته تكمن في تحديد حجم الإستثمار ولإظهارها لابد من التطرق إلى أثر الجوانب المختلفة على الدخل القومي.

أ- حجم الدخل القومي:

يرتفع الإستثمار بارتفاع الدخل وينخفض بإنخفاضه، هذا بإفتراض أن العوامل الأخرى ثابتة ومن هذا نستنتج أن الدخل القومي يرتبط بعلاقة طردية مع الدخل أي أن زيادة الدخل بإفتراض بقاء المستهلك ثابت، سوف يؤدي إلى زيادة حجم الدخل الناتج عن زيادة الطاقة الإنتاجية.

ب- تركيب الدخل القومي: إن فعالية الإستثمار في أي بلد تتحدد بطبيعة التركيب الإقتصادي للقطاعات المكونة لذلك الإقتصاد، حتى نستطيع تحديد نوع الإستثمار⁽¹⁾.

(1) ناظم محمد الشمري وظاهر الزياتي،(1999): "السياسات الاستثمار العيني والمادي"، الطبعة الخامسة، دار وائل، ص ص 29-30.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

ت- توزيع الدخل القومي:

لقي توزيع الدخل القومي تحديد نصيب فئات المجتمع من الدخل القومي أو الناتج القومي ويعتبر من العوامل المحددة لحجم الإستثمار من خلال تأثيرها على حجم مدخرات فئات المجتمع.

2. العمل:

تعتمد العلاقة الموجودة بين العمل والإستثمار على ثلاثة عوامل هي:

أ- حجم السكان:

تعتبر معدلات النمو المرتفعة للسكان ذات تأثير سلبي على النمو الإقتصادي، وذلك من خلال تأثيرها على حجم المدخرات ومن ثم على حجم الإستثمارات وعلى إعتبار أن كل دخل يتوجه إلى الإستثمار كما طرحت النظرية الإقتصادية ويمكن توضيح ذلك بالمعدلة التالية:

$S + C = Y$	الدخل = الاستهلاك + الادخار
$I = S$	الاستثمار = الادخار
$Y = C + I$	الدخل = الاستهلاك + الاستثمار

ومن ثم فإن زيادة حجم السكان تعني زيادة الطلب على السلع والخدمات، مما يعني زيادة نسبة الإستهلاك من الدخل الكلي، وبعبارة أخرى الجزء الأكبر من الدخل والزيادة التي تحصل فيه تتجه نحو الإستهلاك، وهذا يعمل على تخفيض نسبة ما يخصص من الدخل للإستثمار، ولذلك فزيادة معدلات النمو العمري السكاني لها تأثير سلبي على الإستثمار.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

ب- التركيب العمري للسكان:

تؤثر زيادة معدلات النمو السكاني سلبا على التركيب العمري للسكان، حيث تؤدي إلى تخفيض نسبة السكان في نسبة العمل مما ينجم عنه زيادة في معدلات الإستهلاك والخدمات، وانخفاض الجزء المدخر للإستثمار وليس هذا فقط، بل أن مستوى إيدار الفئات الفعالة إقتصاديا سينخفض بسبب إعالة الفئة المستهلكة في المجتمع.

ت - التركيب السكاني حسب البيئة:

إن التغيرات الحاصلة في التركيب السكاني الناجمة عن الهجرة من الريف إلى المدينة تتطلب إستثمارات كبيرة مما يؤثر على حجم الفائض الإقتصادي، كما أن إنتقال العمالة من قطاع الزراعة إلى الصناعة يؤدي إلى إنخفاض الإنتاج في هذا القطاع، وفي نفس الوقت تحتاج العمالة المنتقلة إلى موارد إضافية لسكانها وإعالتهم لحين تأهيلهم كما أنها تؤدي إلى إرتفاع تكاليف الإنتاج الصناعي نتيجة تكلفة التأهيل لذلك تأثر العملية سلبا على الموارد الموجهة نحو الإيدار ومن ثم الإستثمار.

3. الإستهلاك:

إن زيادة معدلات نمو الإستهلاك بمعدلات تفوق ما هو مقرر لها من الخطة الإقتصادية يؤثر سلبا على حجم المدخرات، وبالتالي يحول دون تمويل الإستثمارات المستهدفة ومن ثم تدهور معدلات النمو الإقتصادي، الأمر الذي يتطلب تخطيط الإستهلاك وبرمجته لزيادة الدخل بهدف زيادة الطاقة الإنتاجية والتراكم الإستثماري.

يمكن تحقيق ذلك عن طريق السياسة المالية خاصة السياسة الضريبية للقضاء على ظاهرة الإستهلاك التبذيري لذوي الدخل المرتفعة إضافة إلى التقليل من إستيراد السلع الكمالية لتوفير إمكانية إستيراد سلع إنتاجية للإستثمار في دعم الطاقة الإنتاجية بشكل مباشر، وهذا يؤدي إلى زيادة الإنتاج ومن ثم زيادة الدخل وأخيرا زيادة الإستثمار وكخلاصة لما قلناه. فإن الإستهلاك يعد من محددات الإستثمار.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

ثانيا: المحددات غير المباشرة

1. سعر الفائدة على تكلفة رأس المال:

تعد الفائدة عائد على أصحاب رؤوس الأموال الذين قاموا بتوظيف أموالهم الزائدة عن حاجتهم حاليا (أموال إضافية)، ويلعب سعر الفائدة دورا هاما في عملية الإنتاج، ويظهر هذا الدور من خلال تأثيرها على القرارات المتخذة، ويؤثر كذلك على رغبة الأفراد في الإدخار.

2. توقعات مستوى المبيعات والإنتاج.

إن المبيعات الحالية للمؤسسة لها علاقة بالقدرات الإنتاجية الحالية لرأس المال القائم فإذا زادت المبيعات الحالية للمؤسسة نتيجة زيادة الطلب على المنتجات المعروضة في فترة زمنية معينة، وهي بدورها تنقسم إلى:

أ- إستثمارات التكيف:

يمكن للمنشآت عادة أن تعمل على تحقيق الزيادة في الإنتاج طالما أنها لم تستغل الطاقة الإنتاجية الكاملة للمصنع، وهذا لتتفادى الأزمات التي تبدأ صغيرة وتتفاقم مع مرور الزمن، وبالتالي تكون قادرة على مواجهة الزيادة المفاجئة للطلب.

ب- إستثمارات التوسع:

إذا كانت الزيادة في الطلب تفوق الطاقات الإنتاجية للمؤسسة تؤدي إلى زيادة وسائل الإنتاجية، وهذا ما يسمى بالمستودع، أي زيادة في وحدة واحدة من الطلب الكلي عند التشغيل الكامل يؤدي إلى تكاليف كبيرة وهي تكاليف شراء معدات جديدة.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

المطلب الثالث: سياسات الإستثمار ومشاريعه

يهتم المستثمر بالمتاجرة طويلة الأجل لتحقيق العائد السنوي بأقل درجة من المخاطر، وفيما يلي نبرز سياسات الإستثمار المختلفة (الهجومية، الدفاعية، المتوازنة)، ومهما كان المشروع الذي نقوم بالإستثمار فيه فهة يتميز بعدة خصائص. وهذا ما سنحاول توضيحه في هذا المطلب.

أولاً: سياسات الإستثمار

تختلف السياسة الإستثمارية المنتهجة من مستثمر لآخر، وذلك لتأثيرها الحتمي على تشكيله الأصول، إذ تتحكم في كيفية توزيع المخصصات وتغيير وتوزيع أساليب الإدارة، وكذلك توزيع الإستثمار بين القروض والأوراق المالية، أما السياسات المتعارف عليها بين رجال الأعمال فهي:

1. سياسة المخاطر أو السياسة الهجومية: (1)

ويتبناها المضاربون الذين يفضلون عنصر العائد على عنصر الأمان، فيركزون أهدافهم على جني أرباح الرأسمالية، بفعل التقلبات التي تحدث في الأسعار الورقية لأدوات الإستثمار، التي تتكون منها المحفظة المالية، وغالبا تأخذ الأسهم العادية وزنا كبيرا في مثل هذه المحفظة. لتقوم هذه السياسة على تحول المستثمر من السندات قصيرة الأجل إلى السندات طويلة الأجل وفق الظروف والاتجاهات المتوقعة لأسعار الفائدة فإذا أشارت التنبؤات إلى أسعار الفائدة في طريقها إلى الإرتفاع فعلى مدير المحفظة أن يسارع لبيع السندات الطويلة وإستخدام حصيلة بيعها في شراء السندات قصيرة الأجل، إذا أشارت التنبؤات إلى أن أسعار الفائدة في طريقها إلى الإنخفاض ينبغي بيعها على مدى دقة التنبؤات بشأن إتجاه أسعار الفائدة.

(1) زياد رمضان، مرجع سبق ذكره، ص ص 79-80.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

2. السياسة المتحفظة أو الدفاعية:

وهي سياسة يتبناها المستثمرون المتحفظون جدا إتجاه عنصر المخاطرة، وبذلك يعطون أولوية لعنصر الأمان على حساب عنصر العائد فيركزون إهتمامهم على أدوات الإستثمار ذات الدخل الثابت مثل: السندات والأسهم الممتازة.⁽¹⁾

3. السياسة المتوازنة (الهجومية، الدفاعية):

تعتبر هذه السياسة وسط بين النمطين السابقين يتبناها غالبية المستثمرين الذين يراعون تحقيق إستقرار نسبي في محافظهم يؤمن لهم جني عوائد معقولة بقبول مستويات معقولة من المخاطرة، وبذلك يوزعون رأسمال المحفظة على أدوات إستثمارية لجني أرباح رأسمالية متى سمحت الفرصة المناسبة لذلك.

ثانيا: مشاريع الإستثمار

تعتبر المشاريع الإستثمارية أحد أهم العمليات التي تعتمد عليها المؤسسات بمختلف أنواعها ورؤوس أموالها التي تعتمد أساسا على الإستغلال الصحيح والعقلاني للفرصة المتاحة على مستوى الأسواق، ومحاولة ترجمتها إلى خدمات و سلع تعود بأرباح وتدفقات نقدية لمالكيها، وكذلك مساهمة المشاريع الإستثمارية في خلق مناصب العمل المختلفة أي خلق الثروة بصفة عامة، إذن المشروع الإستثماري يؤثر بدرجة كبيرة في القرار الإقتصادي .
مهما كانت طبيعة كل المشاريع يمكن أن يتميز ب:⁽²⁾

- نفقات الإستثمار .

- الإيرادات الصافية (أو الكاش فلو الصافي).

- مدة الحياة.

- القيمة المتبقية للإستثمار .

(1) منير إبراهيم هندي، مرجع سابق، ص 215.

(2) إسماعيل عرباجي، مرجع سابق، ص ص 172-174.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

1. النفقات:

هذه النفقات تمثل رأس المال المستثمر لمرة أو عدة مرات تبعا لطبيعة ومدة حياة الإستثمار. الرأس المال المستثمر يقاس بنفقات الإكتتاب والإنشاء بما في ذلك النفقات اللاحقة للدراسات المسبقة والتجارب وكل المصاريف التابعة (أتعاب، أتاوات...)، كل هذه النفقات تقطع من المبلغ خارج الرسم. النفقات المكونة لرأس المال المستثمر هي مجدولة على فترة من سنة إلى سنتين، غير أنه يمكن للمستثمر أن يطلب بعد عدة سنوات من النشاط، نفقات تجديد لبعض الآلات للمحافظة على مجموعة النشاط. في هذه الحالة النفقات المنتظرة يجب أن تكون مرتبطة بالمشروع الأصلي لدى دراسة مردودية هذا الأخير.

2. الإيرادات الصافية:

مفهوم الكاش هو جد مبهم، فهو توظيف لإستثمار فائض نقدي لكل الإيرادات والنفقات التي يمكن أن تكون مرتبطة بهذا الإستثمار.

تمويل الإستثمار هو مشكل مستقل عن إستعمال مال أو عمل (جهد).

يفهم إذن هنا من الكاش (المبلغ الصافي)، الفائض النقدي بعد الضرائب فيها الإمتلاك في بعض حالات لإستثمار لا يولد أي إيراد جديد، لكن النقص في النفقات يولد كذلك توفير صافي، يجب أن يؤخذ في الإعتبار بنفس مكانة الإيراد الصافي، في تطبيق تقدير الكاش فهو جد حساس من جهة لعدم اليقين المرتبط بهذا التحديد ومن جهة أخرى لصعوبة عزل الإيرادات الصافية المرتبطة بمشروع إستثمار ما.

3. القيمة المتبقية:

عقب الإستعمال العادي، بعض الإستثمارات تبقى لها قيمة متبقية، كلما كانت مدة الحياة طويلة، كلما كان صعب توقع كيف ستكون هذه القيمة.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

لا يجب الأخذ في الاعتبار القيمة المتبقية إلا لمبالغ متواضعة مع الأخذ في الحسبان التأثير والانعكاس الضريبي للتنازل.

المبحث الرابع: ضوابط الإستثمار، مخاطره والإجراءات المتخذة لتفاديه

رغم أهمية الإستثمار إلا أنه توجد مخاطر والتي تكون دوما مرتبطة به و بذلك خصصنا في هذا المبحث ضوابط الإستثمار، و مخاطر الإستثمار و الإجراءات المتخذة لتفادي الأخطار .

المطلب الأول: ضوابط الإستثمار

تكمّن ضوابط الإستثمار في ثلاث نقاط أساسية هي: (1)

- **الربحية:** فمن المهم دائما تحديد مستوى الربحية المطلوبة، والربحية لها علاقة طردية مع المخاطر حيث أنها كلما زادت المخاطر كانت الربحية أكبر أما إذا توفر الأمان فإنه في الغالب ما يكون العائد قليلا.

- **الأمان:** إن الأمان ليس فقط مرتبطا بإمكان إسترداد الأصل أو الحصول على العائد، ولكنه يعني بالنسبة لإستثمارات البنوك ضمان السيولة .

- **السيولة:** وتعني أنه يمكن الحصول على الأموال في الوقت المحدد للأوراق المالية وهو ما يطلق عليه أيضا قابلية الأوراق للبيع، إن المشكلة (بالنسبة للبنوك- ليست في الحصول على أموالها المستثمرة ولكنها في الحصول على تلك الأموال وقت الأزمات، وبالتالي فالمقصود بالتنوع ليس فقط في أنواع الأوراق ولكن في تنوع الإستحقاقات، بعضها إستحقاق قريب جدا والبعض الآخر بعيد نسبيا..... الخ.

- ومهما كان تخطيط البنك لأمواله دقيقا فإنه لأسباب مفاجئة قد يضطر البنك إلى بيع كثير من الأوراق المالية التي يحتفظ بها، ولكن يقارن بين الفوائد التي تحسب عليه بإفترض من البنك المركزي وبين الخسائر التي قد

(1) زياد رمضان، مرجع سبق ذكره، ص ص 85-92.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

يتعرض لها نتيجة بيعه أوراق مالية في وقت معين، إنها قرارات تتطلب قدرا كبيرا من الحسابات والحكمة ويعد النظر، إن درجة الربحية ودرجة المخاطر في أية إستثمارات تتوقف على:

- جودة الإستثمار.

- المستوى العام الفائدة (وقت الشراء).

- تاريخ الاستحقاق.

أولا : جودة الإستثمار

هناك علاقة طردية بين درجة المخاطرة والعائد، فكلما كان الإستثمار مضمونا قل عائدته، وكلما زادت المخاطرة كان العائد كبير فأدون الخزنة مثلا ليست مضمونة تماما، ولذلك نجد أن عائدها قليل في حدود (1%، 2%).

وينصح خبراء الإستثمار بضرورة تنويع الأوراق المالية، وذلك للحد من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها نوع معين في ظروف معينة كما سبق أن بينا.

ثانيا: المستوى العام لسعر الفائدة

تتأثر الأرباح المحققة بمعدل الفائدة السائد وقت شراء الأوراق المالية، ويؤثر مستوى السوق على المخاطرة عندما تكون الأسعار مرتفعة لأن هناك إحتمال إنخفاض الأسعار ومن ناحية أخرى فإنه عندما تشتري الأوراق المالية بأسعار منخفضة نسبيا فإن إحتتمالات انخفاض السوق تكون قليلة بالطبع.

ومما هو معروف فإن سعر الفائدة في النظام الرأسمالي، يعكس إلى حد كبير التوازن السائد بين قوى العرض وقوى الطلب، وتمثل الأوراق المالية والأوراق القابلة للتداول جزءا من تدفقات الأموال، وما يمكن أن يحل محلها في حين يكون عرض الأوراق المالية طويلة الأجل، مرتبطة بتدفق الإدخارات الحقيقية في قنوات الإستثمار.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

ثالثاً: تاريخ الإستحقاق

إن إحتفاظ البنك بأوراق مالية معناه في الواقع إلتزام من جانب البنك التخلي عن الأموال لأجل محدد، وكلما زادت المدة زادت درجة عدم التأكد بثبات الظروف، ليس فقط في الوقت الذي يستحق فيه الإلتزام، ولكن أيضاً في الفترة ما بين الشراء وبين الإستحقاق.

المطلب الثاني: مخاطر الإستثمار

يحتوي كل شكل من أشكال الإستثمار عنصر أو أكثر من عناصر المخاطر التي تعرف على أنها الخسائر أو الأضرار التي تصيب المستثمر والنتيجة عن عدم التأكد من التنبؤ للعوائد الإستثمارية الممتدة على عدة فترات غالباً ما تكون أطول من فترات الإنفاق الإستثماري، يمكن تقسيم مخاطر الإستثمار بشكل عام إلى نوعين رئيسيين هما: (1)

- المخاطر النظامية.

- المخاطر غير نظامية.

أولاً: المخاطر النظامية

وهي مخاطر السوق وتنشأ عن عوامل تؤثر فيه كالبينة والمحيط و تتعلق بالنظام المالي العام، فهي تؤثر في المستثمرين كافة، ويكون مصدرها الرئيسي التطورات التي تطرأ على الساحة الدولية والمحلية، السياسية والإقتصادية والإجتماعية، نتيجة تغير أسعار الأدوات الإستثمارية نظراً للظروف المحيطة وتتمثل في:

1. مخاطر أسعار الفائدة:

لتقلبات أسعار الفائدة أثر على أرباح المستثمر فيضطر المستثمر عند تعرضه لمثل هذه المخاطر إلى بيع السندات أو أي نوع من الأوراق المالية التي يملكها لحاجته إلى السيولة فإذا كانت أسعار الفائدة في السوق أعلى

(1) زياد رمضان، مرجع سبق ذكره، ص ص 331-334.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

من أسعار الفائدة التي تحملها سنداته، فإنه سيضطر إلى بيعها بأقل من قيمتها الإسمية، والعكس أيضا صحيح بأنه سيتمكن من بيعها بأعلى من قيمتها الإسمية إذا كانت أسعار الفائدة السائدة في السوق أقل من الفائدة التي تحملها السندات.

2. مخاطر السوق:

هي المخاطر التي تنتج عن التغيير العكسي في أسعار أدوات الإستثمار المتعامل بها أو الضمانات العائد لها، فإنخفاضها يؤثر على المتعاملين نتيجة لعملية المضاربة التي تعمل على عدم الإستقرار وتؤثر على أحجام التداول تبعا لسلوك المستثمرين.

3. مخاطر التضخم و الإئتمان :

والتي تتحملها عادة الإستثمارات ذات العائد الثابت خاصة إذا كان عائدها أقل من معدل التضخم، و إرتفاع معدل التضخم يعني إنخفاض في القوة الشرائية مما يدفع بالمستثمر إلى التنازل عن أسهمه و سنداته خوفا من الإنخفاض الأكثر .

ثانيا: المخاطر غير النظامية

و هي المخاطر الناتجة عن العوامل الخاصة بطبيعة و نوع الإستثمار و لا علاقة لها بالنظام المالي العام و تؤدي إلى عدم التأكد من عائد الإستثمار فيها و يسمى أيضا مخاطر العمل و تتمثل أساسا في⁽¹⁾ :

1. مخاطر النشاط الصناعي:

تصيب هذه المخاطر نوعا من الصناعة تتعكس على المتعاملين فيها وتؤثر على المشروع والإنتاجية، وذلك لعدة أسباب منها ظهور إختراعات جديدة منافسة لما تنتجه الشركة والحملات الإعلامية من المنافسين، والتطور العلمي وتغيير أذواق المستهلكين.

(1) زياد رمضان: مرجع سابق ذكره ص ص334-331.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

2. مخاطر قانونية إجتماعية وسياسية:

تنتج هذه المخاطر عن التغيرات العكسية في الأنظمة الإجتماعية والتعليمات والقوانين التي يكون من شأنها التأثير على مجالات الإستثمار وأسعار أدواته كالتأمين لبعض المشاريع التي تلجأ إليه بعض الدول التي يؤثر على مصلحة المستثمر، وكذلك الحروب والإغتيالات السياسية بالإضافة إلى رفع معدلات الضرائب والرسوم على الإنتاج.

3. مخاطر الإدارة المالية:

غالب ما تكون نتيجة سوء التخطيط لعدم القائمين على إدارة المشروعات وإتخاذ القرارات السليمة، وإرتكاب الأخطاء الإدارية يؤثر سلبا على نسبة السيولة.

المطلب الثالث: الإجراءات المتخذة لتفادي الأخطار

يسعى المستثمرون إلى تقليل المخاطر بطرق شتى وتعتمد الطريقة على نوع المخاطر المراد تقليلها وذلك بـ:

- يخفف من حدة المخاطر النظامية بقياسها، ببعض المعاملات والمعايير.
- ينتهج المستثمر أسلوب التحوط بإستعمال العقود المستقبلية لمواجهة المخاطر النظامية بشكل ملائم خاصة وأن هذه الأخيرة يمكن التنبؤ بها. وللد من المخاطر غير النظامية صعبة التنبؤ يلجأ المستثمرون إلى التنويع عند تكوين المحفظة الإستثمارية أي توزيع مبلغ المحفظة على أصول مختلفة.
- ولكي يصح التنويع يجب أن يكون معدل الارتباط بين هذه الأصول سالبا وقويا حيث يؤدي هذا الارتباط بين عناصر المحفظة إلى تخفيض مخاطرها.
- كما يمكن تجنب المخاطر الغير نظامية كذلك من خلال حسابها بالانحراف المعياري وإدارة المشروع بكفاءة عالية وتقسيم العمل والتخصيص به.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

المبحث الخامس: الإستثمار السياحي مفهومه وأنواعه

لقد تميز عالمنا المعاصر بصناعة السياحة، وقد سعت الكثير من الدول إلى الإهتمام بالإستثمار السياحي لمزاياه الإيجابية المتعددة في المجالات الإقتصادية، الإجتماعية، الثقافية، والبيئية. وقد صارت السياحة ذات أثر فاعل في دعم الإقتصاد العالمي وتنشيط حركة الإستثمار مما أدى إلى إيجاد فرص عمالة جديدة متزايدة سنوياً. وسنحاول في هذا المبحث التطرق إلى مفهوم الإستثمار السياحي، أنواعه، ومقومات نجاحه.

المطلب الأول: مفهوم الإستثمار السياحي

يقصد بالإستثمار توظيف الأموال أو تخصيصها في المجالات أو الفرص الإستثمارية التي يعتقد المستثمر بأنها فرص ذات جدوى تحقق أفضل عائد في أقل مستوى من المخاطر. وأن أحد مجالات الإستثمار هي الإستثمار السياحي، ويقصد بهذا النوع من الإستثمار أن يوجه المستثمر أياً كان عربياً أو أجنبياً جزء أو كلا من أمواله التي بحوزته في الفرص الإستثمارية السياحية المتوفرة في البلد المراد الإستثمار فيه. ومما يشجع على الإستثمار أن الحركة السياحية العالمية تطورت بشكل واسع خلال العشرين سنة الأخيرة تضاعف عدد المسافرين والسياح في العالم من 700 مليون فرد الى 1,6 مليار فرد سنوياً وقد إزداد هذا النشاط السياحي نمواً بنسبة 4% قبل أحداث 11 أيلول في الولايات المتحدة الأمريكية والردة السريعة التي حصلت إزاء هذا الهجوم وأن مأنفقته هؤلاء السياح 463 مليار دولار لغاية نهاية 2001 ويوفر فرص عمل للجنسين (رجال ونساء) حوالي 200 مليون يشكلون 8% من العمالة العالمية. إلا أن نسبة النساء تشكل 70%. ونصف هذا العدد أعمارهم تتراوح بين 25 سنة فأقل⁽¹⁾. هذه المؤشرات تدل على أن الحركة السياحية ناشطة في العالم ويمكن أن تنشط في المنطقة العربية لما لها من سمات وخصائص تاريخية وحضارية تشجع على إقامة مرافق سياحية تخلق الطلب السياحي لدى الأفراد، ولذلك فإن المستثمر العربي أو الأجنبي هو ذلك المستثمر الذي يطلب

1) Facts on the Hotel catering and Tourism Industry Key , Statistics,2001,ILO.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

إستثمار أمواله في تنشيط السياحة كجمال وكفرصة إستثمارية لتشغيل ما لديه من موارد وفي مختلف المناطق والمواقع الأثرية والتاريخية أو الدينية .

المطلب الثاني: أنواع الإستثمار السياحي

يمكن أن يأخذ الإستثمار السياحي الأنواع الآتية :

أولاً: الإستثمار السياحي المباشر

يشير الإستثمار السياحي المباشر إلى عملية توظيف أموال غير وطنية يملكها أفراد من جنسيات عربية أو أجنبية وفق قوانين الإستثمار السائدة في الدول التي يتحقق فيها الإستثمار. وحسب الإتفاقيات التي تجري بين طرفي الإتفاق وهم الدولة المضيضة والمستثمر العربي أو الأجنبي وربما تسمح له هذه الإتفاقيات بإدارة إستثماراته من بلده بواسطة وكلاء أو مديرين يختارهم بنفسه، أما عن كون الإستثمار سياحي فهو أن يكون توظيف الأموال في قطاع السياحة فالمستثمر يقدم رأس المال وتقدم الدولة المضيضة التسهيلات اللازمة الأخرى لهذا الإستثمار في المواقع السياحية، الأثرية، التاريخية والدينية. وطالما هو إستثمار فهو ينطوي على أفق زمني طويل لأنه إستثمار في موجودات ثابتة ذات عمر إقتصادي طويل الأجل وقد لعبت الشركات متعددة الجنسية دورا واضحا وكبيرا في هذا النوع من الإستثمار، وللاستثمار الأجنبي مكونات ثلاث هي⁽¹⁾:

1. رأس المال الممتلك (Equity capital) :

وهو مبلغ من رأس المال الذي يستثمره المستثمر الأجنبي المباشر لشراء حصة في مشروع في دولة أخرى هي غير الدولة التي ينتمي إليها، وقد عرف صندوق النقد الدولي الإستثمار الأجنبي المباشر بأنه مباشر عندما يمتلك المستثمر ما نسبه (10%) أو أكثر من رأس مال الشركة المساهمة أو مايساوي النسبة في الشركة غير المساهمة إلا أن بعض الدول المضيضة للاستثمار تحدد هذه النسبة كما هو في فرنسا التي حددتها نسبة 20%

(1) عبد الغفار هناء، (2002): "الاستثمار الاجنبي المباشر والتجارة الدولية الصين أنموذجا، دار الحكمة، بغداد، ص 30.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

تخوفا من تحرر رأس المال الأجنبي داخل فرنسا في حين خلت قوانين الكثير من الدول من تحديد لهذه النسبة كما هو الحال بالنسبة للقانون المغربي وهذا يتيح لرأس المال الأجنبي التحكم بإدارة المنشآت التي يملكها على حساب المصلحة الوطنية⁽¹⁾ وفي بعض الدول العربية تسمح قوانينها بالإستثمار والتملك في أراضيها كالمملكة الأردنية الهاشمية التي إرتفعت إستثمارات العراقيين فيها إلى حوالي 50 مليون دولار شهريا ومن الدول العربية التي تسمح بالتملك سوريا أيضا، رغم عدم السماح لغير العراقيين بالتملك على أرض الرافدين.

2. إعادة إستثمار الأرباح (Reinvested earning) :

أي أن الأرباح التي تتحقق يتم توزيع جزء منها على المساهمين وتسمى (Dividens) يتم توزيعها على عدد الأسهم فيحصل كل مساهم على مقسوم أرباح بعدد الأسهم التي يمتلكها مضروبا بحصة السهم الواحد ويسمى (DPS) أي مقسوم أرباح للسهم الواحد أما الجزء المتبقي فيسمى أرباح محتجزة أو غير موزعة (Retained Earning) وهذا الجزء هو الذي يسمح بإعادة إستثماره وحسب ماتسمح به التشريعات القانونية ومنها قوانين الإستثمار .

3. المديونية (Debt) :

وهو ما تقوم به الشركة من إستدانه أي الحصول على التمويل من مصادر تمويل خارجية من غير الدولة المضيفة للإستثمار وكذلك الإقراض الذي يجري بين الشركة الأم وفروعها.

ثانيا: الإستثمار السياحي غير المباشر

يمكن للمستثمر أيا كان عربيا أو أجنبيا أن يشارك في توظيف أمواله في البلد المضيف، كأن يكون في الأوراق المالية (الأسهم والسندات) أو قروض لشركات دون أن يكون له حق إدارة موجودات الشركة ويسمى

1 (جمال وحسن ، دنيا حامد، تغريد سعيد) أكتوبر 2002): "دراسة ميدانية للامكانات السياحية في محافظة كربلاء"، مجلة كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية - العدد 40، ص 20.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

هذا النوع من الإستثمار إستثمار غير مباشر (إستثمار عربي أو أجنبي محفظي (Arabic or Foreign Portfolio Investment) (1).

ويتم ذلك من خلال تأسيس شركات سياحية تتولى إقامة المنشآت السياحية في المواقع الأثرية، التاريخية والدينية من قبل القطاع الخاص، وطرح أسهم وسندات في سوق الأوراق المالية داخل الدولة أو خارجها وبالتالي تمكن المستثمر العربي أو الأجنبي المساهمة في إستثمارات هذه الشركات من أجل دعم قطاع السياحة. وذلك بإملاك الأوراق المالية التي تمكنه من المشاركة في الإستثمار ويشار إلى أن هذا الإستثمار قصير الأجل لأن المستثمر بإستطاعته بيع ما يملكه خلال أيام أو أسابيع لكن ذلك يعني دخول مالك جديد هو المستثمر الذي إشتري ما باعه المستثمر السابق وغالبا ما يتم ذلك من قبل مؤسسات التمويل كالبنوك وصناديق التقاعد وشركات التأمين والمصارف الإستثمارية (2).

المطلب الثالث: مقومات الإستثمار السياحي

لدعم وإسناد الإستثمار السياحي عربيا أو أجنبيا يتطلب مناخ إستثماري - بيئة إستثمارية - ويقصد بذلك مجمل الأوضاع والظروف المكونة للمحيط الذي تتم فيه العملية الإستثمارية وتتأثر بالأوضاع السياسية، الإقتصادية، الإجتماعية، الأمنية، القانونية والإدارية ويمكن التعرض لمكونات المناخ الإستثماري كمايلي (3) :

(1) كوكب سرمد: التمويل الدولي، (2002) "مدخل في الهياكل والعمليات والادوات جامعة الموصل"،الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، عمان ، ص 50.

(2) عبد الغفار هناء، مرجع سبق ذكره، ص 50.

(3) غانم المسيلي، عدنان، لبنى حسين صالح،(2003) : "دور الاستثمارات الاجنبية المباشرة في التنمية الاقتصادية في الجمهورية اليمنية"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 19 - العدد الثاني - دمشق ، ص 15.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

أولاً: البيئة السياسية Political environment

يقصد بالبيئة السياسية وجود نظام سياسي مستقر وموقف القوى السياسية من المشروعات الإقتصادية، فالبعض منها يعد محددًا لاسيما إذا كانت تدخلاتها واسعة وليس لها حدود ولذلك إعتبرت دولا غير مستقرة وفيها مخاطر سياسية تواجه الإستثمارات.

ثانياً: الإستقرار الأمني Security static

يحتاج المستثمر إلى بيئة آمنة ذات إستقرار أمني واضح ويعكسه فإن عدم الإستقرار الأمني يعد عامل دفع لهروب رأس المال إلى خارج الوطن والبحث عن بيئة مستقره كما تحصل الآن. لأن عدم الإستقرار الأمني يؤدي إلى هروب رؤوس الأموال والإستثمار إلى بعض الدول الآمنة.

ثالثاً: البيئة الضريبية المناسبة Relevant Tax environment

بالنظر لما تشكله التشريعات الضريبية من محدد أمام إتساع وإنتشار الإستثمارات، فقد تشكل نسبة مرتفعة يتم حسمها من التدفقات النقدية المتوقعة من المشروعات الإقتصادية المقترحة، لذا فإن البيئة الضريبية المناسبة هي التي تشجع على الإستثمارات وذلك بإعطاء إعفاءات ضريبية محددة بزمان معين أو تقليل نسبة الضريبة التي تستوفي من أصحاب الإستثمارات.

رابعاً: البيئة الإقتصادية Economics environment

البيئة الإقتصادية هي وجود إقتصاد مستقر لا توجد فيه مشكلات إقتصادية كإنخفاض الإنتاج وإرتفاع التكاليف وزيادة الطلب دون وجود إنتاج مقابل هذا الطلب أو وجود عرض أو زيادة العرض دون وجود طلب..... الخ من مشكلات غير محسوبة، وجود مثل هذه المشكلات يخلق أمام المستثمر بيئة غير آمنة إقتصاديا.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

خامسا: وجود مدخرات Saving

المدخرات هي ما يفيض عن حاجة المستهلك أو هو تتازله عن إستهلاك آني أملا في الحصول على عائد جيد عن إستثمار مدخراته في المستقبل ويحتاج ذلك إلى دعم وإسناد من السياسة المالية للدولة بشكل عام تشريعات قانونية ومالية تساهم في تسهيل مهمة المستثمر كالإسناد للإستيراد لتلبية إحتياجات ومتطلبات المشروع الإستثماري المقترح أو تصدير ما ينتج إلى الأسواق التي يراها المستثمر من تسهيلات مالية ومصرفية⁽¹⁾.

سادسا: الأسواق المالية Financial Markets

الأسواق المالية هي الموقع الذي يتم التعامل فيها بالأوراق المالية سواء كانت هذه الأوراق أسهم أو سندات أو أوراق تجارية تصدرها كبرى الشركات الصناعية وهي على عدة أنواع منها اولية يتم التعامل فيها بالأوراق الصادرة لأول مرة وثانوية يتم التعامل فيها بالأوراق المالية التي صدرت في الماضي ولا زالت قائمة، وتحتاج الأسواق المالية التي تكون مناسبة للإستثمار العربي أو الأجنبي أن تتوفر لها كل مقومات السوق المالية لتسهيل للمستثمر تحقيق غاياته ومتطلباته.

1 (عادل قبرصي وعلي قادري،(2003): "إعادة بناء العراق، استراتيجيات التنمية في ظروف الازمات"، مجلة المستقبل العربي - ايلول- العدد 295.

الفصل الثاني: أساسيات الإستثمار والإستثمار السياحي

خلاصة الفصل

نظرا للدور الحيوي الذي يقوم به الإستثمار في ترقية وتنشيط الإقتصاد الوطني، تطرقنا إليه في فصلنا هذا وتعرفنا عليه حيث أنه بصفة عامة هو توظيف الأموال بغية الحصول على عائد، ثم ذكرنا عدة تصنيفات للإستثمار.

كما تعرضنا بعد ذلك إلى أهم خصائص الإستثمار التي تعبر عن صيغته وإطاره، كما وضعنا العوامل المؤثرة في الإستثمار ومحدداته، وفي الأخير تطرقنا إلى ضوابط الإستثمار ومخاطره وكيفية تفاديها. وخصصنا مبحث كامل بخصوص الإستثمار في القطاع السياحي، لذا سنقوم بتخصيص الفصل الثالث للسياحة وكيفية صناعتها والدور الذي تلعبه في التنمية المستدامة.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

تمهيد:

يشهد العالم بأسره مشاكل بيئية كارثية تزداد يوماً بعد يوم بسبب الإستغلال غير العقلاني للموارد الطبيعية، إضافة إلى انعدام الوعي و الثقافة البيئية من خلال اللامبالاة و اللامسؤولية التي يتمتع بها كل أفراد المجتمع، المؤسسات و الهيئات الفاعلة.

كل هذا سبب دعرا و هلعاً للمجتمع الدولي بضرورة الاستعجال للبحث عن الوسائل و الطرق للتخلص من هذه المشاكل التي تهدد الحياة البشرية، الحيوانية و النباتية.

في المقابل هناك من لا يعير للبيئة اهتماماً وإنما هدفهم الوحيد هو تطوير البلاد و التقدم و تحقيق المصالح الخاصة متغاضين عما يفرزه هذا التقدم من أضرار على البيئة، من خلال إستنزاف الموارد الطبيعية، و بالتالي خطر نفاذ و نهاية هذه الموارد .

الأمر الذي دعى إلى ضرورة التفكير في المستقبل و الأجيال المقبلة و حقها في العيش، و بعد التفكير ملياً تم تبني فكرة التنمية المستدامة، لأحد الطرق الجديدة و الفاعلة و كأسلوب عصري يوفق بين الحاضر و المستقبل.

ونظراً لارتباط السياحة بشكل أساسي بالبيئة فقد بدأ الاهتمام والتركيز على مبدأ الاستدامة في السياحة وذلك منذ ثمانينيات القرن الماضي، حيث لم يعد يقتصر المفهوم الجديد للسياحة المستدامة على المنظور الاقتصادي فحسب، بل أصبحت هناك استجابة لمقتضيات التنمية المستدامة بخصوص انعكاسات النشاط السياحي على البيئة الطبيعية والبشرية بما تتضمنه من حماية للبيئة الاجتماعية، الثقافية ورعاية حقوق الأجيال المقبلة، ومن خلال نمو القطاع السياحي واستدامته وزيادة منافعه وتأثيراته على العديد من الظواهر وعلى رأسها البطالة، فإنه يمكن القول بأنه حان الوقت لتبني فكر الاستدامة واعتباره الفكر الأساسي لها وتبني مبادئ التنمية المستدامة في المجال السياحي.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

المبحث الأول: أسس التنمية المستدامة

تعتبر التنمية مفهوما شاملا له جوانب عديدة اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، بيئية وأخلاقية، وليست مجرد زيادة في الدخل الفردي، فزيادة الدخل يجب أن يتضمن تحسن المستوى الصحي، التعليمي، الثقافي أو غيرها من الأمور الأخرى، ولكن كل هذه العوامل تعتبر خيوط في نسيج التنمية لذا كان التوجه إلى خيار التنمية المستدامة، والتي اعتبرت هي الإجابة على الإهتمامات المتزايدة حول البيئة والموارد البيئية في مواجهة التلوث والتصنيع الذي تقوده الشركات متعددة الجنسيات والنمو السكاني المتزايد⁽¹⁾.

التنمية المستدامة لا تمثل ظاهرة أو إهتمام جديد، فالدافع وراء المخاوف الحالية تجاه البيئة يرجع إلى سنوات عديدة مضت فهي الآن تصيغ الجزء الأكبر من السياسة البيئية المعاصرة، ولقد كان للانتشار الواسع الذي أحاط هذا المفهوم دورا هاما في جعله شعارا براقا دفع كل حكومات العالم تقريبا إلى التهافت على تبنيه كشعار لأجندات سياسية حتى ولو كانت هذه الأخيرة ذات توجهات أو التزامات مختلفة جدا تجاه مفهوم الإستدامة الحقيقي. وبالرغم من الالتزام الدولي تجاه التنمية المستدامة إلا أنها قد عرفت وفهمت وطبقت بطرق مختلفة جدا، وساهم كل هذا في اكتساب التنمية المستدامة درجة عالية من الغموض ولذلك ستم محاولة وضع ترتيب زمني معين يمكن من الفهم الجيد لمعنى التنمية المستدامة⁽²⁾، ولهذا سيتم الرجوع إلى أصول أو جذور الفكرة لتحديد مختلف المراحل أو المحطات الرئيسية التي توقف عندها هذا المفهوم. وهذا للإجابة على عدة تساؤلات من أهمها: ما المقصود بالإستدامة؟ التنمية المستدامة؟ النمو الاقتصادي المستدام؟

(1) زيروني مصطفى، (2000): "النمو الاقتصادي واستراتيجيات التنمية حالة اقتصاديات دول جنوب شرق آسيا"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص 14 .

(2) إبراهيم حسين العسل، (2006): "التنمية في الفكر الإسلامي مفاهيم - عطاءات - معوقات - أساليب"، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 27 .

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

المطلب الأول: محطات رئيسية في تاريخ التنمية المستدامة

شهدت فترة ما بعد الحرب العالمية تطورا علميا وتكنولوجيا ملحوظا في الحياة اليومية لملايين الأشخاص وفي نهاية الستينات، ظهرت الانتقادات الأولى لهذه النماذج من التنمية. وبعد الآثار الاجتماعية والبيئية التي أحدثتها بعض الهيئات وكذا الصناعات تسابقت إلى وضع خطط تنموية بهدف النهوض بالبنية الاقتصادية والاجتماعية لرفع المستوى المعيشي للأفراد بغية تحقيق النمو الاقتصادي باعتباره ضرورة للتخفيف أو الحد من الفقر من خلال الزيادة في الإستهلاك، الإدخار، الاستثمار والنتاج الوطني، إلا أن النمو السريع غير المتوازن غالبا أدى إلى مشاكل بيئية غير محسوبة أو متوقعة زادت من بؤس الهيئات الساعية وراء هذه التنمية . ونتيجة لهذه المشاكل بدأت المناداة بتنمية توفر قاعدة عريضة وبصورة كافية يستند إليها في إصدار الأحكام المتوازنة عن تكاليف ومنافع مختلف السياسات وهو ما اصطلح عليه بالتنمية المستدامة.

إن هدف الإستدامة يمثل التحولات الحديثة في التفكير التنموي ومع ذلك فإن هذا المنهج يتضمن أن التنمية الدائمة لا يمكن أن تتحقق في دول العالم الثالث إلا إذا كانت الاستراتيجيات التي تتم صياغتها وتنفيذها مستدامة من الناحية البيئية والاجتماعية أي أنها تحافظ على الموارد الطبيعية وتشجع الموارد البشرية التي تعتمد عليها التنمية، وهذا يتطلب من ناحية أخرى إتباع السياسات المحلية والإجراءات والحوافز التي تشجع السلوك الاقتصادي الرشيد بيئيا، أي التي تحقق المكاسب المثلث على المدى الطويل بما يمتلكه العالم من موارد متجددة، ومن ناحية أخرى المشاريع التنموية الملائمة بيئيا والمتوافقة مع القيم الاجتماعية، وكنيجة لذلك بدأ مفهوم التنمية المستدامة يأخذ حظه في المعاملات التنموية في إطار الأدب التنموي المعاصر، فهذا المفهوم يمتاز بالعقلانية والحكم الرشيد بحيث يحقق المعاملات الاقتصادية الرامية إلى رفع معدلات النمو هذا من جهة ومن جهة أخرى يعمل على المحافظة على البيئة والموارد الطبيعية وكل ما يتعلق بالجانب الاجتماعي، وتعتبر هذه الأبعاد السبيل الوحيد لضمان تحقيق نوعية حياة جيدة للسكان في الحاضر وللأجيال في المستقبل.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

ويرز مفهوم التنمية المستدامة لأول مرة خلال مؤتمر ستوكهولم سنة 1972 حول الإنسان والبيئة، الذي نظّمته الأمم المتحدة، والذي كان بمثابة خطوة نحو الإهتمام العالمي بالبيئة، حيث ناقش هذا المؤتمر للمرة الأولى القضايا البيئية وعلاقتها بواقع الفقر وغياب التنمية في العالم، وتم الإقرار أن الفقر وغياب التنمية هما أشد أعداء البيئة، هذه القمة طرحت لأول مرة التساؤلات البيئية في جدول الإنشغالات الدولية. حيث تبنى المشاركون بيان بـ 26 مبدأ ومخطط عمل مهم للحد من التلوث. وعموما كانت هذه القمة قد أعطت إشارة ميلاد برنامج الأمم المتحدة للبيئة والذي كانت مهمته الرئيسية تتمثل في تقرير التعاون بين الدول في مجال البيئة ومتابعة البرامج البيئية، (PNUE)

وجعل الأنظمة والتدابير البيئية الوطنية والدولية في الدول المتخلفة تحت المراجعة المستمرة، فضلا عن تمويل تلك البرامج ورسم الخطط والسياسات التي يستلزمها ذلك⁽¹⁾، وهو ما تزامن مع إطلاق نادي روما لتقرير حدود النمو: الذي شرح فكرة محدودية الموارد الطبيعية، وأنه إذا إستمر تزايد معدلات النمو: (Halte à la croissance) الإستهلاك فإن الموارد الطبيعية لن تفي بإحتياجات المستقبل، وأن إستنزاف الموارد البيئية المتجددة وغير المتجددة يهدد المستقبل⁽²⁾.

وتم في هذا المؤتمر توسيع مفهوم البيئة بحيث أصبحت تدل على أكثر من مجرد عناصر طبيعية (ماء، هواء، تربة، مصادر للطاقة، نباتات وحيوانات) بل هي رصيد الموارد المادية والاجتماعية المتاحة في وقت ما وفي مكان ما لإشباع حاجات الإنسان وتطلعاته⁽³⁾.

1) محمد صالح الشيخ، (2002): "الآثار الاقتصادية والمالية لتلوث البيئة ووسائل الحماية منها"، الطبعة الأولى، مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ص 113 .

2) سحر قدوري الرفاعي، "التنمية المستدامة مع التركيز على الإدارة البيئية، المنظور الاقتصادي للتنمية المستدامة التجارة الدولية وأثرها على التنمية المستدامة"، أوراق عمل المؤتمر العربي الخامس للإدارة البيئية المنعقد في تونس في سبتمبر 2006 ، ص 22، 23.

3) رشيد الحمد، محمد سعيد صباريني، (1979): "البيئة ومشكلاتها"، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت ، ص 24 .

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

من ناحية أخرى إنتقد مؤتمر ستوكهولم الدول والحكومات التي لازالت تتجاهل البيئة عند التخطيط للتنمية⁽¹⁾. في سنة 1975، صدر منشور طارئ للأمم المتحدة تحت اسم (Hammarskjöld) على اسم أمينها العام (Dag Hammarskjöld) آنذاك السويدي يبين احتمال وجود أخطار على الكرة الأرضية تخص تجاوز بعض الحدود، بحيث أصبحت طبقات الغلاف الجوي ذات حمولة زائدة من التلوث . مما سيتسبب في اختلال التوازنات الطبيعية، هذه " القدرة على الاحتمال "أصبحت فيما بعد واحدة من أهم مميزات التنمية المستدامة. ورغم كل ذلك ضلت التنمية المستدامة خلال عقد السبعينيات وأوائل الثمانينات غامضة ومقتصرة على الندوات العلمية المغلقة التي كانت تحاول أن تجد إطارا مقبولا لهذا المفهوم، وظل المجتمع الدولي يتساءل إن كان بإمكان تحقيق تنمية منسجمة مع متطلبات البيئة، وإن كان بالإمكان التخطيط لتنمية اقتصادية غير ضارة بالبيئة ولا تضع في الوقت نفسه قيودا غير مقبولة على طموحات الإنسان المشروعة لتحقيق النمو الاقتصادي والرفي والتقدم الإجتماعي، وإن كان بالإمكان أن تكون التنمية مستمرة ومتواصلة و لاعشوائية وهنا أخذ البعض يطرح التنمية المستدامة كنموذج تنموي بديل، وفي ذلك الصدد وضع إستراتيجية تتخيل إمكانية وجود تنمية تجمع ما بين النمو الاقتصادي، حماية المحيط والأخذ بالاعتبار المتطلبات الاجتماعية⁽²⁾.

وفي سنة 1987 ، أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة قرار المنظور البيئي لسنة 2000 وما بعدها " هذا القرار يهدف إلى تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة بيئيا باعتباره هدفا منشودا من قبل المجتمع الدولي بأسره، وفي هذا التقرير وللمرة الأولى وضع تعريف محدد للتنمية المستدامة حيث قامت غرو هارلم برونندلاند بإصدار كتاب بعنوان: " مستقبلنا المشترك "وهو الأول من نوعه الذي يعلن أن التنمية المستدامة هي قضية أخلاقية وإنسانية بقدر ما هي قضية تنموية وبيئية، وقضية مصيرية ومستقبلية بقدر ما هي قضية تتطلب إهتمام الحاضر أفراد أو مؤسسات وحكومات.

1) سليمان الرياشي وآخرون،(2012): "دراسات في التنمية العربية واقع و آفاق"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ص 238.

2) Lavoisier, Revue Française de gestion, le développement durable, N152, Hermès, 2004, p 118.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

أوضح هذا الكتاب أن كل الأنماط التنموية السائدة في الشمال الصناعي والجنوب المتخلف لا تحقق حالياً شرط الإستدامة حتى لو كانت هذه الأنماط التنموية تبدو ناجحة بمقاييس الحاضر، فهي عاجزة وضارة بمقاييس المستقبل لأنها تتم على حساب "استهلاك الرصيد الطبيعي للأجيال القادمة وإستنزافه". فالمشاكل البيئية الكبرى على المستوى الكوني ترجع إلى الفقر المدقع المتفاقم في الجنوب والى أنماط الإستهلاك والإنتاج غير المستدامة في الشمال، إذ أنه لا يمكن في الوقت الحاضر الإستمرار في الإنتاج والإستهلاك على النحو أو المعدل الذي يمكن للكوكب أن يضمه من الموارد الطبيعية. حيث تمت الدعوة في هذه القمة إلى إتباع منهج نمو اقتصادي يركز على سياسات تأخذ في الحسبان الموارد الطبيعية، كما دعت القمة إلى التسيير الأنجع للموارد البيئية لضمان مستقبل للتنمية في حد ذاتها ووضع منهج تنموي يستخدم في أطره القوانين الطبيعية. كما اعتبرت القمة أن التصحر، اهتلاك الغابات، الأمطار الحمضية، والاحتباس الحراري تمثل تهديدات مميتة ونتائج لا يمكن تجاهلها على النمو الاقتصادي. لذلك فهي تطالب بإستراتيجية تربط بين التنمية والبيئة. هذا الإتجاه هو ما عرف بالتنمية المستدامة⁽¹⁾

إن الكتاب يتوجه بتوصياته إلى الأفراد و المؤسسات الحاكمة في الدول كافة ويدعوهم جميعاً، إلى القيام بحملات تغييرية واسعة لوضع العالم على مسار التنمية المستدامة. لكن الكتاب يتوجه بشكل خاص إلى الجمعية العامة للأمم المتحدة ويدعوها إلى عقد مؤتمر دولي يجمع كل زعماء العالم للنظر في قضايا البيئة و التنمية . انعقدت في ريو دي جانيرو بالبرازيل وبرعاية الأمم المتحدة قمة الأرض من 3 إلى 14 جوان 1992 ، واعتبرت هذه القمة بمثابة نجاح محقق حيث حضره أزيد من 1500 منظمة غير حكومية، وأقيم لأول مرة اجتماع بحضور 182 دولة لمناقشة مستقبل الكوكب، ومحاولة صياغة مفهوم للتنمية المستدامة حيث شهد ميلاد عدة اتفاقيات متعددة الأطراف تخص البيئة منها اتفاقية حماية التنوع البيولوجي.

1)Beat bÜrgenmeier, Politiques économiques du développement durable, de Boeck, Bruxelles, 2008, p 37.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

ووضعت قمة ريوديجانيرو بنود عمل تتعلق بضمان التسيير الأمثل للكوكب وتطوير مفهوم حقوق ومسؤوليات الدول في ميدان البيئة، ووضع المؤتمر وثيقة مفصلة لبرنامج العمل في القرن الحادي والعشرين : الأجنحة 21 والتي تضمنت 40 فصلاً، 2500 توصية تناولت ما ينبغي الاسترشاد به في مجالات التنمية الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية وفي مشاركات قطاعات المجتمع في مساعي التنمية وفي الحصول على نصيب عادل من ثماره⁽¹⁾.

وفي شهر ديسمبر 1997 تبنت الدول الأطراف في مبادرة الأمم المتحدة ضد التغيرات المناخية إقرار بروتوكول كيوتو الذي نص على تعهدات ملزمة قانوناً لبعض دول المجموعة الصناعية الكبرى بخفض انبعاثاتها لستة غازات دفيئة بشرية المنشأ هي ، :CO₂ ,CH₄ ,HCFCs ,N₂O ,SF₆ ,CFCs. ابتداءً من تاريخ 16 فيفري 2005 . ووصل عدد الدول التي صادقت عليه حتى سنة 2009 إلى 183 دولة ويهدف البروتوكول إلى الحد من انبعاث الغازات الدفيئة، والتحكم في كفاءة استخدام الطاقة في القطاعات الاقتصادية المختلفة وزيادة استخدام نظم الطاقة المتجددة والنظيفة، إضافة إلى زيادة المصبات المتاحة لإمتصاص الغازات الدفيئة⁽²⁾.

وبتاريخ 4 سبتمبر 2002 انعقدت في جوهانسبورغ بجنوب إفريقيا القمة الثانية للأرض⁽³⁾ في إطار خطة عمل للمطالبة باتخاذ إجراءات فورية لتطوير إنشاء وإعداد استراتيجيات وطنية للتنمية المستدامة، وبدأ العمل بها حتى 2010 ووضعت مفهوم التنمية المستدامة والمصادقة على مخطط عمل لدعم التنمية المستدامة للعالم في الألفية الجديدة والسعي للوصول إلى معالم تنمية تأخذ في الحسبان الالتزامات البيئية.

1) Bruno Cohen-Bacrie, communiquer efficacement sur le développement durable de l'entreprise citoyenne aux collectivités durables, les éditions démos, paris, 2006, p 17.

(2) أمل حسن: "آليات التنمية النظيفة وخفض الانبعاثات"، وزارة الصناعة السورية، سوريا، 2009 ، متوفر على الموقع: www.syrco.org. تاريخ الإطلاع: 2010/10/22.

(3) عمار عماري: "إشكالية التنمية المستدامة وأبعادها"، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي: التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، منشورات مخبر الشراكة والإستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، دار الهدى للطباعة والنشر، سطيف، 2008 ، ص 03 .

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

المطلب الثاني: مفهوم التنمية المستدامة

نشأ مفهوم التنمية المستدامة عن النقص الملحوظ في النماذج السابقة للنمو الاقتصادي والتنمية التي لم توفر قاعدة عريضة بصورة كافية يستند إليها في اصدار الأحكام المتوازنة عن تكاليف ومنافع مختلف السياسات، واتجهت بدلا من ذلك الى التركيز على المكاسب قصيرة الأجل على حساب الطموحات في المدى البعيد. والتنمية المستدامة ببساطة هي "التنمية التي تلبي احتياجات الجيل الحالي دون الاضرار بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها الخاصة" (مؤتمر الأمم المتحدة المعنى بالبيئة والتنمية لعام 1987). وتتعلق التنمية بهذا المعنى بنوعية الحياة ولا ينبغي الخلط بينها وبين النمو الاقتصادي على الرغم من أن من الواضح أن الاثنين يرتبطان ارتباطا وثيقا ببعضها البعض في اطار نظما العالمية الحديثة. وتتمحور مفاهيم والقواعد الأخرى الخاصة بالتنمية المستدامة حول امفهوم السابق بأشكال مختلفة، مثل: "ادارة قاعدة الموارد الطبيعية وصيانتها، وتوجيه التغيرات التكنولوجية والمؤسسية بطريقة تضمن تلبية الاحتياجات البشرية للأجيال الحالية والمقبلة بصورة مستمرة. فهذه التنمية المستدامة التي تحافظ على (الأراضي) والمياه والنبات والموارد الوراثية (الحيوانية) لا تحدث تدهورا في البيئة وملاتمة من الناحية التكنولوجية وسليمة من الناحية الاقتصادية ومقبولة من الناحية الاجتماعية" (مجلس منظمة الأغذية والزراعة عام 1988).

"استخدام موارد المجتمع وصيانتها وتعزيزها حتى يمكن المحافظة على العمليات الايكولوجية التي تعتمد عليها الحياة وحتى يمكن النهوض بنوعية الحياة الشاملة الآن وفي المستقبل" (مجلس حكومات استراليا عام 1992).

وتجمع هذه التعاريف على أن استدامة النشاطات التي تحقق رفاهية البشر تعتمد على المحافظة على الوظائف البيئية التي تسهم هي الأخرى بطرق مباشرة أو غير مباشرة في تحقيق رفاهية البشر. ويشير ذلك الى قدرة العمليات الطبيعية وعناصرها على توفير السلع والخدمات التي تلبي احتياجات البشر.

وتركز وجهة نظر تعتمد على النظم الايكولوجية تجاه التنمية المستدامة على المحافظة على استقرار ومرونة

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

النظام الايكولوجي. وتعترف التنمية المستدامة بتكافل الاقتصاديات البشرية مع بيئتها، وتبرز الحاجة الى فهم علمي لطريقة عمل النظام الايكولوجي وما يتعرض له من تغيير⁽¹⁾.

التنمية المستدامة هي عملية تطوير الأرض والمدن والمجتمعات وكذلك الأعمال التجارية بشرط أن تلبي احتياجات الحاضر بدون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية حاجاتها. ويواجه العالم خطورة التدهور البيئي الذي يجب التغلب عليه مع عدم التخلي عن حاجات التنمية الاقتصادية وكذلك المساواة والعدل الاجتماعي. وتتطلب التنمية المستدامة تحسين ظروف المعيشة لجميع الناس دون زيادة استخدام الموارد الطبيعية إلى ما يتجاوز قدرة كوكب الأرض على التحمل. وتجرى التنمية المستدامة في ثلاثة مجالات رئيسة هي النمو الاقتصادي، وحفظ الموارد الطبيعية والبيئة، والتنمية الاجتماعية .

إن من أهم التحديات التي تواجهها التنمية المستدامة هي القضاء على الفقر، من خلال التشجيع على اتباع أنماط إنتاج واستهلاك متوازنة، دون الإفراط في الاعتماد على الموارد الطبيعية.

أولاً: تعريف التنمية المستدامة

تعددت التعاريف التي أعطيت للتنمية المستدامة باختلاف زوايا الدراسة وكذا الهدف من تبنيها حيث إهتمت العديد من الهيئات والمنظمات العالمية بحصر مفهوم التنمية المستدامة من زواياها الخاصة، وفيما يلي أهم التعريفات التي أعطيت للتنمية المستدامة:

1- التعاريف التي أوردها تقرير الموارد العالمية :

تناول تقرير الموارد العالمية الذي نشر عام 1992 المختص بدراسة موضوع التنمية المستدامة ما يقارب عشرون تعريفاً للتنمية المستدامة، وتم تصنيف هذه التعاريف ضمن أربعة مجاميع أساسية حسب الموضوع المراد بحثه كما يلي:

1)Le développement durable comme compromis, Corinne Gendron, Québec, 2006, p 166.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

أ- التعاريف ذات الطابع الاقتصادي :

بالنسبة لدول الشمال الصناعية، التنمية المستدامة هي السعي إلى خفض كبير ومتواصل في استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية، وإحداث تحولات جذرية في الأنماط الحياتية السائدة في الإستهلاك والإنتاج، والحد من تصدير نموذجها الصناعي إلى الدول المتخلفة. أما بالنسبة للدول الفقيرة والتابعة للتنمية المستدامة تعني توظيف الموارد من أجل رفع المستوى المعيشي للسكان الأكثر فقرا، ويعرفها مدير حماية البيئة الأمريكية Ruckelshaus على أنها: تلك العملية التي تقرر بضرورة تحقيق نمو اقتصادي يتلاءم مع قدرات البيئة، وذلك من منطلق أن التنمية الاقتصادية والمحافظة على البيئة هما عمليتان متكاملتان وليس متناقضتان⁽¹⁾.

ب - التعاريف ذات الطابع الاجتماعي والإنساني :

يعرفها Lambrecht et Thierstein على أنها "هيكل أنماط عيش مجتمع ما بشكل يغطي حاجاته دون المساس بحاجات أجيال المستقبل"⁽²⁾ ويقصد بذلك العمل لبلوغ استقرار النمو السكاني ووقف تدفق الأفراد على المدن من خلال رفع مستويات معيشتهم وتطوير الخدمات الصحية والتعليمية في الأرياف وتحقيق أكبر قدر من المشاركة في التخطيط.

ت - التعاريف المتعلقة بالبيئة :

التنمية المستدامة نمط تنموي يسهر على حماية البيئة من خلال الإستعمال العقلاني للموارد الطبيعية من أجل توفيرها للمدى البعيد. فهي تضمن الحماية للموارد الطبيعية والزراعية والحيوانية وتضمن الإستخدام الأمثل للأراضي الفلاحية والموارد المائية، فالتعريف يقر بضرورة إستدامة النشاطات التي تحقق رفاهية البشر وضرورة

1) François BERTRAND, Planification et développement durable: vers de nouvelles pratiques d'aménagement régional ? L'exemple de deux Régions françaises, Nord-Pas-de-Calais et Midi-Pyrénées, Thèse pour l'obtention du grade de docteur en Aménagement de l'Espace et Urbanisme, université François Rabelais-tours, Ecole doctorale "Sciences de l'Homme et de la Société", France, 6 décembre 2004, p 74.

2) Pierre André Claude, Delisle et Jean-Pierre Revéret, L'évaluation des impacts sur l'environnement: Processus, acteurs et pratique pour un développement durable, presses internationales polytechnique, France, édition 2, 2000, p2.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

المحافظة على الوظائف البيئية التي تسهم هي ذاتها بطرق مباشرة أو غير مباشرة في تحقيق رفاهية البشر . ويشير ذلك إلى قدرة العمليات الطبيعية وعناصرها على توفير السلع والخدمات التي تلبي احتياجات البشر⁽¹⁾.

ث - التعاريف المتعلقة بالجانب التقني :

التنمية المستدامة هي التنمية التي تؤدي بالمجتمع إلى استخدام الصناعات ذات التقنية النظيفة التي تقوم باستخدام أقل قدر ممكن من الطاقة والموارد الطبيعية وينتج عنها أقل حد من الغازات الملوثة الحابسة للحرارة والضارة بالأوزون.

ومنه يؤكد التقرير أن القاسم المشترك لهذه التعريفات هو أن التنمية ولكي تكون مستدامة يجب أن تراعي ما يلي⁽²⁾.

- تساهم في تنمية القاعدة الصناعية السائدة وتحقيق النمو الاقتصادي؛

- تحسن من متطلبات الموارد البشرية) السكن، الصحة، مستوى المعيشة، أوضاع المرأة، الديمقراطية، حقوق الإنسان؛

- تلتزم باحترام الضوابط والمحددات البيئية؛

- تتجنب كل ما يؤدي إلى دمار وإستنزاف الموارد الطبيعية.

2- تعاريف أخرى للتنمية المستدامة:

يرى البنك الدولي أن التنمية المستدامة تهتم بتحقيق التكافؤ المتصل الذي يضمن إتاحة نفس الفرص التنموية الحالية للأجيال القادمة وذلك بضمان ثبات رأس المال الإجمالي أو زيادته المستمرة عبر الزمن، ويتضمن رأس المال الإجمالي: رأس المال الصناعي(معدات، طرق الفني، معرفة ومهارات) الإجتماعي(علاقات ومؤسسات) والبيئي (غابات، موارد مائية) ، وبناء على هذا التعريف فأساس الإستدامة هو رأس المال⁽³⁾.

1)Gabriel Wackermann, le développement durable, ellipses, paris, 2008, p32.

2) Petit Larousse Illustré, édition 2006, p 20.

3)Le développement durable: définition. Disponible sur le site: www.worldbank.com. Le: 05/12/2009.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

وعرفت هيئة الأمم المتحدة التنمية المستدامة بأنها "ضرورة إنجاز الحق في التنمية" بحيث تتحقق على نحو متساو الحاجات التنموية والبيئية لأجيال الحاضر والمستقبل، وأشار المبدأ الرابع الذي أقره المؤتمر إلى أنه "لكي تتحقق التنمية المستدامة ينبغي أن تمثل حماية البيئة جزءاً لا يتجزأ من عملية التنمية ولا يمكن التفكير فيها بمعزل عنها".

ويعتبر مجلس منظمة الأغذية والزراعة أن التنمية المستدامة هي إدارة قاعدة الموارد الطبيعية وصيانتها، وتوجيه التغيرات التكنولوجية والمؤسسية بطريقة تضمن تلبية الاحتياجات البشرية للأجيال الحالية والمقبلة بصورة مستمرة.

فهذه التنمية المستدامة التي تحافظ على الأراضي، المياه، النبات والموارد الوراثية لا تحدث تدهوراً في البيئة وملائمة من الناحية التكنولوجية وسليمة من الناحية الاقتصادية ومقبولة من الناحية الاجتماعية⁽¹⁾.

مما سبق يمكن القول أن التنمية المستدامة هي تلك التنمية المتوازنة التي تشمل مختلف أنشطة المجتمع وجوانبه باعتماد أفضل الوسائل لتحقيق الاستثمار الأمثل للموارد المادية والبشرية في العمليات التنموية واعتماد مبادئ العدالة في الإنتاج والإستهلاك وعند توزيع العوائد لتحقيق الرفاهية لجميع أفراد المجتمع في إطار الضوابط البيئية ودون إلحاق أضرار بالطبيعة أو بمصالح الأجيال القادمة.

ويكمن جوهر مفهوم التنمية المستدامة في وجوب ألا تقوض الممارسات الحالية مستويات المعيشة في المستقبل، أي ينبغي للنظم الاقتصادية الحالية أن تحافظ على الموارد والقاعدة البيئية، أو تحسنها لضمان نفس المستويات المعيشية أو مستويات أفضل للأجيال القادمة⁽²⁾.

الملاحظ من خلال التعاريف المتعلقة بالتنمية المستدامة أنها مستمدة من ثلاثة مبادئ وهي: العدالة الاجتماعية، حماية البيئة، والفعالية الاقتصادية، وهنا يصبح من الضروري العمل بشكل جدي لربط الجوانب الاقتصادية

(1) دوجلاس موسشيت، (2000): "مبادئ التنمية المستدامة"، الطبعة الأولى، ترجمة هناء شاهين، الدار الدولية للإستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر، ص 11.

(2) محمد السيد عبد السلام، (1988): "الأمن الغذائي للوطن العربي"، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، ص 157.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

والاجتماعية بالجوانب البيئية بمعنى أن الأرض والإمكانات الطبيعية التي تحتويها كميراث يجب أن تحول إلى الأجيال المستقبلية، بشكل غير منقوص وفي هذا الإطار تمت عمليات كثيرة لدمج الأبعاد أو المكونات التي تتشكل منها التنمية المستدامة من اجل استنباط مفهوم شامل لها من خلال:

- الأخذ بسياسات التوقعات والوقاية للتعامل مع القضايا البيئية الأخذة في الظهور عملا بمبدأ الوقاية خير من العلاج، وقد ثبت أن هذا أكثر فاعلية وأقل تكلفة من التعامل مع هذه القضايا بعد استفحال أمرها؛
- وضع سياسات للبيئة والتنمية نابعة من الحاجة إلى التنمية المستدامة مع التركيز على تنشيط النمو وتغيير نوعيته ومعالجة مشكلات الفقر وسد حاجات الإنسان والتعامل مع مشكلات النمو السكاني ومع صيانة وتنمية قاعدة المصادر وإعادة توجيه التكنولوجيا وإدارة المخاطر ودمج البيئة والاقتصاد في صنع القرار.
- من جهة أخرى يلاحظ على التعريفات السابقة أنها تخطئ بين التنمية المستدامة من ناحية وبين متطلباتها وعناصرها من ناحية أخرى، لذلك فقد جاءت هذه التعريفات قاصرة عن أن توضح جوهر التنمية المستدامة.

ثانياً: خصائص التنمية المستدامة

من خلال جملة التعاريف السابقة يمكن إستنباط أهم خصائص التنمية المستدامة في النقاط التالية:

- تنمية طويلة المدى تتخذ من البعد الزمني أساساً لها فهي تنصب على مصير ومستقبل الأجيال القادمة؛
- مراعاة المساواة وحقوق الأجيال اللاحقة فهي تراعي وتوفر حق الأجيال الحاضرة واللاحقة من الموارد الطبيعية؛

- عملية متعددة ومتراصة الأبعاد تقوم على أساس التخطيط والتنسيق بين التنمية الاقتصادية، العدالة الاجتماعية والإستدامة البيئية؛

- يتميز مفهوم التنمية المستدامة ومن خلاله الأبعاد المكونة لها بالتداخل والتعقيد؛
- تولي اعتباراً كبيراً للجانب البشري وتنميته وتضع في المقام الأول تلبية حاجاته ومتطلباته الأساسية؛
- تحاول تنمية وتطوير الجوانب الروحية والثقافية والمحافظة على الخصوصيات الحضارية لكل مجتمع .

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

- تسعى إلى تحقيق متطلبات أكثر شرائح المجتمع فقرا والتقليل من معدلات الفقر على المستوى العالمي؛

ثالثا: أهداف التنمية المستدامة

يتفق المنظرون أن الهدف الأساسي للتنمية المستدامة هو تلبية إحتياجات الشعوب وتحقيق الرعاية الاجتماعية على المدى الطويل مع الحفاظ على قاعدة الموارد البشرية والطبيعية ومحاولة الحد من التدهور البيئي؛ ومن أجل تحقيق ذلك يجب التوصل إلى توازن ديناميكي بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية من جهة، وإدارة الموارد وحماية البيئة من جهة أخرى؛ بمعنى تحقيق علاقة متوازنة بين الإنسان والمصادر البيئية الطبيعية بشكل يكفل لهذه العلاقة أن تتعامل مع المتغيرات والتحديات وذلك بشكل دائم؛ كما أنها تعتبر في حد ذاتها عملية تغيير تتضمن كل نشاطات التطوير الاجتماعي والاقتصادي والتكنولوجي والمؤسسي من أجل خدمة الأجيال الحالية ودون إنقاص لحقوق الأجيال القادمة.

والجدير بالذكر أن أوسع التعريفات شيوعا للتنمية المستدامة هي تلك التي ترى بأن التنمية هي التي تهيئ للجيل الحاضر متطلباته الأساسية والمشروعة، دون أن تخل بقدرة المحيط الطبيعي على أن يهيئ للأجيال القادمة متطلباتها أو بعبارة أخرى استجابة التنمية لحاجات الحاضر دون الإنقاص من قدرة الأجيال المقبلة على الوفاء بحاجاتها. ومن خلال التدقيق في الغايات التي بنيت من أجلها التنمية المستدامة تبرز ثلاثة إتجاهات تجتمع فيها هذه الغايات هي كالاتي:

1- الإستدامة الاقتصادية:

وتهدف إلى توحيد الجهود بين القطاعين العام والخاص لتحقيق الأهداف والبرامج التي تساهم في تلبية حاجات الأجيال الحالية والمستقبلية والتوفيق بينها من خلال تخفيف حدة الفقر لوقف إستنزاف الموارد، لأن الفقر يؤدي إلى المبالغة في إستخدام الموارد الطبيعية ويسرع من معدل نضوجها، ورفع معدلات النمو الاقتصادي من خلال العمل على تحسين قدرة جميع البلدان خصوصا النامية على التصدي لتحديات العولمة والآثار التي تحملها الاستثمارات الأجنبية المباشرة، بما في ذلك زيادة بناء القدرات ونقل الأموال والتكنولوجيات الملائمة بيئيا

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

وتنشط فرص الشراكة والاستثمار الاجنبي وتبادل الخبرات والمهارات والمساهمة في تفعيل التعليم والتدريب لتحفيز الإبداع والبحث عن أساليب تفكير جديد⁽¹⁾، إضافة إلى زيادة الكفاءة الاقتصادية وفرص العمل في القطاع الرسمي كما تسعى الإستدامة الاقتصادية إلى رفع الإنتاجية خاصة الزراعية منها من أجل تحقيق الأمن الغذائي ورفع الكفاءة الإستخدامية للموارد المائية في التنمية الزراعية والصناعية والحضرية والريفية.

2- الإستدامة الاجتماعية:

وتهدف إلى دعم المشاريع الصغيرة وخلق الوظائف للأغلبية الفقيرة، وتحسين الإنتاجية وأرباح الزراعات الصغيرة وضمان الأمن الغذائي وتهدف الإستدامة الاجتماعية إلى فرض معايير للهواء والضوضاء لحماية صحة البشر وضمان الحد الأدنى من الرعاية الصحية للأغلبية الفقيرة وتأمين الحصول على المياه الصالحة للشرب.

3- الإستدامة البيئية :

وتهدف إلى ضمان الإستعمال المستدام والإستخدام العقلاني للموارد الطبيعية الضرورية للنمو الاقتصادي ومنع إستنزافها وتدميرها من خلال إستخدام التكنولوجيا النظيفة والعمل على تحويل تكاليف التلوث من تكاليف خارجية إلى تكاليف داخلية يتحملها المتسبب فيها .وهو ما قد يكون له انعكاسات على برامج البحث والتطوير، ونقل التكنولوجيا الملائمة من خلال الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وتقييم المشروعات الجديدة من أجل الإستخدام المستدام للأراضي والغابات والموارد المائية والحياة البرية والثروة السمكية وتعزيز وعي الناس بالمشكلات البيئية القائمة وتنمية إحساسهم بالمسؤولية إزاءها وحثهم على المشاركة في إيجاد الحلول لها.

(1) محمد بوهزة، عمر بن سديرة: "الإستثمار الأجنبي المباشر كإستراتيجية للتنمية المستدامة :حالة الجزائر"، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي :التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، منشورات مخبر الشراكة والإستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، دار الهدى للطباعة والنشر، سطيف، 2008 ، ص300 .

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

فمن وجهة النظر الاقتصادية التنمية المستدامة بالنسبة للدول المتقدمة هي خفض استهلاك الطاقة والموارد، أما بالنسبة للدول النامية فهي تعني توظيف الموارد من أجل رفع مستوى المعيشة والحد من الفقر. ومن وجهة النظر الاجتماعية تعني التنمية المستدامة السعي لتحقيق استقرار النمو السكاني ورفع مستوى الخدمات الصحية والتعليمية خاصة في المناطق الريفية. ومن وجهة النظر البيئية تعني التنمية المستدامة حماية الموارد الطبيعية والإستخدام الأمثل للأرض الزراعية والموارد المائية. ومن وجهة النظر التكنولوجية فهي تعني نقل المجتمع إلى عصر الصناعات النظيفة التي تستخدم تكنولوجيا خضراء وطاقة نظيفة وهو ما يسمح بإنتاج أدنى الحدود الممكنة من الغازات الملوثة والحابسة للحرارة والضارة بطبقة الأوزون. لذا كان الهدف الرئيسي منها هو إجراء تغييرات جوهرية في البنى التحتية للمجتمع دون التأثير السلبي على عناصر البيئة .

المطلب الثالث: أبعاد التنمية المستدامة

إن مفهوم التنمية المستدامة يتعدى مجرد التوفيق بين البيئة والتنمية فالتنمية المستدامة بمعناها الواسع تمثل عدة أبعاد مترابطة وهي الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والتكنولوجية والمؤسسية. فلكي تسند التنمية يتعين أن يكون هناك توازن وتفاعل متبادل وترابط متناغم ومتوازن بين هذه الأبعاد، فإذا لم يتوفر بعد واحد لن يتحقق شرط الإستدامة.

أولاً: البعد الاقتصادي⁽¹⁾

يشكل هذا البعد مجموعة العوامل التي تحقق الرفاهية لأفراد المجتمع وفي نفس الوقت المحافظة والإستخدام العقلاني والرشيد لهذه الموارد وهي:

(1) مقدم عبيرات، عبد القادر بلخضر، (2007): "الطاقة وتلوث البيئة والمشاكل البيئية العالمية"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 07، جامعة فرحات عباس، سطيف، ص 51.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

1- حصة الإستهلاك الفردي من الموارد الطبيعية:

تعتمد الأنماط الاستهلاكية لسكان الدول المتقدمة على الاستهلاك المكثف من الموارد الطبيعية وهو ما يمثل أضعاف ما يستخدمه سكان البلدان النامية، فالمعدل الفردي لاستهلاك الطاقة في الولايات المتحدة الأمريكية أعلى من 5 في الهند ب 33 مرة وهو في بلدان منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية أعلى بعشر مرات في المتوسط منه في البلدان النامية مجتمعة .

2- إيقاف تبديد الموارد الطبيعية:

تتلخص التنمية المستدامة بالنسبة للدول الغنية في إجراء تخفيضات متواصلة من مستويات الإستهلاك المبدد للطاقة والموارد الطبيعية وذلك عبر تحسين مستوى الكفاءة وإحداث تغيير في أسلوب الحياة، ولابد في هذه العملية من التأكد من عدم تصدير الضغوط البيئية إلى البلدان النامية، وتعني التنمية المستدامة أيضا تغيير أنماط الإستهلاك التي تهدد التنوع البيولوجي في البلدان الأخرى، كإستهلاك الدول المتقدمة للمنتجات الحيوانية المهددة بالانقراض.

3- مسؤولية الدول المتقدمة عن التلوث وعن معالجته:

تقع على الدول المتقدمة مسؤولية خاصة في قيادة التنمية المستدامة، لأن استهلاكها المتراكم في الماضي من الطاقات الأحفورية كرس إسهامها بنسب كبيرة في مشكلات التلوث العالمي .وبما أن الدول المتقدمة لديها الموارد المالية والتقنية الكفيلة بجعلها تحتل مركز الصدارة في إستخدام تكنولوجيا أنظف، إستغلال الموارد بكثافة أقل، تحويل اقتصادياتها نحو حماية النظم الطبيعية وتهيئة أسباب ترمي إلى تحقيق نوع من العدالة في الوصول إلى الفرص الاقتصادية والخدمات الاجتماعية داخل مجتمعاتها، كل ذلك بإمكانه توفير نوعية الحلول اللازمة لدعم التنمية المستدامة في الدول النامية بإعتبار أن ذلك استثمار يعود بالنفع على الجميع .

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

4- تقليص تبعية الدول النامية :

في ظل الروابط التجارية بين الدول المتقدمة والنامية فإن أي إنخفاض في إستهلاك الموارد الطبيعية في البلدان الصناعية سيؤدي حتما إلى إنخفاض صادرات الدول النامية من هذه المنتجات وتخفيض أسعارها بدرجة أكبر، مما يحرمها من إيرادات هي في أمس الحاجة إليها للإطلاق في إستراتيجية تنموية تقوم على الاعتماد على الذات وتحقيق الاكتفاء الذاتي⁽¹⁾.

5- التنمية المستدامة لدى الدول الفقيرة⁽²⁾:

والتي تتجسد من خلال تكريس الموارد الطبيعية لأغراض التحسن المستمر في مستويات المعيشة كقضية أخلاقية بالدرجة الأولى بالنسبة لأكثر من 20 % من سكان العالم بغية التخفيض من عبئ الفقر المطلق باعتباره من الأولويات الملحة للتنمية المستدامة ولأن هناك روابط وثيقة بين الفقر وتدهور البيئة، والنمو السريع للسكان والتخلف الناتج عن التاريخ الاستعماري والتبعية المطلقة للقوى الرأسمالية .

6- العدالة في توزيع الموارد:

إن الوسيلة الناجحة لتخفيض من عبئ الفقر وتحسين مستويات المعيشة أصبحت مسؤولية كل من البلدان الغنية والفقيرة وتعتبر هذه الوسيلة غاية في حد ذاتها، وتتجسد هذه الغاية في العمل على جعل تعادل فرص الحصول على الموارد والمنتجات والخدمات في ما بين جميع الأفراد داخل المجتمع الواحد، فغياب العدالة في الحصول على التعليم، الخدمات الاجتماعية، الأراضي والموارد الطبيعية الأخرى، وعلى حرية الاختيار وغير

(1) عبد القادر بلخضر، (سبتمبر 2005): "إستراتيجية الطاقة وإمكانية التوازن في ظل التنمية المستدامة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلم التسيير، جامعة البلدة، ص 98 .

(2) زوليفة سنوسي، هاجر بوزيان الرحماني: "البعد البيئي لإستراتيجية التنمية المستدامة"، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي : التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلم التسيير، جامعة فرحات عباس، منشورات مخبر الشراكة والإستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، دار الهدى، سطيف، 2008 ، ص 128.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

ذلك من الحقوق السياسية، تشكل حاجزا هاما أمام التنمية فهذه العدالة تساعد على تنشيط وتحقيق التنمية المستدامة.

ثانيا: البعد الإجتماعي والسياسي

تتميز التنمية المستدامة خاصة بالبعد الإنساني بالمعنى الضيق والذي يجعل من النمو وسيلة للإلتحام الإجتماعي، ولتطوير عملية الاختيار السياسي وتحقيق أكبر قدر من المشاركة الشعبية في التخطيط للتنمية . ولا بد لهذا الاختيار أن يكون قبل كل شيء اختيار إنصاف بين الأجيال بمقدار ما هو بين الدول .لذا فإن هناك مجموعة من الاعتبارات يجب أخذها بعين الاعتبار وهي على النحو التالي:

1- تثبيت النمو الديمغرافي :

وتعني العمل على تحقيق تقدم كبير في سبيل تثبيت نمو السكان وهو أمر يكتسي أهمية بالغة ليس فقط لأن النمو المستمر للسكان لفترة طويلة وبمعدلات شبيهة بالمعدلات الحالية أصبح أمرا مستحيلا، بل كذلك لأن النمو السريع يحدث ضغوطا حادة على الموارد الطبيعية وعلى قدرة الحكومات على توفير الخدمات كما أن النمو السريع للسكان في بلد أو منطقة ما يحد من التنمية المحلية، ويقص من قاعدة الموارد الطبيعية المتاحة لإعالة كل ساكن.

2- أهمية توزيع السكان:

يكتسي توزيع السكان أهمية بالغة في الوقت الراهن فالإتجاهات الحالية نحو توسع أكبر للمناطق الحضرية ولاسيما تطور المدن الكبيرة لها عواقب بيئية ضخمة، فالمدن تقوم بتركيز النفايات والمواد الملوثة وتتسبب في كثير من الأوضاع الخطيرة على السكان والمدمرة للنظم البيئية المحيطة بها، ومن هنا فإن التنمية المستدامة

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

تعني النهوض بالتنمية الريفية النشطة للمساعدة على إبطاء حركة الهجرة إلى المدن، وتعني إتخاذ تدابير خاصة من خلال اعتماد كل السياسات والتكنولوجيا الكفيلة بتقليص الآثار البيئية للتمدن إلى أقصى حدودها⁽¹⁾.

3- التنمية البشرية:

تعتمد التنمية المستدامة على استخدام الموارد البشرية إستخداما كاملا، وذلك بتحسين التعليم والخدمات الصحية ومحاربة الجوع وأن تصل الخدمات الأساسية إلى الذين يعيشون في فقر مطلق أو المناطق النائية، ولهذا فالتنمية المستدامة تعني إعادة توجيه الموارد أو إعادة تخصيصها لضمان الوفاء أولا بالاحتياجات البشرية الأساسية مثل تعلم القراءة والكتابة وتوفير الرعاية الصحية والمياه الصالحة للشرب، وحماية التنوع الثقافي، والاستثمار في رأس المال البشري.

4- أهمية دور المرأة:

لدور المرأة أهمية خاصة في دفع مساعي التنمية المستدامة، ففي كثير من البلدان النامية تقوم النساء بالزراعات المعيشية والرعي ونقل الماء، وبعبارة أخرى هي المدبر الأول للموارد البيئية في المترل، كما أن إشتراك المرأة في الأنشطة بشكل عام له أثرين، الأول هو مساهمتها في التنمية الشاملة والثانية أنه يساهم بشكل غير مباشر في تخفيض عدد المواليد وهو هدف من أهداف السياسات السكانية على مستوى كثير من بلدان العالم.

5- الأسلوب الديمقراطي في إدارة الحكم :

تحتاج التنمية المستدامة على المستوى السياسي إلى مشاركة الأطراف الذين تسهم القرارات السياسية في التخطيط لهذه القرارات، والديمقراطية في اختيار الهيئات والسلطات والمجالس التي تنفذها وتمثلهم، وذلك لسبب وجيه وهو أن جهود التنمية التي لا تشرك الأفراد كثيرا ما يصيبها الإخفاق لذلك فإن اعتماد النمط

(1) نوري منير: "تحليل الأبعاد البشرية للتنمية المستدامة"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الأول حول اقتصاد البيئة

والتنمية المستدامة، المركز الجامعي المدية، 06 و 07 جوان 2006، ص 129.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

التشاركي في إدارة عملية التنمية تعد القاعدة الأساسية للتنمية البشرية المستدامة في المستقبل وهو ما يعرف بالحكم الراشد .

ثالثا: الأبعاد البيئية والتكنولوجية

يكن جوهر البعد البيئي في الإهتمام باستخدام الأمتل والعقلاني للطاقة واقتصاد الموارد غير المتجددة(بترو، غاز، فحم، معادن)، والتنبؤ لما قد يحدث للنظم الإيكولوجية (المناخ، التنوع البيولوجي، المحيطات، الغابات) جراء التنمية للإحتياط والوقاية .

حيث أن كل الأنشطة الاقتصادية بصورة رئيسية يجب أن تأخذ في الحسبان كمية ونوعية المصادر الطبيعية المتاحة على الكرة الأرضية وكيفية عقلنة إستخدامها لأن عامل الإستنزاف البيئي هو أحد العوامل التي تتعارض مع التنمية المستدامة، ويمكن إجمال الأبعاد البيئية فيمايلي:

1-حماية الموارد الطبيعية :

تنطلع التنمية المستدامة إلى حماية للموارد الطبيعية اللازمة لإنتاج المواد الغذائية والوقود بداية من التربة إلى حماية الأراضي المخصصة للأشجار، وإلى حماية مصائد الأسماك من التوسع في الإنتاج لتلبية الطلب المتزايد للسكان لأن أي فشل في صيانة الموارد الطبيعية التي تعتمد عليها الزراعة كفيلا بحدوث نقص في الأغذية في المستقبل. ونقصد هنا بالتنمية المستدامة إستخدام الأراضي القابلة للزراعة وإمدادات المياه إستخداما أكثر كفاءة⁽¹⁾.

2-حماية المناخ من ظاهرة الاحتباس الحراري :

ويعني عدم المخاطرة بإجراء تغييرات كبيرة في البيئة العالمية والتقليل من انبعاث الغازات الدفيئة والتي من شأنها أن تحدث تغيير في الفرص المتاحة للأجيال المقبلة، وذلك بالحيلولة دون زعزعة استقرار المناخ، أو النظم الجغرافية الفيزيائية والبيولوجية أو تدمير طبقة الأوزون الحامية للأرض من جراء النشاط البشري.

(1) برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية لعام 2002 ، ص 2 .

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

3- عقلنة استخدام المحروقات :

كما ترمي التنمية المستدامة إلى الحد من المعدل العالي لانبعاث الغازات الحرارية، وذلك عبر الحد بصورة كبيرة من استخدام المحروقات، وإيجاد مصادر أخرى للطاقة لإمداد عملية التنمية الاقتصادية والهيكل الصناعية، وسيكون من المتعين على البلدان الصناعية أن تتخذ الخطوات الأولى للحد من انبعاث ثاني أكسيد الكربون، واستحداث تكنولوجيا متجددة وأكثر كفاءة.

4- صيانة المياه :

تعني التنمية المستدامة وضع حد للإستخدامات المبددة وتحسين كفاءة شبكات المياه، كما تعني تحسين نوعية المياه وقصر المسحوبات من المياه السطحية على معدل لا يحدث اضطرابا في النظم الايكولوجية التي تعتمد على هذه المياه، وقصر المسحوبات من المياه الجوفية بما يضمن تجدها .ورغم أن ثلثا مساحة كوكب الأرض مغطاة بالمياه إلا أنه لا يمكن الاستفادة إلا بنسبة 0.01 % منها لأغراض الإستخدام البشري المباشر فضلا عن ذلك فإنه لا يتوافر من هذه المياه العذبة المتجددة اليوم أكثر مما كان متاحا في فجر الحضارة الإنسانية.

5- حماية الأنظمة الهشة :

تعني التنمية المستدامة في هذا المجال أن يتم صيانة ثراء الأرض من التنوع البيولوجي والأنواع المهددة بالانقراض للأجيال المقبلة وذلك بإنشاء المحميات الطبيعية والمحافظة على الملاجئ والنظم الإيكولوجية.

6- تشجيع استعمال تكنولوجيا أنظف في المرافق الصناعية:

تتعارض التنمية المستدامة مع التكنولوجيا الملوثة، وعليه لتحقيق التنمية المستدامة لا بد من إعادة توجيه التكنولوجيا المستخدمة بما يجعلها أكثر ملائمة للبيئة وذات إستخدام أقل للموارد وتولد أقل قدر من التلوث والنفايات .لذا يتعين على الدول النامية أن تستورد تكنولوجيا نظيفة ملائمة لبيئتها المحلية خاصة عند استقطابها للاستثمارات الأجنبية المباشرة، وأن تعمل بإستمرار على تطوير قدراتها الذاتية فيما يتعلق بالتعامل مع

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

التكنولوجيا مما يجعلها تكسب قدرات ومهارات تقنية تؤمن لها في نهاية المطاف القدرة على وتطوير تكنولوجيا محلية نظيفة.

المطلب الرابع: خصائص التنمية المستدامة

لقد أفرز التطور التاريخي للتنمية المستدامة الخصائص الآتية⁽¹⁾:

1- المقارنة الدولية :

تبحث في كيفية تجاوز الفروقات بين الشمال والجنوب، والإصرار على أن تدهور البيئة هي مشكلة ذات بعد عالمي أو بالأحرى كوني. مع ذلك فهي تقترح حلول متفرقة. فبالنسبة للشمال، الحد من النفايات والعوامل هي من أكبر الانشغالات. بينما في الجنوب فتسيير النمو الديمغرافي هو ما يشد الانتباه، وبذلك تحتم على الجميع تغيير هياكل الإنتاج والإستهلاك من خلال الأخذ بالحسبان كل التكاليف والأضرار، ومن خلال التقدم التكنولوجي، ومن خلال تغيير تفضيلات المستهلكين.

2-التسيير البيئي:

باعتبار نقل رأس المال الطبيعي إلى الأجيال القادمة هو واحد من أهداف التنمية المستدامة، بالإضافة إلى خلق صورة مشرقة للطبيعة التي تعتبر موروث طبيعي يمنح الإنسان الرفاهية والصحة. لهذه الاعتبارات وجب خلق طرق تسييرية تبحث في المقام الأول تقليل اثر بعض السلوكيات الملوثة للبيئة والتي كانت شائعة في الماضي، والسهر على عدم طرح لبدائل لبعض الأنظمة البيئية في وقتنا الحاضر.

3-إدراك الفروقات الاجتماعية:

تبحث التنمية المستدامة في كيفية تصحيح ظروف اللامساواة بالاعتماد على الخيارات الاقتصادية الفردية لأنه بتقليل الفروقات في الدخل والثروة يمنح ذلك المشروعية للتنمية المستدامة.

(1) التقرير الموجز للأمم المتحدة: " السكان والبيئة والتنمية"، نيويورك، 2001 ، ص20 .

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

المبحث الثاني: مؤشرات التنمية المستدامة

تختلف مؤشرات قياس التقدم في تحقيق التنمية المستدامة باختلاف الهيئة المعدة لها، ويرجع ذلك إلى المتغيرات المأخوذة في الاعتبار، والغرض من المؤشر وحتى وجهات النظر حول مفهوم التنمية المستدامة في حد ذاته، ونظراً لتعددنا فسنركز على بعض المؤشرات القطاعية للتنمية المستدامة والمؤشرات الأساسية المجمع.

المطلب الأول: المؤشرات القطاعية:

تنطوي على إعداد مؤشر البعد البيئي للتنمية المستدامة ومن أهمها:

أولاً: البصمة الايكولوجية (1)

أسس المؤشر كل من WACKERNAGEL و REES ويقاس الضغط الذي يمارسه الإنسان على الطبيعة، حيث يقوم على المساحة المنتجة الضرورية لمجتمع ما لتلبية متطلباته (استهلاكه من الموارد، احتياجاته من طرح النفايات).

وتجدر الإشارة هنا أن وحدة القياس المستخدمة في هذا المؤشر هي " وحدة المساحة " الهكتار كما يمكن الحصول على البصمة الايكولوجية لمتوسط المساحة لكل فرد بقسمة مساحة الأرض على عدد السكان، فمثلاً البصمة الايكولوجية للولايات المتحدة الأمريكية لوحدها متوسط استهلاك الدولة مقدراً بوحدة المساحة (تستحوذ على ما يفوق % 20 من المساحة الكلية) لكوكب الأرض حسب دراسة أجراها باحثون في كولومبيا خلال بداية التسعينات من القرن الماضي من القرن الماضي (2).

(1) مكتب الفني لاستخدام الصلب (Otua) متاح على: <http://www.Otua.org/pdf/dossierDevDur.pdf>

(2) باتر محمد علي وردم، متى تطالب الدول النامية بالمديونية البيئية من الدول الصناعية؟، متاح على:

http://www.moroc-ecologie.net/article.php3?id_article

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

ثانيا: مؤشر المحاسبة البيئية (المحاسبة الخضراء)

تهدف المحاسبة الوطنية إلى وضع في الأفق متغيرات معبرة عن حالة و تطور الاقتصاد الوطني لإعطاء أصحاب القرار قاعدة للعمل، فنظام المحاسبة الوطنية هو مجموعة الحسابات التي تقوم بها الدول دوريا لمتابعة تطور اقتصادها، وعادة ما لم يتم إدماج القيمة الاقتصادية للموارد الطبيعية في نظام المحاسبة الوطنية، ومع بروز مفهوم التنمية المستدامة أدى بالحكومات إلى الرغبة في إدماج البعد الاقتصادي الكلي للبيئة في حقل القرار السياسي، خصوصا بواسطة محاسبة بيئية خاصة تسمى المحاسبة الخضراء ويمكن تعريفها بأنها الوصف المنهجي داخل إطار محاسبي للعلاقات المتبادلة بين البيئة والاقتصاد⁽¹⁾.

رغم أنه لا يوجد نموذج واحد لمحاسبة بيئية، يمكن تمييز بين ثلاثة مقاربات رئيسية:

1- ضبط نظام المحاسبة الوطنية:

تعتمد على مبدأ الناتج الداخلي الخام الأخضر، وتهدف هذه المقاربة الاقتصادية الكلية الخاصة بالمحاسبة البيئية إلى تهيئة نظام المحاسبة الوطنية بإدماج عدة معطيات داخلية، كتكلفة الأضرار الايكولوجية وانخفاض مخزون الموارد الطبيعية، نفقات تسيير البيئة، و قيمة الخدمات البيئية، ومن ثم، حساب الناتج الداخلي الخام مصحح من اختراقات البيئة. فهذا ما يسمى بالناتج الداخلي الخام الأخضر، وقد طبق لأول مرة في أندونيسيا، مع نهاية الثمانينات من طرف المعهد العالمي للموارد (WRI) ، الذي قيم اندثار الغابات الإندونيسية.

2- الحسابات التابعة :

وهي تهدف إلى تكملة نظام المحاسبة الوطنية، واستعملت في دول كثيرة لتوفير المعلومات المحاسبية المفصلة حول نشاط خاص مثل البحث والتربية والنقل والحماية الاجتماعية وحماية البيئة.

(1) منظمة اليونسكو (unesco) ، متاح على: http://www.unesco.org/most/sd_arab/fiche2b.htm

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

3- حسابات المصادر والتراث الطبيعي:

منذ سنة 1970 تم تخيل حسابات فيزيائية للبيئة، من طرف النرويجيين⁽¹⁾، وتحت تسمية حسابات المصادر الطبيعية، نظرا لصعوبة التقدير النقدي لبعض المظاهر البيئية في المحاسبة البيئية التابعة، تعالج هذه الأخيرة مصادر نظام الإنتاج معبرا عنها بوحدة فيزيائية أو نقدية.

ثالثا: مؤشر التنمية البشرية

وهو مؤشر وطني تم إعداده مع بداية التسعينات من القرن الماضي، يعتمد على إدماج معطيات اجتماعية نوعية، يحيط بأهم الجوانب الاجتماعية للتنمية حيث يرتبط بالمستوى التعليمي، نصيب الفرد من الدخل الوطني....، يقتصر هذا المؤشر على إبراز التقدم في مستوى التنمية البشرية من خلال معطيات اقتصادية واجتماعية فحسب، ويركز المؤشر على الخيارات المتعلقة بالتنمية البشرية المتاحة وأهمها⁽²⁾:

- مستوى معيشي لائق يمكن تحقيقه من خلال زيادة متوسط نصيب الفرد من الدخل؛
- مستوى لائق من التعليم والرعاية الصحية والتغذية الملائمة؛
- توفر فرص العمل التي تضمن تحقيق الدخل المناسب؛
- إتاحة الفرصة الكاملة لكافة الأفراد للمشاركة في القرارات التي يتخذها المجتمع؛
- تمتع الأفراد بالحرية السياسية والاجتماعية

(1) نصب نمط حسابات المصادر الطبيعية في النرويج أساسا على الطاقة وعلى تلويث الجو.

(2) unisco.org, 12/01/2007, http://www.unisco.org/most/sd_arab/fiche2b.htm

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

المطلب الثاني: المؤشرات الأساسية المجمعّة

ويمكن تقسيمها إلى أربعة مؤشرات رئيسية:

أولاً: المؤشرات الاقتصادية⁽¹⁾

1- التعاون الدولي لتعجيل التنمية المستدامة:

ويمكن قياسها من خلال المؤشرات التالية:

- نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي : ويحسب بقسمة الناتج المحلي الإجمالي بأسعار السوق الجارية في سنة معينة على عدد السكان، ويمكن تصنيفه من مؤشرات القوة الدافعة؛
- حصة الاستثمار الثابت الإجمالي إلى الناتج المحلي الإجمالي : يقيس هذا المؤشر نسبة الاستثمار الإجمالي إلى الإنتاج، ويعبر عنه بنسبة مئوية؛
- صادرات السلع والخدمات / واردات السلع والخدمات: ويبين هذا المؤشر قدرة البلدان على الاستمرار في الاستيراد.

2- تغيير أنماط الاستهلاك:

ويمكن قياسه من خلال نصيب الفرد السنوي من استهلاك الطاقة، حيث يقيس هذا المؤشر نصيب الفرد من الطاقة في بلد ما.

3- الموارد والآليات المالية:

ويتم قياسها من خلال المؤشرات التالية:

- ✓ رصيد الحساب الجاري كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي؛
- ✓ مجموع الدين الخارجي كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي؛
- ✓ صافي المساعدات الإنمائية الرسمية المتلقاة كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي.

(1) تطبيق مؤشرات التنمية المستدامة في دول الاسكوا: تحليل النتائج، الأمم المتحدة نيويورك 2005 ص ص: 6، 8. متاح

على: <http://www.uobabylon.edu.iq/sustainability/files>

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

ثانيا: المؤشرات الاجتماعية

القضاء على الانفجار السكاني: و يقصد نمو السكان بمعدلات سريعة جدا لا تتفق مع معدلات التنمية أو القدرات البيئية و يمثل القضاء على الانفجار السكاني مؤشرا لتحقيق التنمية المستدامة.و يمكن متابعة تطور نمو السكان في العالم مع إسقاط مستقبلي(1965-2030) طبقا للجدول التالي:

جدول رقم(04): يوضح توقعات تطور نمو السكان العالمي من 1965-2030

السنة	عدد السكان بالمليون	معدل النمو السنوي
1965	3326	%1.8
1990	5284	%1.6
2000	6185	%1.6
2030	8869	%1.2

المصدر: نوري منير: " تحليل الأبعاد البشرية للتنمية المستدامة"، مرجع سبق ذكره ، ص12

نستنتج من الجدول أعلاه بان عدد سكان العالم في زيادة مستمرة و هذا يتعارض مع أهداف التنمية المستدامة فنلاحظ انه متوقع زيادة السكان خلال الفترة 1990-2030 بنحو 3585 مليون نسمة و أن 90 % من نصيب الدول النامية.و يعتبر مؤشر زيادة معدلات نمو السكان من اهم مؤشرات التنمية المستدامة.

1- تحقيق الأمن الغذائي:

حيث تعتبر التنمية الغذائية المحلية هي بعدا أساسيا من أبعاد الأمن الغذائي و يتطلب ذلك إيجاد مخزون استراتيجي لمواجهة التغيرات.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

2- دعم برامج الأسرة:

خاصة في الدول التي تتسم بمعدلات نمو سكاني سريعة جدا و هذه البرامج تهدف للحفاظ على البيئة و التوعية و الالتزام.

3- التخفيف من حدة الفقر:

حيث يعتبر الفقر عدوا ثانيا للتنمية المستدامة و علاجه يعني حتمية أخلاقية إنسانية و مؤشرا للتنمية و استدامتها.

4- دعم دور المرأة في التنمية المستدامة:

باعتبارها هي نصف المجتمع و هي لصيقة بالبيئة وهي محور التنمية و هي ضحية في ذات الوقت و إن كانت متهمه بعداء البيئة⁽¹⁾.

المبحث الثالث: مفاهيم أساسية حول التنمية السياحية المستدامة

بدأ البحث في مشكلة استدامة السياحة في سبعينيات القرن العشرين وذلك نتيجة ثلاث عوامل :

- النمو الهائل للسياحة الجماعية وتزايد الاقبال على سياحة المناطق والمواقع في البلدان غير الغربية؛
- الانتشار المتزايد لأسطورة السياحة كوسيلة لتنمية دائمة الايجابية في مواجهة الأضرار المتزايدة التي تسببت بها السياحة في البيئة والثقافات والأخلاق، الخ؛
- زيادة الوعي البيئي والثقافي في بعض القطاعات لدى شعوب البلدان المتقدمة ولاسيما لدى شعوب البلدان الغير غربية، مع نضالات مهمة في مواجهة النتائج السلبية للسياحة "العادية".

تعني "السياحة المستدامة" تنظيم السياحة ودفعها إلى تطبيق مبادئ التنمية المستدامة كما حددتها الأمم المتحدة: "تنمية تلبي الاحتياجات الحالية من دون التسوية على حساب إمكانية الأجيال المستقبلية تلبية احتياجاتهم

(1) الطاهر خامرة،(2007) " المسؤولية البيئية الاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة - حالة سوناطراك-" رسالة ماجستير (غ م) كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، ص 42.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

الخاصة. " إن السياحة المسؤولة هي سياحة مستدامة تحترم البشر والثقافات، وتتفادى أي شكل من أشكال العنف (السياحة الجنسية، القرصنة الثقافية والبيولوجية، التمييز، الاضرار بأي طريقة بالهوية الثقافية، الخ.) وتعزز العلاقات الايجابية الانسانية ما بين الثقافات ضمن السياحة وعبرها. مؤخراً بات مفهوم "السياحة المستدامة" يشمل بالكامل مفهوم "السياحة المسؤولة".

في البداية، بنيت فكرة "السياحة المستدامة" على تقاطع بين المفاهيم البيئية والأخلاقية، فكانت بالتالي نوعاً من المعارضة المناضلة "للسياحة العادية" خاضتها مجموعات محدودة من "أشخاص خارجين عن المألوف". وعلى مر السنين، أنتج التطور في الممارسات والمفاهيم ثلاث ظواهر مختلفة :

- عدد متزايد من الاختبارات الفعلية على مستوى السياحة المستدامة مرفق بعدد متزايد من السياح وإنما مع غياب منطق المشاركة بين مختلف المواقع والاختبارات والبلدان؛
- عدد متزايد مما يسمّى الاختبارات في "السياحة المستدامة" التي تستغل هذه التسمية وكذلك تسميات أخرى (السياحة البيئية والسياحة الثقافية والسياحة لصالح الفقراء، الخ.) من دون أن تتوافق حقاً مع المبادئ؛
- مضاعفة العروض في ما يتعلق بسلع الواقع ("سياحة النبيذ"، "سياحة الطعام"، "السياحة الخضراء"، "السياحة العرقية"، "سياحة الذاكرة"، "السياحة الموسيقية"، الخ.) بحيث أن كل سلعة أو فئة تنتمي من دون ترابط مع الأخرى، بالإضافة إلى التباس متزايد في مفهوم "السياحة الجيدة".

بالنسبة إلى مجلة "ناتوروبا" عن الطبيعة التابعة لمجلس أوروبا، عرفت "السياحة المستدامة" بأنها "أي شكل من الأنشطة السياحية التي تحافظ على المدى الطويل على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية". وهي بالتالي تتضمن المفهوم عينه الخاص بالسياحة المسؤولة وهي لم تعد ترتبط بالنواحي البيئية فقط بل أيضاً بالنواحي الاجتماعية والثقافية. وبالاستناد إلى مفاهيم الامم المتحدة والاتحاد الاوروبي، كل عنصر (المؤسسات المحلية، المنظمات الغير حكومية، الشركات السياحية، منتجوا الاغذية، ممثلي المتاحف، القادة المحليون، النقابات،

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

الفنانون، المهاجرون، الجمعيات البيئية، الخ (يمكنه أن يكون لاعباً فاعلاً يساهم في إنشاء "سياحة مستدامة" حقيقية في حال اعتُمدت "مقاربة التشارك".

بالنسبة إلى منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة، يمكن تحديد السياحة المستدامة كمايلي: "السياحة تأخذُ بعين الاعتبار آثارها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية الحالية والمستقبلية، وتلبي احتياجات الزائرين والمجتمعات المضيفة وقطاعي الصناعة والبيئة".

هذه وجهة نظر عالمية ولكن بالنسبة إلى الواقع المتوسطي، فهو يشكل نموذجاً أكثر أهمية لأن المصدر الرئيسي للتنمية والتقدم في أي مجال (الثقافة، الاقتصاد، الفن، الصحة، الخ.) في حوض البحر الابيض المتوسط كان ويمكن/يجب أن يكون "واقع التشبيك" للروابط ما بين حضارات وثقافات شعوب المتوسط (1).

المطلب الأول: تعريف التنمية السياحية المستدامة

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

وعرفها الإتحاد الأوروبي للبيئة والمنتزهات القومية سنة 1993 التنمية السياحية المستدامة على أنها نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية، كما تعرف على أنها التنمية التي تقابل وتشبع إحتياجات السياح والمجتمعات الضيفة الحالية وضمان إستفادة الأجيال المستقبلية، كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الإقتصادية والإجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية وإستمرارية العمليات الإيكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية .

والجدول يوضح المقارنة بين التنمية السياحية المستدامة والسياحة التقليدية:

(1) محمد إبراهيم عراقي و فاروق عبد النبي عطا الله،(2012): "التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية" ،دراسة تقييمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية" المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي - السيوف الإسكندرية، ص.4

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

جدول رقم (05): مقارنة بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة

تنمية تتم على مراحل	تنمية سريعة	من حيث الخصائص:
طويلة الأجل	قصيرة الأجل	
لها حدود وطاقة إستيعابية معينة	ليس لها حدود	
سياحة الكيف	سياحة الكم	
إدارة عمليات التنمية من الداخل عن طريق السكان المحليين	إدارة عمليات التنمية من الخارج	
تخطيط شامل ومتكامل	تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	من حيث الإستراتيجيات:
مراعاة الشروط البيئية في البناء وتخطيط الأرض	التركيز على إنشاء البناءات	
برامج خطط لمشروعات مبنية على مفهوم الإستدامة.	برامج خطط لمشروعات	

المصدر: أ.د محمد إبراهيم عراقي و فاروق عبد النبي عطا الله : التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية " دراسة تقييمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية" المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي - السيوف الإسكندرية، ص.5. بتصريف

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

المطلب الثاني: مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة

إن الاهتمام المتزايد بالسياحة دفع إلى تعاظم دورها في التنمية من حيث تشجيع الاستثمار في إنشاء المشروعات السياحية في إطار الإعفاءات الضريبية على واردات السياحة، كما ستوفر فرصا مهمة لمساهمة الدول في إنشاء مشاريع البنى التحتية، خاصة في ظل مفهوم الإستدامة، وتتمثل مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة في النقاط التالية:

أ- حماية البيئة وزيادة التقدير والاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمعات.
ب- تلبية الإحتياجات الأساسية للعنصر البشري والإرتقاء بالمستويات المعيشية.
ت - تحقيق العدالة بين أفراد الجيل الواحد وبين الأجيال المختلفة من حيث الحق في الإستفادة من الموارد البيئية والدخول.

- خلق فرص جديدة للإستثمار وبالتالي خلق فرص عمل جديدة وتنوع الإقتصاد.
- زيادة مداخيل الدولة من خلال فرض الضرائب على مختلف النشاطات السياحية.
- تحسين البنى التحتية والخدمات العامة في المجتمعات المضيفة.
- الإرتقاء بمستوى تسهيلات الترفيه وإتاحتها للسياح والسكان المحليين على حد سواء.
- الإرتقاء بالوعي البيئي والقضايا البيئية لدى السياح والعاملين والمجتمعات المحلية.
- مشاركة المجتمعات المحلية في إتخاذ قرارات التنمية السياحية وبالتالي خلق تنمية سياحية مبنية على المجتمع.

- التشجيع على الاهتمام بتأثيرات السياحة على البيئة والمنظومة الثقافية للمقاصد السياحية.
- إيجاد معايير للمحاسبة البيئية والرقابة على التأثيرات السلبية على السياحة.
- الإستخدام الفعال للأرض وتخطيط المساحات الأرضية بما يتناسب مع البيئة المحيطة.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

المطلب الثالث: أساليب تطبيق مبادئ ومعايير التنمية السياحية المستدامة

تعد التنمية السياحية أحد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة للدولة لما لها من قدرة على تحسين ميزان المدفوعات وتوفير فرص عمل وخلق فرص مدرة للدخل، فضلا عن المساهمة في تحسين أسلوب ونمط الحياة الاجتماعية والثقافية لجميع أفراد المجتمع.

حيث تشير الدراسات إلى أن نظريات وفلسفات التنمية السياحية المستدامة تظل على هيئة مسلمات إذا لم تتوفر لها مقومات أساسية عند تنفيذ مخططات التنمية السياحية، وعلى الرغم من الصعوبات التي تواجه تطبيق التنمية السياحية المستدامة إلا أنه لا يوجد خلاف على أهمية تبني مبادئ الإستدامة لإدارة وحماية الموارد الطبيعية.

كما أنه من الضروري لإنجاح التنمية السياحية المستدامة في المستقبل تكييف الأجهزة والمنظمات القائمة على النشاط السياحي مع التغيير للأسلوب الذي يحقق الإستدامة للنشاط السياحي بمختلف أنواعه.

ويعتبر مفهوم أفضل ممارسة لإدارة بيئية بمثابة الأسلوب الأمثل للإستجابة للتغيير وما يتطلبه من إعادة هيكلة للعمليات المختلفة، كما أنه يعتبر الإطار الشامل الذي يقدم المعايير البيئية المختلفة التي من خلالها يتم تحقيق الجودة البيئية والإرتقاء بمستوى التخطيط والتنمية في المناطق السياحية، ويهدف مفهوم أفضل ممارسة لإدارة البيئة إلى:

- الإستخدام الرشيد للموارد الطبيعية مثل الأرض، التربة، الطاقة والمياه وغيرها.
- العمل على خفض نسب التلوث بأشكاله المختلفة، الصلبة والسائلة والغازية.
- الحفاظ على التنوع البيولوجي من خلال حماية النباتات والحيوانات والنظام الإيكولوجي.
- الإبقاء على التراث الثقافي بأشكاله المختلفة من عادات وتقاليد وتراث معماري وغيرها
- المشاركة المحلية لكافة طوائف المجتمع في عمليات التنمية مع العمل على تكامل الثقافات المحلية.
- إستخدام العمالة والمنتجات المحلية.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

- التقليل من المواد الكيماوية الملوثة للتربة.
- وضع سياسة تراعي الشروط البيئية في كافة مراحل التنمية السياحية.
- الأخذ بعين الاعتبار شكاوي السائحين.

كما نشير في هذا الصدد أن هناك مداخل عديدة لمفهوم أفضل ممارسة لإدارة البيئة مثل فرض مبالغ مالية وغرامات نقدية على المنشآت التي تلوث البيئة (المدخل القانوني)، إضافة إلى التشريعات والتعليمات المتعلقة بإستخدام الموارد السياحية فضلا عن توفير الهيكل الإداري الذي يحقق ذلك (المدخل الإداري)، وكذلك ضرورة إستخدام التكنولوجيا الصديقة للبيئة في إدارة العمليات السياحية (المدخل التكنولوجي)، وأخيرا المدخل الثقافي من خلال قياس إتجاهات المجتمعات المضيفة تجاه السياحة⁽¹⁾.

المطلب الرابع: مختلف الأشكال البديلة للسياحة المستدامة

توجد عدة أشكال بديلة للسياحة يمكن دمجها ضمن التعريف العام للسياحة المستدامة. وتتميز هذه الأشكال بنقط مشتركة إلا أنها تتضمن أيضا بعض نقاط الاختلاف (فوارق صغيرة جدا) توجهها نحو إحدى ركائز الثلاث للتنمية المستدامة.

وتؤثر سياقات ومعايير أخرى في تحديد أشكال السياحة، كالمستوى التنموي للبلد، تنوع و غنى مؤهلاته السياحية أو تموقع منتوجه السياحي. فعلى سبيل المثال، تتمحور السياحة البيئية حول المكون البيئي (ونخص بالذكر هنا الطبيعة كمنتوج سياحي - مثال: الحفاظ على المواقع الطبيعية، حماية التنوع البيولوجي، الخ).

(1) محمد إبراهيم عراقي و فاروق عبد النبي عطا الله ، مرجع سبق ذكره، ص 7.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

شكل رقم 07: مختلف أشكال السياحة المستدامة



المصدر: وزارة السياحة للمملكة المغربية، تاريخ الإطلاع 29 نوفمبر 2014 على الساعة 11:11 صباحا على

الموقع: <http://www.tourisme.gov.ma/ar//>

يمكن تفسير هذا الشكل كمايلي

أولاً: السياحة البيئية (السياحة الخضراء)

تحدد السياحة البيئية أشكال السياحة التي يتم اعتمادها في المجال الطبيعي، وهي مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بمفهوم اكتشاف الأوساط الطبيعية والحرص على الحفاظ عليها وتحسيس السياح بأفضل الممارسات المتعلقة باحترام البيئة الطبيعية والبشرية التي تستضيفهم.

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

وحسب تعريف منظمة السياحة العالمية، فالسياحة البيئية " تلبى الحاجيات الراهنة للسياح والجهات المستضيفة، مع الحفاظ على المؤهلات السياحية الطبيعية وتأمينها في المستقبل. كما تعمل السياحة البيئية على تسيير الموارد التي تستجيب إلى الحاجيات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية، مع الحفاظ على الاندماج الثقافي والعمليات البيئية اللازمة والتنوع البيولوجي والنظم التي تدعم الحياة".

كما يُعرّف الاتحاد الدولي للحفاظ على الطبيعة السياحة البيئية أيضا بـ "زيارة مسؤولة إلى أوساط طبيعية بهدف الاستمتاع بالطبيعة (وكل بعد ثقافي من الماضي أو الحاضر)، وتهم تشجيع الحفاظ على الموارد، ولها تأثير سلبي قليل وتُقدم امتيازات سوسيو اقتصادية للسكان المحلية".

ثانيا: السياحة العادلة

يُستعمل المصطلح "عادل" أساسا في سياق التعاملات بين المستهلكين في الشمال والمزودين في الجنوب. وتُعرّف السياحة العادلة بـ "مجموع أنشطة الخدمات السياحية التي يُقدمها الفاعلون السياحيون لمسافرين مسؤولين، ويتم إعدادها من قبل الساكنة المستضيفة المحلية التي تُشارك بكيفية مهمة في تطوير تعريف هذه الأنشطة (مع احتمال تعديلها وتوجيهها أو وقفها) وتسييرها المستمر. ويجب أن تكون الفوائد الاجتماعية والثقافية والمالية لهذه الأنشطة ملموسة محليا، وموزعة بشكل متساو بين أعضاء الساكنة المحلية".

ثالثا: السياحة المسؤولة

حسب التحالف الدولي للسياحة المسؤولة "تحدد السياحة المسؤولة كل شكل من أشكال التنمية والتهيئة والأنشطة السياحية التي تحترم وتحافظ على الأمد الطويل على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية التي تساهم، بدورها، بشكل إيجابي وعادل في تنمية وازدهار الأفراد الذين يعيشون ويقومون بهذه الفضاءات".

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

كما تساهم السياحة المسؤولة كذلك في خلق التفاهم والاحترام المتبادل بين الناس. وباعتبارها محركا للازدهار الفردي والجماعي، تركز السياحة المسؤولة على الأصالة ولقاء السياح بالسكان المحليين من جهة، والتسيير المعقلن للموارد الطبيعية من جهة أخرى⁽¹⁾.

رابعا: السياحة التضامنية

تجمع السياحة التضامنية بين أشكال السياحة "البديلة" التي تعطي أولوية وأهمية قصوى للناس واللقاء خلال السفر وتندرج في إطار تنمية الجهات. ومن أسس هذه السياحة إشراك السكان المحليين في مختلف مراحل المشروع السياحي، واحترام الأفراد والثقافات والطبيعة، والتوزيع العادل للثروات المحصلة.

كما تهدف السياحة التضامنية إلى جعل كل من السياح والسكان المحليين في آن واحد كمتعهد ومستهلك للنشاط السياحي. ويتطلب بالتالي إنتاج السياحة التضامنية ثلاثة أطراف معنية: جمعيات الشمال، ومنظمات الجنوب الأساسية، و السياح.

خامسا: السياحة الاجتماعية

إن السياحة الاجتماعية هي ثمرة ضرورة أخلاقية بغية جعل السياحة للجميع، وهي تولي أهمية خاصة لفئات السكان ذات الدخل المحدود (الشباب وفئة من المتقاعدين على وجه الخصوص) وذوي الاحتياجات الخاصة. وحسب المكتب الدولي للسياحة الاجتماعية الذي يهدف إلى تشجيع تنمية السياحة الاجتماعية دوليا، فالسياحة الاجتماعية هي "مجموع التقارير والظواهر الناتجة عن المشاركة في السياحة، خصوصا مشاركة الطبقات الاجتماعية ذات الدخل المحدود. ويمكن تحقيق هذه المشاركة أو تسهيلها عبر إجراءات ذات طابع اجتماعي".

(1) للمزيد من المعلومات، المرجو زيارة الموقع التالي: <http://ethics.unwto.org/en/content/responsible-tourist>

الفصل الثالث: السياحة من منظور التنمية المستدامة

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل إتضح أن مفهوم التنمية المستدامة قد لقي قبولا دوليا واسعا منذ منتصف ثمانينات القرن الماضي، إلا أن العالم لم ينجح حتى الآن في تبني خطوات فعلية جادة في طريق الاستدامة الحقيقية نحو التوفيق بين تلك التناقضات بين التنمية والبيئة الناتجة عن نموذج التنمية المهيمن منذ منتصف القرن العشرين، مما يجعل البشرية تواجه مستقبلا محفوفا بالمخاطر وعدم اليقين.

و تعتبر السياحة عامل للتوسع الجهوي خاصة، لأنها تؤدي إلى تطور النشاط الإقتصادي وخلق مناصب شغل جديدة في مناطق فقيرة ومعزولة وإنشاء مشاريع سياحية فيها، إضافة إلى تطوير نشاطات أخرى بهذه المناطق والنهوض بها، وبالتالي تحقيق التوازن الجهوي ودعم الإقتصاد بشكل عام . كما تشكل الطبيعة أهمية كبيرة باعتبارها أحد عناصر البيئة الواجب حمايتها وتنميتها، لتصبح قادرة على مواكبة التطور السريع والمتزايد للإستثمارات في قطاع السياحة والقطاعات الأخرى.

وهذا ماسنحاول التطرق إليه في الفصل الأخير الذي من خلاله نحاول تسليط واقع الإستثمارات السياحية بالجزائر ومدى مساهمته في التنمية المستدامة.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

تمهيد:

الجزائر التي تصبو للارتقاء بالسياحة إلى مصاف القطاعات الدارة للثروة وبناء قطاع سياحي جذاب للسياح، سارعت إلى بعث سياسة سياحية جديدة تهدف إلى تنمية وترقية المنتج السياحي الجزائري وإدماجه في السوق السياحية العالمية في إطار شروط التنمية السياحية المستدامة، من خلال جملة من القوانين والتشريعات الخاصة بالتنمية السياحية، التي تمثل الإطار الكامل لسياسة سياحية متواصلة تهدف إلى تحقيق جملة من الأهداف الكمية والنوعية جاءت ضمن تصور تطوير السياحة المستدامة للفترة 2004 - 2013 منها: زيادة حجم الاستثمارات السياحية، زيادة التدفقات والإيرادات السياحية بالعملية الصعبة، تلبية حاجات المواطنين وتحسين نوعية الخدمات؛ هذه الأهداف تحتاج بطبيعة الحال إلى جملة من الوسائل والمتطلبات منها: تدابير تخص دعم الاستثمار السياحي، دعم التكوين، دعم النوعية دعم ترويج المنتج السياحي، مع ضرورة وجود مخطط توجيهي للتهيئة السياحية يتماشى والأهداف المرجو تحقيقها.

وفي هذا المجال، بادرت الجزائر إلى انجاز برامج هذا المخطط بداية من سنة 2008 ، سعيا منها لتحقيق أهداف المخطط، على ضوء ما تقدم سنحاول التطرق في هذا الفصل إلى توضيح واقع السياحة بالجزائر ومقوماتها والإستراتيجيات التي وضعتها الدولة لتطوير هذا القطاع، مع محاولة منا لوضع إستراتيجية مقترحة لتهيئة وتطوير القطاع السياحي في السنوات القادمة.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

المبحث الأول: أسس القطاع السياحي في الجزائر

دون الخوض في مختلف المفاهيم التي أعطيت وصيغت للسياحة والتي قمنا بالتعرض لها في الفصل الثاني، إذ تتزايد أهميتها على الصعيد العالمي، حيث ينظر لها اليوم على أنها قطاع منتج يقدم قيمة مضافة ويمكنه إخراج الجزائر من التبعية النفطية بالنظر للإمكانيات السياحية الهامة التي تزخر بها بين مقومات طبيعية، تاريخية وحضارية وغيرها.

المطلب الأول: المقومات السياحية

تملك الجزائر إمكانيات سياحية هامة يمكن تقديمها في:

أولاً: الخصائص الطبيعية والجغرافية

حيث تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض المتوسط، وتحل مركزاً محورياً في المغرب العربي وأفريقيا والبحر الأبيض المتوسط، بفضل طابعها الجغرافي والاقتصادي ومميزاتها الاجتماعية والثقافية، وسمات مورفولوجيتها الخاصة، ووضع طبيعتها الأصلية ومواردها المتعددة⁽¹⁾، حيث يبلغ طول ساحلها حوالي 1600 كلم، وتعد الجزائر من أكبر البلدان الأفريقية من حيث المساحة، إذ تتربع على مساحة 2381741 كلم²، وعدد سكانها يفوق 39 مليون نسمة⁽ⁱ⁾. وفي الجزائر منطقتين متميزتين عن بعضهما البعض، هما:

1- منطقة الشمال:

وتضم المناطق التلية والمناطق السهلية، وهي مناطق عريضة أكثر منها طويلة، وهي تضم أخصب الأراضي، وتحتوي السهول والجبال كالونشريس، القبائل، تلمسان، وجبال الأطلس الصحراوي التي تتكون بدورها من جبال القصور، العمورية، أولاد نايل، و أخريبان. كما يتصف المناخ الجزائري بالمتوسط أساساً وآخر قاري، هذا ما يجعل الشتاء بارداً قارصاً، والصيف حاراً و جافاً.

1) Algérie terre de richesses, Ministère du Tourisme et de L'Artisanat, 2014, http://www.mta.gov.dz/site_relooke/fr/potentialitesTour.php, consulté le 07/10/2014.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

• **المناخ المتوسط:** ويشمل المنطقة الساحلية من الشرق إلى الغرب، بدرجات حرارة سنوية متوسطة تقدر بـ 18°، وتبلغ ذروتها في خلال شهر جويلية و أوت إلى 30 °، وعليه المناخ في هذه المنطقة يتميز بالحرارة والرطوبة.

• **المناخ الشبه الحار:** ويحتوي منطقة الهضاب العليا، ويتميز بفصل بارد طويل ورطب أحيانًا، إذ يستمر من شهر أكتوبر إلى شهر ماي.

2- منطقة الجنوب الصحراوي:

لها ثلاثة صفات رئيسية، هي: الهضاب الأرضية، وتسمى بالحمامة والدروع، والثانية تتركز في العروق وهي: العرق الغربي الكبير، والعرق الشرقي الكبير، وعرق شاش. والثالثة طبيعة الهقار، والتي توجد بها أعلى قمة بالجزائر، وهي قمة "تهاة" بـ 3003 مترًا⁽¹⁾، ويمتاز مناخ منطقة الصحراء بقلة كمية الأمطار التي لا تزيد عن 500 ملم في السنة، وحرارة شديدة في النهار ومنخفضة في الليل، ويسودها المناخ الجاف الذي يتميز بموسم حار طويل يمتد من شهر ماي إلى سبتمبر، بدرجات حرارة تتراوح بين 40° و 45°، وبقية الأشهر تتميز بمناخ متوسط الحرارة، أما الغطاء النباتي فهو متكون أساسًا من واحات النخيل.

ثانيا: المناطق السياحية في الجزائر

يمكن حصر 06 مناطق سياحية في الجزائر تبعًا لتنوع المعطيات الجغرافية⁽²⁾:

1- منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي:

وتتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1600 كلم، وبعدد كبير من المواقع الأثرية، والتي تعود إلى عهد الرومان والعرب المسلمين، وآثار تعود إلى عصور ما قبل التاريخ.

1 (خالد كواش: "مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، ص 222.

2 (نفس المرجع، ص 224.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

2- منطقة السلسلة الأطلسية:

والتي توجد بها أكبر قمة جبلية في الشمال "لالة خديجة" بـ 2308 مترًا، كما نجد جبال الأوراس، الونشريس، وسلسلة جبال موازية للساحل تتميز بإمكانيات كبيرة لتنمية أنواع سياحية عديدة، كالنشاطات الرياضية الشتوية (التزلج، التسلق، الصيد...).

3- منطقة الهضاب العليا:

والتي تتميز بمناخها القاري، وبمواقعها الأثرية، وبصاقتها الحرفية والتقليدية المتنوعة.

4- منطقة الأطلس الصحراوي:

وهي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا والصحراء الكبرى، والتي يمكن فيها تنمية السياحة المناخية، المعدنية، الصيد... الخ.

5- منطقة واحات الصحراء:

والتي تتميز باعتدال درجات الحرارة، فهي أقل درجة من الصحراء الكبرى، وبها تتركز الواحات بنخيلها وبحيراتها، وفيها عدّة صناعات تقليدية.

6- منطقة الصحراء الكبرى:

وهي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار، التاسيلي)، وتتميز بالمساحات الشاسعة، والجبال الشامخة، وبالحرارة المعتدلة طوال فصول السنة، والتي تشكل مصدرًا هامًا للسياحة الشتوية، بفضل تنوع المناطق السياحية والمناخ في الجزائر، الأمر الذي يساعد على تنمية أنواع عديدة من السياحة، وهو ما يساعد كذلك على عدم تركيز النشاط السياحي خلال فترة زمنية محددة، ويؤدي على استمرارية النشاط السياحي خلال كل فصول السنة (القضاء على الموسمية).

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

المطلب الثاني: تاريخ الظاهرة السياحية في الجزائر

باعتبار الظاهرة السياحية في الجزائر حديثة النشأة، فإن ظهورها في الجزائر يعود إلى الحقبة الاستعمارية، أي قبل الاستقلال (1962)، ويعود ذلك إلى بداية القرن التاسع عشر، خلال الاحتلال الفرنسي، ففي سنة 1897 أسس المستعمر اللجنة الشتوية الجزائرية⁽¹⁾، وبواسطة الرعاية والإشهار تمكنت من تنظيم قوافل سياحية عديدة من أوروبا نحو الجزائر، فهذه المرحلة جلبت العديد من السياح الأوروبيين لاكتشاف المناظر الطبيعية لبلادنا، وهو ما دفع المستعمر الفرنسي إلى التفكير في إنشاء هياكل قاعدية لتلبية حاجيات الزبائن الأوروبيين (السياح)، وفي سنة 1914 تم تشكيل نقابة سياحية في مدينة وهران، وفي 1916 تشكلت نقابة سياحية في قسنطينة، وفي سنة 1919 تم تشكيل فدرالية السياحة، والتي تجمع 20 نقابة سياحية تواجدت آنذاك، وفي نفس السنة تم إنشاء القرض الفندقي المكلف بمنح القروض للمستثمرين في المجال السياحي، وفي سنة 1931 تم إنشاء الديوان الجزائري للنشاط الاقتصادي و السياحي، الذي كان يهدف إلى تنمية السياحة، وأصبح يسمى فيما بعد بمركز التنمية السياحية، واستمر نشاطه حتى بعد الاستقلال⁽²⁾.

وقد بلغ عدد السياح في الجزائر سنة 1950 حوالي 150 ألف سائح، لذا أدرك المستعمر آنذاك أهمية الموارد السياحية في الجزائر، والبرنامج الموسع الذي تم وضعه، والخاص بالتجهيزات السياحية في مخطط قسنطينة سنة 1957، والخاص بإنجاز 17200⁽³⁾ غرفة لفنادق حضرية، 17% منها ممرزة في الجزائر العاصمة، لدليل على أهمية السياحة في الجزائر.

(1) مروان السكر، (1977): "مختارات من الاقتصاد السياحي"، مكتبة مجدلاوي، ص 7.

(2) خالد كواش، مرجع سابق، ص 224.

(3) الدليل الاقتصادي و الاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر و الإشهار، الجزائر، 1989.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

المبحث الثاني: واقع القطاع السياحي في الجزائر بعد الاستقلال

بعد الاستقلال، وجدت الجزائر آنذاك نفسها أمام هياكل سياحية فقيرة، وعاجزة عن تلبية الطلب السياحي من حيث عدم كفايتها أو مواكبتها لما تزخر به بلادنا من تنوع سياحي كبير، إلا أن الدولة بادرت إلى إنشاء برنامج يهدف إلى تهيئة مناطق التوسع السياحي، وذلك في الفترة ما بين سنة 1962 و 1966 من أجل بناء مرافق للأعمال والمؤتمرات، والملتقيات المختلفة. وحددت في ثلاث مناطق كبرى هي (1):

1- **الجهة الغربية للجزائر العاصمة:** مركب موريتي، سيدي فرج، مركب تيبازة.

2- **الجهة الشرقية:** سرايدي بعنابة، فندق المنار بالقالة.

3- **الجهة الغربية للوطن:** الأندلسيات بوهران.

وابتداءً من سنة 1966، ومع صدور أول وثيقة رسمية يوم: 26 مارس 1966، التي تعتبر بداية الاهتمام الحقيقي بالسياحة من قبل الدولة، فبعد تقييم شامل وعام للمشاكل التي كان يعاني منها القطاع السياحي، وحصر مجمل الثروات السياحية عبر الوطن من طرف وزارة السياحة، اعتمادًا على هذا تم تحديد سياسة الدولة في هذا القطاع، في وثيقة صادرة عن الحكومة سنة 1966 سميت ميثاق السياحة، وفيها حددت التوجيهات الأساسية للقطاع السياحي، والمتمثلة في:

1- توجيه النشاط السياحي نحو السياحة الدولية، أي الخارجية من أجل جلب العملة الصعبة، وذلك لحاجة الجزائر لموارد مالية معتبرة لتغطية وتمويل برامج التنمية المختلفة.

2- خلق مناصب شغل، من خلال توسيع هياكل هذا القطاع مع إدماج الجزائر في السوق الدولية للسياحة، ومن أجل بلوغ تلك الأهداف تم تحديد استراتيجية لتنمية القطاع كما يلي:

1 (الجريدة الرسمية رقم 47 الصادرة في 2002/08/22.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

أ- الشروع في تطوير الصناعة الفندقية، حيث برمج إنشاء 11 ألف سرير عند نهاية المخطط الثلاثي، مع اختيار الفنادق والمطاعم والمقاهي ذات الطابع السياحي وإصلاحها وإعادة تهيئتها، مما يجعلها تنماشى وتنوع الزبائن المقصودين "السواح الأجانب".

ب- إصلاح كل المرافق المخصصة للسياحة عبر الشواطئ، الصحراء، والمناطق السياحية الجبلية والريفية.
ت- إحصاء كل الآثار السياحية والتاريخية وتحسينها، مع تنمية الجوانب الثقافية والفنية، وخلق تقاليد وثقافة سياحية لدى المواطن الجزائري.

ث- الشروع في إقامة الهياكل اللازمة لتكوين الإطار السياحي المختصة واليد العاملة المؤهلة.
ج- تسهيل عملية الدخول عبر الحدود والمطارات، وإنشاء الوكالات السياحية في الداخل والخارج، بغرض الدعاية والإشهار للمنتج الجزائري⁽¹⁾.

المطلب الأول: السياحة ضمن المخطط المخططات التوجيهية

بعدها حددت الحكومة أهدافها من التنمية السياحية، وحددت نوع السياحة التي ترغب في تطويرها، حاولت ترجمة ذلك في المخططات التوجيهية التالية: المخطط الثلاثي، المخطط الرباعي، والمخطط الخماسي.

أولا: السياحة ضمن المخطط الثلاثي من 1967 إلى 1969 م

حيث سجلت السياحة ضمن الاستثمارات الوطنية التي ترصدها الدولة للمشاريع التنموية بمختلف القطاعات الاقتصادية، وكان الهدف من وراء ذلك هو جعل القطاع السياحي يساهم في عملية التنمية الوطنية، ولكن هل برامج تنمية القطاع السياحي حظيت بنفس العناية اللازمة، مثل بقية القطاعات الاقتصادية الأخرى (القطاع الصناعي، الزراعي، التعليم... الخ). وهذا ما سوف نراه، من خلال الاعتمادات المالية المخصصة لمختلف القطاعات الاقتصادية في الجدول التالي:

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

جدول رقم (06): توزيع الاستثمارات على القطاعات الاقتصادية خلال المخطط الثلاثي 1967-1969

الوحدة: مليون دينار جزائري

القطاعات	المبالغ المخصصة لكل قطاع	النسبة المئوية
الصناعة	5400	48.74
الزراعة	1869	16.87
الهيكل الأساسية	1124	10.14
التربية	912	08.23
السكن	413	03.72
السياحة	282	02.54
التكوين	127	01.14
الضمان الاجتماعي	295	02.66
الإدارة	441	03.68
متفرقات	215	01.94
المجموع	11078	%100

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الثلاثي 67/69.

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن القطاع السياحي رتب في آخر الاهتمامات من حيث المبالغ المالية المخصصة له، وذلك بمبلغ لا يتجاوز 282 مليون دينار جزائري، أي نسبة 02.54 % من الاعتمادات الكلية المخصصة لهذا المخطط، والمقدرة بـ 11078 مليون دينار جزائري، ونستنتج من هذا التوزيع أن

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

الدولة كانت حذرةً في التعامل مع هذا القطاع، من حيث المساهمة التي يمكن أن تقدمها للتنمية، وخاصةً المردود من العملة الصعبة مقارنةً مع القطاعات الأخرى، مثل القطاع الصناعي الذي كانت الدولة تعول عليه كثيرًا، وهذا يظهر من خلال الاعتماد المالي المخصص له، والمقدر بـ 5400 مليون دينار جزائري، أي نسبة 48.74 % من إجمالي الاستثمارات المخصصة لهذا المخطط، وفي هذا المخطط بدأ بإنشاء بعض الفنادق، وإنشاء معاهد التكوين المهني السياحي، وإنجاز 11308 سرير⁽¹⁾، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول رقم (07): حصيلة برنامج المخطط الثلاثي بين سنتي 1967-1969

العجز		النسبة	عدد	النسبة	عدد	العمليات المقررة
النسبة	عدد الأسرة	المئوية	الأسرة المنجزة	المئوية	الأسرة المبرمجة	
64.5	4360	35.5	2406	51.7	6766	محطات شاطئية
84.6	1396	15.4	254	12.6	1650	محطات حضرية
84.3	1532	15.7	286	13.9	1818	محطات صحراوية
76.2	2847	00	00	21.8	2847	حمامات معدنية
%77.5	10135	%22.5	2946	%100	13081	المجموع

Source : Bilan du développement du secteur touristique, ministère du tourisme,

1977, P27.

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أنه إلى غاية نهاية هذه السنة 1969، سجل عجز فادح قدر بـ 10135 سرير، أي نسبة 77.5 %، وهذا مرده إلى ضعف قدرات الإنجاز، وسوء تحديد المسؤولية الإدارية.

1) Bilan du développement du secteur touristique, ministère du tourisme, 1977, P27.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

ثانيا: السياحة ضمن المخطط الرباعي الأول من 1970 إلى 1973 م

جاء هذا المخطط بنفس أهداف المخطط السابق تقريباً، وهي العمل على بناء مرافق سياحية موجهة بالدرجة الأولى للسياحة الخارجية، حيث ترمي الأهداف المسطرة في هذا البرنامج إلى استقبال أكثر من مليون سائح مع نهاية العشرية، ولاستقبال هذا العدد وحسب تقديرات المختصين، فإنه يجب رفع قدرات الاستقبال إلى 700.000 و 900.000 سرير مع نهاية العشرية ومن أجل الوصول إلى هذا الهدف برمج إنجاز 35.000 سرير خلال نهاية المخطط الرباعي الأول و المقرر تطبيقه في الفترة 1970-1973 وذلك من أجل تلبية الحاجيات السياحية الداخلية و الخارجية حيث رصد لهذا البرنامج 700 مليون دينار اي نسبة 02.5 % من إجمالي الاستثمارات المقدرة بحوالي 28 مليون دينار و الموزعة حسب الجدول التالي:

جدول رقم (08): توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات خلال الرباعي الأول

النسبة	المبلغ المخصص لكل قطاع	القطاعات التتموية
40	12400	الصناعة
15	4140	الزراعة
08	2307	الهيكل الساسية
05	1520	السكن
10	2718	التربية
02.5	700	السياحة
02	585	التكوين
03.5	934	الضمان الاجتماعي
03.2	870	الإدارة

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

03	800	متفرقات
03.1	760	النقل
100	27736	المجموع

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الأول 73/70 سنة 1970.

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أن القطاع السياحي مازال يحتل المراتب الأخيرة بين القطاعات الاقتصادية، رغم أن الميزانية المخصصة لهذا القطاع زادت إلى أكثر من نصف بالنسبة للمخطط الثلاثي السابق، وللأسف هذا لا يدل على إعطاء العناية اللازمة للقطاع السياحي، بل هو ناتج عن الزيادة الكلية في ميزانية المخطط الرباعي الأول.

ويظهر أيضًا في الجدول أعلاه، أن الأهمية الكبرى أعطيت للمشاريع المتبقية من المخطط الثلاثي السابق، وهذا ما يبين عدم القدرة على الإنجاز في الفترة المحددة، وعدم تقدير ميزانية المشاريع بطريقة ناجحة أدى إلى تداخل المشاريع المتبقية على حساب المشاريع الجديدة، وهي من بين الأسباب التي أدت إلى عدم تطور القطاع السياحي بالشكل المناسب، وبعد نهاية فترة المخططين الثلاثي والرباعي الأول الممتدة من سنة 1967 إلى 1973، وصل عدد الأسرة المنجزة إلى 9230 سرير بعجز يقارب 26000 سرير عما كان مقرراً إنجازها، حيث تم إنجاز 6860 سرير فقط من البرنامج المقرر في المخطط الرباعي الأول، أي تسجيل عجز تقدر نسبته بـ 65.55% عما كان مقرراً، وبالتالي نقول أن المخطط الرباعي الأول في المجال السياحي كان كسابقه من حيث العجز المسجل في الإنجاز، وعدم بلوغ الأهداف المسطرة في هذا المخطط، وهي بوجه خاص:

أ- زيادة الدخول من العملة الصعبة عن طريق السياحة الخارجية.

ب- خلق مناصب شغل جديدة من خلال توسيع هياكل الاستقبال والهياكل المرافقة لها.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

ثالثا: السياحة ضمن المخطط الرباعي الثاني من 1974 إلى 1977 م

عرفت هذه الفترة عدة تغيرات تمثلت فيما يلي :

1- إلحاق المصالح التجارية التابعة لـ: (SONATOUR) بالوكالة التجارية للسياحة (ATA) لكن هذه

الأخيرة أثبتت عدم نجاعتها، ولم تدم العملية سوى سنتين.

2- في سنة 1976، أنشئت الشركة الوطنية للسياحة (SAN-ALTOUR) التي أسندت إليها مهمة تسويق

المنتج السياحي الجزائري.

3- إنشاء مؤسسة الأعمال السياحية الجزائرية (ETT) التي تولت مهمة إنجاز مشاريع التنمية السياحية، لكن

هي الأخرى فشلت، فمن بين 50.000 سرير المبرمج إنجازها، لم ينجز سوى 18.000 سرير، وفي هذا

المخطط وصل حجم الاستثمارات المرصودة لهذه الفترة حوالي 1230 مليون دينار جزائري، أي بزيادة تفوق

100% عما كان عليه الحجم في المخطط الرباعي الأول، غير أن ذلك لا يعني أن القطاع ارتفع في سلم

أولويات التنمية الوطنية، لأن مقدار الزيادة المقررة في هذا المخطط كانت نفسها بالنسبة لجميع القطاعات

الأخرى، وذلك بسبب زيادة حجم الميزانية العامة، وارتفاع تكاليف الاستثمار في جميع القطاعات، مما يجعل

مكانة السياحة ثابتة في السياسة التنموية للدولة الجزائرية عبر المخططات الثلاثة. والجدول التالي يبين كيفية

توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات التنموية، في المخطط الرباعي الثاني من 1974 إلى 1977 زائد

برنامج خاص بقطاع السياحة لسنة 1978:

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

جدول رقم (09): توزيع الاستثمارات على مختلف القطاعات التنموية خلال المخطط الرباعي الثاني

الوحدة: مليون دينار جزائري

النسبة	المبلغ المخصص لكل قطاع	القطاعات التنموية
43.5	48000	الصناعة
10	12005	الزراعة
04.2	4600	المياه
01.4	1500	السياحة
01	155	الصيد
14	15500	البنية الاقتصادية
09	9947	التربية والتكوين
13.3	14610	الشؤون الاجتماعية
01.3	1399	الإدارة
02.3	2520	دراسات مختلفة
100	110236	المجموع

المصدر: وزارة التخطيط والتهيئة العمرانية أثناء المخطط الرباعي الثاني 74/79 سنة 1974.

من ملاحظتنا للجدول أعلاه، فإن حصة السياحة في توزيع الاستثمارات الإجمالية، والمقدرة بـ 110236 مليون دينار جزائري، قد انخفضت عما كانت عليه في المخطط الرباعي الأول، وذلك من نسبة 02.5% إلى 01.4%، ورغم هذه الزيادة الرقمية في الاستثمار لهذا القطاع والمقدرة بـ 1500 مليون دينار.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

أما الشيء الذي تم تأكيده في هذا المخطط، هو الاهتمام بالسياحة الداخلية التي كانت مهمة من قبل، وهذا ما أكده المخطط الرباعي الثاني الذي جاء فيه: "في إطار المبادرات الجديدة للمخطط الرباعي الثاني يجب أن نشرع في ترقية السياحة الداخلية، التي توجه من الآن فصاعداً إلى تلبية حاجيات الراحة المنتظمة، التي أدى إليها ارتفاع مستوى المعيشة ونمو الدخل. وعليه، فإنه تقرر إنجاز مركزين سياحيين في هذا المجال"، وتتمثل هذه المراكز في الحمامات المعدنية، والخدمات الصيفية والقرى صيفية... إلخ.

رابعاً: السياحة ضمن المخطط الخماسي الأول من 1980 إلى 1984 م

إن ما يميز هذا المخطط، هو بلوغ الوعي لدى المسيرين بضرورة إحداث التوازن الجهوي، والأولوية التي أعطيت للسياحة الحضرية دون سواها في المخططات السابقة، فقد خصص مبلغ: 34000 مليون دينار، لتغطية التكاليف الخاصة بتطوير ثلاثة مناطق سياحية نموذجية، في شرق وغرب ووسط البلاد، والموجهة أساساً نحو السياحة الداخلية، والتي توافق التقاليد الجزائرية، ووزعت هذه المبالغ كما يلي: 01.6 مليار سنتيم جزائري، مخصصة للمشاريع الجديدة قيد الإنجاز، و 01.8 ميار سنتيم جزائري، مخصصة للمشاريع الجديدة. وكان هدف هذا المخطط الوصول إلى طاقة إيواء تقدر بـ 50880 سرير سنة 1985، وعليه برمج 89 مشروع، وزعت كما يلي:

جدول رقم (10): المشاريع المبرمجة في المخطط الخماسي الأول

النوع	ساحلي	صحراوي	مناخي	حضري	تخميم	حمامات	المجموع
عدد المشاريع	02	01	05	32	40	09	89
عدد الأسرة	3300	2350	1150	6900	1200	1650	16550

المصدر: وزارة السياحة، 1986.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

ما يلاحظ من الجدول أعلاه، أنه لم يتم انطلاق أي مشروع من المشروعات الجديدة التي وضعت في إطار المخطط، هذا رغم انتهاء الدراسات الخاصة بها، بسبب الأزمة الاقتصادية للدولة، والتوجهات السياسية والاقتصادية الجديدة.

خامسا: السياحة ضمن المخطط الخماسي الثاني من 1985 إلى 1989

أدركت الدولة الجزائرية في هذا المخطط، أهمية السياحة في تفعيل النشاط الاقتصادي، لذا خصصت برنامجًا ماليًا كبيرًا هدفه متابعة سياسة التهيئة السياحية، وتطوير الحمامات المعدنية والمناخية، وكذا تنويع المتعاملين كالجماعات المحلية والقطاع الخاص، والعمل على لامركزية الاستثمار، والتحكم في الطلب السياحي. ولهذا الغرض، خصصت الدولة غلافًا ماليًا قدره 1800 مليون دينار جزائري، لتحقيق هذه المشاريع فقد وصلت طاقات الاستقبال في نهاية 1989 إلى ما يلي:

جدول رقم (11): طاقة الاستقبال نهاية 1989

النوع	القطاع	العام	الخاص	المجموع	النسبة
البحري	12182	1145	13327	27.60	
الصحراوي	3731	2250	6331	13.10	
الحمامات	3588	1528	5116	10.60	
الإقليمي	954	76	1030	02.13	
الحضري	5337	17161	22498	46.57	
المجموع	25842	22460	48302	100	

المصدر: وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تقرير حول المخطط الخماسي الأول، 1986.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

إذا ما قارنا الفترات السابقة أي من سنة 1966 إلى 1980 مع الفترة الممتدة بين 1980 إلى 1989، نلاحظ أن طاقات الإيواء قد ارتفعت خلال هذه الفترة بحوالي 30.539 سرير بنسبة 46.57% للقطاع الخاص، كما نلاحظ أن الفنادق الحضرية تحتل المرتبة الأولى، بينما نسبة الفنادق الإقليمية تبقى ضئيلة، أي بنسبة 02.13%. أما التدفقات السياحية بقيت مستقرة مقارنة بالفترة السابقة، إذ تراوحت بين 250.000 و 400.000 سائح حسب السنوات، وبمعدل سنوي يقدر بـ 324.000 سائح⁽¹⁾.

المطلب الثاني: الاستثمار في القطاع السياحي في الجزائر

في ظل التغيرات التي عرفتها الجزائر اتبعت سياسة جديدة، وهي فتح المجال للاستثمار الخاص الوطني و الأجنبي في القطاع السياحي، وكذا الشروع في حوصصة قطاع السياحة، وبالتالي قامت الجزائر بوضع عدة قوانين لتشجيع الاستثمار، كالتسهيلات المالية والإعفاءات الجمركية والجبائية، وذلك حسب قانون الاستثمار الصادر في 05 أكتوبر 1993⁽²⁾، وأهم هذه الامتيازات هي:

1- الامتيازات الممنوحة ضمن قانون الاستثمار لسنة 1993، والجدول التالي يوضح ذلك:

1) عامر عيساني،(2010): "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة- حالة الجزائر " ، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير شعبة تسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر بباتنة، ص 109.

2) Ministère du tourisme: plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie, horizon 2010, p. 8.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

الجدول رقم (12): امتيازات الاستثمار الممنوحة حسب قانون الإستثمار لسنة 1993

الجنوب الكبير	الطرق الثاني للجنوب	المناطق الخاصة	النظام العام	امتيازات النظام
03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	03 سنوات	المساعدات على الانجاز
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	حقوق التسجيل
% 0.5	% 0.5	% 0.5	% 0.5	حقوق التسجيل بعقود تأسيس الشركات ورفع رؤوس أموالها
إعفاء 10 سنوات	إعفاء من 07 سنوات على الأقل	إعفاء من 05 سنوات إلى 10 سنوات	إعفاء من 02 إلى 05 سنوات	الرسم العقاري
إعفاء	إعفاء	إعفاء	إعفاء	TVA
03 سنوات	% 03	% 03	% 03	الحقوق الجمركية
تكفل جزئي أو كلي	% 50	تكفل جزئي أو كلي	لا شيء	أشغال المنشآت القاعدية
امتيازات يمكن تصل حتى الدينار الرمزي	تخفيض 50 %	امتيازات يمكن أن تصل إلى الدينار الرمزي	إتاوة التأجير بقيمة حقيقية	التنازل على الأراضي العمومية
لا شيء	لا شيء	لا شيء	لا شيء	التخصيص على نسبة الفوائد

المصدر: مجلة الاستثمار والشراكة في السياحة، وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 1994، ص 15.

وقد تضمن قانون الاستثمار لسنة 1993 (أنظر الملحق رقم 01) عدة ضمانات داخلية ودولية، كمبدأ المعاملة العادلة بين المستثمرين المحليين والأجانب فيما بينهم، وعدم إمكانية اللجوء إلى تسخير من طرف العدالة إلا في الحالات التي ينص عليها التشريع المعمول به، وكذا ضمانات التحويل أو التنازل مرسوم تشريعي 12/23، الذي نص على إمكانية تحويل رأس المال المستثمر الناجم عنه.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

2- قانون الاستثمار لسنة 2001 ، حيث استمرت الحكومة الجزائرية جهودها الترويجية لجلب الاستثمارات الأجنبية، وذلك من خلال إصدار قوانين جديدة من شأنها أن تعطي دفعا قويا للقطاع السياحي، فتم بموجب القانون إنشاء صندوق لدعم الاستثمار في شكل حساب تخصيص خاص يوجه لتمويل والتكفل بمساهمة الدولة في كافة المزايا الممنوحة للاستثمار، لاسيما المنشآت الضرورية لانجاز الاستثمار، كما تم إنشاء الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI، بدلا من الوكالة الوطنية المكلفة بترقية ومتابعة الاستثمار APSI ، ولقد قدم هذا القانون امتيازات إضافية للمستثمرين المحليين والأجانب، وهي كالتالي:

أ- النظام العام، وتتمثل هذه المزايا فيما يلي:

- تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص التجهيزات المستوردة، والتي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمارات.

- الاعفاء من الضريبة على أرباح الشركات و الضريبة على الدخل الاجمالي.

- الاعفاء من دفع حقوق رسم نقل الملكية.

ب- النظام الاستثنائي عند إنجاز الاستثمار، يستفيد الاستثمار من المزايا التالية:

- الاعفاء من دفع حقوق نقل الملكية.

- تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها 02%.

أما فيما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال، تتكفل الدولة جزئيا أو كليا بالمصاريف بعد تقييمها من طرف الوكالة، كما يلي:

* عند انطلاق الاشغال :

- الإعفاء لمدة 10 سنوات من النشاط الفعلي من الضريبة على الأرباح الشركات، ومن الضريبة على الدخل الإجمالي ومن الرسم على النشاط المهني.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

- الإعفاء لمدة 10 سنوات ابتداءً من تاريخ الاقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الاستثمار.

* استراتيجية الخوصصة الجزائرية في قطاع السياحة:

تميزت مرحلة خوصصة المؤسسات السياحية الجزائرية بتحديد الإطار القانوني الضروري لتطوير الاستثمارات، وكذلك تدهور الأوضاع الأمنية، هذا انعكس سلبيًا على القطاع السياحي، إذا تراجع عدد السياح الوافدين إلى الجزائر من سنة 1990 إلى غاية 1996، بحوالي 359895 سائح إلى 18000 سائح، وولكن مع رجوع الاستقرار والأمن إلى الوطن عاد الانتعاش إلى القطاع، إذ بلغ رقم الأعمال لفرع السياحة 3.622 مليون دينار جزائري، أي ما يعادل 26 % مقارنة بنفس الفترة لسنة 1999، والجدول التالي يوضح الفنادق التي عرضت للخوصصة:

الجدول رقم(13): الفنادق التي عرضت للخوصصة

المدينة	الفندق	المساحة م ²	عدد الغرف	الغرف الفاخرة	قدرة الاطعام
غرداية	ميزاب	26827	141	9	400
تيزيوزو	عمرأوة	35155	152	4	300
بومرداس	رايس	1003	61	7	300
ورقلة	مهري	5234	48	4	200
بوسعادة	القائد	/	45	/	200
قسنطينة	بانورميك	4734	66	1	240
تلمسان	الزيانيين	30000	135	7	200
تلمسان	المغرب	4000	107	/	125

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

1125	/	49	2939	الشرق	عناية
/	/	/	/	السفير + السوفيتال	الجزائر
160	40	/	3695	البيير الاول	الجزائر
334	26	308	1105	الهضاب	سطيف
186	03	68	143645	شيلية	باتنة
200	03	71	9996	سيبوس	عناية
200	/	288	23000	المرجان	الطارف
180	02	103	/	الكبير	وهران
160	04	81	2344	الشاطوناف	وهران

المصدر: وزارة السياحة، بتصرف.

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أن القطاع العمومي قد أنشأ مشاريع سياحية هامة ذات مدى متوسط (03 سنوات)، في مواقع استراتيجية هامة من الناحية السياحية، إلا أن التهاون وعدم نجاعة التسيير، وسياسة الاتكال أدت بهذه المؤسسات إلى عدم تأدية الدور المنوط بها.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

المبحث الثالث: معوقات الإستثمار السياحي بالجزائر

تشير التقارير المعدة من قبل الهيئات المختلفة حول مناخ الاستثمار في الجزائر يبقى بعيدا عن طموحات الاقتصاد الجزائري و السير إلى الأمام نحو التنمية الاقتصادية من خلال إزالة كل العراقيل والحواجز التي تعترض الاستثمار ، حيث يشير التقرير المشترك بين اللجنة الأوروبية والمكتب الأمريكي شلومبرغر (الذي كشف عن جملة من العراقيل التي تقف أمام الاستثمار في الجزائر، إذ أكدت معظم الآراء على وجود عقبات كبيرة أمام تدفق الاستثمارات إلى الجزائر).

وبما أن الاستثمار السياحي في الجزائر جزء لا يتجزأ من الاستثمار العام ، فكل العراقيل التي تقف أمام الاستثمار بصفة عامة تقف كذلك أمام الاستثمارات السياحية ، سواء كانت هذه الاستثمارات السياحية محلية أو أجنبية ، وبالتالي سوف نعالج في هذه النقطة أهم العراقيل التي تقف أمام الاستثمار السياحي في الجزائر.

المطلب الأول: عائق العقار السياحي

يعتبر العقار السياحي من أهم العراقيل التي تقف أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب نظرا لتعدد إجراءات الحصول على مثل هذه العقارات من جهة وارتفاع أسعارها من جهة أخرى ، وحاليا لا يزال العقار في الجزائر رهين الكثير من العراقيل والممارسات منها ما هو موضوعي ، ومنها ما هو مرتبط بمظاهر السمسرة و المضاربة في العقار⁽¹⁾.

أولا: أنواع العقار وخصائصه

يتم تصنيف العقار في الجزائر إلى عقارات خاصة بالجانب السكني التي تضم الشقق والمنازل ، وعقارات تجارية لمحالات البيع والمراكز التجارية، العقارات الزراعية و الفلاحية ، وهناك أيضا عقارات الإدارات العمومية والحكومية ، بالإضافة إلى العقارات الصناعية⁽²⁾.

1 (منصورى الزين: "واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر" ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد 02 ، ص 139
2 (بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل،(2007)،: "أزمة العقار في الجزائر ودوره في تنمية الاستثمار الأجنبي" ، مجلة الباحث ، العدد 05، ص 61.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

شهد العقار في الجزائر خلال السنوات القليلة الماضية موجة من المضاربة والسمسرة ، إذ أصبح العقار مصدرا للثراء والربح السريع ، مما ألحق أضرارا جسيمة بالاقتصاد الوطني وتعطيل العديد من المشاريع التنموية، بالإضافة إلى تحويل العديد من الأراضي الزراعية لغرض البناء ، وهي ظاهرة استفحلت كثيرا في الجزائر، حيث أصبح توسع المباني على حساب الأراضي الخصبة الصالحة للزراعة دون تدخل الجهات المختصة لوقف مثل هذا الزحف على الأراضي الزراعية ، حيث يهدد هذا كثيرا الزراعة والفلاحة الجزائرية في المستقبل.

ضف إلى ذلك احتكار البلديات للأراضي وفرض أسعار إدارية ساهمت في انتشار مشكلة المضاربة في العقار، بالإضافة إلى تحويل جزء من الأراضي خصصت لتشجيع الاستثمار وأدرجت بطرق مختلفة وغير قانونية ضمن المساحات المخصصة للبناء ، ولقد عملت كل الأسباب السابقة الذكر إلى تعميق مشكلة العقار في الجزائر وعملت على خلق سوقا موازية للعقار والمضاربة فيه ، مما قلصت من إتاحة الفرصة أمام الاستثمار في الجزائر⁽¹⁾، وتعرض عملية الحصول على العقار لأجل الاستثمار عدة مشاكل منها:

-طول مدة رد الهيئات المكلفة بتخصيص العقار ؛

-ثقل الإجراءات وتقديم نفس الملفات أمام هيئات ترقية الاستثمار؛

-تخصيص أراضي بتكاليف كبيرة تتمثل في تكاليف التهيئة.

ثانيا : إشكالية العقار السياحي

يتطلب النشاط في العقار السياحي موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية من فنادق ومراكز سياحية، وهنا نذكر عدة تلاعبات وعمليات مضاربة استغلت الثغرات القانونية في هذا المجال وعليه جاء القانون 03/03 الصادر في 2003/02/17 والمتعلق بالمناطق التوسع السياحي والمواقع السياحية فقد جاء

1) بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل ، مرجع سبق ذكره، ص 62.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

في المادة 20 منه ما يلي " يتشكل العقار السياحي القابل للبناء من الأراضي المحددة لهذا الغرض

في مخطط التهيئة السياحية ويضم الأراضي التابعة للأماكن العمومية والخاصة وتلك التابعة للخواص".

ورغم هذه الإجراءات القانونية إلا أنه تبقى هناك عراقيل حالت دون تثمين مناطق التوسع السياحي ومنها:

-الانقطاع الملاحظ في مجال متابعة وإتمام المشروع الإجمالي للتوسع السياحي؛

-عدم التطبيق الصارم والفعلي للتنظيم الخاص بحماية مناطق التوسع السياحي؛

-عدم استكمال معظم دراسات التهيئة والتي لم تنتهي فيما يخص مراحل الانجاز والتمويل؛

-عدم وجود الأدوات والآليات المختصة في تسيير العقار السياحي؛

-قلة الموارد المالية للدراسات العامة للتهيئة السياحية وتجهيزها بالمرافق الأساسية.

و الاستثمار السياحي في الجزائر عادة ما يصطدم بمشكل تعدد ملكية نفس الوعاء العقاري، سواء كان

ملكية خاصة ، ملكية وطنية عامة أو ملكية وطنية خاصة ، ضف إلى ذلك فالمستثمر سواء كان محليا

أو أجنبيا يعاني من غلاء العقار في الجزائر مقارنة مع ما هو موجود في الدول المجاورة ، إذ أن اقتناء عقار

لأجل إقامة مشروع عادة ما تكلف من 20% إلى 30% من رأس المال المستثمر⁽¹⁾.

بالإضافة إلى كل هذا نجد العقار السياحي يواجه عدة عراقيل ومشاكل أخرى هي⁽²⁾:

-الشغل العشوائي لمناطق التوسع السياحي وانتشار البناءات الفوضوية وغير الشرعية بهذه المناطق؛

-تراجع مساحات مناطق التوسع السياحي نظرا للتدهور الحاصل في المواقع السياحية ؛

-تدهور الموارد الطبيعية من خلال نهب الرمال وغياب قواعد العمران ، مما أدى إلى تغيير الموارد عن

طبيعتها السياحية ؛

1) مجبونة مسعود: " معوقات عملية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر"،الملتقى العلمي الدولي الثامن ، تنمية السياحة كمصدر تمويل متجدد لمكافحة الفقر والتخلف في الجزائر ، وفي بعض الدول العربية و الإسلامية ، الجمعية الوطنية للاقتصاديين الجزائريين،، يومي 19 و 20 ديسمبر/ 2009 ، الجزائر،دراسة حالة بعض الدول العربية و الإسلامية ، ص 11.

2) بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل ، مرجع سبق ذكره، ص 64.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

-تعرض العقار السياحي للمضاربة في الصفقات العقارية، وذلك بالأراضي الواقعة بالمناطق التوسع السياحي.

المطلب الثاني: العوائق الإدارية والقانونية للاستثمار السياحي

عملت الجزائر على تشجيع الاستثمارات بصفة عامة كما فتحت الباب أمام الاستثمارات السياحية، فوضعت العديد من الامتيازات بغية جلب الاستثمارات الأجنبية في المجال السياحي، ولكن في واقع الأمر هناك عدة عراقيل قد يواجهها المستثمر سواء كان محليا أو أجنبيا قبل الانطلاق في مشروعه الاستثماري ، ومن أهم هذه العراقيل نجد الإجراءات الإدارية المرهقة للمستثمر السياحي.

أولا : كثرة الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية

رغم التسهيلات التي تقدمها الجزائر للمستثمر السياحي إلى أن الواقع يكشف أن الإجراءات التي تنص عليها القوانين الجزائرية يضطر المستثمر من خلالها إلى أداء 14 مرحلة كاملة قبل الوصول إلى إنشاء مؤسسته، مع العلم أن المستثمر في كل من تونس والمغرب يمر بمراحل ما بين 5 إلى 9 مراحل إدارية⁽¹⁾، و نجد كذلك المستثمرون يشكون كثيرا من العراقيل الإدارية وانتشار البيروقراطية الشديدة كالبطء في العمل الإداري و صعوبة فهم الموظف في الدولة لتفاصيل طلب المستثمر ، والفساد الإداري...الخ⁽²⁾ ، بالإضافة إلى تعدد القوانين والأنظمة والتعديلات والتغييرات في القوانين وانتشار الفساد في تطبيق القانون ، هذه الممارسات السلبية أثرت سلبا على الاقتصاد الوطني ، إذ نجد أن المستثمر الإماراتي الذي كان ينوي خلال سنة 2000 إقامة استثمارات كبيرة في مجال البناء والسياحة واجه العديد من العراقيل البيروقراطية ، مما جعله يغير وجهة استثماراته إلى المغرب لإقامة مشاريعه بفضل التسهيلات التي منحت له في المغرب

1) يحيوي هادية،(2003) : " السياحة والتنمية بالجزائر"، رسالة ماجستير ، قسم العلوم السياسية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر باتنة، ص 10.

2) منصور الزين: " واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر " ، مرجع سبق ذكره، ص142 .

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

، حيث قدرت هذه الاستثمارات بحوالي 18 مليار دولار منها 09 مليار دولار في قطاع السياحة ، من خلال إنشاء فنادق ومراكز سياحية في كل من الدار البيضاء ومراكش والرباط و طنجة.

ثانيا :الفساد الإداري وغياب الشفافية

كثرة العراقيل وتعقد الإجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية في جانب الاستثمار السياحي هذه المظاهر السلبية تؤدي إلى بروز ظاهرة الفساد الإداري⁽¹⁾ ، حيث يلجأ المستثمر إلى الطرق غير القانونية كالرشوة والوساطة والمحسوبية لتسهيل الإجراءات والحصول على الخدمة، فيكون الفساد صغيرا من حيث الحجم عندما تكون فيه الرشوة صغيرة، وهذا ما هو منتشر لدى صغار الموظفين والمسؤولين الحكوميين على المستوى المحلي، ويكون الفساد كبيرا عندما يقوم مسؤولين سياسيون كبار باستعمال الأموال العامة لصالحهم واختلاسها والحصول على رشاي كبيرة عند إبرام الصفقات والعقود⁽²⁾.

إن ظاهرة الفساد الإداري تؤدي إلى عزوف المستثمرين على الاستثمار نظرا للصعوبات والعراقيل التي يتعرضون إليها من جراء هذه التصرفات، ضف إلى ذلك فإن انتشار الفساد يقضي على التنافسية والمعاملة العادلة، ويؤدي إلى انتشار الجرائم الاقتصادية ، كما يعمل كذلك على عدم توفر الشفافية في المعاملات التي لها علاقة بالاستثمار، إذ تعد الشفافية عنصرا مهما بالنسبة للمستثمرين.

(1) الفساد: إن لهذا المصطلح عدة معاني منها سوء استخدام المنصب "السلطة" لأغراض شخصية ، ويكون ذلك بابتزاز المتعاملين أو الحصول على الرشوة.

ويعني الفساد في موسوعة العلوم الاجتماعية " الفساد هو سوء استخدام النفوذ العام لتحقيق أرباح خاصة :وقد يكون الفساد في شكل عمل فردي في حالة قيام المسؤول بأعمال ممنوعة بمفرده ، ومن بينها الاحتيال ، الاختلاس والمحسوبية والحصول على مبالغ مالية مقابل الإسراع وتسهيل العمليات التي تدخل تحت اختصاصه.

(2) بلوج بولعيد:" معوقات الاستثمار في الجزائر " ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد 04 ، ص 71.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

ثالثا: تدهور الاستقرار السياسي

يلعب الاستقرار السياسي دورا مهما وذا أثر فعلي على توافد الاستثمارات السياحية، وخلال فترة التسعينات عاشت الجزائر أزمة سياسية أثرت سلبا على مكانة الجزائر الدولية ، مما أدى إلى تصنيفها ضمن البلدان ذات درجة الخطر المرتفع و ذلك من قبل مراكز التقييم الدولية⁽¹⁾.

هذه الوضعية التي مرت بها الجزائر جعلت المستثمرون الأجانب يتجنبون الاستثمار فيها وزيارتها.

رابعا : غياب التكتلات السياحية الدولية والعربية

عدم انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة جعلها في وضعية تنافسية أقل مقارنة مع الدول المتقدمة لجلب الاستثمارات السياحية الأجنبية ، وهذا نظرا لما في هذا الانضمام من شروط وإجراءات التي هي في صالح الشركات الأجنبية والتي لم تصادق عليها الجزائر، إذ أن أكبر الدول استقطابا للاستثمارات السياحية هي الدول المنظمة للمنظمة العالمية للتجارة لأن الاستثمار في المشاريع الخدمية وخصوصا السياحية منها غالبا ما ينظر إليها على أنها نشاط محفوف بالمخاطر، لذلك فعل الرغم من توفر المقومات الطبيعية فإنه من الصعب بمكان الحصول على التمويل اللازم للمشاريع السياحية، نظرا لغياب الانخراط في المنظمات ، حتى وإن نجحت في التعامل مع مشاكل تحديد وتخطيط تلك المشاريع⁽²⁾.

و رغم صور التعاون العربي في قطاع السياحة من خلال إبرام الاتفاقيات السياحية الثنائية بين عدد كبير من الدول العربية ، تحولت فيما بعد إلى تعاون متعدد الأطراف في إطار جامعة الدول العربية ، حيث تم إنشاء المجلس الوزاري العربي للسياحة عام 1997 في إطار جامعة الدول العربية بغية تعزيز السياحة العربية

1 (مراكز التقييم الدولية : تقوم وكالات التصنيف الائتماني بشكل عام بتقييم المخاطر المتعلقة بإصدارات الدين سواء للشركات أو الحكومات ، وتعد قدرة المصدر على الوفاء بتسديد فوائد الدين والإقساط المترتبة عليه أهم مؤشر للجدارة الائتمانية التي تبني عليها التصنيفات من قبل هذه الوكالات ، ويوجد العديد من وكالات التصنيف الائتماني في العالم ، إلا أن هناك ثلاث شركات بالتحديد يطبق عليها الشركات الثلاث الكبرى وهي "ستا ندر أندبورز و موديز وفيتش" وكلها شركات أمريكية المنشأ.

2 (دبور نبيل،(2004) : " مشاكل وآفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي " ، مع الإشارة خاصة إلى السياحة البيئية ، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية، بتصرف، ص15 .

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

البيئية، ومع كل هذا تبقى نسبة مساهمة الاستثمار السياحي في الاستثمار المحلي متفاوتة من دولة عربية إلى أخرى بشكل كبير، حيث تشير إحصائيات منظمة العالمية للسياحة لعام 2007 إلى ارتفاع نسبة الاستثمار السياحي إلى جملة الاستثمار المحلي في كل من السودان بـ32.9% والإمارات بـ30.6% وليبيا بـ28.7% حين تصل هذه النسبة إلى أدنى مستوياتها في الجزائر بـ5.9% والبحرين بـ6.4% والسعودية بـ6.51%، والجدول التالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (14) :أداء الاستثمار السياحي في بعض الدول العربية لسنة2007

الدول	مساهمة الإستثمار السياحي في الإستثمار المحلي (%)	معدل النمو
الأردن	17.9	1.7
الإمارات	30.6	15.7
البحرين	6.4	51.9
تونس	16.9	17
الجزائر	5.9	9.2
جزر القمر	24.6	20.7
السعودية	6.5	11
السودان	32.9	5.6
سوريا	7.4	2
عمان	7.2	17.3
قطر	13.6	17.6
الكويت	8.7	25.4
لبنان	11.8	12

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

12.9	28.7	ليبيا
10.6	16.3	مصر
4.5	13	المغرب
7.8	10.8	اليمن

Source : world travel et tourism council(2007), world travel et tourism navigating the path ahead, the 2007 travel and tourism economic research

المطلب الثالث: العوائق الاقتصادية للاستثمار السياحي

إضافة إلى المشاكل و العوائق الإدارية و القانونية التي سبق ذكرها و التي تجعل من الاستثمار السياحي أمرا صعبا للغاية ، توجد هناك عوامل أخرى لا تقل أهمية عن سابقتها تقف عائقا آخر أمام هذا النوع من الاستثمارات ، حيث نجد صعوبات حصول المشاريع السياحية على التمويل، ومعوقات مرتبطة بالمنظومة الجبائية و غياب الحوافز المشجعة لجلب هذا النوع من الاستثمار، بالإضافة إلى نقص المنافسة ، وهذا ما سوف نتطرق إليه في هذه النقطة.

أولا: إشكالية تمويل الاستثمار السياحي

صعوبة الحصول على تمويل الاستثمارات السياحية راجعا أساسا إلى غياب المؤسسات المالية و البنكية المتخصصة في تمويل الاستثمار السياحي ، وهذا العامل هو السبب الرئيسي في نظر المستثمرين، مما أدى إلى نقص الاستثمارات السياحية، ضف إلى ذلك فالمستثمر ينظر إلى النظام البنكي الجزائري على أنه غير ذو فعالية وغير قادر على متطلبات الاستثمار، وعلى هذا الأساس فإن النظام البنكي الجزائري أصبح يشكل أحد العقبات الهامة أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب، بحيث أنه لا يستجيب لشروط و متطلبات التحولات الاقتصادية التي تعرفها الجزائر، فهو يفتقر إلى الخبرة المهنية لدى المشرفين على البنوك ، بالإضافة إلى الاعتماد على الطرق الكلاسيكية و التقليدية في تسيير البنوك، مع هيمنة القطاع العمومي على

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

النظام البنكي ، حيث تسيطر البنوك العمومية على السوق بنسبة تتجاوز 92% في المقابل البنوك الخاصة لا تتعدى 8 % .

ونجد كذلك البنوك الجزائرية غير قادرة على تمويل الاستثمارات السياحية ، إذ أن إنشاء مثل هذه الاستثمارات تتطلب تمويل كبير، نظرا لما ستوفره هذه الاستثمارات السياحية من مرافق متعددة(صحية ، رياضية، ترفيهية، الاستجمام) حيث تتلاءم مع رغبات السياح، وحاليا فإن القدرات التمويلية الوطنية متوفرة وتسمح بتمويل جل الاستثمارات السياحية، وعلى الرغم من ذلك يصعب الوصول إلى هذه الموارد ثم كيفية استخدامها، ضف إلى ذلك القروض المقدمة في إطار الاستثمارات السياحية غير مشجعة نظرا لكون معادلات الفائدة عليها مماثلة و ليست منافسة لباقي القروض الممنوحة للأغراض غير الاستثمارية⁽¹⁾.

بالإضافة إلى ذلك الاستثمار في المجال السياحي يتميز بنوع من الخصوصية منها :

- مدة تنفيذ المشاريع السياحية طويلة نوعا ما حيث تصل إلى 05 سنوات ؛
- تتعدد مجالات الاستثمار السياحي وتتنوع ، حيث تشمل الاستثمار في بناء وتشغيل وتطوير الفنادق والمطاعم ومراكز الاستشفاء، ومراكز الرياضة والترويج والقرى السياحية والبواخر السياحية وسياحة المحميات، بالإضافة إلى المشروعات الكبرى مثل تخطيط المدن السياحية المتكاملة وشركات السياحة ووكالات السفر و وسائل النقل السياحي ؛

-المشاريع السياحية تتطلب استثمارات ضخمة وذات أسعار فائدة مرتفعة، وهذا ما يعد أحد المشاكل التي تحول دون وصول الاستثمارات إلى مناطق التوسع السياحي التي شهدت ومازالت تشهد تداولاً عليها من قبل الأجانب، دون أن يفضي ذلك إلى استثمارات حقيقية ؛

-طول الآجال الخاصة بالوصول إلى مرحلة مردودية المشروع ، وهذه الفترة تمتد إلى (03) سنوات انطلاقاً من بداية سير المشروع ، وبالتالي فالمشروع السياحي لا يدخل مرحلة المردودية إلا بعد مرور حوالي (08)

1) مجبونة مسعود: "معوقات عملية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر"، مرجع سبق ذكره ، ص 15.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

سنوات، حيث يكون رأس المال المستثمر مقيد وجامد في شكل بنايات وتجهيزات، هذا ما يجعل القروض البنكية المقدمة لتمويل الاستثمارات السياحية لفترات قصيرة ومتوسطة لا تتماشى مع وضعية هذا النوع من الاستثمارات التي تحقق أرباح لتغطية القروض على المدى الطويل، وهذا ما شكل عائقا أمام الحصول على القروض البنكية لتمويل المشاريع السياحية.

ومن هذا المنطلق نجد أن عدد المشاريع الاستثمارية السياحية التي تعاني من تعثر بسبب مشاكل وغياب التمويل وصلت حوالي 125 مشروع سنة 2005 ، ومع نهاية سنة 2008 وصلت عدد المشاريع السياحية المتعثرة بسبب غياب التمويل إلى 217 مشروعا ، حيث توفر هذه المشاريع طاقة استيعابية قدرت بـ 19.231 سرير، وفي بعض الأحيان تم التخلي عن العديد من هذه المشاريع ، وأحيانا أخرى يتم تغيير وجهة مشاريع أخرى⁽¹⁾ .

المبحث الرابع: الإستراتيجية المقترحة للنهوض بقطاع السياحة بالجزائر

من خلال ما تم التعرض له في الفصول السابقة سنحاول إقتراح إستراتيجية تنموية بالإعتماد على المؤهلات السياحية التي تمتلكها الدولة الجزائرية وذلك من خلال:

- إبراز أهمية السياحة في تنشيط روابط التعاون الاقتصادي مع دول الجوار.
- التوفيق بين الربحية و تنمية المجتمع المحلي وإشراك سكانه في منافع السياحة.
- ضمان أمن وسلامة السياح.
- التوافق بين الانفتاح والتحرر في تجارة الخدمات السياحية وحماية البنية الاجتماعية والهوية الثقافية للشعب الجزائري.
- الواقعية في الاستخدام المستدام للموارد والإمكانات وعدم المبالغة بالطموحات.
- المرونة والتجديد والتطوير للسياسات ورسم الخطط السياحية.

1) قرومي حميد وحميدي عبد الرزاق: " السياحة في الجزائر : الواقع وآفاق التطوير " ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق ، ص14

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

المطلب الأول: الإستراتيجية المنتهجة للنهوض بقطاع السياحة

الهدف من هذه الإستراتيجية هو تحقيق هوية سياحية متميزة للجزائر كمقصد سياحي على خارطة السياحة الدولية، وتقديم منتج سياحي عالي الجودة يستند إلى الغنى والتنوع في المصادر السياحية، ويتلائم مع متطلبات الأسواق السياحية المستهدفة.

وسنعمد في الاستراتيجية المقترحة على جزئين: الأول يعتمد على منهجية البحث والتحليل والتشخيص

للموضع السياحي الراهن، وإعطاء تعريف، أو وصف مختصر لمكوناته متضمنة:

1- إبراز مكامن القوة لكل مكون والاتجاهات الإيجابية المرتبطة به.

2- كشف نقاط الضعف المتمثلة في الصعوبات والمشكلات القائمة والمحتملة.

3- تحديد التحديات والفرص المتاحة لتطوير السياحة كعوامل ومتغيرات مؤثرة فيها.

أما الجزء الثاني من الإستراتيجية فيتضمن وضع الحلول والمعالجات للتهديدات والتحديات التي تواجه إحداث

تنمية سياحية، مستفيدة من الفرص المتاحة في تحقيق التنمية المستدامة؛

وتحديد التوجهات الإستراتيجية من خلال الهدف الرئيس والأهداف الفرعية والسياسيات والإجراءات المتصلة

بكل مكون على حدى.

وهذا لتحقيق نمو متوازن لعدد السياح وحجم الاستثمارات السياحية ، بما يساعد على تنمية المنشآت السياحية

وتحسين مستوى الكوادر البشرية وتأهيلها لأداء دورها في تطوير قاعدة الخدمات، والاعتماد على الموارد

السياحية المميزة التي تملكها الجزائر بالاستفادة من المقومات الطبيعية والحضارية الثقافية، بما يحقق رفع

معدلات العائدات السياحية السنوية من خلال الأهداف الآتية:

- تعزيز استقرار البناء المؤسسي للسياحة وتحديث أجهزة الإدارة السياحية وتزويدها بالكفاءات والمهارات

التخصصية واستكمال إصدار وتحديث منظومة التشريعات السياحية.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

- تطوير المنتج السياحي وتهيئة مناطق سياحية جديدة واعدة لمواكبة متطلبات الأنماط المختلفة للنشاط السياحي.

- تحفيز وزيادة الاستثمارات في القطاع السياحي بما يتوافق وزيادة أعداد السياح.

- الارتقاء بجودة الخدمات السياحية بما يتوافق مع المواصفات الدولية وتقديم الخدمات اللازمة للسياح في المواقع السياحية والمحيط السياحي.

- زيادة عدد الموارد البشرية المؤهلة للعمل في القطاع السياحي بما يتوافق والزيادة في حركة الاستثمارات السياحية.

- تطوير التسويق والترويج السياحي ودراسة الأسواق السياحية المستهدفة ومتطلبات الأسواق المصدرة للسياحة والترويج لها بما يكفل زيادة عدد السياح، وذلك من خلال:

أولاً: تعزيز استقرار البناء المؤسسي للسياحة وتحديث أجهزة الإدارة السياحية وتزويدها بالكفاءات والمهارات التخصصية واستكمال إصدار وتحديث منظومة التشريعات السياحية من خلال:

- تعزيز وتطوير قدرات الإدارة السياحية.

- تحديث الأطر القانونية المشجعة والداعمة للسياحة والمنظمة للأنشطة السياحية المختلفة.

- بناء القدرات والمهارات للعاملين بالإدارة السياحية.

- تطوير أنظمة وتكنولوجيا المعلومات السياحية.

ثانياً: تطوير المنتج السياحي وتهيئة مناطق سياحية جديدة واعدة لمواكبة متطلبات الأنماط المختلفة للنشاط السياحي من خلال:

- تحقيق التنمية المستدامة للموارد والإمكانات السياحية البيئية الطبيعية وحمايتها من السطو والهدر والاستخدام الجائر وتهديدات التلوث والتغيرات المناخية.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

- الاستغلال الأمثل للموارد والأصول السياحية الحضارية التاريخية والموروث الثقافي الجزائري، وصيانتها والحفاظ على جاذبيتها واستدامتها.

- إشراك ومساعدة المجتمعات المحلية على المساهمة والاستفادة من التنمية السياحية.

ثالثاً: تحفيز وزيادة الاستثمارات في القطاع السياحي بما يتوافق وزيادة أعداد السياح من خلال:

- توفير خدمات البنية التحتية والمرافق العامة في المناطق السياحية المستهدف تنميتها.

- تقديم مزيد من التسهيلات لتحسين عرض المنتج السياحي بما يحقق تحفيز الطلب السياحي للجزائر.

- تعظيم الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة بتحقيق زيادة إجمالية في مستوى الإنفاق السياحي، لتأمين الحد الممكن من العائدات الصافية (القيمة المضافة) في الاقتصاد الوطني.

- توفير البيئة/ المناخ الاستثماري السياحي الآمن والشامل لجذب وعمل مزيد من الاستثمارات السياحية المحلية والعربية والأجنبية.

رابعاً: الارتقاء بجودة الخدمات السياحية بما يتوافق مع المواصفات الدولية، وتقديم الخدمات اللازمة للسياح في المواقع السياحية والمحيط السياحي من خلال:

- تطوير القدرة التنافسية على أساس تنوع عناصر المنتج السياحي وجودة الخدمات والأنشطة السياحية لتحقيق زيادة في الطلب السياحي على بلادنا.

- تحسين مستوى جودة خدمات المنشآت السياحية الإيوائية وغيرها من الخدمات السياحية بما يتلاءم مع المستويات الدولية.

- تطوير خدمات الطعام والشراب والتنزه ووسائل النقل وكافة التسهيلات اللازمة لتحقيق الرضا والراحة للسياح.

- تحسين بيئة الأعمال للمنشآت والأنشطة السياحية.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

خامساً: زيادة عدد الموارد البشرية المؤهلة للعمل في القطاع السياحي بما يتوافق والزيادة في حركة

الاستثمارات السياحية من خلال:

- تأهيل الكوادر البشرية العاملة في المرافق والخدمات السياحية.

- تطوير مناهج التعليم والتدريب السياحي بما يواكب متطلبات السياحة الحالية.

- دعم إنشاء مدارس ومعاهد سياحية لمختلف المهن السياحية.

سادساً: تعزيز الأمن والاستقرار السياحي وتنمية الوعي السياحي المجتمعي من خلال:

- تحقيق وتعزيز الأمن والاستقرار السياحي كأساسٍ لتحقيق التنمية السياحية وتنشيط نمو حركة السياحة.

- تنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي بأهمية ودور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية

المستدامة على المستوى الوطني والمحلي ، بما يحقق تغيير المفاهيم

والسلوكيات والممارسات الخاطئة تجاه السياحة وخلق بيئة ملائمة وصديقة للسياحة.

- إيجاد إعلام سياحي فاعل يتمتع بالمهنية ويستخدم أكفاً الوسائل وأكثرها تقدماً لتقديم رسائل إعلامية توعوية

ومعرفية وإقناعية باعتماد أفضل المداخل ويساهم في نشر الثقافة السياحية في الجزائر.

سابعاً: تطوير التسويق والترويج السياحي ودراسة الأسواق السياحية المستهدفة ومتطلبات الأسواق

المصدرة للسياحة والترويج لها بما يكفل زيادة عدد السياح من خلال:

- استخدام الوسائل المختلفة والفاعلة للترويج والتسويق السياحي وتوسيع وتنوع فعاليات وأساليب الترويج

السياحي.

- تحسين الصورة السياحية للجزائر في الأسواق المصدرة للسياحة.

- دخول أسواق سياحية جديدة وواحدة لزيادة حصة الجزائر من السوق السياحي الدولي.

- تنشيط السياحة المحلية.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

ثامنا: تطوير البناء المؤسسي للسياحة

إن استقرار وتطوير البناء المؤسسي للسياحة هو الطريق الأنجع لبناء ونمو الثقة بدور القطاع الحكومي التأشيري والإشرافي لدى القطاع السياحي الخاص ، والتأكيد على الشراكة بينهما في تعزيز الإصلاح وتطوير الإدارة والتشريعات السياحية وبناء قدرات الموارد البشرية العاملة في القطاع السياحي من خلال:

- إصلاح وتطوير الإدارة السياحية.

- استكمال البناء التشريعي للقطاع السياحي.

- تعزيز بناء القدرات البشرية ،الفنية ،المادية والإدارية.

المطلب الثاني: التنمية المستدامة للمنتج السياحي

تمتلك الجزائر موارد وإمكانات سياحية واسعة تُعدُّ أساساً لمنتج سياحي واعد ومتميز تتمثل في:

- توفر أجمل المناظر الطبيعية المتنوعة في الجبال والهضاب الخضراء والصحراء والشواطئ.

- تفرّد الفن المعماري في المدن والقرى التاريخية.

- تاريخ عريق.

- منطقة غير مكتشفة ومحافطة على طابعها الأصلي.

- عرض مناسب لهواة المغامرة.

أولاً: التنمية المستدامة للموارد السياحية

تطوير وتنويع المنتج السياحي المتاح للعرض بما يتلاءم والطلب الاستهلاكي للسياح، وتهيئة وتأهيل

مناطق جذب سياحي جديدة ذات أولوية ، وتحويل الجزائر إلى مقصد وواجهة للسياحة التاريخية وسياحة

المغامرات، وهذا بهدف :

- تحقيق التنمية المستدامة للموارد والإمكانات السياحية البيئية الطبيعية وحمايتها من السطو والهدر

والاستخدام الجائر وتهديدات التلوث والتغيرات المناخية.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

- الاستغلال الأمثل للموارد والأصول السياحية الحضارية ، التاريخية والموروث الثقافي الجزائري، وصيانتها والحفاظ على جاذبيتها واستدامتها.

- إشراك ومساعدة المجتمعات المحلية على المساهمة والاستفادة من التنمية السياحية.

ثانيا: دمج المجتمعات المحلية في مشاريع التنمية السياحية

إن خلق توازن بين التنمية السياحية ومتطلبات المجتمعات المحلية، وتوفير التسهيلات واستخدام الموارد المحلية كأساس لتحسين المنتج السياحي والتطوير للصناعة السياحية ، والاعتماد في التنمية السياحية على دعم دائم من المجتمعات المحلية من خلال تنمية وتوسيع مجالات الاستفادة من السياحة لهذه المجتمعات وهذت عن طريق:

- مساعدة المجتمع المحلي على تحقيق قدر من طموحاته الاجتماعية ،الثقافية والاقتصادية بواسطة السياحة.

- تشجيع السكان المحليين على إقامة المشروعات السياحية الصغيرة.

- إشراك المجتمع المحلي في الحفاظ على البيئة الطبيعية ومميزات المناطق الطبيعية، وتهيتها بما يلبي احتياجات المجتمع المحلي.

ثالثاً: تحفيز الاستثمارات السياحية وتطوير منشآت الخدمات السياحية

إن توفير خدمات البنية الأساسية والمرافق العامة في المناطق السياحية المستهدف تنميتها يساعد على:

- تحسين خدمات البنية الأساسية الحالية وتوسيع طاقتها الاستيعابية.

-توفر خدمات البنية الأساسية باتجاه المناطق المستهدف تنميتها والداعمة لإنشاء المشروعات السياحية وخلق فرص كبيرة للعرض الاستثماري للتنمية السياحية.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

1- زيادة كفاءة التسهيلات السياحية:

تقديم مزيد من التسهيلات لتحسين عرض المنتج السياحي، وإظهار الجزائر بشكل حضاري راقى بما يحفز الطلب السياحي عليها. عن طريق توفير وتقديم التسهيلات المحفزة والجاذبة لقدم السياح والزوار إلى الجزائر.

2- تطوير منشآت الخدمات السياحية:

تعظيم الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة بتحقيق زيادة إجمالية في مستوى الإنفاق السياحي ، وتأمين الحد الممكن من العائدات الصافية المتبقية (القيمة المضافة) في الاقتصاد الوطني عن طريق :

- رفع معدلات الإشغال للطاقة الإيوائية والخدمية للمنشآت السياحية بما يحقق زيادة في العائدات السياحية للمنشآت كأرباح للمستثمرين، وإيرادات للخزينة العامة للدولة ، والمساهمة في خلق فرص عمل جديدة للحد من البطالة.

- تشجيع القطاع الخاص للتوسع في إقامة وبناء منشآت الخدمات السياحية ، لزيادة الطاقة الإيوائية للمنشآت السياحية الفندقية وبما يتناسب والطلب السياحي ، وبنسبة نمو سنوي متدرج.

3- تحفيز الاستثمارات السياحية:

توفير البيئة/ المناخ الاستثماري السياحي الآمن والشامل لجذب وعمل مزيد من الاستثمارات السياحية المحلية والعربية والأجنبية بهدف:

- الاستغلال والتهيئة المثلى لمواقع ومناطق الجذب للمنتج السياحي الجزائري.
- التوسع في المنشآت السياحية وتنويع مجالات المشاريع السياحية في المناطق والمواقع السياحية المستهدفة وبالذات في الشواطئ والحرص على البيئة المحيطة.
- تحفيز إقامة روابط التكامل مع القطاعات الأخرى في الاقتصاد الوطني.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

رابعاً: تحسين جودة الخدمات السياحية

تحسين القدرة التنافسية على أساس مزايا عناصر المنتج السياحي، وجودة الخدمات والأنشطة السياحية لتحقيق زيادة في الطلب السياحي على بلادنا من خلال:

- الارتقاء بمستوى جودة خدمات المنشآت السياحية الإيوائية وغيرها من الخدمات السياحية بما يتلاءم مع المستويات الدولية.

- تطوير خدمات الإيواء والطعام والشراب والتنزه ووسائل النقل وكافة التسهيلات اللازمة لتحقيق الرضا والراحة للسياح.

- تحسين بيئة الأعمال للمنشآت والأنشطة السياحية.

خامساً: تنمية الموارد البشرية السياحية

ويتم عن طريق

1- تطوير التعليم السياحي:

بناء قدرات ومهارات العاملين في القطاع السياحي عبر التعليم والتدريب والتأهيل لتوفير العامل المتميز بالوعي والحاظق الماهر في أداء مهنته السياحية، وتلبية احتياجات السوق المحلية من العمالة الفندقية والسياحية بهدف:

- إيجاد تعليم فندقي سياحي يضمن مخرجات مطابقة للمعايير الدولية.

- توفير احتياجات السوق المحلية من العمالة السياحية الوطنية الماهرة.

- تدريب وتأهيل العاملين في المنشآت السياحية.

- زيادة فرص العمل السياحي المتاحة للعمالة الوطنية.

- ضمان الحقوق الوظيفية في التأمين الصحي والمعاش التقاعدي للعاملين في القطاع السياحي.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

2- تحسين مستوى التدريب والتأهيل السياحي:

- زيادة عدد الكوادر البشرية المؤهلة والمدربة للعمل في القطاع السياحي بما يتوافق مع الزيادة في عدد المنشآت السياحية وحركة الاستثمار وزيادة عدد السياح وهذا يحدث ب:
 - رفع قدرات وكفاءة العمالة المحلية للعمل في القطاع السياحي.
 - تحسين قدرات العمالة الفندقية العاملة.
 - إعادة تأهيل العاملين في منشآت الطعام والشراب.
 - تدريب المرشدين السياحيين.

سادساً : تعزيز الأمن والتوعية السياحية

1- تعزيز الأمن والاستقرار السياحي:

- تحقيق وتعزيز الأمن والاستقرار السياحي كأساس لتحقيق التنمية السياحية وتنشيط نمو حركة السياحة.
 - ضمان أمن وسلامة السياح وتسهيل تنقلاتهم.
 - تطوير وتحديث أجهزة الأمن السياحي.
 - إشراك سكان المجتمع المحلي في تثبيت الأمن السياحي، والانتفاع بعوائد السياحة..

2- تنمية الوعي السياحي :

- تنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي بأهمية ودور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة على المستوى الوطني والمحلي ، بما يحقق تغيير المفاهيم والسلوكيات والممارسات الخاطئة تجاه السياحة، وخلق بيئة ملائمة وصادقة للسياحة.
 - رفع مستوى الوعي المجتمعي بأهمية السياحة وتنميتها.
 - تفعيل دور منظمات المجتمع المدني والمؤسسات التعليمية والثقافية والإرشادية -الدينية في التوعية السياحية.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

- التوعية بأهمية الحفاظ على الموارد السياحية وتوفير البيئة السياحية المناسبة.
- تعزيز الوعي السياحي بالاعتماد على معلومات سياحية دقيقة.

3- تطوير الإعلام السياحي:

- إيجاد إعلام سياحي فاعل يتمتع بالمهنية ويستخدم أكفأ الوسائل وأكثرها تقدماً، ليقدم رسائل إعلامية توعوية ومعرفية وإقناعية باعتماد أفضل المداخل، ويساهم في نشر الثقافة السياحية في الجزائر.
- رفع مستوى الوعي السياحي بين الأوساط الرسمية والشعبية.
- تفعيل دور المؤسسات الإعلامية في نشر الوعي السياحي.
- تطوير القدرات المهنية للمشتغلين في مجال الإعلام السياحي.
- تحقيق الشراكة التكاملية بين وزارة الإعلام ووزارة السياحة لخدمة الإعلام السياحي.

سابعاً: تطوير الترويج والتسويق السياحي

- تطوير وسائل وأساليب الترويج والتسويق السياحي بما يعزز القدرة التنافسية للسياحة وزيادة حجم الصادرات السياحية.
- تطوير البناء المؤسسي للترويج والتسويق السياحي بما يحقق رفع مستوى الأداء.
- تحسين الصورة السياحية لليمن في الأسواق السياحية الدولية.
- الرقي بأساليب التسويق السياحي إلى مستويات عليا من الأداء، تتجاوب بشكل فعال وسريع وكفاء مع احتياجات الزبائن.
- تحسين المنتجات التسويقية بما يتيح فرص لاختيار أمثل من قِبَل المجموعات المستهدفة.
- تجسيد الشراكة الترويجية بين الحكومة والقطاع الخاص.
- ترشيد الإنفاق للموارد المالية لضمان تحويل الجزائر إلى مقصد سياحي تنافسي.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

خلاصة الفصل:

تتوفر الجزائر على إمكانيات سياحية لا بأس بها، سواء كانت طبيعية أو بشرية، أو حتى مادية في الظروف الراهنة، إلا أن عدم التركيز على هذا القطاع والاهتمام به، جعله قطاعاً هامشياً، هذه الإمكانيات كان قد اعترف بها حتى المستعمر آنذاك، واهتم بها وشجع على الاستثمار فيها، وبالتالي الشيء الذي يقال عن القطاع السياحي في الجزائر، أنه يشكو التهميش من القائمين عليه، خاصة وأن الظروف الراهنة ملائمة جداً، وهذا ما نتمناه في مطلع سنة 2025.

وبالتالي، ما تم التوصل إليه من خلال هذه المداخلة ما يلي:

1- تتوفر الجزائر على إمكانيات طبيعية هائلة، يمكن أن تجعل من السياحة الجزائرية قطباً سياحياً من الدرجة الأولى.

2- اهتمام السلطات بعد الاستقلال بقطاعات أخرى على حساب القطاع السياحي، ساهم كثيراً في إضعاف هذا القطاع.

3- مرحلة التسعينات أو مرحلة اللأمن في الجزائر، قضت على الآمال التي كانت قائمة للنهوض بهذا القطاع، لما أصاب الجزائر من عزلة، وعزوف السائحين الأجانب للدخول إلى الجزائر.

4- المرحلة الراهنة تتميز بالاستقرار، وعودة استدياب الأمن كقيلة بإعادة الاعتبار لهذا القطاع، والوصول به إلى مصاف القطاعات السياحية في البلدان الأخرى، وخاصةً البلدان الشقيقة التي لانقل عنها شأنًا في

الإمكانيات السياحية.

5- التركيز على القطاعات المرافقة لقطاع السياحة.

الفصل الرابع: الإستثمار السياحي بالجزائر واقع وآفاق

لقد تطورت السياحة و أصبحت ظاهرة عالمية ، خاصة بعد استقرار الأوضاع الدولية السياسية والأمنية ، و حظيت باهتمام الكثير من الدول باختلاف أنظمتها السياسية والاقتصادية و المنظمات الدولية كالمنظمة العالمية للسياحة ، و بهذا أصبحت السياحة علما يدرس،مما أدى إلى زيادة الوعي لدى شعوب العالم و ارتفاع المستوى التعليمي و زيادة الدخل الفردي، و بهذا أصبحت السياحة صناعة عرفت تطورا ملحوظا ، من حيث مساهمتها في التنمية المستدامة و تحسين ميزان المدفوعا ، و قد ازدهرت السياحة و توزعت في مناطق جغرافية أكثر منها في مناطق أخرى ، حيث استحوذت أوروبا على جزء هام من السياحة الدولية، في حين كانت حصة إفريقيا من السياحة الدولية متواضعة، خاصة الجزء الجنوبي منها، أما الجزء الشمالي منها عرف انتعاشا سياحيا فتنوس ،مصر و المغرب تعتبر من التجارب السياحية العربية الناجحة، في حين لا يزال القطاع السياحي الجزائري دون المستوى المطلوب مقارنة مع الدول المجاورة، رغم ما تملكه الجزائر من إمكانيات تؤهلها لأن تصبح قطبا سياحيا بامتياز، و قادر على منافسة الدول السياحية الأولى في العالم ، هذا ما يوحي بوجود عراقيل أثرت سلبا بدرجة كبيرة على القطاع السياحي الجزائري لمدة تقارب 40 سنة انطلاقا من مرحلة ما بعد الاستقلال إلى نهاية التسعينيات، و حاليا عرف القطاع السياحي إلتفاته جديده بداية من سنوات الألفينيات، حيث سعت الدولة إلى وضع إستراتيجية جديدة للسياحة الجزائرية على مراحل تمتد إلى غاية2015، و هذا ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الذي يعبر عن الرغبة والنية الحسنة للدولة بالنهوض و تطوير قطاعها السياحي، و جعله كبديل لقطاع المحروقات في المستقبل.

أولا: إختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: عرفت السياحة الدولية تطورا سريعا بداية من العصور القديمة إلى غاية المرحلة المعاصرة، فرضية جد صحيحة، وهذا راجع لشدة المنافسة في هذا القطاع، حيث عملت كل دول العالم على تحسين وجهتها السياحية وذلك قصد جذب أكبر عدد ممكن من الإستثمارات في هذا المجال.

الفرضية الثانية: استفادة الجزائر من التجارب السياحية العربية الناجحة كان ضئيلا جدا فرضية صحيحة، ودليل ذلك استمرار ضعف السياحة الجزائرية مقارنة مع السياحة في الدول المجاورة.

الفرضية الثالثة: إمكانات الجزائر السياحية كبيرة و قادرة على جعل الجزائر بلدا سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي. فرضية صحيحة، نظرا لامتلاك الجزائر على مؤهلات كبيرة، سواء ما تعلق بالإمكانات الطبيعية، أو بالإمكانات المؤسساتية والمالية.

الفرضية الرابعة: ساهمت الخيارات الإستراتيجية بعد الاستقلال بدرجة كبيرة في ضعف القطاع السياحي، فرضية صحيحة جزئيا، إذ ساهمت فعلا الخيارات الإستراتيجية بعد الاستقلال في ضعف السياحة الجزائرية، ولكن ليس هو السبب بل هناك أسباب عديدة ساهمت مع بعضها في تدهور القطاع السياحي في الجزائر.

الفرضية الخامسة: تطوير السياحة ودفع عجلة القطاع السياحي في الجزائر مرتبط بالتطبيق الفعلي لإستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2015. فرضية صحيحة، باعتبار أن المخطط التوجيهي جاء بخطة سياسية شاملة لكافة الجوانب السياحية وعلى مراحل مختلفة.

ثانيا: نتائج الدراسة

ما تم استنتاجه من هذه الدراسة موضحة فيما يلي:

1- السياحة ظاهرة عالمية تطورت و ازدهرت في بداية القرن العشرين (20)، مع استقرار الوضع الدولي خاصة مع بداية الخمسينات ، حيث أدى زيادة الدخل الفردي و المستوى التعليمي و ارتفاع الوعي الشعبي للتنقل من أجل الراحة والاستجمام ، لهذا أصبحت السياحة صناعة.

2- تساهم السياحة في التنمية الاقتصادية بنسبة كبيرة ، من حيث زيادة المداخيل بالعملة الصعبة و تحسين وضعية ميزان المدفوعات ، وتوفير مناصب الشغل للكثير من الفئات السكانية بطريقة مباشر أو غير مباشرة ، بالإضافة إلى أنها تساهم بنسب مهمة في الناتج المحلي الإجمالي للكثير من دول العالم.

3- تتركز السياحة الدولية في مناطق و تقا في أخرى ، حيث استحوذت أوروبا على جزء هام من السياحة الدولية، و هذا بحكم الاستقرار الذي عرفته أوروبا والإمكانيات المتاحة والاهتمام الكبير بالقطاع السياحي لدى هذه الدول ، مما انعكس إيجابا على شتى الميادين الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و حتى البيئية، في حين حصة إفريقيا من السياحة الدولية كانت ضعيفة ، خاصة في الجزء الجنوبي منها، و هذا نظرا لعدم الاستقرار الأمني خاصة الذي تعرفه هذه القارة

4- تعتبر التجربة السياحية لكل من تونس ومصر والمغرب من أنجح التجارب السياحية في الدول العربية ، نظرا لآثار الايجابية التي تركتها في شتى الميادين الاقتصادية و الاجتماعية هذا ما جعل قطاع السياحة في هذه الدول يساهم في الحد من المشكلات الاقتصادية لها.

5- القطاع السياحي في الجزائر لا يزال ضعيف ودون المستوى المطلوب ، ولم يرقى إلى تحقيق الأهداف المرجوة منه ، هذا رغم توفر الإمكانيات خاصة الطبيعية منها ، التي يمكن أن تجعل من الجزائر بلدا مستقبلا للسياح ، و قادرة على منافسة الدول الرائدة في المجال السياحي ، بالإضافة إلى الجهود المبذولة منذ الاستقلال إلى غاية اليوم ، رغم تواضع هذه الجهود في كثير من الأحيان.

6- إعترض قطاع السياحة في الجزائر عقبات وعراقيل حالت دون النهوض به وتطويره، و اختلفت هذه العراقيل و تنوعت في شتى المجالات و أهمها الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية بعد الاستقلال، و الوضع الأمني الصعب التي مرت به الجزائر فترة التسعينات.

7- تعد الفترة الحالية انطلاقا من بداية سنوات الالفينيات مرحلة الالتفاتة الجدية من قبل الدولة لقطاعها السياحي ، بغية النهوض به وترقيته وجعله في مصاف القطاعات السياحية على الأقل للدول المجاورة، وهذا بوضع إستراتيجية جديدة على فترات مختلفة على المدى المتوسط 2015 و المدى الطويل 2025 ، هذا في ظل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الذي تعتبر تنويفا لمسار طويل ، و بمشاركة الفاعلين في القطاع السياحي.

التوصيات:

تعتبر السياحة في الجزائر ضرورة ملحة لمواجهة مرحلة ما بعد البترول، والعمل على إيجاد الظروف الملائمة لقيام صناعة سياحة جزائرية، وتطويرها بما يخدم التنمية الاقتصادية، الإجتماعية والثقافية للبلاد. ولتحقيق هذه الغاية سيتم عرض بعض التوصيات التي يمكن أن تكفل مشاغل القطاع السياحي وتعمل على تطويره وهي:

1- الإستغلال الأمثل للإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر، والإستفادة من تجارب غيرها من الدول الناجحة في مجال السياحة، خاصة تلك التي تتوفر على نفس المميزات الجغرافية، التاريخية والإجتماعية كتونس والمغرب.

2- ترقية المنتج السياحي المحلي إلى المستوى الذي يجعله قادرا على المنافسة في السوق الدولية، مم يساعد على كون الجزائر وجهة سياحية في المنطقة العربية مستقبلا وبين جيرانها في المغرب العربي.

3- توجيه وسائل الإعلام والإشهار لخدمة القطاع السياحي وتوسيع نطاقه بإقامة الملتقيات، المنتديات وإنشاء الدوريات المتخصصة، الكتب، المنشورات، الأفلام، الجرائد، التلفزيون، الراديو، لإمكانية التعريف بالمنتج السياحي الجزائري وإيصاله إلى الطالبين (السياح) عبر هذه القنوات التسويقية داخل الوطن وخارجه.

4- تحسين الخدمات السياحية، وذلك بالإهتمام بتكوين وتدريب العاملين في هذا القطاع من خلال رفع مستواهم التعليمي والتأهيلي، في مراكز خاصة وكليات متخصصة في مجال السياحة والفندقة.

5- النهوض بالصناعة التقليدية وتطويرها لإرتباط منتوجات هذه الصناعة بالنشاط السياحي، حيث تعبر عن تاريخ وثقافة وعادات الشعوب، وبالتالي فهي منتج سياحي يجب الإهتمام به والمحافظة عليه من الإندثار

6- توفير المناخ الملائم للإستثمار السياحي، وإعطاء الأولوية للإستثمار الخاص المحلي والأجنبي، وذلك بتبسيط الإجراءات أمام المستثمرين في القطاع السياحي لتحفيزهم وإيجاد الإطار القانوني الملائم له.

7- توفير الظروف الأمنية للسياح، وحمائتهم من مختلف أشكال الإعتداءات التي قد يتعرضون لها، كالسرقة، الإغتصاب، وسوء المعاملة والتي تؤثر سلبا على التوافد الأجنبي على البلاد، وما ينجم عن ذلك من آثار سلبية ليس على القطاع السياحي فحسب وإنما على سمعة الجزائر.

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ - الكتب:

- 1- أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف: "تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية"، المكتب العربي، الطبعة الثانية، الإسكندرية، مصر، 1999.
- 2- الحصري حامد العربي: "تقييم الإستثمارات"، إدارة الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
- 3- أسامة بن محمد باحنشل: "مقدمة التحليل الاقتصادي الكلي"، جامعة الملك سعود، 1999.
- 4- أحمد فهمي جلال ونفيسة باشر: "اقتصاديات المشروع"، مكتبة النهضة للشروق، بيروت.
- 5- أحمد زكرياء والطاهر فاضل البياني، ناضم محمود نوري الشمري: "أساسيات الاستثمار العيني والمالي"، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ط1، 1993.
- 6- أحمد الجلاذ: "دراسات في الجغرافية السياحية"، عالم الكتاب، طبعة أولى، القاهرة، 1998.
- 7- إبراهيم حسين العسل، التنمية في الفكر الإسلامي مفاهيم - عطاءات - معوقات - أساليب، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2006.
- 8- بوتيز محمد: "المحاسبة العامة للؤسسة"، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992.
- 9- حسين عمر: "التنمية و التخطيط الاقتصادي"، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر.
- 10- حمدي عبد العظيم: "اقتصاديات السياحة مدخل نظري وعملي متكامل"، مكتبة الشرق، القاهرة، 2000.
- 11- خير الدين حسن: "الاتصالات التسويقية والإعلان"، مكتبة عين الشمس، القاهرة، 1996.
- 12- دوجلاس موسشيت: "مبادئ التنمية المستدامة"، ترجمة هناء شاهين، الدار الدولية للإستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2000.

- 13- رشيد الحمد، محمد سعيد صباريني: "البيئة ومشكلاتها"، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1979.
- 14- رشيد فؤاد التميمي ، أسامة عزمي سلام : " الاستثمار بالأوراق المالية"، دار المسيرة ،عمان،الأردن، 2004.
- 15- زياد رمضان: "مبادئ الاستثمار المالي و الحقيقي"، دار وائل للنشر و التوزيع ، ط3 ،عمان، الأردن ، 2005.
- 16- زياد رمضان: "مبادئ الاستثمار المالي والحقيقي"، دار وائل للنشر، عمان الأردن، الطبعة الأولى، 1998.
- 17- سعيد البطوطي: "اقتصاديات السفر والسياحة"، المكتبة الانجلومصرية، القاهرة، 2000 .
- 18- صلاح الدين عبد الوهاب: " التنمية السياحية"، مطبعة الزهران،القاهرة، 1991 .
- 19- صلاح الدين عبد الوهاب: "السياحة الدولية"، دار زهران ، القاهرة ، 1990 .
- 20- طارق الحاج : علم الاقتصاد ونظرياته، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن 1998
- 21- عبد الغفار هناء: " الاستثمار الاجنبي المباشر والتجارة الدولية الصين أنموذجا "، دار الحكمة، بغداد 2002.
- 22- عاطف محمد عبيد: "الإدارة المالية"، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1973.
- 23- عبد السميع صبري: "أصول التسويق السياحي"، دار الهاني للنشر، القاهرة، 2003 ،
- 24- فؤاد عبد المنعم البكري: "التنمية السياحية"، عالم الكتب، الطبعة الأولى 2004.
- 25- قحطان سيوفي: "اقتصاديات المالية العامة"، دار طرابلس للدراسات والنشر والترجمة، سنة 1989
- 26- كوكب سرمد: التمويل الدولي : " مدخل في الهياكل والعمليات والأدوات" جامعة الموصل ،الدار الجامعية للطباعة والنشر والترجمة، عمان 2002.

- 27- كامل بكري وآخرون: "مبادئ الاقتصاد الكلي"، الدار الجامعية الابراهيمية الاسكندرية 2001 .
- 28- محمد صالح الحناوي: "أساسيات الاستثمار في بورصة الأوراق المالية"، الدار الجامعية الاسكندرية 1997
- 29- محمد فرحي: "التحليل الاقتصادي الكلي الأسس النظرية"، ج1، د ت
- 30- محمد بلقاسم، حسن بهلول: "الإستثمار و اشكالية التوازن الجهوي"، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب
- 31- ميلودي أبو بكر: "اختيار الاستثمار وتقييم المشاريع"، دار الآفاق، سنة 1999،
- 32- منير إبراهيم هندي: "أساسيات الاستثمار في الأوراق المالية"، مركز دلتا للطباعة، مصر (الإسكندرية)، 1999 .
- 33- مثنى طه الحوري واسماعيل محمد علي الدباغ: "اقتصاديات السفر والسياحة"، مؤسسة الورق للنشر، عمان، 2000
- 34- محمود الديماسي وآخرون: "تخطيط البرامج السياحية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان 2002 .
- 35- محمد خميس الزوكة: "صناعة السياحة من منظور جغرافي"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995
- 36- ماهر عبد الخالق السيبي: "مبادئ السياحة"، مطابع الولاء الحديثة، القاهرة، 2002 .
- 37- محسن أحمد الخضيرى: "التسويق السياحي مدخل إقتصادي متكامل"، مكتبة مديولي، مصر، 1989 .
- 38- محسن أحمد الخضيرى: "التسويق السياحي"، مكتبة مديولي، القاهرة، 1990
- 39- محمد صالح الشيخ: "الآثار الاقتصادية والمالية لتلوث البيئة ووسائل الحماية منها"، مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2002
- 40- محمد السيد عبد السلام: "الأمن الغذائي للوطن العربي"، سلسلة عالم المعرفة، الكويت 1988 .
- 41- مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، مكتبة مجدلاوي، 1977.

- 42- ناظم محمد الشمري وظاهر الزياتي: "السياسات الاستثمار العيني والمادي"، دار وائل، ط5، 1999.
- 43- نبيل الروبي: "التخطيط السياحي"، مؤسسة الثقافة الجامعية، القاهرة، 1987.
- 44- هدى سيد لطيف: "السياحة بين النظرية والتطبيق"، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1994.
- 45- يسري دعبس: "السياحة"، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، القاهرة، 2001.
- 46- يوسف جعفر سعادة: "التربية السياحية"، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى، القاهرة، 2000.

ب . الأطروحات و الرسائل الجامعية

- 1- أحمد لشهب: "السياسة السياحية في الجزائر من 1962 إلى 1982"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 1987.
- 2- الطاهر خامرة، "المسؤولية البيئية الاجتماعية مدخل لمساهمة المؤسسة الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة - حالة سوناطراك-" رسالة ماجستير (غ م) كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2007.
- 3- خالد كواش: "أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، 2004/2003 كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر
- 4- كريم قاسم: "ترقية السياحة في الجزائر-حالة الديوان الوطني للسياحة"، رسالة ماجستير، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر 1998.
- 5- زيروني مصطفى، النمو الاقتصادي واستراتيجيات التنمية حالة اقتصاديات دول جنوب شرق آسيا، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000.
- 6- عبد القادر بلخضر: "إستراتيجية الطاقة وإمكانية التوازن في ظل التنمية المستدامة"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، سبتمبر 2005.

- 7- عامر عيساني: "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه منشورة، ،
قسم علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات ،جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2012/2009
- 8- عامر عيساني ، "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة- حالة الجزائر " ،أطروحة دكتوراه علوم في
علوم التسيير شعبة تسيير المؤسسات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر بباتنة،
دفعة 2009-2010
- 9- لخساف منى: "دراسة مقارنة للتجربة السياحية في الجزائر مع بعض البلدان المتوسطة"، رسالة ماجستير
غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003
- 10- يحيوي هادية: "السياحة والتنمية بالجزائر"، رسالة ماجستير ، قسم العلوم السياسية ، كلية الحقوق
والعلوم السياسية ، جامعة الحاج لخضر باتنة 2002/ 2003

ج-الملتقيات:

- 1 . زوليخة سنوسي، هاجر بوزيان الرحماني: "البعد البيئي لإستراتيجية التنمية المستدامة"، مداخلة ضمن
المؤتمر العلمي الدولي: التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم
التسيير، جامعة فرحات عباس، منشورات مخبر الشراكة والإستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
في الفضاء الأورومغاربي، دار الهدى، سطيف، 2008
- 2- سحر قدوري الرفاعي، " التنمية المستدامة مع التركيز على الإدارة البيئية، المنظور الاقتصادي للتنمية
المستدامة التجارة الدولية وأثرها على التنمية المستدامة"، أوراق عمل المؤتمر العربي الخامس للإدارة البيئية
المنعقد في تونس في سبتمبر 2006

- 3- طارق سعيد أبو خبطة: "هاشم محمد الزاوي، أهمية الاستثمار السياحي وأثره على التنمية الاقتصادية"، ورقة مقدمة في المؤتمر الوطني الأول حول الاستثمار الأجنبي في الجماهيرية الليبية العظمى، طرابلس، 29 أبريل 2006.
- 4- عمار عماري، إشكالية التنمية المستدامة وأبعادها، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي: التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، منشورات مخبر الشراكة والإستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، دار الهدى للطباعة والنشر، سطيف، 2008
- 5- قرومي حميد وحميدي عبد الرزاق، السياحة في الجزائر : الواقع وآفاق التطوير ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق
- 6- قزير محمود: "واقع القطاع السياحي في الجزائر ودوره في تمويل الجماعات المحلية لمشاريع التنمية"، ورقة مقدمة في الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باتنة، يومي 01 و 02 ديسمبر، 2004
- 7- محمد بوهزة، عمر بن سديرة: "الإستثمار الأجنبي المباشر كإستراتيجية للتنمية المستدامة: حالة الجزائر"، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي: التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، منشورات مخبر الشراكة والإستثمار في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفضاء الأورومغاربي، دار الهدى للطباعة والنشر، سطيف، 2008
- 8- محمد إبراهيم عراقي و فاروق عبد النبي عطا الله: " التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية " ،دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية" المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي - السيوف الإسكندرية

- 9- مـجـيـطـنـة مـسـعـود: "مـعـوقـات عـمـلـيـة النـهـوض بـالـقـطـاع السـيـاحـي فـي الجـزائر"، المـلـتـقـى العـلـمـي الدـولـي الثـامـن ، تـنـمـيـة السـيـاحـة كـمـصـدر تـمـويل مـتـجـدد لـمـكـافـحـة الفـقـر والتـخـلف فـي الجـزائر ، و فـي بـعض الدـول العـرـبـيـة و الإـسـلامـيـة ، الجـمـعيـة الوـطـنـيـة لـلاـقـتـصـادـيـين الجـزائرـيـين،، يـومـي 19 و 20 دـيـسـمـبـر / 2009 ، الجـزائر،دراسة حالة بعض الدول العربية و الإسلامية
- 10- نوري منير: " تحليل الأبعاد البشرية للتنمية المستدامة"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الأول حول اقتصاد البيئة والتنمية المستدامة، المركز الجامعي المدية، 06 و 07 جوان 2006
- د . المجالات**
- 1- بن حمودة محبوب وبن قانة إسماعيل: " أزمة العقار في الجزائر ودوره في تنمية الاستثمار الأجنبي " ، مجلة الباحث ، العدد 05، سنة 2007.
- 2- بلوج بولعيد: " معوقات الاستثمار في الجزائر " ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد 04 .
- 3- دبور نبيل: " مشاكل وآفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي " ، مع الإشارة خاصة إلى السياحة البيئية ، مجلة التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية ، 2004
- 4- جمال وحسن ، دنيا حامد، تغريد سعيد : > دراسة ميدانية للمكانات السياحية في محافظة كربلاء << ،مجلة كلية الادارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية – العدد 40/اكتوبر/2002.
- 5- خالد كواش، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول
- 6- خالد كواش: " الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة حالة الجزائر"، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، العدد 13، سنة 2005.

7- عادل قبرصي وعلي قادري: >> اعادة بناء العراق، استراتيجيات التنمية في ظروف الازمات <<، مجلة المستقبل العربي -أيلول 2003. العدد 295.

8- عبد السميع صبري: " التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006

8-علال رشدي: " السياحة والبلدان النامية "، مجلة تجاريس، العدد 74، الرباط، سبتمبر/ أكتوبر 2002،

9- غانم المسيلي، عدنان، لبنى حسين صالح : >> دور الاستثمارات الاجنبية المباشرة في التنمية الاقتصادية في الجمهورية اليمنية<<، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية المجلد 19 - العدد الثاني - دمشق 2003

10- لمحة خاطفة عن السياحة، تاريخها وتطورها، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، العدد 09، 1991

11- معهد التخطيط القومي، سلسلة قضايا التخطيط والتنمية، اقتصاديات القطاع السياحي في مصر وانعكاساتها على الاقتصاد القومي، ديسمبر 1998 .

12- مقدم عبيرات، عبد القادر بلخضر: "الطاقة وتلوث البيئة والمشاكل البيئية العالمية"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، العدد 07، سنة 2007،

13- منصورى الزين: " واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر "، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا ، العدد 02 هـ-الدوريات و القوانين والتقارير:

1- وزارة السياحة، الديوان الوطني للإحصائيات، الموسوعة الإحصائية السنوية للجزائر، نشرة 90 رقم 14

2- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية لعام

3- التقرير الموجز للأمم المتحدة، السكان والبيئة والتنمية، نيويورك، 2001

4- سليمان الرياشي وآخرون: "دراسات في التنمية العربية واقع و آفاق"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2012.

5- الدليل الاقتصادي و الاجتماعي، المؤسسة الوطنية للنشر و الإثهار، الجزائر، 1989.

6- الجريدة الرسمية رقم 47 الصادرة في 22/08/2002.

7- الجريدة الرسمية رقم 11 الصادرة في 19/02/2003.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

أ - الكتب باللغة الأجنبية:

1-Daniel Sopol D'entreprise, Paris, les éditions D'organisation 1997,

2-Charles-Henri D'arcimoles&Jenri-yves saulquin .finance appliquée.Décision financières), paris, Vuibert, 1995.

3-Ahmed Tissa, économie touristique et aménagement du territoire, OPU, Alger, 1994

4- Hsu cathy and tom pourers, marketing hospitaling, 3rd ed, us. john willy and sons, 2002.

5-Gerard guibilats, economie touristique, delta et seps, suisse, 1983,

6-Etzel michael and bruce walker etal, marketing, mcgraw hill co, new yourk, 2004

7-Krippandorf Jost, Marketing et tourisme, Berne, Herbert lang, 1971

8-Beat bÜrgenmeier, Politiques économiques du développement durable, de Boeck, Bruxelles, 2008.

9-Bruno Cohen-Bacrie, communiquer efficacement sur le développement durable de l'entreprise citoyenne aux collectivités durables, les éditions démos, paris, 2006.

10-Pierre André Claude, Delisle et Jean-Pierre Revéret, L'évaluation des impacts sur l'environnement: Processus, acteurs et pratique pour un développement durable, presses internationales polytechnique, France, édition 2, 2000.

- 11-Gabriel Wackermann, le développement durable, ellipses, paris, 2008.
- 12- Petit Larousse Illustré, édition 2006.
- 13-Corinne Gendron, Le développement durable comme compromis, Québec, 2006.

ب -الدراسات و التقارير باللغة الأجنبية:

- 1-Facts on the Hotel catering and Tourism Lndustry Key , Statistics,2001,ILO.
- 2-R. Christine, le tourisme, publication universitaire, d'études Européennes, Genève, 1985
- 3- philipe kotler, Marketing for Hospitaling and tourism, 3rded, US: Prentice Hall, 2003.
- 4- Philipe kotler, Marketing management, Analyse planification et controle, 3eme édition publieunion, Paris,1977.
- 5-François BERTRAND, Planification et développement durable: vers de nouvelles pratiques d'aménagement régional ? L'exemple de deux Régions françaises, Nord-Pas-de-Calais et Midi-Pyrénées, Thèse pour l'obtention du grade de docteur en Aménagement de l'Espace et Urbanisme, université François Rabelais-tours, Ecole doctorale "Sciences de l'Homme et de la Société", France, 6 décembre 2004
- 6- Lavoisier, Revue Française de gestion, le développement durable, N152, Hermès, 2004.
- 7-Ministère du tourisme: plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie, horizon 2010.

ثالثا : المواقع الالكترونية

1- مكتب الفني لاستخدام الصلب (Otua) متاح على

[http :://www.Otua.org/pdf/dossierDevDur.pdf](http://www.Otua.org/pdf/dossierDevDur.pdf)

2- باتر محمد علي وردم، متى تطالب الدول النامية بالمديونية البيئية من الدول الصناعية؟، متاح على:

http://www.moroc-ecologie.net/article.php3?id_article

3- منظمة اليونسكو (unesco)، متاح على:

http://www.unesco.org/most/sd_arab/fiche2b.htm

4- unesco.org, 12/01/2007, http://www.unesco.org/most/sd_arab/fiche2b.htm

5- تطبيق مؤشرات التنمية المستدامة في دول الاسكوا: تحليل النتائج، الأمم المتحدة نيويورك 2005 ص ص:

6، 8. متاح على: <http://www.uobabylon.edu.iq/sustainability/files>:

6- وزارة السياحة للمملكة المغربية، تاريخ الإطلاع 29 نوفمبر 2014 على الساعة 11:11 صباحا على

الموقع: <http://www.tourisme.gov.ma/ar/>

7- للمزيد من المعلومات، المرجو زيارة الموقع التالي:

<http://ethics.unwto.org/en/content/responsible-tourist>

8- أمل حسن: "آليات التنمية النظيفة وخفض الانبعاثات"، وزارة الصناعة السورية، سوريا، 2009 ، متوفر

على الموقع: www.syracs.org. تاريخ الإطلاع: 2010/10/22.

9- Le développement durable: définition. Disponible sur le site:

www.worldbank.com. Le: 05/12/2009.

10-Algérie terre de richesses, Ministère du Tourisme et de L'Artisanat, 2014,

http://www.mta.gov.dz/site_relooke/fr/pohtentialitesTour.php, consulté le

07/10/2014.



الوكالة الوطنية لتطوير الإستثمار

algerianembassy-kuwait.com/.../index.php? الأحد 21 أكتوبر 2012

الجزائر -يتضمن مشروع قانون المالية لسنة 2013 الذي عرض يوم الاحد أمام المجلس الشعبي الوطني عدة إجراءات تشريعية لدعم الاستثمار لا سيما الاعفاء الجبائي كما أنه ينص على تدابير لمكافحة الغش الجبائي.

. كما يقترح مشروع المالية إعفاء المجلس الوطني للاستثمار من الاستثمارات التي تقل قيمتها عن 15 مليار دج مقابل حد أدنى محدد حاليا ب500 مليون دج.

و يقترح النص -الذي عرضه وزير المالية كريم جودي على الغرفة السفلى للبرلمان- تخويل مصالح أملاك الدولة لتحديد قيمة الأتاوة السنوية للتنازل و إقرار المزايا المالية التي نص عليها قانون المالية التكميلي لسنة 2011.

كما ينص على إعفاء عقود التنازل عن الأملاك التابعة للدولة التي تم إعدادها في إطار تسوية الأملاك العقارية الذي يعود الانتفاع فيها للمؤسسات العمومية الاقتصادية و المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي و التجاري من حقوق التسجيل و الرسم على الشهر العقاري.

كما ستستثنى استثمارات شركاء المؤسسات الوطنية من واجب إعادة استثمار حصة الفوائد التي تقابل الاعفاء أو التخفيض الممنوح عندما تكون هذه الفوائد قد أدرجت في أسعار السلع و الخدمات.

و لتشجيع المؤسسات المتوسطة و الصغيرة الجزائرية جاء مشروع قانون المالية بتدابير تخص توسيع ضمان "صندوق ضمان قروض استثمار المؤسسات المتوسطة و الصغيرة لتشمل المؤسسات التي تملك الدولة جزء من رأسمالها."

و من أجل القضاء على البيروقراطية في مجال الاستثمار في السياحة يقترح مشروع قانون المالية 2013 الحصول بصيغة التراضي على أراضي موجهة للاستثمار السياحي و المتواجدة بمناطق التوسع السياحي مباشرة من قبل الوالي بقرار من طرف لجنة المساعدة على تحديد وترقية الاستثمارات وضبط العقار.

و ستستفيد المؤسسات المختصة في تربية المائيات من جهتها من توسيع مجال نفقات الصندوق الوطني للصيد البحري و تربية المائيات لتمس مساعدات ترقية هذا الفرع و نفس الشيء بالنسبة للصيد البحري.

و فيما يتعلق بتبسيط الإجراءات الجبائية و الجمركية قرر مشروع قانون المالية 2012 تكريس مبدأ "مركزة" تسديد الرسم على النشاط المهني من قبل الملزمين بالضريبة المواطنين بمديرية المؤسسات الكبرى.

و يقترح في نفس السياق تسهيل إجراءات التصدير بإدخال نظام جمركي يسمح خلال تصدير السلع بالحصول على تعويض كلي أو جزئي على الحقوق و الضرائب التي طبقت على الواردات من مداخل الانتاج.

كما يقر مشروع قانون المالية تخفيف إجراءات الجمركة و تأسيس "التصريح التقديري المبسط أو الشامل".

و من أجل تعزيز مكافحة الغش الجبائي سيتم إعادة إدراج العقوبة على غياب ايداع الملفات الخاصة بأسعار التحويل المطبقة و تبني عقوبات تطبق على أي "مخالفة جبائية".

من جهة أخرى يتضمن مشروع قانون المالية لسنة 2013 تراجعاً بنسبة 10 بالمائة من المداخل و انخفاض بنسبة 11 بالمائة في المصاريف.

وبشأن تأطير الاقتصاد الكلي يتوقع أن يقدر برميل البترول بـ37 دولار بالنسبة للسعر المرجعي و 90 دولار بالنسبة لسعر السوق (نفس الشيء بالنسبة لقانون المالية التكميلي 2012). أما نسبة الصرف فتقدر بـ76 دينار بالنسبة لـ1 دولار (74 دينار سنة 2012).

في حين نسبة النمو قد تصل الى نسبة 5 بالمائة (7ر4 بالمائة سنة 2012) و 3ر5 بالمائة خارج المحروقات. أما نسبة التضخم فقد تبلغ نسبة 4 بالمائة (نفس الشيء بالنسبة لسنة 2012) الى جانب ارتفاع بنسبة 4 بالمائة في حجم صادرات المحروقات الى 3ر61 مليار دولار. وكذا ارتفاع بنسبة 2 بالمائة في الواردات الى 46 مليار دولار.

كما يقر مشروع القانون إنشاء 52672 منصب شغل في الوظيف العمومي مما يحمل عدد عمالها إلى حوالي 2 مليون عامل .

المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير PDAU

لقد عرفت الجزائر فكرة المخططات العمرانية منذ الاحتلال الفرنسي لاسيما في القانون 14 مارس 1914 الذي جاء بفكرة "المخطط التوجيهي العام" و المخطط التوجيهي للتعمير"، و ذلك كمحاولة من السلطات الفرنسية في تلك الفترة لجلب انتباه الجزائريين بأنها تسعى لحل كافة المشاكل الاقتصادية و الاجتماعية التي يعاني منها الجزائريين خاصة في مجال السكن، و هذا ما تجلى بوضوح أكثر في مخطط قسنطينة .

و بعد الاستقلال تم الاعتماد في مجال التعمير على نفس المخططات الموروثة عن الاستعمار، و بقيت سارية المفعول حتى سنة 1974، لتظهر بعد ذلك فكرة "المخطط العمراني الموجه" (PUD) و "المخطط العمراني المقت" (PUP) .

-1

لقد أقرّ المشرع الجزائري المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير في القانون 90-29 المؤرخ في 01 ديسمبر 1990 المعدل و المتمم بموجب القانون 04-05 المؤرخ في 14 أوت 2004 المتضمن قانون التهيئة و التعمير و النصوص التطبيقية له، لاسيما المرسوم التنفيذي رقم 91-177 المؤرخ في 28 ماي 1991 الذي يحدد إجراءات إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير و المصادقة عليه و محتوى الوثائق المتعلقة به المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-317 المؤرخ في 10 سبتمبر 2005.

-2

إن الأهداف المتوخاة من إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير لا تقتصر على تحديد المناطق التي يمكن تعميرها حسب ما يقتضيه النسيج العمراني، بل يهدف أيضا على تحديد المناطق الواجب حمايتها و من أمثلة هذه المناطق:

لقد اعتنى المشرع الجزائري بالأراضي الفلاحية نظرا للزيادة السكانية المستمر و تفشي ظاهرة على تلك الأراضي دون احترام المعايير و الشروط القانونية المحددة في هذا المجال .

لقد أكد المشرع الجزائري في العديد من القوانين بما فيها قانون التهيئة و التعمير على ضرورة حماية البيئة و كل بما تتضمنه من موارد طبيعية، لأن التنمية الوطنية تقتضي تحقيق التوازن الضروري بين متطلبات النمو الاقتصادي من جهة و متطلبات حماية البيئة و المحافظة على إطار معيشة السكان و لا يكون هذا إلا من خلال التطبيق الصارم "لمبدأ الترخيص المسبق" أو "مبدأ دراسة التأثير على البيئة" في كل عمل تعلق ب التهيئة و التعمير .

لقد تم التأكيد على هذه الحماية في قانون التهيئة و التعمير ذاته و النصوص التطبيقية له أو تلك النصوص القانونية المنظمة لهذا المجال، حيث منعت منعاً باتاً كل الأعمال المتعلقة بالبناء التي تقع في المناطق ذات التراث الثقافي و التاريخي كالحفريات و الآثار التاريخية لا اعتباراً لها جزء لا يتجزأ من الثورة الوطنية .

3- إجراءات إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير :

يتم إقرار المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير بموجب مداولة من قبل المجلس الشعبي البلدي المعني، حيث تتضمن هذه المداولة النقاط التالية :

- التوجيهات التي تحدد الصورة الإجمالية للتهيئة أو مخطط التنمية بالنسبة إلى تراب البلدية المقصود.
- القائمة المحتملة للتجهيزات ذات الفائدة العمومية.

يتم تبليغ المداولة إلى الوالي المختص إقليمياً للمصادقة عليها التي تنشر لمدة شهر كامل بمقر المجلس الشعبي المعني أو المجالس الشعبية البلدية المعنية.

تختلف الجهة المخولة لها صلاحية إصدار هذا القرار باختلاف الملف الكامل المتضمن كل الوثائق بما فيها المخططات التقنية التي تبين توسع المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير و ذلك حسب كل الحالات التالية :

- *- الوالي: إذا كان الإقليم المعني بإنجاز المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير يمس ولاية واحدة.
- *- الوزير المكلف بالتعمير مع الوزير بالجماعات المحلية (وزير الداخلية): بموجب قرار وزاري مشترك إذا كان إنجاز المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير يمس أقاليم عدة بلديات لولايات مختلفة.
- إذا كان المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير المراد إعادته يشمل تراب بلديتين أو عدة بلديات، يمكن لرؤساء المجالس الشعبية البلدية المعنية إسناد مهمة إنجاز هذا المخطط إلى مؤسسة عمومية مشتركة بين البلديات، و هذا ما أكدته أيضاً القانون المتعلق بالبلدية.

كي يتسنى للمؤسسات و الهيئات العمومية الإطلاع على القرار القاضي بإعداد المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير من أجل المشاركة، يقوم رئيس المجلس الشعبي البلدي أو رؤساء المجالس الشعبية البلدية المعنية بإبلاغ كل من رؤساء الغرف التجارية، الغرفة الفلاحية، رؤساء المنظمات المهنية، رؤساء الجمعيات المحلية كتابياً بالقرار القاضي بإعداد المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير.

أكد قانون التعمير على ضرورة الاستشارة التوجيهية لكل الإدارات العمومية أو المصالح التابعة للدولة و المكلفة على مستوى الولاية بالتعمير، الفلاحة، التنظيم الاقتصادي، الري، النقل، الأشغال العمومية، المباني و المواقع الأثرية و الطبيعية، البريد و المواصلات و كل الهيئات و المصالح العمومية المكلفة على مستوى الولاية بتوزيع الطاقة، النقل، المياه . و لهؤلاء المرسل إليهم مهلة 15 يوما ابتداء من تاريخ استلامهم الرسالة تعيين ممثلهم، و بعد انقضاء هذه المهلة يقوم رئيس المجلس الشعبي البلدي بإصدار قرار إداري يبين فيه قائمة الإدارات العمومية و الهيئات و المصالح و الجمعيات التي طلب استشارتها بشأن مشروع المخطط و ينشر هذا القرار لمدة شهر بمقر المجلس الشعبي البلدي أو المجالس الشعبية البلدية المعنية و يبلغ للإدارات العمومية و الهيئات و المصالح العمومية و للجمعيات و المصالح التابعة للدولة على المستوى المحلي و تمنح لها مهلة 60 يوما لإداع ملاحظاتها و أرائها حول مشروع هذا المخطط و ذلك بطريقة صحيحة و مكتوبة و إذا لم تجب خلال هذه المهلة عدى رأيها بالموافقة.

يخضع مشروع المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير الى التحقيق العمومي و ذلك ابتداء من انقضاء مهلة 60 يوما، و يكون ذلك بموجب قرار إداري يتخذ من قبل رئيس المجلس الشعبي البلدي المعني أو رؤساء المجالس الشعبية البلدية المعنية لبيان ما يلي:

- * تحديد المكان أو الأماكن التي يمكن فيها إجراء الاستشارة
- * تعيين المفوض المحقق
- * تعيين تاريخ انطلاق مدة التحقيق و تاريخ انتهائه علما أن التحقيق يخضع لمدة 45 يوما
- * تحديد كيفية إجراء التحقيق العمومي

ينشر هذا القرار بمقر المجلس الشعبي البلدي المعني أو المجالس الشعبية المعنية طوال مدة هذا التحقيق العمومي و تبلغ نسخة منه للوالي المختص إقليميا.

يتعين على رئيس المجلس الشعبي البلدي أن يفتح سجلا خاصا مرقما من طرفه و موقعا من قبل المفوض المحقق يسجل فيه يوما بيوم الملاحظات و الاعتراضات المكتوبة المتعلقة بإعداد هذا المخطط، و بانقضاء مهلة 45 يوما يقفل محضر التحقيق بعد توقيعه من قبل المفوض المحقق، حيث يقوم هذا الأخير خلال مهلة 15 يوما المالية بإعداد ملف كامل عن التحقيق و النتائج المتوصل إليها و يحوله مباشرة إلى رئيس المجلس الشعبي البلدي المعني أو المجالس الشعبية البلدية المعنية.

يرسل المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير بعد تعديله عند الاقتضاء مصحوبا بملف كامل، سجل الاستقصاء و محضر قفل الاستقصاء و النتائج المتوصل إليها من قبل المفوض المحقق و ذلك بعد المصادقة عليه بمداولة من المجلس الشعبي البلدي المعني أو المجالس الشعبية البلدية المعنية إلى الوالي المختص إقليميا الذي بدوره يجمع آراء المجلس الشعبي الولائي خلال مهلة 15 يوما المالية لاستلامه الملف، و بعد هذه الأجل يعرض المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير للمصادقة النهائية و ذلك حسب الحالات التالية:

- * بقرار من قبل الوالي
- * بقرار و زاري مشترك بين الوزير المكلف بالتهيئة و التعمير و الوزير المكلف بالجماعات المحلية بعد استشارة الوالي المعني أو الولاية المعنيين
- * بمرسوم تنفيذي يصدر بعد استشارة الوالي المعني أو الولاية المعنيين و بناء على تقرير من الوزير المكلف بالتعمير .

- و بعد المصادقة على المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير يتم تبليغه إلى كل من:
- *- الوزير المكلف بالتعمير
 - *- الوزير المكلف بالجماعات المحلية
 - *- مختلف المصالح الوزارية المعنية
 - *- مصالح الدولة المكلفة بالتعمير على مستوى الولاية
 - *- الغرف التجارية
 - *- الغرف الفلاحية

4

يتضمن المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير طبقا للنصوص القانونية التي تحدد إطاره القانوني على المكونات التالية:

- تحدد فيه التوجيهات العامة للسياسة العمرانية و ذلك بعد تقديم شرح للوضع الحالي و آفاق التنمية العمرانية و الوعاء العقاري الذي سوف يطبق في نطاقه، حيث يضبط فيه ما يلي:
- *- تحليل الوضع القائم و الاحتمالات الرئيسية للتنمية بالنظر إلى التطور الاقتصادي و الديموغرافي و الاجتماعي و الثقافي للتراب المعني
- *- قسم التهيئة المقترح بالنظر إلى التوجيهات في مجال التهيئة العمرانية و حماية الساحل و الحد من الأخطار الطبيعية و التكنولوجية.

- القطاع المعمر: يشمل هذا القطاع على كل الأراضي التي تشغلها بنايات متجمعة و كذا المساحات الفاصلة بين هذه البنائات، كالمساحات الخضراء و الحدائق و الغابات الحضرية.
- القطاع المبرمج للتعمير: يشمل على الأراضي المبرمجة للتعمير على الأمدين القصير و المتوسط في آفاق عشر سنوات مع مراعاة جدول الأولويات.
- قطاعات التعمير المستقبلية: يشمل الأراضي المخصصة للتعمير على المدى البعيد في آفاق 20 سنة و الاستثناءات المتعلقة بالتعمير غير المتوقع خلال 20 سنة، و يتعلق الأمر ب:
 - تجديد، تعويض و توسيع المباني المفيدة للاستعمال الفلاحي
 - البناءات و المنشآت اللازمة للتجهيزات الجماعية و إنجاز العمليات ذات المصلحة الوطنية
 - البناءات التي تبررها مصلحة البلدية و المرخص بها قانونيا من قبل الوالي بناء على طلب معمل من قبل رئيس المجلس الشعبي البلدي بعد رأي الوالي.
- القطاعات الغير قابلة للتعمير: تشمل الأراضي الغير قابلة للتعمير مع إمكانية وجود حقوق البناء شريطة أن تكون محددة بدقة و بنسب تتلاءم مع الاقتصاد العام لهذه المناطق .

- التخصيص الغالب للأراضي و طبيعة النشاطات الممنوعة أو الخاضعة إلى إجراءات خاصة لاسيما تلك المقررة في مخطط تهيئة الساحل .
- الكثافة العامة الناتجة عن معامل شغل الأراضي .
- الارتفاقات المطلوب الإبقاء عليها أو تعديلها أو إنشاؤها .
- المساحات التي تدخل فيها مخططات شغل الأراضي مع الحدود العمرانية القائمة و مساحات المناطق المطلوب حمايتها .
- تحديد مزاقع التجهيزات الكبرى و المنشآت الأساسية و الخدمات و الأعمال و نوعها .
- المناطق و الأراضي المعرضة للأخطار لاسيما للتصدعات الزلزالية أو الإنزلاقات أو الانهيارات و الفيضانات.
- مساحة حماية المناطق و الأراضي المعرضة للأخطار التكنولوجية المتمثلة في المؤسسات و المنشآت الأساسية، لاسيما منها المنشآت الكيماوية و البتروكيماوية و قنوات نقل المحروقات و الغاز و الخطوط الناقلة للطاقة .
- المناطق الزلزالية و تصنيفها حسب درجة قابليتها لخطر الزلزال
- الأخطار الكبرى المبينة في المخطط العام للوقاية و المخططات الخاصة للتدخل.

المستندات البيانية أو المخططات و هي تجسيد تقني لما جاء في التنظيم، حيث تشمل بالخصوص على المخططات الآتية :

- مخطط الواقع القائم يبرز فيه الإطار المشيد حاليا و أهم الطرق و الشبكات المختلفة
- مخطط تهيئة يبين حدود ما يأتي:
- * القطاعات المعمرة و القابلة للتعمير و المخصصة للتعمير في المستقبل و غير قابلة للتعمير
- * بعض أجزاء الأرض، الساحل، الأراضي الفلاحية ذات الإمكانيات الزراعية المرتفعة أو الجيدة و الأراضي ذات الصبغة الطبيعية الثقافية البارزة.
- * مساحات تدخل مخططات شغل الأراضي
- مخطط الارتفاقات التي يجب الإبقاء عليها أو تعديلها أو إنشاؤها.
- مخطط تجهيز يبرز خطوط مرور الطرق و أهم سبل إيصال ماء الشرب و ماء التطهير و كذلك تحديد مواقع التجهيزات الجماعية و منشآت المنفعة العمومية.
- مخطط يحدد مساحات المناطق و الأراضي المعرضة للأخطار الطبيعية و التكنولوجية و المخططات الخاصة للتدخل و تحدد المناطق و الأراضي المعرضة للأخطار الطبيعية عن طريق الدراسات الخاصة بالزلزال و الدراسات الجيوتقنية أو الخاصة.

تحدد مساحات حماية المؤسسات أو المنشآت القانونية و التنظيمية المعمول بها بتسجيل المناطق و الأراضي المعرضة للأخطار الطبيعية و التكنولوجية في المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير بناء على اقتراح من المصالح المكلفة بالتعمير المختصة إقليميا حسب نفس الأشكال لبيتي أملت الموافقة على المخطط بالإضافة إلى هذه المكونات التي لا بد أن يراعيها المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير .

- مراجعة و تعديل المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير :
- تتم مراجعة المخطط التوجيهي للتهيئة و التعمير أو تعديله بنفس الطريقة و الإجراءات التي تمت بها المصادقة عليه، إذ لا يمكن إجراء هذه المراجعة أو التعديل إلا لأسباب معينة و هي كالتالي:
- إذا كانت القطاعات المراد تعميمها في طريق الإشباع
- إذا كان تطور الأوضاع أو المحيط لا يستجيب لأهداف مشاريع التهيئة أو البنية الحضرية لإقليم بلدية .

5-

- يقسم المخطط المنطقة التي يتعلق بها الى قطاعات محددة كما يلي :
- _ القطاعات المعمرة .
 - _ القطاعات المبرمجة للتعمير .
 - _ قطاعات التعمير المستقبلية .
 - _ القطاعات الغير قابلة للتعمير .
- وذلك حسب المادة 16 من القانون 29/90 المؤرخ في 01_12_1990 م .

6-

- _ يعطي التوجيهات الأساسية للأراضي .
- _ الأراضي الفلاحية الواجب حمايتها .
- _ مواقع التجهيزات الكبرى .
- _ معاملات شغل الأرض .