

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الجزائر-3-

كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

فرع: إدارة الأعمال

قسم علوم التسيير

دراسة مناخ الإستثمار السياحي في الجزائر
حالة الإستثمارات السياحية الساحلية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير

إشراف الأستاذ:

أ.د/زعباط عبد الحميد

إعداد الطالب:

زغاش عبد القادر

لجنة المناقشة:

أ.د:خلف عثمان.....رئيسا

أ.د:زعباط عبد الحميد.....مقرر

أ.د:كواش خالد.....عضوا

أ.د:بن عبد العزيز فاطمة.....عضوا

السنة الجامعية:2015/2016

الشكر

و الإهداء

شكر و تقدير

أتقدم بجزيل شكري وخالص عرفاني وتقديري إلى
الأستاذ: **زعباط عبد الحميد** الذي تفضل بإشرافه ومتابعته
لهذه المذكرة وإلى كل من ساهم معي لإتمام هذا العمل
من قريب أو من بعيد
دون أن أنسى أعضاء اللجنة الموقرة التي تتشرف علينا
بمناقشة هذه الرسالة

شكرا

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

أمي أطال الله في عمرها

أبي حفزه الله

إلى زوجتي وأبنائي

إلى إخوتي وأخواتي

إلى كل الأصدقاء والأقرباء

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ	المقدمة
	الفصل الأول: الإستثمار السياحي، مجالاته ومكانته في الإقتصاد
	تمهيد
2	المبحث الأول: الإطار النظري للاستثمار السياحي و مكانته اقتصاديا
2	المطلب الأول: أساسيات حول الاستثمار السياحي
7	المطلب الثاني: خصائص الاستثمار السياحي أنواعه ومحدداته
13	المطلب الثالث: مصادر تمويل الاستثمار السياحي
15	المطلب الرابع: أهمية التمويل الحكومي المباشر وغير المباشر بالنسبة للمشاريع السياحية
17	المبحث الثاني: مجالات الاستثمار السياحي
17	المطلب الأول: تعريف ومكانة صناعة السياحة والسفر
91	المطلب الثاني: مجال صناعة الإقامة
22	المطلب الثالث: مجال النقل السياحي
24	المطلب الرابع: مجال الخدمات التكميلية والصناعات التقليدية

26	المبحث الثالث: الآثار المختلفة للإستثمار السياحي
26	المطلب الأول: الآثار الإقتصادية للإستثمار السياحي
31	المطلب الثاني: الآثار الإجتماعية والثقافية والبيئية للإستثمار السياحي
36	المطلب الثالث: معوقات الاستثمار السياحي الساحلي في الجزائر
40	الخلاصة
41	الفصل الثاني: سياسة ترقية مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر في الفترة (1990-2014)
	تمهيد
42	المبحث الأول: الإطار النظري لمناخ الاستثمار
42	المطلب الأول: تعريف المناخ الاستثماري ومكوناته
54	المطلب الثاني: محددات المناخ الاستثماري
49	المطلب الثالث: دور الإطار التنظيمي والتحفيزي والتشريعي في تهيئة المناخ الاستثماري
55	المبحث الثاني: أهم سياسات ترقية مناخ الإستثمار في الجزائر فترة (1990-2014)
55	المطلب الأول: الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر و أثرها على السياسة السياحية
58	المطلب الثاني: أثر الإصلاحات الاقتصادية على السياسة السياحية في الجزائر
62	المطلب الثالث: أهم قوانين ترقية الاستثمار في الجزائر (1990-2011)
66	المبحث الثالث: برنامج الاستثمارات العامة ودورها في ترقية السياحة (2010-2014)
66	المطلب الأول: برنامج الاستثمارات العامة (2010-2014) ومساهمته في بعض المؤشرات الاقتصادية وأهدافه
67	المطلب الثاني: مساهمة برنامج الاستثمارات العامة (2010-2014) في الترقية السياحية في الجزائر
69	المطلب الثالث: الامتيازات والتسهيلات والضمانات الممنوحة للاستثمار السياحي
70	المطلب الرابع: الآليات المعتمدة من أجل تطبيق مخطط تهيئة السياحة على المدى المتوسط 2010-2014
71	الخلاصة

72	الفصل الثالث: مؤشرات تقييم العرض السياحي الساحلي للقطب السياحي شمال شرق الجزائر
	تمهيد
74	المبحث الأول: ترتيب الجزائر والدول العربية من مؤشر تنافسية السياحة والسفر لعام 2015
74	المطلب الأول: بطاقة تعريف مؤشر السياحة والسفر ومكوناته
83	المطلب الثاني: ترتيب الجزائر والدول العربية في مؤشر السياحة والسفر لسنة 2015 حسب المؤشرات الرئيسية الخمسة
89	المطلب الثالث: مصادر بيانات المؤشر وأهم الشركاء الإستراتيجيين لتدعيم القطاع السياحي وترتيب الجزائر العربي والدولي في المؤشر السياحة والسفر 2015
93	المبحث الثاني: موقع وترتيب مستوى الأداء للدول العربية والجزائر حسب مؤشر ضمان جاذبية الاستثمار
93	المطلب الأول: بطاقة تعريف المؤشر ضمان لجذب الاستثمار
105	المطلب الثاني: موقع ومستوى الأداء للدول العربية ومنها الجزائر في مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار
107	المطلب الثالث: ترتيب الدول العربية ومنها الجزائر في المؤشرات الفرعية لمؤشر ضمان لسنة 2014
111	المبحث الثالث: العرض السياحي الساحلي للقطب شمال شرق ودور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030
111	المطلب الأول: مكونات العرض السياحي الساحلي وخصائصه
119	المطلب الثاني: أثر مناخ الاستثمار السياحي على العرض للقطب السياحي الساحلي شمال شرق
127	المطلب الثالث: دور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 في تحقيق إستراتيجية التنمية السياحية
131	الخلاصة
132	الخاتمة
134	التوصيات والاقتراحات
135	آفاق البحث

فهرس المحتويات

136	قائمة المراجع
140	الملاحق

قائمة الجداول
والأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
10	أنواع الاستثمار السياحي الخاص والعام	01
18	أهم مكونات صناعة السياحة	02
44-45	العوامل المكونة للمناخ الاستثماري	03
60	المؤسسات الفندقية في الجزائر	04
68	توزيع المخصصات المالية للإستثمارات العامة المركزية واللامركزية لقطاع السياحي(2010-2014)	05
84	نتائج مؤشر البيئة التمكينية	06
85	ترتيب الجزائر والدول العربية في المؤشر الرئيسي الثاني للسياحة والسفر والظروف المناسبة	07
87	نتائج المؤشر الرئيسي الثالث الخاص بترتيب الجزائر والدول العربية والبنية التحتية	08
88	نتائج وترتيب الدول العربية حسب المؤشر الرابع للموارد الثقافية والموارد الطبيعية	09
91	وضع أهم الشركاء الإستراتيجيين لقطاع السياحة في تقرير تنافسية السياحة والسفر 2015	10
92	ترتيب الجزائر حسب نتائج السياحة والسفر دوليا وعربيا لسنوات (2009-2011-2013-2015)	11
101-102	الدول المدرجة في مؤشر ضمان لجاذبية الإستثمار	12
104	توزيع الدول حسب مراحل النمو في مؤشر ضمان الاستثمار 2014	13
107-108	ترتيب أداء الدول العربية في المؤشرات الإقتصادية الفرعية لمؤشر ضمان لسنة 2014	14
120	حالة الاستثمارات السياحية الساحلية للقطب السياحي شمال شرق الجزائر لسنة 2011	15

121	عدد الفنادق المستلمة والتي دخلت حيز الإستغلال والتصنيف للقطب الشمالي الساحلي الشرقي	16
122	عدد طلبات الإعتماد والملفات المقبولة لوكالات السياحة والأسفار في القطب السياحي الساحلي الشمالي الشرقي	17
123	المنابع الحموية المستغلة والغير مستغلة في المناطق الساحلية الشرقية	18
124	وضعية هياكل الصناعات التقليدية للقطب السياحي شمال شرق الشمال الشرقي	19
125	نشاط الفنادق من خلال الوصول وعدد الليالي في القطب الشمال الشرقي	20

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
26	طبيعة التأثيرات الاقتصادية للنشاط السياحي	01
35	التداعيات الاقتصادية والاجتماعية المباشرة لتلوث المسطحات المائية	02
76	المكونات الرئيسية لمؤسسة السياحة والسفر	03
77	بيئة البنية التكنولوجية لمؤسسة السياحة والسفر والمؤشرات الفرعية والمتغيرات	04
81	مكونات المؤشر الرئيسي لسياسات السياحة والسفر والظروف المناسبة	05
83	أهم مكونات المؤشر الرئيسي للموارد الطبيعية	06
96	المكونات الرئيسية لمؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار	07

المقدمة

مقدمة:

يلعب الاستثمار دورا هاما و ايجابيا في اقتصاديات الدول خاصة النامية منها، التي تواجه كثيرا من المشاكل التي تعرقل جهودها في سبيل رفع معدلات التنمية بها، كما يعد جذب الاستثمار الأجنبي المباشر أحد أهم مجالات المنافسة بين معظم دول العالم النامية و الانتقالية على حد سواء، و خاصة في ظل التطورات الراهنة التي يشهدها العالم من أزمات مالية و اقتصادية متلاحقة و التطورات السياسية الأخيرة في الدول العربية و أزمة منطقة اليورو و الانكماش الذي عرفته الأسواق العالمية للاستثمار إلى جانب التطورات التي حدثت على حركة و اتجاهات رؤوس الأموال الأجنبية و التي أبرزت بالخصوص الاتجاه التصاعدي للاستثمارات الأجنبية إلى الدول النامية و الانتقالية ، ما أدى إلى تنافس الدول المختلفة و منها الجزائر على تهيئة المناخ الاستثماري لجذب الاستثمار بدأ بالإصلاحات الاقتصادية في نهاية الثمانينات و بداية التسعينات، حتى يومنا هذا من خلال منح التسهيلات و الضمانات و المزايا المختلفة لاستقطاب الاستثمار إليها للمشاركة في تحقيق التنمية.

يعتبر الاستثمار في القطاع السياحي أحد الاستثمارات الذي يمكن أن يلعب دورا هاما في عملية التنمية الاقتصادية و الاجتماعية من خلال خلق فرص الشغل، المساهمة في الدخل الوطني، توفير الإيرادات من العملة الصعبة، تحقيق التنمية المستدامة و الحفاظ على البيئة باعتبارها صناعة بدون دخان مقارنة بالصناعات الأخرى.

و باعتبار السياحة واحدة من الصناعات التي ينتظر أن تكون الأسرع نموا في هذا القرن، فإن الكيفية التي تمكن الجزائر من الاستفادة من هذا النمو المتوقع من أجل تحقيق أهداف التنمية و النمو الاقتصادي، أصبحت مسألة جوهرية هذا ما يجعلها تواجه مهمة مزدوجة في الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية الهائلة و الإمكانيات السياحية المتنوعة و غير مستغلة و التي تعاني التدهور، و الاهتلاك و الزوال هذا ما يستوجب العمل على تطوير القطاع السياحي لدخول المنافسة الدولية يتطلب من الدولة توفير مناخ الاستثمار السياحي و سن القوانين المناسبة لذلك من أجل استقطاب أكثر للمستثمرين في المجال السياحي.

لقد ازدادت أهمية الاستثمار السياحي لدى المسؤولين على الساحة الاقتصادية و إعطاءها أهمية في خططها التنموية للعديد من البلدان و ذلك للاستجابة للطلب المتزايد على المشروعات السياحية من جهة و زيادة اهتمام السكان المحليين أو الأجانب بالسياحة و السفر من جهة أخرى.

أولت السلطات الجزائرية في السنوات الأولى من الاستقلال أهمية بالغة للقطاع السياحي باعتباره قطاعا استراتيجيا مكملا للاقتصاد الوطني و قد ترجمت هذه الإرادة من خلال الانجازات المحلية في مرحلة الاقتصاد الموجه و يترجم ذلك في تحديد و خلق هياكل سياحية موجهة أساسا للساحة الدولية حسب ميثاق السياحة لسنة 1966، حتى نهاية الثمانينات لكن مع التطورات التي حدثت على النظام الاقتصادي في الجزائر و التوجه نحو اقتصاد السوق بداية التسعينات، و جعل القطاع الخاص المحلي و الأجنبي يساهم في الاستثمار السياحي بدرجة أولى ترجمت إرادة و انشغال الدولة عن طريق أخذ مجموعة من النصوص التشريعية و التدابير التي من شأنها تسهيل جذب الاستثمارات السياحية المحلية و الأجنبية .

كما ساهمت في خلق مجموعة من القوانين و التشريعات المتعلقة بالاستثمار التي تهدف إلى زيادة المنشأة السياحية و جعلها تستجيب مع متطلبات السياحة العالمية.

لم يعد الإنفاق الاستثماري للدولة في المجال السياحي قادرا بمفرده على دفع عجلة نمو الاقتصاد خاصة في ظل سياسة الإصلاح الاقتصادي، و التي من أهدافها ترتيب الإنفاق الحكومي و زيادة الاهتمام بالقطاع الخاص مما يستلزم على الحكومة العمل على تحسين مؤشرات جذب الاستثمار بصفة عامة و تحسين المؤشرات المتعلقة بالسياحة و السفر التي يتوقف عليها قرار المستثمرين و التي تعكس الأداء الاقتصادي بصفة عامة و أداء القطاع السياحي بصفة خاصة.

رغم الجهود المبذولة من السلطات العمومية لتشجيع الاستثمار السياحي، إلا أن النتائج المحققة مازالت محدودة مقارنة بالأهداف المسطرة، خاصة أن طاقة الإيواء السياحي تبقى ضعيفة مقارنة بالدول المجاورة تونس و المغرب، كذلك تدنى مستوى الخدمات السياحية و ارتفاع أسعار الخدمات السياحية خاصة في المناطق الساحلية، باعتبار أن الجزائر صنفت ضمن أحسن 10 دول في المناطق السياحية الطبيعية، لكنها تتدلل الترتيب في عدد السواح مقارنة مع البلدان المجاورة، و تحتل المرتبة 12 عربيا من

أصل 14 دولة في مؤشر تنافسية السياحة و السفر و 132 دوليا، و كذلك فيما يخص مؤشر الضمان لجاذبية الاستثمار فإنها تحتل المراتب الأخيرة دوليا و عربيا .

تمتلك الجزائر قدرات سياحية و إمكانات معتبرة، قليلا ما نجدها مجتمعة في دولة مثل الجزائر من الشرق إلى الغرب و من الشمال إلى الجنوب مما يجعلها زاخرة بمجموعة من مقومات الجذب السياحي و لعل أهم أنواع السياحة التي تركز عليها مختلف الدول هي السياحة الساحلية، أكثر المنتجات السياحية التي يزيد الطلب عليها خلال جميع المواسم السياحة نظرا لتنوعها و ثراء منتوجها السياحي فنجد فيها مثلا السياحة الشاطئية، السياحة المناخية، السياحة الجبلية، السياحة الرياضية، الثقافية، الدينية، سياحة الأعمال لهذا فهي تمثل أكبر من 80% من أنواع السياحة و هذا ما نجده في الساحل الجزائري.

و منه يمكن طرح الإشكالية التالية:

لماذا مناخ الاستثمار في الجزائر غير قادر على اجتذاب الاستثمارات السياحية الساحلية رغم تنوع المنتج السياحي الساحلي في الجزائر؟

و للإجابة على هذه الاشكالية قمنا بتفكيكها إلى أسئلة فرعية نراها جد مهمة و هي:

1. هل يمكن للقطاع السياحي في الجزائر أن يساهم في التنمية الاقتصادية ؟
 2. ماهي أهم معوقات مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر؟
 3. يمكن للمؤشرات المختلفة المتعلقة بمناخ الاستثمار أن تسهم في تحليل نقاط القوة و الضعف للقطاع السياحي الساحلي؟
 4. هل تمتلك الجزائر استراتيجية ناجعة لتطوير السياحة من خلال ترقية العرض السياحي الساحلي؟
- و انطلاقا مما سبق من أسئلة فرعية تبيننا الإجابات المبدئية عنها في شكل فرضيات نوردها فيمايلي:

1. يمكن للقطاع السياحي أن يساهم في عملية التنمية الاقتصادية و الاجتماعية إذا توفرت الشروط اللازمة لذلك.
2. تتميز القوانين و السياسات المتمثلة في ترقية مناخ الاستثمار بالشمولية، أي تخص كل القطاعات و بالتالي عدم إقبال المستثمرين إلى القطاع راجع إلى ضعف مناخ الاستثمار السياحي.

3. تتوفر الجزائر على طاقات و إمكانات سياحية هائلة يمكن تثمينا إذا توفر المحيط الملائم و المحفز لذلك.

4. للحوافز و الإعفاءات و تهيئة مناخ الاستثمار أثر ايجابي على العرض السياحي الساحلي.

المنهج المتبع:

اعتمدت في دراستنا هذه على المنهج الوصفي و التحليلي الذي يناسب هذا النوع من الدراسات، حيث تطرقنا إلى مختلف التعاريف التي لها علاقة بالموضوع و أسهبنا في تحليل الأفكار و الجداول و الأشكال المتعلقة بالموضوع.

لقد تم اختيار هذا الموضوع للاعتبارات التالية:

- قلة البحوث و الدراسات التي تناولت موضوع مناخ الاستثمار السياحي الساحلي في الجزائر
- موضوع قابل للدراسة و البحث و التوسع نظرا لوجود المادة الأولية غير مستغلة و المتمثلة في عناصر الجذب السياحي.
- أهمية السياحة الساحلية في تنويع الصادرات خارج المحروقات و تحريك قطاعات أخرى من خلال تحسين مناخ الاستثمار.

أهمية الموضوع:

تتجلى أهمية الموضوع من خلال فرص العمل التي يوفرها الاستثمار السياحي في الاقتصاد و المداخيل بالعملة الصعبة التي يمكن أن تحققها السياحة و هذا بتوفير مناخ استثماري جيد

- معرفة نقاط القوة و نقاط الضعف للمناخ الاستثماري من خلال معرفة مؤشرات درجة المؤشرات الفرعية التي تؤثر في جاذبية الاستثمارات إلى الجزائر.
- تعريف رجال الأعمال (محليين و أجانب) بمناخ الاستثمار السياحي خاصة في ظل الأوضاع الاقتصادية الجديدة التي تتميز بالإنفتاح العالمي، ووجود منافسة شديدة بين الدول.

- نقص هياكل الاستقبال في الجزائر مما يتطلب استثمارات متنوعة من أجل تنويع العرض أو المنتج السياحي من خلال رفع طاقات الإيواء السياحي لهذا استوجب دراسة سبل توفير مناخ استثماري مناسب.
- معرفة أهم الأسباب التي تعرقل جاذبية الاستثمار الأجنبي في القطاع السياحي، و توسع حصة الجزائر من هذه الاستثمارات.
- معرفة مكانة ترتيب الجزائر ما بين الدول العربية في مؤشر ضمان لجذب الاستثمار و مؤشر السياحة و السفر، و كذا الإستراتيجية المتبعة من أجل تطوير السوق السياحي الساحلي في الجزائر.

أهداف الدراسة:

1. التعريف بالمكانة الاقتصادية للاستثمار السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية.
2. التعرف على أهم المؤشرات التي تعبر عن سبب تأخر الجزائر في عملية جذب الاستثمار الأجنبي المباشر و عرقلة استقطابها.
3. معرفة أهم العوامل الواجب تحسنها من أجل النهوض بالقطاع السياحي من خلال تذليل عراقيل الاستثمار السياحي لتطوير العرض السياحي و الطلب السياحي.
4. التعرف بالسياحة الساحلية و المؤهلات التي تزخر بها الجزائر و إمكانية إقامة عدة أنواع من السياحة انطلاقا من الساحل الجزائري.
5. تزويد المكتبة بمرجع إضافي قد يساهم في منح صورة جديدة عن الموضوع من زاوية السياحة الساحلية.

حدود البحث:

لقد تم التطرق في هذا البحث إلى مختلف جوانب مكونات المناخ الاستثماري و أهم سياسات ترقية القطاع السياحي مع الاعتماد على مؤشرين الأول يتعلق بمؤشر " ضمان لجذب الاستثمار " و الثاني مؤشر "السياحة و السفر" حسب تقرير 2015 و الوقوف على معرفة أسباب ترتيب الجزائر في المراتب الأخيرة سواء في الجذب أو السياحة و السفر.

الإطار الزمني للدراسة كانت خلال فترة 1990 إلى 2015 مع التركيز على السياحة الساحلية في الجزائر .

الدراسات السابقة:

يتميز موضوع السياحة بوفرة الدراسة و خاصة المتعلقة بالاقتصاد السياحي و فيما يلي بعض هذه الدراسات :

1. كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، حالة الجزائر دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير، جامعة الجزائر 2014، 3،

2. بوعقلين بديعة، السياسات السياحية في الجزائر و انعكاساتها على العرض و الطلب السياحي في الجزائري و انعكاساتها على العرض و الطلب السياحي، دراسة حالة ولاية تيارزة، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 1995.

3. درويش ريان، الاستثمارات السياحية في الأردن الحصيلة و الأفاق المستقبلية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 1996.

4. بولحلل كريمة، تقييم سياسات ترقية المناخ الاستثماري في الجزائر 2011-2012، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 3، 1996.

توصلت جميع الدراسات السابقة إلى أن الجزائر تزخر بإمكانيات سياحية هائلة يمكن أن تنافس السياحة العربية و حتى الدولية إذا توفرت الشروط لذلك من خلال الإرادة السياسية القوية التي تجعل القطاع السياحي أولوية اقتصادية، كما تم التطرق كذلك لمناخ الاستثمار الجزائري و أنه غير جاذب للاستثمارات الأجنبية برغم المحاولات المتتالية لذلك..

تقسيمات البحث.

لدراسة هذا الموضوع تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول

الفصل الأول: الاستثمار السياحي، مجالاته و مكانته في الاقتصاد

الفصل الثاني: سياسة ترقية مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر في الفترة (1990-2014)

الفصل الثالث: مؤشرات تقييم العرض السياحي الساحلي للقطب السياحي شمال شرق الجزائر

صعوبات البحث: أهم صعوبة للبحث تمثلت فيما يلي:

1. قلة المراجع المتعلقة بموضوع مناخ الاستثمار السياحي الساحلي في الجزائر.
2. عدم توفر الإحصاءات الجديدة فيما يخص السياسة الساحلية في الجزائر.

الفصل الأول

الإستثمار السياحي، مجالاته
ومكانته في الإقتصاد

تمهيد:

تواجه الدول النامية ومنها الجزائر مشكلات عديدة يأتي في مقدمتها انخفاض مستوى الدخل الفردي والتخصص في إنتاج و تصدير المواد الأولية والتبعية للخارج، مع الندرة النسبية لرؤوس الأموال، ضعف التصنيع، تواضع الإنتاج الزراعي، البطالة، ضعف المستوى التنظيمي والتكنولوجي، فهي دائما تتخذ من التنمية الاقتصادية والاجتماعية وسيلة لزيادة الدخل القومي ورفع الدخل الحقيقي للفرد من خلال تنفيذ المشروعات التنموية المختلفة؛ ومن أجل تحقيق ذلك لابد من القيام بالاستثمارات المختلفة ولعل أحد هذه الاستثمارات هو الاستثمار في القطاع السياحي باعتباره عنصر من عناصر النمو الاقتصادي و تأثيره على التنمية الاقتصادية من خلال تأثيراته المختلفة على عدة مجالات، منها التأثير على ميزان المدفوعات وتوليد العمالة وتحسين المرافق الأساسية وجلب العملة الصعبة والحد من البطالة والتأثيرات المضاعفة للإنفاق الاستثماري السياحي، ومما يؤكد أهمية تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة هو احتلال هذه الصناعة المرتبة الرابعة في قيمة صادرات التجارة الدولية بعد تجارة البترول وتجارة الكيماويات وتجارة السيارات.

و سنحاول من خلال فصلنا الأول هذا التطرق للاستثمار السياحي مع إبراز مختلف مجالاته و تحديد مكانته في الاقتصاد، و لنل جزءنا فصلنا هذا إلى المباحث التالية:

- المبحث الأول: الاستثمار السياحي.
- المبحث الثاني: مجالات الاستثمار السياحي.
- المبحث الثالث: الآثار المختلفة للاستثمار السياحي.

المبحث الأول: الإطار النظري للاستثمار السياحي و مكانته اقتصاديا

قبل تحديد تعريف الاستثمار السياحي، لابد من تقديم عدة تعاريف للاستثمار حتى يتبين لنا معرفة مكانة الاستثمار السياحي من الاستثمار بشكل عام.

المطلب الأول: أساسيات حول الاستثمار السياحي

أولاً: مكانة الاستثمار في النشاط الاقتصادي.

تكمن أهمية الاستثمار في كونه العنصر الرئيسي الذي يتحكم في النمو ومعدله ونوعيته، ولهذا فإن معدل النمو والنوعية المطلوبة تتوقف على مدى النجاح في توفير حجم الاستثمارات المطلوبة، ونظراً لأهميته في الاقتصاد اهتم العديد من المفكرين الاقتصاديين بوضع تعاريف مختلفة للاستثمار، لكنها كلها تؤدي إلى معنى واحد وهو الإضافة في رأس المال من خلال مختلف المشاريع الاقتصادية.

إن وضع تعريف موضوعي لاصطلاح الاستثمار يتطلب معرفة موقع الاستثمار من النشاط الاقتصادي وعلاقته بالمتغيرات الاقتصادية الرئيسية مثل الدخل، الادخار و الاستهلاك، ويتمثل موقع الاستثمار من النشاط الاقتصادي في أن دورة النشاط الاقتصادي تتكون من ثلاث مراحل رئيسية هي¹:

مرحلة إنتاج الناتج (الناتج الوطني).

مرحلة توزيع الدخل من قيمة الناتج (الدخل الوطني).

مرحلة إنفاق الدخل على الناتج (الإنفاق الوطني).

حيث نجد في مرحلة الإنفاق القومي (الإنفاق الوطني) أنه يوجه جزء من الإنفاق إلى الاستهلاك وما تبقى منه يعتبر ادخار يوجه إلى إنفاق استثماري وهذا ما يدل على العلاقة المزدوجة بين الاستثمار والادخار. كذلك نجد أن هناك علاقة تمويلية تقوم على الادخار باعتباره أحد مصادر تمويل الاستثمار.

كما تظهر العلاقة الإنتاجية من خلال تحويل المدخرات من رأس مال نقدي إلى رأس مال عيني أي رأس مال حقيقي. (كالمباني، المعدات، الآلات، التجهيزات... الخ) وغيرها من السلع الإنتاجية التي تساهم في إنتاج السلع الأخرى وتشكل آخر عناصر الإنتاج الأربعة وهو عنصر رأس المال.

كما يرتبط الاستثمار بالاستهلاك بعلاقة مزدوجة بحيث هناك علاقة مباشرة بينهما لأن الاستثمار هو الأداة اللازمة لإنتاج السلع والخدمات الاستهلاكية من جهة ومن جهة أخرى أن أحد أدوات تمويل

¹ حسن عمر، الاستثمار والعولمة، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2008، ص 11.

الاستثمار في الأصل ما هو إلا فائض الاستهلاك وهذه هي العلاقة غير المباشرة، كما يعتبر الاستثمار¹ على أنه متغير نشيط وحساس وغير مستقر على عكس الاستهلاك.

ثانياً: مفهوم الاستثمار السياحي.

1- تعريف الاستثمار:

يعرف الاستثمار بأنه: "ذلك الجزء من الناتج المحلي للدولة الذي لم يستخدم في الاستهلاك الجاري لسنة معينة، وإنما تم استخدامه في الإضافة إلى رصيد المجتمع من الأصول الرأسمالية لزيادة قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات"⁽²⁾.

عندما نقول ثمر يتبادر إلى الذهن ثمر الشجر أي الشجرة التي كان أصلها ثمرة واحدة كبيرة وطرحت ثمارا كبيرة واستثمر الشيء، استولده وجعله يتكاثر، وثمر فولان ماله بمعنى نماء وكثره، واستثمر المال جعله يزداد أي يتكاثر ويتعاضم ويطلق على أي عائد أو نفع يصدر على أي أصل مادي أو معنوي ثمر أو ناتج⁽³⁾ وجمعها ثمار أو إنتاج.

فكلمة الاستثمار أصلها الثلاثي هي "ثمر" و عندما تستخدم بين الناس يمكن أخذها على معاني مختلفة و على ذلك اختلف الناس حول استخدامها و المدلول الذي تؤديه و المعنى الذي تدل عليه و منه ليس من السهل إعطاء تعريف واحد وشامل للاستثمار يكون مقبول بين مختلف الباحثين و الدارسين في هذا المجال لهذا يكمن إعطاء مجموعة من التعاريف حتى يمكن الوصول إلى مفهوم شامل عن الاستثمار حيث يعرف المعجم المورد لفظ استثمار⁽⁴⁾: "بأنه تثير أو توظيف أموال".

و يشير معجم "الأعمال و الاقتصاد"⁽⁵⁾ الانجليزي: "الاستثمار بأنه شراء أي شكل من أشكال الملكية و الاحتفاظ به لفترة طويلة نسبياً".

¹ عمر صخري، التحليل الاقتصادي الكلي، ديوان المطبوعات الجامعية الطبعة الثانية، الجزائر 1993، ص 167.

² علي لطفى، الاستثمارات العربية و مستقبل التعاون الاقتصادي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية عدد 458، 2009، ص 03.

³ فضيل محمود الشراورة، الاستثمار في بورصة الأوراق المالية، الأسس النظرية والعلمية، دار وائل للنشر، الأردن 2008، ص 29.

⁴ قاموس المورد، إنجليزي عربي، بيروت، دار اللبنانية، 1970، ص 479.

⁵ Dictionary of Business and Economic, NEW YORK 1977, P201.

و هذا يعني أن الاستثمار يكون في شراء السلع المعمرة، و الأوراق المالية طويلة الأجل أو الاقتراض للغير بهدف التوظيف و جلب الأرباح، و الفوائد و يلاحظ في هذا التعريف إشراف طول المدة و المدى الزمني للاستثمار هو القاعدة الأساسية.

أما من حيث الهدف المراد تحقيقه فقد عرف الاستثمار⁽¹⁾ على أنه: "استخدام المدخرات في تكوين الطاقات الإنتاجية القائمة و تجديدها مع الأخذ في الاعتبار الإضافة في المخزون السلعي".

كما عرفه الدكتور محمد مطر⁽²⁾: "الاستثمار هو التخلي عن أموال يمتلكها الفرد في لحظة زمنية معينة لفترة من الزمن بقصد الحصول على تدفقات مالية مستقبلية تعوضه عن القيمة الحالية للأموال المستثمرة وكذلك عن النقص في قيمتها الشرائية بفعل عامل التضخم وكذلك مع توفير عائد معقول مقابل تحمل عنصر المخاطرة المتمثل في احتمال عدم تحقيق هذه التدفقات".

كما يمكن تعريف الاستثمار⁽³⁾ على أنه: " الزيادة الصافية في رأس المال الحقيقي للمجتمع أو هو عبارة عن استخدام السلع والخدمات في تكوين طاقات إنتاجية جديدة".

وتكمن أهم عناصر الاستثمار في المباني، الآلات، وتسمى سلعا إنتاجية لأنها تسهم في إنتاج غيرها من السلع والخدمات كما تسمى سلعا رأسمالية، والتي لا يمكن الاستغناء عنها في أي عملية إنتاجية.

يتضح من هذه التعاريف أنها ركزت على بعض جوانب الاستثمار حيث نرى أن مصدر تمويل الاستثمار هو ذلك الجزء المستقطع من الإنفاق في حين أن هناك مصادر أخرى للإنفاق، مثل القروض الائتمان البنكي، والتمويل عن طريق سوق رأس المال... الخ.

كما أن هذه التعاريف اقتصرت على مجالات الاستثمار على رأس المال الثابت والمتحرك بالرغم من وجود رأس مال غير ملموس (كالإشهار، التكوين، التدريب، التعليم،... الخ).

ولكن كل هذه التعاريف تكمل بعضها البعض وبناء على التعاريف السابقة يمكن إعطاء تعريف شامل للاستثمار "على أنه عبارة عن الإنفاق على رأس المال الثابت (مباني، آلات، معدات... الخ) الإنفاق على رأس المال المتحرك (سلع وسطية، مواد و لوازم، مواد خام... الخ) و رأس مال غير الملموس (إشهار، تعليم، تكوين... الخ). وذلك بهدف تكوين استثمارات جديدة أو طاقات إنتاجية جديدة اللازمة لعمليات إنتاج السلع و الخدمات و المحافظة على الطاقات الإنتاجية القائمة أو تجديدها.

¹ حسين عمر، مبادئ علم الاقتصاد، تحليل كلي و جزئي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991، ص 253 .

² محمد مطر، إدارة الاستثمارات الإطار النظري، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان 1999، ص 09.

³ علي لطف، الاستثمارات العربية ومستقبل التعاون الاقتصادي، مرجع سبق ذكره، ص 03.

إنه توظيف الأموال في اقتناء أو تكوين أصل بقصد استغلالها لتحقيق أغراض المستثمر و يقوم الاستثمار على أربعة مقومات هي: الموارد المتاحة، المستثمر، الأصول، الناتج المتوقع من الاستثمار. إن في درسنا هذا سوف لا نتطرق إلى المعاني الأخرى للاستثمار في التوظيفات المالية كسواء الأسهم و السندات و الأوراق المالية الأخرى و الاستثمار الذي يعنينا في هذا البحث هو الاستثمار السياحي الذي يساهم في زيادة مخزون رأس المال العيني ومن جهة نظرية رأس المال⁽¹⁾ الذي يعتبر الاستثمار على أنه التغير في عامل رأس المال في وحدة زمنية معينة.

2- تعريف الاستثمار السياحي:

بعد هذه التعاريف المختلفة للاستثمار يمكننا إعطاء بعض تعريف الاستثمار السياحي حسب مجموعة من المفكرين في هذا المجال، حيث أنه لم يتناول الكثيرون من خبراء وأساتذة السياحة تعريفاً للاستثمار السياحي بشكل علمي محدد.

إلا أنه من خلال التعاريف السابقة للاستثمار يمكن إعطاء تعريف الاستثمار السياحي على أنه: "عبارة عن إنفاق على رأس المال الثابت ورأس المال المتحرك ورأس المال غير ملموس بهدف تكوين استثمارات سياحية جديدة والمحافظة على الاستثمارات القائمة أو تجديدها". ومن خلال هذا التعريف يمكن استنتاج أن الاستثمار السياحي يضمن الإنفاق على ثلاث أشكال من رأس المال هي:

أ- رأس المال الثابت: ويتمثل في المباني مثل القرى السياحية الفنادق شركات السياحة طرق الترفيه... الخ، وما يتطلبه من آلات ومعدات لازمة لأداء أعمالها.

ب- رأس المال المتحرك: ويشمل هذا النوع نوعين من الإنفاق:

- الإنفاق على المواد الخام أي المواد الأولية مثل الخضار والفاكهة اللازمة للمطاعم السياحية من أجل تقديم الوجبات النهائية وكذا مختلف التجهيزات التي تستعمل في الفنادق.

- الاستثمارات الواسطة أو المكملة يقصد بها في مجال السياحة تلك الصناعات والمشروعات التي تتطلب الاستثمارات السياحية وجودها كالمرافق الأساسية من شبكات المياه و الاتصالات وإنشاء الموانئ و المطارات والطرق... الخ.

ج- رأس المال غير الملموس: وهو ذلك الإنفاق الذي يوجه إلى عمليات التسويق السياحي والترويج وتدريب الإنفاق على المزيج التسويقي.

¹ محمد شريف إيلمان، محاضرات في النظرية الاقتصادية الكلية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص171.

إن الإنفاق الاستثماري لا يقتصر على تكوين المشروعات الاستثمارية السياحية الجديدة فقط بل يمتد إلى تطوير وتوسيع وتجديد القائم منها وذلك من أجل تحسين مستوى الخدمات السياحية وزيادة كفاءتها. وعرف الاستثمار السياحي على أنه: "توظيف المدخرات في إقامة المشروعات السياحية بكافة أنماطها (الترفيهية، الثقافية، الدينية، الرياضية... الخ)"⁽¹⁾.

عن طريق شراء، إنتاج أو بناء قرى وفنادق وسلاسل سياحية ومراكز الترفيه وغيرها بهدف الحصول على عائد مادي منها وتنمية المدخرات منه والأموال من خلال الاستغلال الأمثل للموارد السياحية المتاحة في المجتمع".

وحسب التعريف المستمد من المنظمة العالمية للسياحة « OMT »، فإن الاستثمار السياحي هو الذي يهدف إلى تكوين رأس المال السياحي الخام وذلك من خلال النشاطات المنتجة لرأس المال السياحي الثابت والمتمثلة في تشييد المباني السياحية وهياكل الاستقبال ومراكز التسلية للاستعمال السياحي (الفنادق، القرى السياحية، السلاسل الفندقية... الخ)⁽²⁾.

إنجازات الأشغال العمومية السياحية وهياكل النقل بكل أنواعها البرية، الجوية، البحرية، وغيرها من الهياكل التي تدخل في رأس المال السياحي الثابت.

أما من الناحية التقنية فإن الاستثمار السياحي⁽³⁾ هو الذي يخلق رأس مال حقيقي جديد.

من خلال إعطاء هذه التعاريف للاستثمار السياحي لابد من إعطاء مفهوم السياحة الاستثمارية.

ثالثاً - تعريف سياسة التنمية الاستثمارية للسياحة.

ورد مفهوم السياحة ضمن العديد من أدبيات علم السياحة وفي العديد من المؤتمرات الدولية المهمة بالتطوير والتنمية السياحية منه التقرير الذي أعدته الهيئة العامة للبيئة والتنمية التابعة للأمم المتحدة ومنظمة العمل الدولية عام 1987 الذي عرف سياسة التنمية الاستثمارية⁽⁴⁾ بأنها المهمة التي تلبي الاحتياجات الحالية دون المساس بمصالح ومستقبل الأجيال وتأمين احتياجاتهم".

أما مؤتمر الأمم المتحدة حول البيئة والتنمية الذي عرف (بقمة الأرض) الذي انعقد في ريو د جانيرو عام 1992 عدّل تعريف التنمية الاستثمارية وتبلور مفهومها في برنامج 21 الذي اعتمده المؤتمر ومنذ ذلك

¹ عبد الوهاب جودة، الاستثمار السياحي والمجتمع في ظل سياسات الإصلاح الاقتصادي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000، ص 34.

² J Louis Caccomo, Fondement d'économie de tourisme. édition Boeck université Bruxelles 2007, P 151.

³ R.Lanquar, L'économie du tourisme, presses universitaires de France, 1^{er} édition, France, 1983, P 40.

⁴ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 122.

الحين تبنته حكومات وشعوب عديدة كسياسة معتمدة للتنمية، أما المنظمة العالمية للسياحة « OMT » فقد أكدت على قواعد الاستثمار السياحي وبلورت أسس التنمية الاستثمارية في مجالات التخطيط السياحي ودراسات التنمية، وقد عرفت المنظمة العالمية لسياحة التنمية الاستثمارية السياحة كما يلي: " التنمية الاستثمارية للسياحة هي التنمية التي تلبي جميع احتياجات السياح والمحافظة على بيئة المواقع السياحية وحمايتها من التدهور إلى جانب حماية وتوفير الفرص التطورية للمستقبل وتهدف إلى تحقيق إدارة ناجحة وملائمة للموارد الطبيعية بحيث تحقق المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية ويتحقق منها التكامل الثقافي والبيئي والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة".

ومن هنا يمكن القول بأن الاستثمار في قطاع السياحة يهدف إلى تحقيق الأمور التالية⁽¹⁾:

1- المحافظة على الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية والموارد الأخرى المتعلقة بالسياحة بهدف ضمان الاستمرار بصلاحيته استخدامها في المستقبل لأن أهمية الاستثمار في السياحة مرتبط باعتماد السياحة على تلك الموارد كجاذبات وكسلع تجذب السياح.

فالمعالم الطبيعية والمواقع التاريخية والتراثية هي رأس مال ثابت، فإذا كانت تلك الموارد مشوهة أو مهملة فهي تبقى بعيدة عن التطوير،

2- يمكن تحديد محاور التنمية الاستثمارية للسياحة بثلاث ميادين وهي احترام الثقافة المحلية وطابعها مراعاة قواعد البيئة ونظمها، ترشيد استخدام الموارد السياحية لتبقى صالحة للأجيال.

المطلب الثاني: خصائص الاستثمار السياحي أنواعه ومحدداته.

أولاً: خصائص الاستثمار السياحي.

يتسم الاستثمار السياحي بعدة ملامح يمكن ذكر أهمها فيما يلي:

- الأصول الثابتة تكون نسبتها مرتفعة مقارنة بإجمالي الأصول الأخرى، حيث أن أكثر من 80% من الإنفاق الاستثماري⁽²⁾، يوجه إلى الأصول الثابتة (الأراضي، المباني،... الخ) بينما يوجه 10% منها إلى التجهيزات والمفروشات قبل الاستغلال ثم تأتي مصاريف الدعاية والإشهار.
- يؤدي زيادة الطلب السياحي على دولة أو منطقة ما مع زيادة حجم الإنفاق فيها إلى زيادة التوسع في الاستثمار السياحي في مشروعات البنية التحتية و الاستثمارات الجديدة تؤدي إلى خلق دخول

¹ نفس المرجع أعلاه، ص 124.

² H.Dutand et autre, Economie et politique de tourisme, France Quercy, France 1994, P 117.

- جديدة نتيجة الآثار الاقتصادية المترتبة على هذه الاستثمارات (أي أرباح هذه الاستثمارات بعد خصم اهتلاكات الأصول وهو ما يسمى بالآثار الفائضة للاستثمار السياحي)⁽¹⁾.
- تتأثر مشروعات الاستثمار السياحي بموسمية الطلب السياحي حيث أنها تؤثر على مستوى تدفق الحركة السياحية ونسب التشغيل على مدار العام فقد يحدث أن ينخفض مستوى التشغيل في الخارج موسم الذروة عن نقطة التعادل إيرادات و نفقات المشروع السياحي الأمر الذي يدعو القائمين على هذا المشروع إلى توقيفه بعد انتهاء موسم التشغيل حتى لا تزيد الخسارة ومنه يجب على المستثمر أن يقيم مشروع سياحي في المناطق التي لا تتصف بالموسمية أو المناطق ذات الموسم السياحي الطويل.
 - يتأثر الاستثمار السياحي بدرجة الاستقرار السياسي والأمني المتوفرة في الدولة المضيفة للاستثمار فكلما كانت الأحوال السياسية والأمنية مستقرة كلما أدى ذلك إلى نمو وزيادة حركة الاستثمار السياحي⁽²⁾ والعكس صحيح، يجب أن يكون تكامل الاستثمار السياحي مع الاستثمارات الأخرى سواء في البنية التحتية، أو غيرها حيث أن هذا التكامل ضرورة من أجل نجاح الاستثمار السياحي.
 - ارتفاع تكاليف التأسيس وهي تكاليف استثمارية أو رأسمالية وأغلب احتياجات الاستثمار السياحي تكون مستوردة وتعتمد على العملة الصعبة أما فترة استرداد المشروع السياحي تكون طويلة ومعظم مصادر التمويل هي طويلة الأجل وفي غالب الأحيان أجنبية⁽³⁾.

¹ صلاح الدين عبد الوهاب، اقتصاديات السياحة والفنادق، الإسكندرية 1992، ص 143.

² حمدي عبد العظيم، اقتصاديات السياحة، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة 1992، ص 91.

³ عبد الوهاب جودة، الاستثمار السياحي والمجتمع في ظل سياسات الإصلاح الاقتصادي، مرجع سبق ذكره، ص 34.

ثانياً-أنواع الاستثمار السياحي:

تختلف تصنيفات الاستثمار السياحي فهناك من يصنفها حسب المدة وهناك من يصنفها حسب تقسيم الاستثمار في القطاع السياحي إلى نوعين رئيسيين هما: الاستثمار طويل الأجل والاستثمار قصير الأجل.

يختص الاستثمار طويل الأجل بالمنتجات السياحية الكبيرة مثل مشاريع بناء القرى السياحية والأبراج السياحية، والمنتجات الكبرى و السلاسل الفندقية.

أما الاستثمار قصير الأجل فيتمثل في تطوير وإنشاء حركة المشاريع السياحية الصغيرة مثل المطاعم بأنواعها، مكاتب السياحة والسفر، وهناك أشكال أخرى من الاستثمار السياحي المادي والاستثمار البشري الذي يهتم بتطوير برامج التعليم والتكوين السياحي.

أما الاستثمار في البحث والتطوير فهو يحتل أهمية خاصة في الدول المتقدمة حيث تخصص مبالغ طائلة للبحوث والدراسات السياحية التي تساعد على زيادة القدرة التنافسية للشركة أو المشروع السياحي في مختلف الأسواق السياحية، وخلق منتجات سياحية جديدة.

وتصنف عادة الاستثمارات السياحية في مجال صناعة السياحة وفقاً للجهة التي تقوم بالاستثمار أي الجهة التي تتولى الإنفاق والتمويل الاستثماري، أو إدارة المشروع الاستثماري وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم الاستثمارات السياحية إلى نوعين هما: استثمارات سياحية عامة واستثمارات سياحية خاصة يمكن تلخيصها في الجدول التالي:

جدول رقم (1) أنواع الاستثمار السياحي الخاص والعام.

وجه المقارنة	استثمارات سياحية عامة	استثمارات سياحية خاصة
من حيث مجالات الاستثمار	ينقسم الإنفاق الاستثماري إلى ثلاث أنواع: - إنفاق على الأراضي والمباني، مثل مراكز الترقية العامة، المتاحف، الحدائق العامة... الخ. - الإنفاق على المعدات والتجهيزات مثل نظم الحجز الآلية، تجهيزات الترقية والتسليّة المختلفة... الخ. - الإنفاق على إنشاء البنى التحتية الأساسية اللازمة لمناطق الاستثمار السياسي مثل: شبكات الطرقات، والاتصالات، المياه قنوات الصرف، الكهرباء،... الخ.	*يكون الإنفاق الاستثماري هنا موجه إلى إنشاء الفنادق و هياكل الترقية الخاصة الأخرى، شركات السياحة والطيران... الخ وغيرها من أدوات تقديم الخدمات السياحية.
من حيث شكل الاستثمار	- مشروعات يقوم القطاع العام فقط بتمويلها. - مشروعات مشتركة بين القطاع العام والخاص المحلي أو الأجنبي. - مشروعات ممولة من القطاع الخاص المحلي أو الأجنبي ولكنها تتمتع ببعض المحفزات والضمانات المقدمة من طرق القطاع العام.	يأخذ الإنفاق الاستثماري وفقا لشركات الاستثمار حسب القانون التجاري المعمول به بالبلد وقد يكون صاحب الملكية فردا واحدا أو مجموعة من الأفراد أو المساهمين.
حسب طرق تمويل الاستثمار	- إيرادات التشغيل وتكون قليلة في القطاع العام. - حصيلة الضرائب المختلفة. - القروض بأنواعها. - المكاسب المحصلة من البورصة.	- الأرباح المحتجزة للمشروعات الاستثمارية. - الأسهم التي تطرح للبيع والسندات. - القروض بأنواعها. - المساعدات الحكومية.
حسب أساليب تقييم الاستثمار.	طريقة تحليل التكاليف والعائد يتم من خلالها مقارنة التكاليف بالعوائد المحققة من المشروع الاستثماري، حيث بزيادة التكاليف عن العائد الاقتصادي مع وجود عائد اجتماعي كبير يصبح المشروع الاستثماري ذو جدوى اقتصادي، لأن القطاع العام لا يهدف دائما لتحقيق الربح بقدر ما يهدف إلى تحقيق المنفعة العامة.	يتم تقييم المشاريع السياحية الخاصة بعدة أساليب وعندما تكون التكاليف أكبر من الإيرادات يصبح المشروع الاستثماري ليس له جدوى اقتصادي ومن أهم هذه الطرق. - طريقة الاسترداد. - طريقة معدل العائد الداخلي. - طريقة متوسط العائد على الاستثمار. - طريقة القيمة الحالية الصافية.

Source : J.Tribe, The Economies of Leisure and Tourism Environments Markets, AN ol impacts, London 1995, P 157-158.

و هكذا فإن الاستثمارات السياحية لا تختلف عن الاستثمار في القطاعات الأخرى حيث تصنف إلى:

- **حسب القائم بالاستثمار:** فنجد استثمار فردي، أو استثمار حكومي أو مشترك.
- **حسب جنسية المستثمر:** نجد استثمار سياحي محلي و استثمار سياحي أجنبي.
- **حسب المعيار الجغرافي:** نجد استثمار سياحي محلي، استثمار سياحي دولي، استثمار حسابي إقليمي استثمار سياحي وطني.
- **حسب المدة:** نجد مثلا استثمار سياحي طويل الأجل، استثمار سياحي قصير الأجل، استثمار سياحي موسمي، قصير الأجل.
- **حسب سرعة تحقيق العائد:** نجد استثمار سياحي ذو عائد سريع، استثمار سياحي ذو عائد بطيء.

بصفة عامة الاستثمار السياحي لا يختلف عن الاستثمار بصفة عامة، فهناك الاستثمار السياحي العادي، والاستثمار السياحي في مجال البحث والتطوير السياحي⁽¹⁾. و الاستثمار السياحي في مجال تكوين اليد العاملة أو الاستثمار البشري، حيث تخصص الدول مبالغ طائلة من أجل زيادة القدرة التنافسية للمشروع السياحي في السوق المحلية أو الإقليمية و العالمية حتى تتمكن من خلق فرص و منتجات سياحية جديدة.

ثالثا- محددات الاستثمار السياحي:

لا تختلف محددات اتخاذ القرار الاستثماري في مجال السياحة عنها في أي مجال آخر ومن بينها ما يلي⁽²⁾:

1- التكاليف التأسيسية: والتي تتمثل في تكاليف التخطيط وتكاليف رأس المال الثابت (المباني المعدات، الآلات...الخ). و تكاليف تمويل الاستثمار التي تتمثل في الفوائد على القروض وتكاليف الإدارة والتشغيل وهي (تكاليف العمالة، والصيانة والمواد الخام...الخ).

2- العائد من الاستثمار: هو تقييم العائد الإجمالي من مبيعات المشروع السياحي مع الأخذ في الاعتبار العوامل التي تؤثر على هذا العائد مثل سعر المنتج السياحي، حجم المبيعات، السياسات الضريبية و الجمركية...الخ.

¹ صبري عبد السميع، اقتصاديات السياحة، القاهرة، 1998، ص 82.

3- **حوافز الاستثمار:** وهي تلك المزايا التي تمنح لمشروعات الاستثمار السياحي سواء كانت مزايا تشريعية أو اقتصادية أو اجتماعية (مثل الإعفاءات الضريبية والجمركية، توافر العمالة اللازمة للمشروع توافر البنية الأساسية، الضمانات القانونية... الخ).

هناك عوامل أخرى تساهم في تقلبات الإنفاق الاستثماري⁽¹⁾ و تحد من الاستثمار في أي مجال منها أسعار الفائدة، التوقعات المستقبلية للاستثمار، مستوى الأرباح، معدل التغير في الدخل. كلها تساهم في اتخاذ قرار الاستثمار.

للاستثمار السياحي محددات تتعلق بالنشاط السياحي والتي بدورها تؤثر على قرارات الاستثمار السياحي وهي:

أ- مقومات الجذب السياحي (العرض السياحي):

يعتبر العرض السياحي من أهم المحددات الموجهة لقرار الاستثمار السياحي لأن أي دولة لا تتوفر فيها عوامل جذب سياحي لن تكون قادرة على جذب استثمارات ورؤوس الأموال لإقامة المشروعات السياحية⁽²⁾. ومن بينها (مقومات الطبيعة، مقومات جذب صناعة الخدمات والمرافق والتسهيلات السياحية).

ب- **الطلب السياحي على دولة الاستثمار:** إن شهرة الدولة كمقصد سياحي في الأسواق المصدرة للسائحين ووجود إقبال من طرف هؤلاء السائحين لزيارة تلك الدولة يعني أن هذه الدولة تلقى رواجاً سياحياً، وبالتالي فهي تمثل موقع متميز بالنسبة للمستثمرين في المجال السياحي.

وبالتالي يعتبر الطلب أحد المحددات التي تدفع بالمستثمر لاتخاذ قرار الاستثمار في تلك الدولة إذ يؤدي نمو الطلب السياحي وفقاً للنظرية الاقتصادية إلى استخدام الطاقة الإنتاجية القائمة حتى يصل معدل الاستخدام بها إلى الحد الأقصى، فإذا استمر الطلب في النمو فهذا يحث في حد ذاته على القيام باستثمارات سياحية جديدة، ويمكن تقسيم الاستثمارات المحفزة بنمو الطلب السياحي إلى قسمين: استثمارات في القطاع السياحي نفسه واستثمارات في القطاعات التي تكمل القطاع السياحي وترتبط معه كالزراعة، الصناعة، النقل... الخ.

ج- انخفاض الوعي والثقافة السياحية لدى الأفراد والمستثمرين وحتى الأجهزة الحكومية⁽³⁾،

د- ارتفاع درجة المخاطرة وعدم توفر الاستقرار الاقتصادي والسياسي والمناخ الاستثماري وعدم توفر إستراتيجية تسويقية ملائمة للنهوض بالقطاع السياحي.

¹ على لطفي، الاستثمارات العربية ومستقبل التعاون الاقتصادي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² حميد عبد الغني الطائي، أصول صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 302.

³ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، نفس المرجع السابق، ص 124.

كل هذه العوامل تؤثر في قرارات المستثمرين المحليين والأجانب وتحد من مساهمتهم في القطاع.

المطلب الثالث: مصادر تمويل الاستثمار السياحي.

هناك عدة مصادر لتمويل الاستثمارات السياحية، حسب حجم وطبيعة المشاريع السياحية إلا أنه يمكن تصنيف هذه المصادر من خلال نوعين رئيسيين من مصادر التمويل، وهما:

أولاً- مصادر تمويل داخلية (وطنية و خاصة).

ثانياً- مصادر تمويل دولية.

أولاً-مصادر التمويل الوطنية أو الداخلية:

يقصد بها مجموعة الأساليب التمويلية التي تتم داخل نطاق دولة الاستثمار، دون تدخل جهات أو هيئات دولية في عملية التمويل وتشمل ما يلي⁽¹⁾:

أ-التمويل عن طريق الإصدار:

-الأسهم : ويقصد بها طرح أسهم الشركة للاكتتاب العام يسمح لملاك الشركة أن يحصلوا على رؤوس أموال إضافية من مستثمرين خارجيين عن طريق بيع الأسهم بغرض زيادة رأس المال.

- السندات: تعتبر ورقة مالية لها قيمة اسمية و أجل استحقاق و عائدها يمثل سعر الفائدة و تعتبر دين على الشركة المصدرة هو(المقترض) و المستثمر هو (المقرض).

ب-القروض طويلة الأجل: وهي من أكثر الوسائل انتشارا لتمويل الاستثمارات السياحية.

ج-التأجير التمويلي:

تقوم به شركات متخصصة تقوم بتأجير المعدات والتجهيزات والمباني اللازمة لعمل المؤسسات السياحية بموجب عقد ينص على عدد سنوات الإيجار والسعر، و يكون على المؤسسة السياحية بعد انتهاء مدة العقد، رد تلك التجهيزات والمعدات إلى الشركة المؤجرة أو شراءها بسعر منفق عليه مسبقا ويكون أقل من سعرها الأصلي.

د- البيع مع إعادة التأجير:

ويقصد بها أن يقوم صاحب المشروع السياحي ببيعه إلى أحد الشركاء المتخصصة، ثم يقوم باستئجاره منها مرة أخرى وذلك بغرض توفير التمويل اللازم للمشروع السياحي.

ثانياً- مصادر التمويل الخارجية:

يقصد بهذه المصادر تلك المؤسسات التمويلية الدولية التي تقوم بتقديم رؤوس الأموال للمشروعات الاستثمارية في عدة صور⁽²⁾، ومن أهم مصادر التمويل الدولية:

¹ جلييلة حسن حسين، اقتصاديات السياحة، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية 2000، ص 116.

² صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سبق ذكره، ص 149.

أ- وكالات التمويل الدولية:

إن التمويل الدولي للاستثمارات السياحية يأتي على شكل تحويلات أو قروض خاصة توجه مباشرة للأنشطة السياحية، أو على شكل قروض من المنظمات الدولية لتمويل البنية الأساسية اللازمة للتنمية السياحية الدولية⁽¹⁾ وتتمثل هذه الوكالات الدولية في :

البنك الدولي،

بنك التنمية الأوروبي،

بنك التنمية الإفريقي،

بنك التنمية الآسيوي.

صناديق التنمية التابعة لبعض الدول مثل الولايات المتحدة، بريطانيا، الإمارات العربية... الخ ويأخذ التمويل عدة صور كالقروض طويلة الأجل بمعدلات فائدة منخفضة، وتسدد بالعملة الدولية المقترضة، ومنح لا ترد، وعلى شكل مساعدات فنية، وتتحصل الحكومات على التمويل الدولي من أجل إعادة إقراضها إلى أصحاب المشروعات السياحية أو تقوم باستخدامها بنفسها.

ب- التمويل من خلال البنوك الأجنبية:

عادة ما تمول المشروعات السياحية الكبرى من خلال عدة بنوك يشترط ضرورة توفير ضمان مصرفي من البنك المركزي، وقد تأخذ القروض من تلك الجهة شكل قروض تصدير من الدول الصناعية الكبرى.

ج- التمويل المختلط:

هو إشراك شركات أو مستثمرين أجانب في مشروع سياحي أو الحصول على قروض منهم مع وجود خيار لتحويل القرض إلى المساهمة في رأس المال خلال فترة زمنية محددة.

ثالثاً - دور التمويل الحكومي في الاستثمار السياحي:

إن التمويل الخاص في البلدان النامية غير كافي لمشروعات التنمية السياحية لهذا فإن إمكانيات التنمية السياحية في كثير من هذه الدول غير مستغلة مما يستدعي البحث عن إمكانيات التمويل الحكومي لقطاع السياحي المباشر و غير المباشر⁽²⁾.

إلا أن مقدار المساعدات المالية الممنوحة للاستثمارات السياحية من قبل الحكومة تتحدد وفقاً للأهمية الاقتصادية للقطاع في هذه الدولة و وفقاً للأهمية النسبية لقطاع السياحة مقارنة بالقطاعات الإنتاجية الأخرى.

¹ موقف عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 71.

² موقف عدنان عبد الجبار الحميري، نفس المرجع أعلاه، ص 66.

تأتي المنح الحكومية في أشكال عديدة مثل الحمّلات الترويجية الرسمية التي تبين المزايا السياحية للبلد، أو من خلال الإعفاءات الضريبية على الأنشطة السياحية، يجب على الحكومات أن تتعهد بتمويل النسبة الأساسية حتى تتمكن من اجتذاب المستثمرين .

المطلب الرابع: أهمية التمويل الحكومي المباشر وغير المباشر بالنسبة للمشاريع السياحية.

نظرا لحدائث قطاع السياحة في الدول النامية مقارنة مع الدول المتقدمة لذا سوف نركز على تجربة الدول الأوروبية في هذا المجال ومدى مساهمتها في تطوير الفنادق السياحية⁽¹⁾.

أولاً- التمويل الحكومي المباشر:

يعتبر مجلس التعاون الأوروبي والحكومة المركزية والمجالس المحلية من أكثر الجهات التي تعتمد عليها الفنادق السياحية على مستوى الدول الأوروبية للحصول على الدعم المالي لتخفيض تكاليف الاستثمار ولهذا المجلس أربعة دوائر تقوم جميعها بتقديم المساعدات والقروض المالية وهي كالتالي:

1-التمويل الأوروبي للتنمية:

يقوم بتمويل أغلبية مشاريع البنى التحتية والفوقية في العديد من الدول الأوروبية وهي تعتمد على هذا التمويل لتحسين حصتها السوقية في السوق العالمية وزيادة شدة الجذب السياحي لمواقعها من خلال مساهمتها في بناء المتاحف وحدائق الحيوانات وتطوير مناطق الجذب الطبيعي وتحسين المنظر العام وجعل إمكانية الوصول إليها سهلة وميسرة.

ومن الشروط التي يضعها المجلس لمنح التمويل أن يكون المشروع السياحي تابع للقطاع العام أو بنسبة غالبية له و يساهم موقعه في خلق التنمية السياحية المتوازنة.

وقد يبلغ حجم التمويل من هذا المجلس حوالي 50% من مجموع تكلفة المشروع السياحي.

2-بنك الاستثمار الأوروبي:

له نفس مهام مجلس التمويل الأوروبي يقوم بمنح القروض المالية لما لا يزيد عن 50% كلفة مشاريع التطور السياحي للدول الأوروبية.

3-نظام التمويل الاجتماعي الأوروبي:

إن الهدف الرئيسي له هو خلق برامج تدريبية واضحة الأهداف من شأنها زيادة كفاءة العاملين في القطاع السياحي.

¹ موقف عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 67.

4- الحكومة المركزية:

تقوم بدورها بتقديم الدعم المالي لتخفيض تكاليف الاستثمار في القطاع السياحي وعدم مطالبته بردها. ويقدم هذا الدعم عادة من خلال إعفاءات من سداد القروض أو أقساطها كما تقوم بمنح القطاع الخاص قروض مميزة وبسعر فائدة أقل من سعر الفائدة السائد في السوق أو السماح للفندق السياحي بالعمل باحتياطات الاهتلاك الرأسمالي، من أرباحه الحقيقية قبل فرض الضريبة على الأرباح الشركات.

ثانيا- دور التمويل الحكومي غير مباشر على الاستثمار السياحي:

تقوم الحكومة بدعم القطاع السياحي بطرق غير مباشرة حيث تساهم في تخفيض تكلفة إنشاء المشاريع الاستثمارية بعدة أشكال منها الآتي:

- تخفيض تكلفة الاستثمار من خلال توفير أراضي مجانية أو بأسعار تشجيعية على مستوى مختلف المناطق وإنشاء التصاميم الأساسية للمواقع السياحية، من أجل إنشاء قرى وفنادق سياحية تتماشى مع جميع متطلبات الشرائح الاجتماعية.

- الإعفاءات الضريبية على مستلزمات الإنتاج وكذلك على بيع أو تأجير الأراضي للفنادق السياحية الجديدة.

- تخفيض تكاليف التشغيل عن طريق الإعفاءات الجمركية والضريبية على الأجهزة التي تدخل في خدمة المشروع السياحي ودعم برامج تكوين وتدريب العاملين.

- توفير المعلومات الخاصة بالأقاليم السياحية وأهم عناصر الجذب السياحي المتوفرة للمستثمرين، وتكوين أنظمة معلومات للقطاع الخاص على كل المواقع السياحية.

- وضع ضمانات للمستثمرين المحليين والأجانب مثل حق استرداد رأس مال المستثمرين الأجانب وتشجعه على استثمار أرباحه في مشاريع سياحية.

- القيام بحملات تسويقية كالتررويج للعرض السياحي في المعارض السياحية المحلية والدولية وإصدار مطبوعات والخرائط السياحية وتشجيع ثقافة السياحة.

- التأثير في سعر الصرف حتى يتمكن من جذب السياح إلى مناطق القصد السياحي.

رغم كل هذه المزايا إلا أنها غير كافية لجذب المستثمرين لأن النشاط السياحي يتعرض أحيانا للانكماش لأسباب عديدة منها اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية لهذا فإن مخاطر الاستثمار تكون عادة عالية مقارنة بالقطاعات الأخرى، مما يعني أن أهم المساعدات التي يمكن أن تقدمها الحكومات لأجل السياحة والتنمية السياحية هي توفير بيئة استثمارية مناسبة لطمأنة المستثمرين لجذبهم.

المبحث الثاني: مجالات الاستثمار السياحي.

تشكل صناعة السياحة في حد ذاتها مجالات جاذبة للاستثمارات سواء المحلية أو الأجنبية خاصة إذ كانت الدولة المضيفة لتلك الاستثمارات تملك كافة المقومات والإمكانيات التي تضمن نجاح المشاريع المختلفة لقطاع السياحة، وتعتبر الجزائر إحدى الدول التي تملك إمكانيات عديدة ومتنوعة تساهم في نجاح المشروعات السياحية، على اختلاف مجالات نشاطها.

لهذا سوف نتطرق في هذا المبحث إلى عرض أهم الأنشطة التي تتضمنها صناعة السياحة والتي تمثل مجالات الاستثمار السياحي.

المطلب الأول: تعريف ومكانة صناعة السياحة والسفر.

أولاً- تعريف صناعة السياحة والسفر

يستخدم مصطلح "صناعة السياحة" وصناعة السفر بشكل متبادل و كلاهما يعبر عن مجموعة من الأعمال المسؤولة عن تقديم عدة خدمات تربط بالسياحة والسفر لمجموعة من المستهلكين. كما أن صناعة السياحة مثلها مثل أي صناعة أخرى تقوم على مقومات أساسية تمثل عناصر الإنتاج الرئيسية⁽¹⁾، المتمثلة في: الموارد الطبيعية، العمل و رأس المال.

الموارد الطبيعية: تشمل المقومات السياحية الطبيعية التي أوجدها الله تعالى في الدول السياحية مثل (البحار، الأنهار، المحيطات، الموقع الجغرافي، المناخ... الخ من عناصر الجذب السياحي).

العمل: فهو عنصر هام في عناصر إنتاج المنتج السياحي والتي عبرت عنه وجسدهته الانجازات البشرية على مر التاريخ والعصور البشرية المتلاحقة والتي تمثلها المقومات السياحية الصناعية (كالآثار والمعالم الحضرية الحديثة المنتشرة في كثير من دول العالم السياحية، وهو عبارة عن المجهودات البشرية التي يبذلها العاملون في مختلف الأنشطة السياحية المعروفة الحكومية، العامة والخاصة.

رأس المال: من العناصر التي تساهم مساهمة فعالة في تطوير المنتج السياحي بمكوناته الثلاثة (المقومات الطبيعية، المقومات الصناعية والخدمات والتسهيلات المختلفة للسياحة) ويمثل رأس المال في السياحة تلك الأموال المستثمرة في مختلف المشروعات السياحية المختلفة، من (شركات السياحة، الفنادق، وسائل التجهيز والترفيه... الخ).

¹ ماهر عبد الخالق السيبي، صناعة السياحة، الآثار، المبادئ، مطابع الولاية الحديثة، مصر 2003، ص 21.

ثانيا- مكونات صناعة السياحة: يوضح الجدول التالي أهم مكونات صناعة السياحة.
جدول رقم: (02) أهم مكونات صناعة السياحة.

الخدمات السياحية	الجهات المعنية
خدمات الترويج والإشراف السياحي	هيئات التنشيط السياحي، هيئات التنمية السياحية، مراكز الاستعلامات.
النقل الدولي	شركات الطيران، شركات الملاحة البحرية العديدة، شركات النقل البري.....
النقل الداخلي	تأجير سيارات، أتوبيسات، كرفانات، سكك حديدية، بواخر نهريّة، سيارات أجرة...الخ
الإقامة	فنادق، موتيلات، منتجعات، نزل الشباب، دور الضيافة، قرى سياحية....الخ
تسهيلات سياحية	إدارات الجمارك والجوازات والشرطة السياحية.
المعيشة و وسائل التسلية	مطاعم، محلات، وجبات سريعة، ملاهي، مسارح، دور السينما، مهرجانات، إذاعة، تليفزيون، الانترنت...الخ
أنشطة الترفيه وقضاء وقت الفراغ	أنشطة المغامرات(تسلق الجبال، ترحلق على الجليد، سباق السيارات) حدائق عامة سياحة، الصحة، مزارات الحمامات الطبيعية.
خدمات سياحية	رياضة مائية، مزارات تاريخية وثقافية ودراسية (أثار، متاحف، مزارات دينية) وكالات السفر، الشركات السياحية، منضر الرحلات
خدمات أخرى	بنوك، مكاتب صرافة، حرف يدوية وصناعات فنية، مراكز سياحية علاجية، محطات خدمات الطريق (محطات بنزين، استراحات)

المصدر: ملف حول جدول أعمال الدورة الثالثة للمجلس الوزاري العربي لسياحة جامعة الدول العربية، الجزائر، 2000، ص.156

المطلب الثاني: مجال صناعة الإقامة:

بعد ظهور الثورة الصناعية وتطور وسائل النقل بظهور السكك الحديدية والسفن التجارية تطورت صناعة الإيواء كما تنوعت دوافع السفر، وأصبحت هناك حاجة ماسة لخدمة سريعة وجيدة للإيواء وذلك في منتصف القرن 19 إلى غاية بداية القرن العشرين، حصلت تطورات كبيرة في النوعية والكمية في تطوير الفنادق، و نتيجة لذلك بدأت تظهر في دول أوروبا المتقدمة صناعات، وخاصة سويسرا صناعة فنادق منظمة، وحديثة تقدم مجموعة متنوعة من الخدمات وكان أغلب روادها من الطبقة الارستقراطية لهذا العصر، وفي إنجلترا، كان هناك نوعين من الفنادق الأولى يطلق عليه Inn وهو ذو مستوى عالي ويخصص للنبل، أما النوع الثاني فيسمى " Tavern " ويكون أقل من مستوى من الأول، أما في فرنسا فقد خصص " Hôtelleries " للنبل والأرستقراطيين و " Cabarets " للعامة وهو أقل مستوى⁽¹⁾.

وكانت في الولايات المتحدة تسمى " Inn " أو " Coffechosses ".

أما فترة النمو الحقيقي لصناعة الفنادق الحديثة في الولايات المتحدة الأمريكية و كانت بإنتاج فندق المدينة « City hôtel » في مدينة نيويورك، أما الطفرة الحقيقية لصناعة الفنادق، فكانت في القرن العشرين عندما ظهرت أشكال و أنواع مختلفة من الفنادق ونظم الإدارة الفندقية منها السلاسل الفندقية وفنادق الطرق السريعة، وغيرها من الفنادق التي ظهرت في العصر الحديث.

أولاً: تعريف المنشأة الفندقية: يمكن تعريف المنشأة الفندقية بأنها:

التعريف الأول: "أي مبنى أو مؤسسة تقوم بتقديم خدمات الإقامة بدرجة الأولى والأطعمة والمشروبات والخدمات الأخرى لضيوف والنزلاء مقابل أجر معين يتوقف على مستوى الخدمات المقدمة به"⁽²⁾

التعريف الثاني: كما أن البنية التحتية للفندقة ولمرافق الطعام في السياحة تشمل:

مجموعة من وسائل العمل التي بواسطتها تنتج وتقدم وتباع الخدمات والبضائع للسياح لتأمين المنام والطعام والخدمات الإضافية⁽³⁾ والبنية التحتية للفندقة تتكون من منشآت المنام والطعام الفنادق والمباني والشاليهات والقرى السياحية، التجهيزات المختلفة الداخلية للفندق... الخ.

التعريف الثالث: ويمكن تعريف المؤسسات الفندقية حسب المرسوم التنفيذي رقم 2000-46⁽⁴⁾ على أنه يقصد بمؤسسة فندقية في مفهوم هذا المرسوم كل مؤسسة تمارس نشاطا فندقيا، ويعد النشاط الفندقية كل استعمال بمقابل للهيكل الأساسية الموجهة أساسا للإيواء وتقديم الخدمات المرتبطة به، وتتكون هذه

¹ مروان السكر العدوان، مختارات من الاقتصاد السياحي "سلسلة الاقتصاد السياحي الجزء الخامس" دار محدلاوي للنشر، عمان 1998، ص27.

² سعيد البطوي، إدارة الفنادق، المكتبة الانجلو المصرية، القاهرة 2002، ص25.

³ مروان السكر العدوان، نفس المرجع اعلاه، ص25.

⁴ مولود ديدان، مدونة النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بقطاع السياحة، دار بلقيس، الدار البيضاء الجزائر، 2007، ص89.

الهيكل الأساسية من مؤسسات الإيواء (الفنادق، نزل الطريق المتوتيل أو المحطة، قرى العطل، الاقامات السياحية، النزل الريفية، النزل العائلية، الشاليهات، المنازل السياحية المفروشة، المخيمات ومحطة الاستراحة) التي سيؤجرها الزبائن ليقومون بها من أسبوع واحد إلى شهر دون أن يتخذوها مسكناً لهم.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن المنشأة الفندقية تقوم بتقديم الخدمات التالية:

- خدمة الإقامة للنزلاء متمثلة في الغرف التي تعتبر المنتج الأساسي لمنشأة للفندقية.
- خدمة الأغذية والمشروبات من خلال المطاعم والمقاهي الموجودة داخل الفندق.
- خدمات ترفيه أخرى، وتنظيم الحفلات والمؤتمرات... الخ.

ثانياً: أنواع الفنادق.

هناك عدة أسس لتصنيف المنشأة الفندقية وبالتالي تتعدد أنواعها، إلا أنه حسب المعطيات التالية سوف نتناول أكثرها شيوعاً وتوجد في صناعة الإيواء⁽¹⁾.

حسب هدف الإقامة نجد: فنادق رياضية، فنادق علاجية، فنادق رجال الأعمال والمؤتمرات و الفنادق الساحلية.

- **حسب مدة الاستعمال:** نجد الفنادق الموسمية أو الفصلية والفنادق السنوية.
 - **حسب شكل الملكية:** نجد فنادق خاصة، فنادق مشتركة، فنادق عمومية.
 - **حسب الحجم:** نجد فنادق صغيرة، فنادق متوسطة، فنادق كبيرة.
 - **حسب تصنيف المرفق:** تنقسم إلى أربعة أقسام: درجة ممتازة، درجة أولى، درجة ثانية، درجة ثالثة وغير مصنفة.
 - **حسب موقع الفندق:** فنادق داخل المدن، فنادق جبلية، فنادق ساحلية، فنادق بجانب الطرق.
- وفي السنوات الأخيرة ظهرت أنواع جديدة من الفنادق منها فنادق الشقق، فنادق العائلات، الفنادق الطائرة فنادق على سطح الماء، فنادق الشباب.... الخ.

ثالثاً: أشكال الإدارة الفندقية.

تتعدد أشكال الإدارة الفندقية وتتنوع حيث يختص كل نوع بمجموعة من المزايا عن غيره من الأشكال الأخرى، وسوف نتطرق إلى أهم الأشكال الإدارية الفندقية التي تتبعها المشروعات الشهيرة في مجال صناعة الفندقية.

¹ مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، نفس المرجع السابق، ص 32.

1- **نظام الملكية الفردية:** يقوم هذا النظام على امتلاك الفرد وإدارته لعدة أنواع من المنشأة الفندقية الصغيرة، والتي لا تزيد طاقتها الإيوائية في الغالب عن مائة غرفة، ومن مزايا هذا النظام قدرة مالك الفندق على التحكم الكامل في سياسات وإجراءات التشغيل، ومرونة في اتخاذ القرار، بعيدا عن البيروقراطية، ومن عيوبها تحمل مخاطر الخسارة الكبيرة في موسم انخفاض الأشغال الفندقية، وعدم وجود نظم مركزية للحجز تضع الفندق على خريطة الفنادق العالمية، كما هو الحال في السلاسل الفندقية مع صعوبة التوسع.

2- **السلاسل الفندقية:** تتكون السلاسل الفندقية من ثلاث أو أكثر من المنشآت الفندقية التي تدار أو تمتلك بواسطة شركة واحدة أو يتم تشغيلها تحت نفس الاسم المشهور مثل هلتون، شيراتون... الخ والتي تحمل نفس الاسم التجاري والشعار، وما يميزها أنها تتسم بضخامة رأس المال المستثمر وكبر حجم الفنادق التي تمتلكها و القدرة على تقديم خدمات بأسعار منخفضة وتنظيم حملات إعلامية وتسويقية ضخمة و جذب العمالة المدربة والتي لها خبرة كبيرة في المجال السياحي، الأمر الذي يدعم إمكانيات الفندق ويرفع من مستوى جودة الخدمات المقدمة.

3- **نظام المشاركة في الإدارة:** يوفر هذا النظام نفس مزايا السلاسل الفندقية، والتي تتمثل في الاسم التجاري، والتسويق وكذلك مزايا الحجز المركزي، على أن يحتفظ مالك الفندق بحق الملكية والإدارة مقابل عمولة من مزايا هذا النظام استخدام اسم تجاري نوعي في مجال صناعة الفنادق مما يساهم في جذب أعداد كبيرة من السائحين، والقيام بحملات إعلامية ضخمة محليا أو عالميا، إمكانية الاقتراض من البنوك نظرا لشهرتها، وذات اسم تجاري معروف، أما عيوبه فتتمثل في ارتفاع العمولة التي يسددها الفندق للسلسلة الفندقية التي يتعاقد معها، وهي عادة نسبة من عائد المبيعات.

وجود عديد من الشروط التي يجب أن يلتزم بها مالك الفندق وفي حالة الإخلال بها فإنه يجوز للسلسلة الفندقية إلغاء العقد.

4- **نظام العقود الإدارية:** العقد الإداري عبارة عن اتفاقية بين مالك المؤسسة الفندقية وبين الشركة التي تقوم بالإدارة كأن يقوم مجموعة من المسيرين بإنشاء فندق على أن يتم الاتفاق مع شركة إدارة الفنادق أو سلسلة فندقية لإدارته، أي أن هذا النظام يكون مالك الفندق مسؤول عن عملية الإنشاء والتمويل بينما تتولى شركة الإدارة الفندقية عملية التشغيل، ومن مزاياها أن شركة الإدارة عادة ما تكون أكثر إماما بالظروف التي تحكم السوق المحلية وكذلك الظروف الاقتصادية، كما تقوم بإمداد المؤسسات الفندقية بالخبراء والفنيين وإرساء قواعد أنظمة العمل والحجز التي يتم تشغيل الفندق من خلالها.

-نلاحظ مما سبق أن هناك عدة أنواع من المؤسسات الفندقية والتي تتوفر مقومات إقامتها في الجزائر إلا أنه الكثير من تلك الأنماط غير متاح، على الرغم من الحاجة إليها كما أنه وجود عدة أشكال وأنماط لنظم

الإدارة الفندقية والتي بدورها تتيح العديد من المزايا لتحسين أداء الخدمات الفندقية و تطوير المنشآت السياحية.

المطلب الثالث: مجال النقل السياحي.

يعتبر قطاع النقل من القطاعات الأساسية الهامة، التي تقوم عليها صناعة السياحة حيث أن التطور الذي حدث في وسائل النقل على اختلاف أنواعها، أدى إلى ظهور العديد من المقاصد السياحية في العالم، فضلا عن إتاحة فرصة السفر وقضاء العطل القصيرة نتيجة توفر وسائل السفر وانخفاض تكاليفها، وينقسم النقل السياحي إلى عدة أنواع هي:

-النقل الجوي؛

-النقل البري؛

-النقل البحري أو المائي.

أولاً: النقل الجوي.

أدى التطور التكنولوجي في صناعة النقل الجوي، إلى جانب انخفاض تكلفة النقل، إلى زيادة فعالية دور صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية لكثير من الدول فضلا عن دورها الرئيسي والحيوي في دعم حركة السياحة حول العالم، ويتميز النقل الجوي بثلاث خصائص أساسية عن غيره من وسائل النقل بمعدلات نمو عالية، أسواق تنافسية متزايدة وشدة الحساسية للأزمات الاقتصادية والسياسية للدولة هذا ما يجعلها مجالا خصبا لرؤوس الأموال للاستثمار فيها نظرا لأن صناعة النقل الجوي تتميز بالربحية العالية وكذلك اتساع السوق المغذي لها، فضلا عن الأهمية القصوى التي يمثلها النقل الجوي بالنسبة لصناعة السياحة. ومن هنا يمكن اعتبار نشاط النقل الجوي أحد المجالات الرئيسية للاستثمار في مجال السياحة. كما يختص النقل الجوي بأهمية كبيرة بالنسبة لحكومات مختلف دول العالم نظرا لما يحققه من منافع اقتصادية كبيرة للدولة وأهمها⁽¹⁾:

• مصدر هام من مصادر العملة الصعبة.

• خلق فرص الاستثمار الأجنبي والتجارة الخارجية.

• رمز لهبة الدولة ووضعها الدولي.

• المساهمة في دفع التنمية السياحية.

• دفع صناعة النقل الجوي المحلية.

ومن أهم أنواع النقل الجوي، هناك النقل الجوي المنظم، والنقل الجوي العارض، والتاكسي الطائر.... الخ.

¹ وفاد أحمد الياس، النقل والسياحة، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة 2003، ص 98.

ثانيا: النقل البري

يعد النقل البري من أهم الوسائل التي تساهم في حركة السياح بعد النقل الجوي، ونذكر منها:
أ- **النقل بالسكك الحديدية:** وهي من أكثر أنواع النقل التي تتطلب استثمارات ضخمة وفرص الاستثمار عادة ما تكون ضئيلة فيها، وعادة ما يكون العائد ضعيف بالرغم من الفوائد التي يوفرها هذا النوع من النقل بالنسبة للسائح، نظرا لانخفاض تكاليف النقل والتمتع بالعرض السياحي الطبيعي، وهذا النوع من الاستثمار في النقل والسكك الحديدية يتطلب رؤوس أموال ضخمة وتكاليف تشغيل عالية لذا نجد أن معظم هذه الاستثمارات تساهم فيها الحكومات بقوة وهي تحتاج دائما للتطوير والتحديث والعناية وهناك ما تعرف بقطارات الفنادق حيث يمكن للقطار تقديم خدمات النوم و النقل، حيث توجد عربات متصلة بالقطار مهيأة على شكل غرف متكاملة يحتوي على جميع المستلزمات المطلوبة⁽¹⁾.

ب- **النقل بالحافلات:** وهذا النوع منتشر في عدة بلدان متطورة ويكون تركيب الحافلة السياحية على شكل طابقين الطابق العلوي لجلوس السياح والأرض للراحة وتناول الطعام. فالجزائر تحتاج إلى تخصص المزيد من الاستثمارات لتحسين و تقديم الخدمة الخاصة بهذا النوع من النقل السياحي.

كذلك فإن الرحلات الخاصة بالسياحة الداخلية تمثل سوقا فعالا لمثل هذا النوع من خدمات النقل. وهناك نوع آخر من النقل السياحي الذي يساهم في انتعاش السياحة و تقديم الخدمات من خلال تأجير السيارات من قبل الشركات المتخصصة التي تقوم بتأخير مجموعة متنوعة من السيارات وبأسعار تتناسب مع جميع المستويات حسب متطلبات السياح والزبائن.

ثالثا: النقل البحري أو المائي:

يأتي النقل المائي أو البحري في المرتبة الثالثة من حيث حجم الاستخدام في الانتقال من قبل السائحين وهناك نوعين رئيسيين من النقل المائي، النقل النهري والنقل البحري. تقوم صناعة النقل البحري في أي مكان في العالم على ثلاث عناصر رئيسية هي:

- البضائع والركاب المنقولون بحرا.
- السفن التي تقل هؤلاء.
- الميناء الذي يستقبل السفن.

¹حميد عبد الغني الطائي، أصول صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 103.

أي أنه ينبغي أن تتوفر العناصر الثلاث السابقة لقيام صناعة النقل البحري، ومن أهم وسائل النقل المائي المستخدمة في السياحة، هي البواخر والفنادق العائمة، في الأنهار والبحار وهذا النوع منتشر في معظم البلدان المطلة على البحر والتي تسمى البواخر الفنادق⁽¹⁾ والتي تنتشر فيها السياحة البحرية مثل اليونان، إيطاليا، فرنسا، تونس، مصر، والتي تعتبر أحد عوامل الجذب السياحي، وكذلك العبارات التي تقوم بنقل الركاب من ضفتي البحيرات و الأنهار وغيره من القنوات المائية وعادة ما تقوم بنقل الركاب بسياراتهم، والنقل المائي بواسطة اليخوت... الخ.

المطلب الرابع: مجال الخدمات التكميلية والصناعات التقليدية.

أولاً: أنواع الخدمات التكميلية

إن الخدمات التكميلية أو المساعدة تلعب دوراً مهماً في إكمال صناعة السياحة وجعلها قادرة على الرد على حاجات ومتطلبات السياح، و من أهم مميزات هذه الصناعة أنها تكمل أو تتم من قبل قطاعات أخرى والمتمثلة في:

- خدمات الترفيهية والترفيه؛
- الخدمات التجارية المتنوعة؛
- خدمات المطاعم المختلفة وحسب الدرجات والمقاهي؛
- الخدمات الثقافية والتراث الشعبي... الخ.

ثانياً: نشاط الخدمات التقليدية

ويمثل قطاع الحرف والسلع التقليدية، والهدايا السياحية أهم الأنشطة في مجال السياحة كما تتميز الصناعات التقليدية بنشاطات متعددة ومتنوعة وبموجب الأمر رقم 96-01 المؤرخ في 10 جانفي 1996 يستفيد الحرفيون والتعاونيات ومؤسسات الصناعة التقليدية والحرف من تسهيلات للحصول على أراضي بمناطق نشاطات مهياً لهذا الغرض وهذه المناطق معدة لاستقبال مشاريع تقليدية ينجزها الحرفيين.

ويتضمن مجال النشاطات الاستثمارية في الصناعات التقليدية عدة حرف تهدف إلى إنتاج منتجات يدوية متمثلة في المصنوعات الجلدية والنحاسية والخشبية، الحلي، المنتجات الزجاجية، المصنوعات التذكارية، أدوات الصيد والغطس، الكتيبات السياحية، العطور بأنواعها المختلفة، المفروشات فيما يخص المصنوعات النسيجية... الخ.

¹ حميد عبد الغني الطائي ، نفس المرجع السابق، ص 102.

وتكمن أهمية هذا النشاط في كونه أحد الأنشطة التصديرية الهامة ومصدر من مصادر النقد الأجنبي يعمل على تنمية الدخل السياحي كما يعبر عن أصالة وثروة البلد السياحي.

يتضح مما سبق أن مجالات الاستثمار السياحي متنوعة ومتعددة مما يستلزم الوقوف عليها باعتبارها تنشيط القطاع السياحي والاقتصادي للبلد، ومالها من آثار على اليد العاملة حيث تساهم في توفير مناصب شغل لكل شرائح المجتمع، مع قدرتها على الاستيعاب وخلق والابتكار في عدة ميادين من النشاط ، وذلك لتتعدد الخدمات التي هي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بصناعة السياحة والمتمثلة في الخدمات المختلفة بدءا بالعرض السياحي إلى خدمات النقل السياحي و خدمات الطعام والشراب ، خدمات الإيواء ، خدمات وكالات السياحة والسفر، الخدمات التكميلية ،الخدمات الشكلية الأخرى والصناعة التقليدية والحرف كل واحد من هذه النشاطات تمثل صناعة قائمة بحد ذاتها قد تمكن البلد من استغلال طاقته البشرية والمادية وخلق سوق سياحية مثالية إذا توفر المناخ الملائم والإرادة السياحية للنهوض بهذه الصناعة حتى تصبح قادرة على منافسة باقي البلدان الرائدة في هذا المجال.

المبحث الثالث: الآثار المختلفة للاستثمار السياحي.

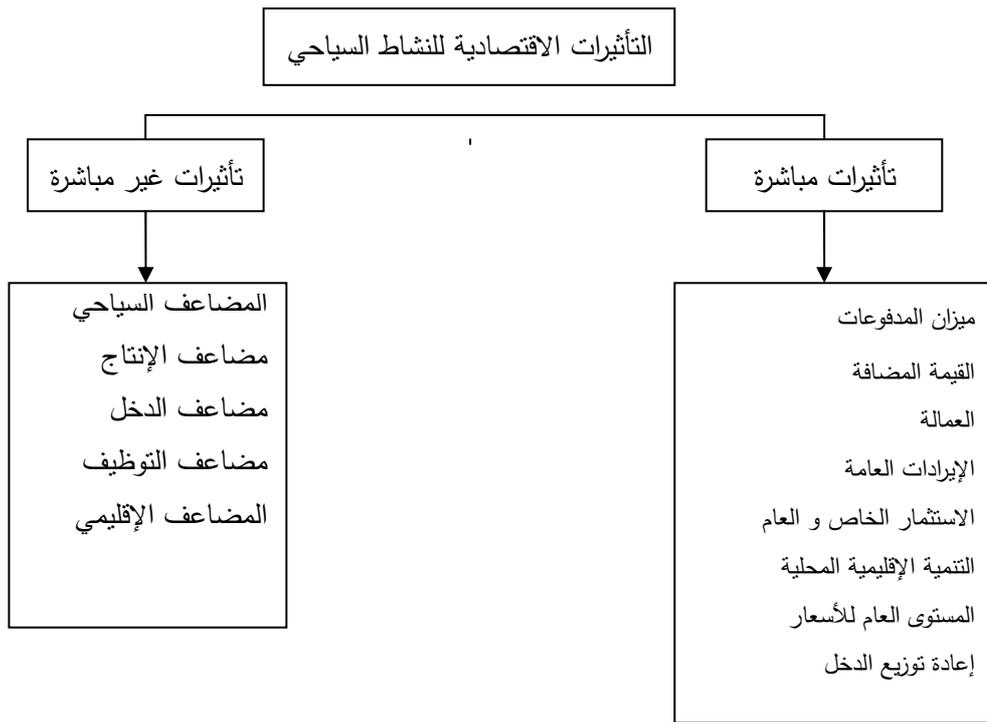
الاستثمار السياحي كنشاط اقتصادي له تأثيرات عديدة ومتنوعة على التكوين الاقتصادي الاجتماعي والثقافي، والبيئي منها ما هو إيجابي ومنه ما هو سلبي⁽¹⁾، ويعتبر من أهم العوامل المؤدية إلى التقدم و النمو على كافة الأصعدة رغم الانتقادات الموجهة له وسوف نتطرق إلى بعض التأثيرات المختلفة للاستثمار السياحي.

المطلب الأول: الآثار الاقتصادية للاستثمار السياحي.

قبل ذكر أهم التأثيرات الاقتصادية للاستثمار السياحي يجب معرفة أولا ما هي طبيعة التأثيرات الاقتصادية للنشاط السياحي.

طبيعة التأثيرات الاقتصادية للنشاط السياحي: يمكن تلخيص التأثيرات المختلفة للنشاط السياحي في الشكل التالي:

شكل رقم (1) طبيعة التأثيرات الاقتصادية للنشاط السياحي.



المصدر: ملف حول جدول أعمال الدورة الثالثة للمجلس الوزاري العربي للسياحة، جامعة الدول العربية الجزائر، 2000، ص 8.

¹ عبد الوهاب جودة ، الاستثمار السياحي والمجتمع في ظل سياسات الإصلاح الاقتصادي، مرجع سابق، ص 143.

في إطار التحليل الاقتصادي للسياحة يجري عادة التمييز بين نوعين من التأثيرات: التأثيرات المباشرة والغير مباشرة

أ- التأثيرات المباشرة: التي تربط بالإنفاق الفعلي على وسائل النقل وتسهيلات الإقامة والطعام والشراب والتسوق... الخ، وأهمها تأثير النشاط السياحي على ميزان المدفوعات، الدخل القومي، العمالة، الإيرادات العامة للدولة، الاستثمارات الخاصة والعامة، التنمية الإقليمية والمحلية، المستوى العام للأسعار، نمط توزيع الدخل.

ب- التأثيرات غير المباشرة والمستحدثة: فهي تتولد من خلال نتيجة تواجد مجموعة من الأنشطة المرتبطة بالسياحة ونتيجة الدورات المتتالية للإنفاق السياحي والتي تمتد إلى الأنشطة الأخرى والتي تعززها الروابط الخلفية والأمامية للسياحة التي يجري تحليلها من خلال تقدير المضاعف السياحي وأهمها مضاعف الإنتاج، مضاعف الدخل، مضاعف التوظيف، والمضاعف الإقليمي، ويعني المضاعف أن كل دولار ينفق على السياحة يولد إنفاقاً أو دخولا في القطاعات الأخرى تتراوح ما بين 2 و 4 دولارات⁽¹⁾ ويصل إلى 5 دولارات في بعض الأحيان.

2- الآثار الكيفية: وهي مجموعة الآثار التي يتعذر تقييمها نظرا لطبيعتها.

وتتمثل في :

- التنمية الإقليمية (التنمية المتوازنة بين الأقاليم وتقليل التفاوتات وإعادة توزيع الدخل).

- استغلال المقومات والموارد السياحية الإقليمية.

- الحفاظ على الموارد البيئية والطبيعية (المحميات الناشئة، والمائية و الحيوانات النادرة، المواقع الأثرية... الخ).

- تنمية الوعي والثقافة السياحية والحفاظ على المهارات التقليدية ورفع المستوى العمراني والحضاري.

إن الدراسات والأبحاث التي تناولت الآثار الاقتصادية للبيئة أعلنت المعارف والعلوم السياحية بإيجابيات وأوسعت فيها تحليلا، إلا أن الحاجة باتت ماسة للتركيز على الوجه الآخر للآثار السلبية من خلال التطرق إلى المشاكل التي ترافق بناء وتطوير القطاع السياحي وخاصة في الدول النامية والتي نذكر منها: (التلوث المائي، الأثر على الثروة الحيوانية من خلال الصيد العشوائي، تلوث المحيط... الخ)

- بالنسبة لكون السياحة مصدر دخل جديد للبلد فإن الخصائص الاقتصادية للسياحة تبين أن الاستثمارات في مجال بناء وتجهيز الفنادق، أنها تتصف بالفخامة و تحتاج إلى رؤوس أموال كبيرة حيث أن صناعة

¹ ملف حول جدول أعمال الدورة الثالثة للمجلس الوزاري العربي للسياحة، الجزائر، مرجع سبق ذكره ، ص 166.

الغرفة تمثل التكاليف الثابتة فيها 90 % والتكاليف المنتظرة تمثل 10 %⁽¹⁾، لكن مدة حياة الاستثمار فيها طويلة فإثناء فندق ذو مستوى خمسة نجوم يحتاج إلى عشرات ملايين الدولارات ومتوسط تكلفة الغرفة الواحدة تصل إلى 200.000 دولار، مما يجعل الدول النامية أمام مشكل التمويل الذي يدفع بالدول إلى الاقتراض من المؤسسات والدول الأخرى بشروط قاسية أو فتح المجال أمام الاستثمار الأجنبي وفي كلتا الحالتين لا يتحقق هدف الحصول على الدخل السياحي المراد تحقيقه ولا يحصل البلد على العوائد الكاملة من السياحة، كما أن التنمية السياحية تحتاج إلى استثمارات كبيرة في مجال البنية التحتية (الطرق، المطارات، التهيئة... الخ).

بالنسبة لمساهمة السياحة في التشغيل إذا نظرنا إلى عدد المناصب المستحدثة نجد أن الاستثمار السياحي يتصف بكثافة اليد العاملة وتكاليف عالية مقارنة مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى، إن استثمار مليون دينار يتطلب توظيف 3,6 من اليد العاملة في الصناعة بينما في مجال الفنادق فهو يتطلب 6,5⁽²⁾. كذلك فإن الوظائف غير المباشرة فهي مكلفة إذا أن وظيفة غير مباشرة تكلف 20.000 دولار في الفنادق مقارنة بالخدمات الملحقة فهي تساوي 13000 دولار، ولكي نخلق فرصة عمل واحدة في السياحة تحتاج إلى مبلغ وسطي في حدود 15000 و 20000 دولار بينما لا يتعدى في القطاع الزراعي في المتوسط 1000 دولار⁽³⁾ إضافة إلى ما تتعرض له بعض الدول فيما يخص حدوث تسرب القوى العاملة من القطاعات الرئيسية إلى مجال السياحة وما ينجم عنه من أثر سلبي على الإنتاج في تلك القطاعات، كما أنه عندما تحتاج بعض الدول لاستخدام العمالة الأجنبية وتوظيفها في الميدان السياحي مثل دول الخليج وما يترتب على اليد العاملة المحلية.

بالنسبة لاعتبار السياحة مصدر للنقد الأجنبي هذا الأثر يخص الدول النامية لأن الدول المتقدمة تنظر إلى السياحة من زاوية أخرى محوراً أنه مجال لتصرف وتصدير منتجاتها السياحية إضافة إلى تشغيل عمالها وتحريض اقتصادياتها، وفي حالة الاستثمار السياحي فإن الدول الصناعية تقوم بالتصدير للدول النامية معظم احتياجات المشاريع الاستثمارية وخاصة المعدات ووسائل النقل والخبرة، ومستلزمات التشغيل، والمعدات التكنولوجية وحتى القيام بإدارة المشاريع الاستثمارية بعد وقبل انتهاء الأشغال، بالتالي فهناك تسرب للعوائد بالعملة الصعبة بشكل كبير مثال عن ذلك مستلزمات البناء، حصص أرباح الشركات الأجنبية، ورواتب العمال والخبراء الأجانب، مصاريف الترويج التي تقوم بها الوكالات الأجنبية، فوائد

¹ H, Durans et autre, Economie et politique du tourisme, Librairie Générale de Droit et du Jura, prudence Paris 1994, P 117.

² G Cazes, Tourisme et Tiers, Monde un Bilan Controverse, Edition l'Harmattan, Paris 1992, P 75.

³ ملف جدول الدورة الثالثة للمجلس الوزاري العربي للسياحة، مرجع سبق ذكره، ص 140.

القروض الموجهة للمشاريع السياحية... الخ ينسب ذلك التسرب إلى انخفاض المضاعف السياحي وحدث خلل في الدورة الاقتصادية للعائدات السياحية نتيجة العوامل المؤثرة في حصيلته النقد الأجنبي وهي زيادة الواردات السياحية، وتأثير الاستثمارات الأجنبية وتحويلات العملة المعتمدة⁽¹⁾ وأن تدفقات النقد الأجنبي هي نتيجة قدوم السائحين إلى الدولة المستقبلة للسائحين والتي تعتبر من أهم العوامل الهامة في تحديد أثر السياحة على ميزان المدفوعات في تلك الدول المضيفة مع الأخذ بعين الاعتبار تحديد الفرق بين المتحصلات الإجمالية والصافية من النقد الأجنبي، وهذا لا يتحقق إلا بتكامل الأنشطة السياحية والقيام باستثمارات مناسبة في المجال السياحي.

ثانياً: علاقة السياحة بالاقتصاد الوطني.

تظهر العلاقة بين السياحة والاقتصاد الوطني في مدى تحقق الآثار الاقتصادية للسياحة في البلد من خلال محورين متعاكسين وهما:

1- الوضع الاقتصادي للبلد:

فالبلد الذي يملك اقتصاداً قوياً يتمكن من تمويل إنشاء الهياكل الفندقية والقرى السياحية والتجهيزات الخاصة بالمنشآت السياحية، وتفعيل قطاع السياحة وتوفير عوامل الإنتاج لتلك الصناعة من موارد محلية، وبالتالي يتأثر بأكثر جزء من عائدات السياحة التي تعود على الاقتصاد، بعكس البلد الذي يعتمد على مصادر خارجية سواء القروض و قبول استثمارات أجنبية بشروطها أو استخدام عمالة أجنبية مما يساهم في توفير المنشآت السياحية في البلد لكن العوائد السياحية معظمها تعود إلى الغير.

2- الأوضاع السياحية في البلد:

إن البلد الذي يعتمد على السياحة التقليدية أو أنماط مجددة من السياحة ويستقبل المتاح من الطلب السياحي تبقى السياحة لديه في مستوى الخدمات ونقل فيه الاستثمارات السياحية، أما البلد الذي تتعدد فيه الأنماط السياحية ويقوم بترويج مقوماته السياحية ويقوم بتنوع وتوسيع منافذ الأنفاق السياحي وخاصة في الأنشطة المكتملة للسياحة (مدن جديدة، أبراج، رياضات مائية، حدائق وطنية، حدائق الحيوانات مهرجانات، معارض وطنية ودولية... الخ) ، فإن السياحة تتجه إلى النشاط التجاري ومن ثم تصل إلى مستوى صناعة سياحية وتأخذ مكانها في الترتيب الاقتصادي للبلد وفق المستويات المنشودة وتحقق الأهداف الاقتصادية للسياحة ومساهمتها في التنمية الاقتصادية.

¹ يسرى دعيبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية الطبعة الأولى، الإسكندرية 2003، ص 524.

ثالثاً: الأهمية الاقتصادية للاستثمار السياحي.

من خلال ذكر طبيعة التأثيرات الاقتصادية للنشاط السياحي يمكن القول أن الاستثمار السياحي يستمد أهميته الاقتصادية من خلال الدور الذي يلعبه في إيجاد الحلول لمختلف المشكلات التي تواجه الدولة محل الاستثمار والتي يمكن التعبير عن أهمها فيما يلي:

1- الاستثمار السياحي ودوره في تحقيق التوازن الاقتصادي و الحضاري داخل البلد:

ويتجلى ذلك من خلال إقامة المشروعات السياحية في المناطق غير الحضرية أو النائية والتي تتميز بوفرة عناصر الجذب الطبيعية والصناعية، كالمناطق الصحراوية أو الجبلية وحتى البحيرات المائية. من خلال المساهمة في تطوير وتنمية هذه المناطق وتحسين مستوى الخدمات الموجودة بها، وارتفاع مستوى دخول العاملين بها مما يؤدي إلى ارتفاع مستوى المعيشة بها، ونتيجة إنشاء مشروعات صغيرة مكملة لمشاريع السياحة التي تساهم في تحقيق التوازن الاقتصادي والحضاري لتلك المناطق⁽¹⁾.

2- الاستثمار السياحي ومشكلة البطالة:

تساهم الاستثمارات السياحية في حل مشكلة البطالة بشكل كبير وذلك من خلال ما توفره تلك الاستثمارات من فرص عمل مباشرة وغير مباشرة.

حيث تشير الدراسات أن كل غرفة فندقية جديدة نشأ عنها 3.2 وظيفة أو فرصة عمل في مجال المنشآت الفندقية كما بينت دراسة أخرى أن فرص العمل المتولدة عن وحدة واحدة من وحدات القطاع السياحي يترتب عنها ضعف العمالة المتولدة عن وحدة واحدة من القطاعات الأخرى، أي أن الاستثمار في القطاع الفندقي يؤدي إلى توفير فرص عمل تفوق الاستثمار في مجالات أخرى⁽²⁾.

إلى جانب ما تحققه السياحة من فرص عمل مباشرة فإنه تتولد عنها أيضاً فرص عمل غير مباشرة في القطاعات الأخرى التي يعتمد عليها القطاع السياحي مثل المشروعات الزراعية والتغذية في المناطق التي تنشأ فيها المشروعات السياحية.

تساهم فرص عمل مباشرة في قطاع السياحة في خلق سبعة أضعاف فرص العمل غير مباشرة في القطاعات الأخرى التي تساهم في دعم ومساندة القطاع السياحي.

تشير الدراسات إلى أن تنمية الاستثمارات السياحية يؤثر تأثيراً إيجابياً على الاقتصاد الوطني، حيث ينفق السائحون 30% من ميزانيتهم على الإقامة والمأكولات في الفنادق وينفقون حوالي 18.8% على الأنشطة

¹ صبري عبد السميع، إحصائيات صناعة السياحة، الهامش للطباعة، القاهرة، 2002، ص: 93.

² نفس المرجع أعلاه، ص: 85.

الترفيهية و 18.3% على التسوق وكذا 11.3% على المأكولات والمشروبات خارج الفندق وبذلك يؤثر ذلك بالإيجاب على الاقتصاد الوطني من خلال عائدات المشروعات التي تقدم تلك الخدمات⁽¹⁾.
زيادة الرفاهية الاجتماعية من خلال البنية الأساسية للسياحة وتحسين الوضع الاقتصادي، بما ينعكس على الرفاه العام وقدرة المواطنين والمقيمين على الاستماع بأوقات الفراغ.
الاستثمارات السياحية، لا تحتوي على مدخنة تطرح الغازات السامة والملوثة في الجو وبناء على ذلك سميت بصناعة بلا مدخن للدلالة على نظافة هذا النشاط كما تسمى أيضا بالصناعة النظيفة وهناك تسمية ثلاثة تدعى الصناعة الطبيعية⁽²⁾ حيث يتميز المشروع الاستثماري في مجال السياحة بنظافته وأناقته وجماليته الذي نادرا ما يسيء للطبيعة وللحفاظة على البيئة الطبيعية هناك مجموعة من الداعم من بينها:

- الدعامة الأخلاقية: وهي معرفة الإنسان لمسؤولياته الأدبية نحو مجتمعه ووطنه وما بها من ثروات.
- الدعامة العلمية: والتي تتضمن الحفاظ على النباتات والحيوانات البرية من الانقراض والفناء.
- الدعامة الاقتصادية والحفاظة على التوازن الطبيعي: من خلال عملية التطور والتنمية الاقتصادية الدعامة الذوقية والجمالية والسياحية.

المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية و الثقافية و البيئية للاستثمار السياحي.

إن وجهة النظر العامة تؤكد أن النشاط السياحي طريق متميز للتنمية الاجتماعية والاقتصادية. وتصنف وجهات النظر حول علاقة النشاطات السياحية بالسياق العام الاجتماعي حسب تعبير « M.C MANSPERGER » إلى اتجاهين كما يلي⁽³⁾ :

الاتجاه الأول: يرى أن السياحة كمنشأ اقتصادي تؤدي إلى توليد منافع وفوائد عديدة بالنسبة للمجتمع.
الاتجاه الثاني: فيرى أن السياحة كمنشأ اجتماعي غالبا ما تؤدي إلى توليد أضرار اجتماعية، اقتصادية ثقافية رئيسية، جديدة أكثر من إيجابياتها.
ومن هنا يأتي اهتمام كل باحث بجانب من جوانب العلاقة التبادلية بين النشاط الإنتاجي السياحي والسياق العام الاجتماعي.

أولا- الآثار الاجتماعية والثقافية للاستثمار السياحي:

¹ سحر التهامي، الأثر الحقيقي لقطاع السياحة على الاقتصاد، المركز المصري للدراسات الاقتصادية ، القاهرة 2000، ص:6 .

² مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة و الأمن السياحي، دار مؤسسة رسلان، سوريا ، 2009، ص:107.

³ عبد الوهاب جودة، الاستثمار السياحي والمجتمع في ظل سياسات الإصلاح الاقتصادي، مرجع سبق ذكره ، ص:49.

- فبالنسبة للآثار الاجتماعية للاستثمار السياحي تتمثل في أن القيام باستثمارات سياحية في البنية التحتية وفي مقدمتها الطرق والمواصلات وتطويرها، يساعد على إحداث تغيرات اجتماعية من خلال ربط القرى المنعزلة وإحيائها، مما يساعد على انتعاش النشاطات السياحية وهي بدورها تؤدي إلى زيادة الدخل ورفع مستوى المعيشة للأفراد والمجتمع، وتوفير فرص عمل جديدة مباشرة أو غير مباشرة .
- تساهم الاستثمارات السياحية في خلق نشاط سياحي مما يؤدي إلى ظهور نتائج اجتماعية عميقة تتمثل في تغيير عادات الناس وتوليد أشكال جديدة من التدرج الطبقي واعتبار النشاط السياحي كنمط إنتاج يلعب دورا هاما في تعميق الصراع الاجتماعي بين السكان المحليين و السياح.
- إن تغير البناء الأساسي للمجتمع نتيجة القيام بالاستثمارات السياحية يؤدي إلى مشكلات صعبة نتيجة تغير واندثار لكثير من الأنشطة الإنتاجية الأساسية للسكان المحليين وترك الزراعة، والصيد البحري أي تفصل أنماط الإنتاج داخل المجتمع.
- إن القيام ببناء هياكل سياحية وتقديم خدمات سياحية مميزة يساهم في إقبال السائحين على زيارة الأماكن السياحية واختلاطهم بأفراد المجتمع يتولد عنه تبادل الثقافات بين هؤلاء السائحين وأفراد المجتمع إلا أن استخدام الثقافة كمادة خام وتصنيعها وتسويقها في صورة أشكال ترفيه وتسلية وبيعها للسائحين تحدث تأثيرات عميقة في البناء الاجتماعي والثقافي، مثل تغيير الذوق الجمالي والفني للمواطنين الأصليين وتغيير العقائد الدينية وتغيير القيم عن طريق التجارة بالثقافة.
- و ابتكار السكان المحليين لأساليب فلكلورية جديدة تجلب السياح بمعنى تسليع الثقافة أو حسب كارل ماركس ننشئ الثقافة .
- في إطار العلاقة بين الاستثمار السياحي الأجنبي والإدارة السياحية في المجتمعات الصغيرة غير الصناعية يقدر سلير⁽¹⁾ « Seiler » أن الشركات السياحية وخاصة الأجنبية تستخدم قرى هذه المجتمعات ومواردها وثقافتها بكل ما تحتويه من تراث وفلكلور، كمواد خام، وموضوعات للعمل ثم تعيد بيعها، والاكنتساب.

ثانيا- آثار الاستثمار السياحي على البيئة والتنمية المستدامة:

مع نهاية الثمانينات وبروز تيار تنموي يدعو أن تكون التنمية منسجمة مع البيئة وعرف ذلك بالتنمية المستدامة الذي أقرته قمة الأرض في ريو د جانيرو عام 1992، فالتنمية المستدامة هي التنمية التي تلبي حاجات الحاضر دون المساومة على قدرة الأجيال المستقبلية في تلبية احتياجاتهم وهي أيضا يكون فيها

¹ نفس المرجع السابق، ص 58.

استغلال الموارد وتوجيه الإجراءات ومسايرة التقدم والتحول المؤسسي في اتساق مع الحاضر والمستقبل على حد سواء⁽¹⁾.

يؤكد تقرير « Ecostar » بمعهد فرجينيا للعلوم البحرية على أن نمو السياحة وخاصة في المناطق الساحلية وإرضاء رغبة السائحين، والعائدات الاقتصادية للمستثمرين يؤدي حتما إلى الانحطاط بسبب تدهور البيئة ، ويدعو البرنامج إلى اللجوء إلى التخطيط السياحي لحماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة وتقليل الأضرار البيئية وحفظ وحماية التنوع البيئي و التراث الثقافي والاجتماعي.

ويوضح تقرير المؤتمر الدولي لوزراء البيئة عن السياحة والتنوع البيئي والسياحة المستدامة ببرلين على أهمية السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية أو أيضا دورها في تدمير البيئة والبناءات الاجتماعية والثقافية في نفس الوقت من ورائها دون استفادة المواطنين المحليين منها.

كما أن الشركات الأجنبية والمحلية تبتكر كل الأساليب والأدوات التي تمكن السائح من الحصول على أعلى منفعة من المواد الخام سواء كانت طبيعة أم بشرية أم ثقافية ومن هنا تصبح الثقافة المحلية سلعة قابلة للتداول، والتبادل نتيجة المحاكاة وتقليد السائحين في ثقافتهم.

كما تتولد أضرار كثيرة على الصعيد الاجتماعي والثقافي كتوليد التكس، والزحام والضوضاء نتيجة التحولات الديموغرافية وانتشار الجريمة والفساد وتغيير نسق القيم، وخاصة في دول العالم الثالث لأن البناء الثقافي لها غير مهياً جيداً سواء من الناحية الثقافية أو الاقتصادية لإستعاب سياحة الأعداد الكبيرة، لأنها لا تظهر احترام الهويات المحلية.

يؤكد " نكلسون" على أن النشاطات السياحية من المحركات الكبرى للتنمية الاقتصادية، التي تحاول نشر ثقافة المادية الاستهلاكية، والسياحة الثقافية هي مصنعة من قبل الشركات العالمية وفق خط إنتاج عالمي، ووفق قوى السوق فهي تتجه نحو التسليع أو التشيؤ (commodification) حسب تعبير المادة التاريخية، و بالتالي فهي أداة لتسريب الأموال إلى الخارج من المجتمعات المحلية إلى أصحاب المشاريع الاستثمارية، بينما لا يبقى الناس المحليين إلا القليل في ظل الرأسمالية ، هذا ما يساهم في خلق الصراعات داخل المجتمع.

ثالثاً- أثر السياحة على البيئة والمناطق السياحية الساحلية:

كما يرى التقرير أن السياحة تعرض فصائل الحيوانات البرية للخطر والاندثار لذلك فهناك الحاجة للأخذ بالتنمية المستدامة لحماية الطبيعة والتنوع البيولوجي والأخذ بمبادئ المحميات.

يشير توماس « Thomas » إلى أن السياحة في ظل الأوضاع الراهنة تؤدي إلى تحطيم وتدهور المصادر السياحية الساحلية والبيئية، كما أن جميع الدول وخاصة الدول النامية ذات الدخل المنخفض

¹ عبد الخالق عبد الله النسمي، المساهمة والعلاقات بين البيئة والتنمية ، مجلة المقل العربي عدد رقم 168 -1993، ص100.

تعاني من التلوث الساحلي⁽¹⁾، وينقصها أسلوب تقييم الآثار البيئية السياحية كما أن الاستثمار في السواحل يؤدي إلى تآكل الشواطئ بالإضافة إلى تلوث البيئة المائية نتيجة مخلفات الفنادق والسفن والبواخر السياحية وجميع أنشطة الترفيه، وتحطيم السلاسل المرجانية وحالات الغطس والصيد العشوائي. ويوضح تقرير توماس « Tomas » أن التنمية السياحية في معظم الدول وخاصة النامية تمثل تهديدا لتحقيق الاستدامة في المناطق الساحلية نتيجة سوء إدارة المصادر الساحلية⁽²⁾ يذهب « Boate » بويت إلى أن أثر النشاطات السياحية والاستثمارات الساحلية على البيئة الساحلية وفقا للترتيب الجيولوجي والتضاريس والأنشطة المختلفة للمستثمرين كإقامة القرى السياحية والمنتجعات بدون تخطيط علمي مدروس آخذا كل اعتبارات البيئة تؤدي إلى نتائج غير مرغوب فيها⁽³⁾ والأمثلة عن ذلك التدهور البيئي لسواحل البحر الأبيض المتوسط في إسبانيا كمثال لنموذج الخلل البيئي نتيجة القيام باستثمارات ومشاريع سياحية غير مدروسة ومخطط لها من قبل.

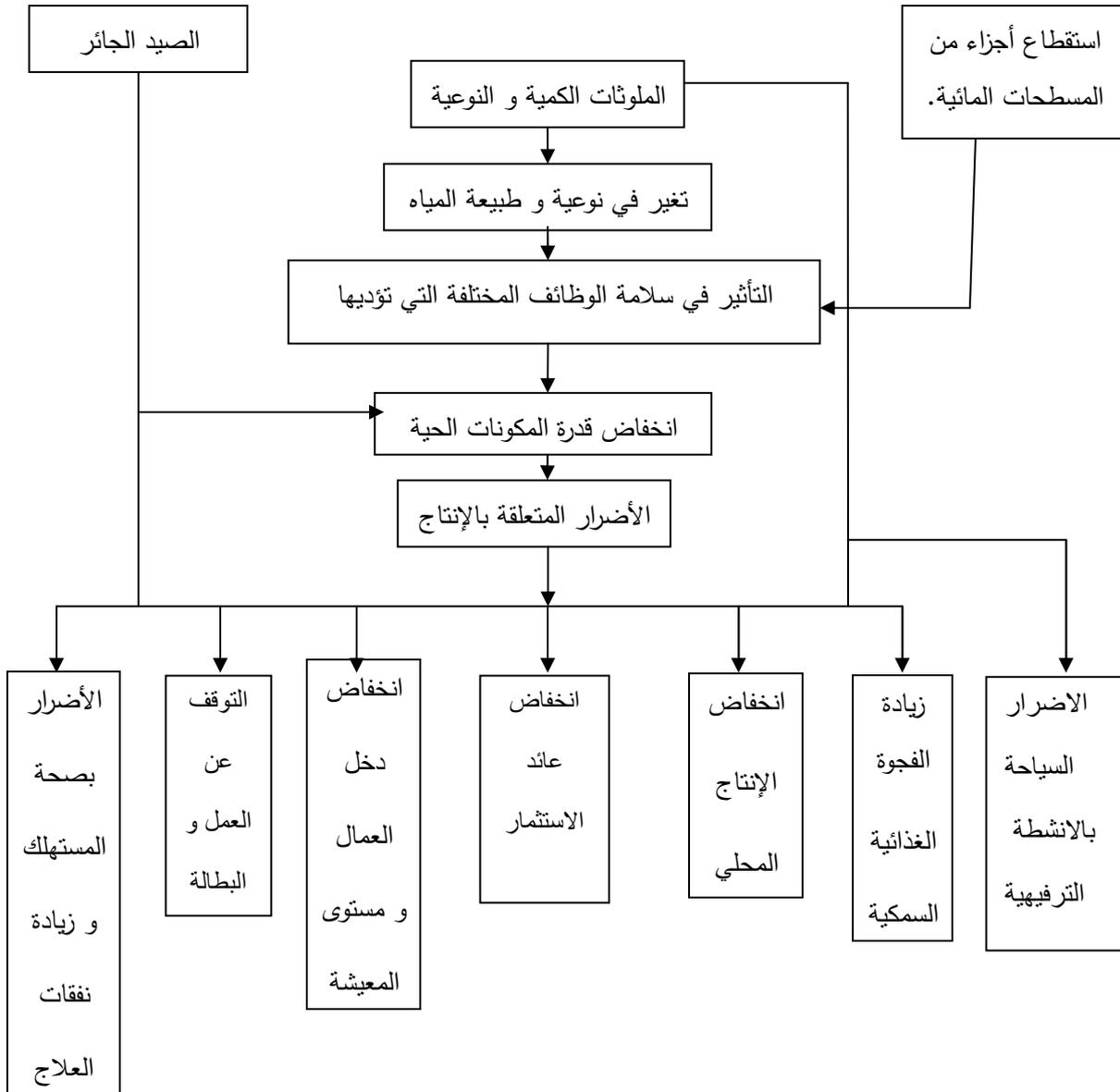
كما يقول رودريغز « Rodriguez » إن السياحة القائمة بمعدل كبير في الحوض المتوسط حولت هذا البحر إلى بحر ميت حيث يقترن الاستجمام بالإصابة بأمراض، بالرغم من أهميتها الاقتصادية إلا أنها تدمر موارد نجاحها على المدى الطويل لتردي الظروف البيئية وتدهور الكائنات المائية وفقدان السلاسل الحيوانية و الإخلال بنظام الهجرة الطبيعية للكائنات الحية المائية وخاصة الأسماك وسوء نوعيته نتيجة تراكم الملوثات والمواد السامة في الشواطئ والبحار.... الخ.

كل هذه التداعيات سوف نوضحها في الشكل التالي:

شكل رقم (2) التداعيات الاقتصادية والاجتماعية المباشرة لتلوث المسطحات المائية.

¹ عبد الوهاب جودة، الاستثمار السياحي والمجتمع في ظل الإصلاحات الاقتصادية ، مرجع سبق ذكره، ص 78.

² نفس المرجع أعلاه.ص: 81،82



المصدر: يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الاسكندرية، 2003، ص.495.

هناك آثار سلبية ناتجة عن التلوث المعماري التي تصاحب تطور المنشأة السياحية، ونموها وامتدادها على الشريطي وعدم وجود توازن بين الجانب المعماري والطبيعي يساهم في التلوث المعماري ونتائج جمالية غير مرغوب فيها، باعتبار الشواطئ هي مورد أولي من موارد السياحة الساحلية التي تشوه من خلال كتل الخرسانة بدون جدوى اقتصادية وما ينجم عنها من صرف صحي على البحر والمخلفات الصلبة و القمامة مما تساهم في تلوث المنتجعات السياحية الطبيعية الساحلية.

ولإعادة التوافق بين النشاطات السياحية والاستثمار السياحي والبيئة هناك اتجاهات حديثة على المستوى العالمي تمنح للأنشطة الاستثمارية السياحية المتوائمة أو الصديقة للبيئة عدة شهادات⁽¹⁾ منها:

- شهادة السياحة الخضراء (Green globe certification)
- شواطئ الراية الزرقاء (Blue flag beaches)
- الفنادق الخضراء (green Hôtels)
- فكرة الفندق البيئي (Eco Podge)
- شهادة الايزو 14000 لضمان جودة البيئة.

إجمالاً فإن تحقيق السياحة المتواصلة من خلال الاستخدام الأمثل للموارد المائية السياحية الطبيعية والاصطناعية، مع الأخذ في الاعتبار عند إقامة كافة المشروعات السياحية مراعاة وتقييم الأثر السيئ من أجل تحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على الموارد السياحية غير القابلة للتجديد وخاصة الثقافية والطبيعية باعتبارها عناصر جذب سياحية.

المطلب الثالث: معوقات الاستثمار السياحي الساحلي في الجزائر.

إن المعوقات التي تعترض نمو الاستثمارات السياحية في الجزائر كثيرة ومتنوعة الجوانب ومتشعبة يتحملها كل من يقوم بالاستثمار في القطاع السياحي بشكل خاص، فبمكوناته المختلفة من فنادق وأماكن الإقامة للسياحة الأخرى، والمنشآت السياحية من مطاعم وأماكن الترفيه... الخ، بالرغم من أهمية هذه الاستثمارات في تدعيم السياحة والاقتصاد الوطني إلا أنها تواجه مجموعة من المعوقات التي صنفت إلى ثلاث مجموعات⁽²⁾.

أولاً: المجموعة الأولى: المعوقات المرتبطة بإجراءات الهوية المركزية والتي تنتج تحتها الأنواع التالية من المعوقات:

- عدم إعطاء السياحة بصفة عامة والاستثمارات السياحية بصفة خاصة، كقطاع هام من قطاعات التنمية ما تستحقه من أولوية فيما يخص البرامج التنموية؛
- معوقات خاصة بالإجراءات الاقتصادية والمالية والجمركية؛
- تضارب اختصاصات الوزارة، والأجهزة الرسمية فيما يخص منح تراخيص الاستثمار وصياغتها؛
- تعقد إجراءات الاستثمار في القطاع السياحي نظراً لخصوصيته؛

¹ نفس المرجع السابق، ص 507.

² صلاح الدين عبد الوهاب، تخطيط الموارد السياحية، دار الشعب لصناعة والطباعة والنشر، القاهرة، 1988، ص (94-95).

- ضعف مستوى المرافق الأساسية؛
- ضعف الاعتمادات الحكومية المخصصة للتسويق والبحوث وترقية الاستثمار السياحي؛
- المعوقات الخاصة بإجراءات النقل والمواصلات.

ثانياً: المجموعة الثانية: تشمل المعوقات التابعة من داخل القطاع السياحي نفسه بمعناه الواسع و هي:

- ضعف فعالية ترقية الاستثمار السياحي والتعريف بفرص الاستثمار السياحية المتاحة؛
 - عدم ديناميكية وفعالية النظام السياحي ككل واتسامه بالروتين؛
 - تردي مستوى الثروات السياحية كعناصر جذب؛
 - نقص الوعي الثقافي و عدم توعية الجمهور والمستثمرين بأهمية السياحة ؛
 - عدم التكامل في القطاع السياحي ووسائل النقل فيما يخص البرامج والأسعار؛
 - ضعف الرقابة على الاستثمارات السياحية والخدمات المقدمة؛
 - مشاكل تواجه القطاع العام والخاص فيما يخص زيادة العمالة وارتفاع التكاليف، ضعف مستوى الخدمات وزيادة الخسارة مما يساهم في نقص المصادر المالية لتطوير أو الإحلال أو التوسع في المرافق السياحية القائمة.
- ثالثاً- المجموعة الثالثة تضم المعوقات المتمثلة بنشاط المجموعات المحلية.
- وتشمل فيما يلي:
- الإهمال الخاص بالأراضي المخصصة لمشاريع السياحة وتلوثها باعتبارها أحد عناصر الجذب السياحي.
 - عدم الاهتمام بالمظاهر الجمالية للجماعات المحلية والحفاظ على المعالم الأثرية والتاريخية، وتركها تتدهور .
 - عدم القيام بزراعة مساحات خضراء والتشجير بطريقة مدروسة والحفاظ على جمالية المدينة.
 - عدم وجود قواعد كفيلة بتشجيع الاستثمار السياحي الساحلي الدولي المشترك في المناطق السياحية الساحلية الواعدة والافتقار إلى مؤسسات استثمارية داعمة لسياحة تبرز الفرص الاستثمارية المبرمجة وتعمل على تعبئة المدخرات و توجيهها نحو الاستثمار وجذب الودائع من الخارج وتحفيز الشراكة.⁽¹⁾
 - كما أن رأس المال المستثمر في النشاط السياحي يتأثر بالأعمال الإرهابية، وتمتد إلى كافة الأنشطة اللازمة للاستثمار السياحي .

¹مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار مؤسسة رسلان ، سوريا 2009، ص 107.

- نقص الاهتمام بالعنصر البشري المدرب في القطاع السياحي بسبب قلة المعاهد والجامعات المتخصصة فيما يخص التدريب السياحي والفندقي مما يساهم في نقص المحترفين ونقص الثقافة السياحية والاستثمارية لدى المهتمين وكذا المستثمرين.

- الاعتداء على العقارات السياحية وانتشار البناءات الفوضوية وخاصة في المدن الساحلية مما يقلل من مساحة الوعاء العقاري الموجه لإقامة المرافق السياحية والمشاكل المترتبة عن زيادة الكثافة السكانية كازدحام وتلوث المحيط والشريط الساحلي مما يساهم في نقص الإرادة لدى المستثمرين المحتملين فيما يخص القيام بالمنشآت السياحية الساحلية.

رابعاً- أهم معوقات الإستثمار السياحي الساحلي في الجزائر:

إضافة إلى هذه المعوقات يمكن ذكر مجموعة من المعوقات الخاصة بالاستثمار السياحي وخاصة الساحلي في الجزائر منها ما يلي:

- صعوبة الحصول على العقار السياحي وارتفاع سعره مع ارتفاع تكاليف الاستثمار الخاصة بالقطاع السياحي⁽¹⁾، ونقص المحترفين في القطاع السياحي الذين يقبلون على القيام بالاستثمارات السياحية، فبناء فندق مثلاً يتطلبه 5 هكتارات من الأرض وتكلفة لا تقل عن 25 مليار سنتيم، إذا هذا ما يجعل الخواص مترددين في إقامة هذه المشاريع السياحية، والتوجه نحو الاستثمار في المشاريع ذات الربح السريع كالتجارة مثلاً.

- المعوقات البيروقراطية وتعدد الموافقات والتراخيص من عدة جهات لإقامة مشروع سياحي ساحلي مع نقص العقارات الخاصة بالسياحة الشاطئية، وتدخلها مع وزارة الفلاحة.

- نقص وانعدام المرافق الأساسية في بعض المناطق ، التوسع السياحي وخاصة الساحلية منها مما يساهم في عزوف المستثمرين.

- عدم وجود فرص حقيقية لمساعدة المستثمرين بقروض بسيطة وميسرة لانجاز المشروعات السياحية وعدم وجود بنوك متخصصة في تمويل الاستثمارات السياحية وضعف كفاءة السوق المالي وعجزها عن جذب الاستثمارات السياحية.

- عدم وجود استقرار تشريعي والنقص في الشفافية و عدم وضوح الرؤيا المستقبلية بالنسبة للاستثمار في القطاع السياحي، وتكافئ الفرص فيما يخص التيسيرات والإعفاءات من خلال وجود قانون للاستثمار عام يحكم جميع القطاعات و لا يراعي خصوصية الاستثمار السياحي، مما يساهم في التقليل من فرص

¹ مشروع تقرير حول مساهمة السياحة من أجل إعادة تحرير السياحة السياحية الوطنية، المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، الجزائر، 2000

الاستثمار السياحي، واتجاه المستثمرين المحليين إلى الاستثمار في القطاعات الخدمية الأخرى، ذات مردود أكثر وبنفس التكاليف أو أقل.

- الاعتماد على الربيع البترولي في جلب العملة الصعبة، وبالتالي تركيز اهتمامات الجهات الوصية كالجزائر مثلا أكثر على قطاع المحروقات وجعله قطاع إستراتيجي تحكمه قوانين خاصة به، و إهمال القطاع السياحي بالرغم من مساهمته في التنمية الاقتصادية وجلب العملة الصعبة، واعتباره قطاع ثانوي.

- نقص المستثمرين المحترفين والمؤهلين وكذا نقص التوعية والإعلام بالفرص الاستثمارية في القطاع السياحي بالجزائر في الداخل مع نقص الإحصائيات السياحية وعدم فعالية الجهات الوصية في جلب المستثمرين المحليين والأجانب للاستثمار السياحي مع النظرة السياحية للمستثمرين الأجانب فيما يخص الاستقرار الأمني والسياحي وأعمال العنف المتوقعة في البلدان العربية.

- إجمالاً يمكن القول أن المعوقات متعددة ومتنوعة منها ما يعود للجهات الوصية ومنها مع يعود للمستثمرين أنفسهم.

ومعوقات تفرضها الرهانات المستقبلية للبلاد ورغم تنوعها (معوقات مالية، قانونية وتشريعية وأخرى خاصة بالعقار، والمستثمرين أنفسهم) التي تساهم في كبح الاستثمار السياحي بصفة عامة، إلا أنه يمكن تجاوزها إذا توفرت إرادة سياسية قوية من خلال وضع إجراءات وسن قوانين ومراقبة الانجازات، وتصحيح الاختلالات للنهوض والمساهمة بإقلاع القطاع السياحي بالاعتماد على المستثمرين المحتملين المحترفين في القطاع، وجعله يساهم أكثر في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للجزائر.

الخلاصة:

حاولنا من خلال هذا الفصل إظهار أهمية الاستثمار في كونه العنصر الرئيسي الذي يتحكم في النمو ومعدله ونوعيته، ولهذا فإن معدل النمو والنوعية المطلوبة تتوقف على مدى النجاح في توفير حجم الاستثمارات المطلوبة، ونظرا لأهميته في الاقتصاد اهتم العديد من المفكرين الاقتصاديين بوضع تعاريف مختلفة للاستثمار، لكنها كلها تؤدي إلى معنى واحد وهو الإضافة في رأس المال من خلال مختلف المشاريع الاقتصادية و قد توصلنا إلى كون الاستثمار في قطاع السياحة يهدف إلى تحقيق ما يلي:

- المحافظة على الموارد الطبيعية والتاريخية والثقافية والموارد الأخرى المتعلقة بالسياحة كون المعالم الطبيعية والمواقع التاريخية والتراثية هي رأس مال ثابت، فإذا كانت تلك الموارد مشوهة أو مهملة فهي تبقى بعيدة عن التطوير.
- احترام الثقافة المحلية وطابعها
- مراعاة قواعد البيئة ونظمها
- ترشيد استخدام الموارد السياحية لتبقى صالحة للأجيال.

و بعد أن قدمنا كل ما يتعلق بالاستثمار و الاستثمار السياحي و خصائصه و آثاره المختلفة على الاقتصاد في خلق لمناصب شغل و تزويد الدولة بالعملة الصعبة و الخوض في مختلف أساليب التمويل المتاحة للقطاع السياحي.

الفصل الثاني

سياسة ترقية مناخ الإستثمار
السياحي في الجزائر في
الفترة (1990-2014)

تمهيد :

يعتبر مناخ الاستثمار عموما و مناخ الاستثمار السياحي خصوصا من أهم عوامل جذب المستثمرين الأجانب و المحليين لإقامة مشاريع سياحية ذات مردودية عالية و ذات نفع كبير للاقتصاد الوطني، و بعد أن قدمنا في فصلنا السابق كل ما يتعلق بالاستثمار السياحي من حيث مفهومه و مجالاته و مكانته في الاقتصاد و آثاره المختلفة عليه، نستعرض في الفصل الحالي سياسات ترقية مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر خلال الفترة الممتدة بين سنة 1990 و 2014 و ذلك بالتطرق للمباحث الثلاثة التالية :

- الإطار النظري لمناخ الاستثمار.
- أهم سياسات ترقية مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر فترة (1990-2014)
- برنامج الاستثمارات العامة و دورها في ترقية السياحة (2010-2014)

المبحث الأول: الإطار النظري لمناخ الاستثمار.

من أهم العوامل التي تركز عليها إدارات الشركات سواء المحلية أو الأجنبية عند التفكير في ممارسة أي نشاط اقتصادي هو الاهتمام بطبيعة و مكونات عناصر المناخ الاستثماري في الدولة المستهدفة من طرف المستثمرين حتى يتمكنوا من بناء قرارات سليمة للاستثمار.

لهذا أصبح يمثل مناخ الاستثمار أسبقية في سياسات الدول المتقدمة منها و النامية من أجل استقطاب أكبر للمشاريع الاقتصادية و المساهمة في النمو الاقتصادي.

لهذا سوف نتطرق في هذا المبحث إلى تعريف للمناخ الاستثماري و محدداته و دور الإطار التنظيمي و التحفيزي و التشريعي لتهيئة المناخ الاستثماري.

المطلب الأول: تعريف المناخ الاستثماري و مكوناته.

نتطرق في هذا المطلب إلى المناخ الاستثماري و أهم مكوناته:

أولاً: تعريف المناخ الاستثماري

هناك أكثر من تعريف للمناخ الاستثماري لهذا سوف نذكر بعضها:

1 - "مجمّل الظروف و الأوضاع الاقتصادية و الاجتماعية و المؤسّساتية و القانونية، و كذلك الاجرائية التي يمكن أن تؤثر على فرص نجاح المشروع الاستثماري"⁽¹⁾.

2- "مجمّل الظروف السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الطبيعية المحيطة بأي مشروع استثماري، و التي تؤثر بشكل أو بآخر في اتخاذ المستثمر لقراراته بدأ من فكرة الاستثمار حتى يجني المستثمر ثمار استثماراته و توسعته"⁽²⁾

يرى الاقتصاديون أنه "البيئة التي يمكن للقطاع الخاص- الوطني و الأجنبي أن ينمو في رحابها بالمعدلات المستهدفة حيث أن هذه البيئة تعتبر شرطاً ضرورياً لجذب الاستثمارات"⁽³⁾

إذاً يعتبر المناخ الاستثماري نتاج تفاعل العوامل الاقتصادية، الاجتماعية و السياسية التي تؤثر على ثقة المستثمر و تعمل على تشجيعه و تحفيزه على استثمار أمواله في دولة ما دون الأخرى و يحدد نصيب

¹ ز عباط عبد الحميد، المناخ الاستثماري في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و التجارة، 2004، العدد 11 ص: 59.

² علي لطفي، الاستثمارات العربية و مستقبل التعاون الاقتصادي العربي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عدد 458، 2009، ص: 17-18.

³ نفس المرجع السابق.

هذه الدولة من الاستثمارات و قوة الجاذبية من خلال التحفيز المقدمة من طرف الدولة المستقطبة لهذه الاستثمارات.

كما يعرف البنك الدولي مناخ الاستثمار بأنه "مجموعة العوامل الخاصة بموقع محدد، و التي تشكل الفرص و الحوافز التي تتيح للشركات الاستثمار بطريقة منتجة خلق فرص العمل والتوسع للسياسات الحكومية تأثير قوي على مناخ الاستثمار من خلال تأثيرها على التكاليف و المخاطر، و العوائق أمام المنافسة"⁽¹⁾

و حسب الأونكتاد "UNCTAD" فإن مناخ الاستثمار يتضمن بعدين أساسيين في الدول المضيفة هما:

- **البعد الأول:** يتضمن مختلف العوامل الأساسية المؤثرة في القرار الاستثماري و التي تشمل مستوى الاستقرار السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي و القوانين المتعلقة بالاستثمارات الأجنبية و المعايير المطلقة للتعامل مع المستثمرين الأجانب و سياسات العمل و طبيعة السوق و آلياته، و الاتفاقيات الدولية حول الاستثمار الأجنبي المباشر، و برامج الخصخصة، و السياسات التجارية و الأنظمة الضريبية.
 - **البعد الثاني:** يتعلق بسمعة الدولة و نوعية الحياة (مستوى المرافق الاجتماعية المختلفة)، مستوى دعم الاستثمار و تعزيزه من خلال تقديم الحوافز المالية كالإعفاءات الضريبية و الجمركية و الحوافز المصرفية ، و التراخيص و الإعانات المختلفة.
- كما قدمت المؤسسة العربية لضمان الاستثمار تعريفاً أشمل للمناخ الاستثماري⁽²⁾ و يتمثل في مجمل الأوضاع و الظروف المؤثرة في اتجاهات رأس المال و توطئه، فأوضاع السياسة العامة للدولة و ما تتصف به من استقرار أو اضطراب، و التنظيم الإداري لها و ما تتميز به من فاعلية و الأوضاع الاقتصادية التي تتأثر بالخصائص الجغرافية و الديموغرافية مما ينعكس على توفر عناصر الإنتاج و البنى التحتية و خطط البلد و برامجه الاقتصادية و موازناته و مدى مساهمتها في تحقيق نمو متوازن، و طبيعة السوق السائد في الدولة و آلياته و النظام القانوني بالدولة و مدى كماله ووضوحه (ثباته و توازنه) بما ينطوي من حقوق وأعباء كل هذه العناصر مترابطة و متداخلة تؤثر في بعضها البعض، و تترجم في محصلتها كعوامل جذب أو طرد لرأس المال لذلك ينبغي على الدول التي تسعى لجذب الاستثمار أن تأخذ بعين الاعتبار مختلف العناصر السابقة مجتمعة و أن لا تقتصر على بعضها دون البعض.

¹ عمروش محمد شلغوم، دور المناخ الاستثماري في جذب الاستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول العربية، مكتبة حسن العصرية، لبنان، 2012، ص:80.

² مأمون ابراهيم حسن، موسى عبد العزيز الحمود، مناخ الاستثمار و مازق التنمية في الوطن العربي، سلسلة المحاضرات العامة، عدد07، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 1994، ص:14.

من خلال التعاريف السابقة للمناخ الاستثماري يمكن القول أن المناخ الاستثماري يرتكز على سياسات الاستثمار في البلد و ما تقدمه من حوافز و ضمانات للمستثمرين و كذلك مختلف الظروف و المتغيرات الاقتصادية، الاجتماعية، القانونية، السياسية، التكنولوجية، التي تؤثر في العملية الاستثمارية بحيث لا يمكن أن تؤدي هذه الحوافز دور مهم في جلب اهتمامات و التأثير على قرارات المستثمرين في ظل غياب العوامل الأساسية المكونة لمناخ الاستثمار.

ثانيا: مكونات المناخ الاستثماري.

المناخ الاستثماري هو عبارة عن مجمل متغيرات الأوضاع الاقتصادية ، الاجتماعية، الثقافية، السياسية و القانونية و غيرها تتفاعل فيها بينها من أجل خلق بيئة استثمارية تساهم بشكل كبير في توجيه حركة رؤوس الأموال و إقامة مختلف المشاريع الاستثمارية في أي بلد، و التي يمكن تلخيصها في الجدول التالي:

جدول رقم(3) العوامل المكونة للمناخ الاستثماري

العوامل	المتغيرات
الاقتصادية	النتائج الداخلي الخام، معدل نمو الدخل الفردي، الهيكل الاقتصادي و المالي، الميزان التجاري و ميزان المدفوعات، دخل الأسرة و توزيعه، وضعية المشاريع الاقتصادية، الناتج المحلي، العمالة، الأرصدة من النقد الأجنبي، المديونية الخارجية، الاندماج إلى وحدة اقتصادية نحو الاستهلاك و الإنتاج، سوق العمل، بورصة الأوراق المالية، معدل الفائدة، معدل التضخم، النظام الضريبي، الهياكل القاعدية، الطلب الكلي (الميزانية و تطورها)، الإنتاج الوطني، الواردات، الصادرات، سياسة الصرف و ثبات أسعار الصرف، القيود المفروضة على تحويل الأرباح و رؤوس الأموال إلى الخارج، وجود اتفاقيات تعاون تقني، وجود بروتوكولات مالية، وجود إجراءات حمائية، ضوابط التجارة الخارجية، القيود المفروضة على الصادرات و الواردات، نظام الحصص، الحواجز التعريفية، الحقوق و الرسوم الجمركية، الحواجز غير التعريفية (إجراءات تقنية لتنظيمات لحماية الصحة و البيئة) التراخيص المتعلقة باستثمار حماية الملكية الصناعية و الفكرية، وضعية القطاع المالي، تطور الأسعار، معدل البطالة، معدل نمو الاستثمار المحلي و الأجنبي، الشفافية.
التجارية	العوامل التسويقية، حجم السوق و معدل نموه، المنافسة، منافذ التوزيع، وكالات الإعلان، الإشهار و الترقية، احتمالات التصدير المستهلكين المحليين، التسهيلات الإنتاجية. هيكل الأسعار، السلع المحظورة، قوة المؤسسات على اختراق الأسواق، سهولة المعاملات التجارية، السلع المحظورة، العوامل المتعلقة بتكاليف، وفرة الثروات الطبيعية، القرب الجغرافي، وفرة اليد العاملة، مستويات الأجور، مدى انخفاض تكاليف النقل، المواد الأولية و السلع الوسطية. معطيات فنية و تكنولوجية: براءة الاختراع و حمايتها، طرق نقل التكنولوجيا وتمييتها.

معطيات جغرافية: المناخ، المسافة، الموقع، استغلال الأراضي	
الاستقرار السياسي، طبيعة النظام السياسي، نظام الحكم، الأحزاب و الوزارات، سياسات الحكومة تجاه الاستثمار، علاقة البلاد مع البلدان الأخرى، الأمن.	السياسية و الأمنية
القوانين ذات الصلة بالاستثمار، قانون الاستثمار، قانون العمل، قانون الجمارك، قانون التجارة، قانون حماية المستهلك، النظام و التشريع الضريبي، قوانين المالية، الاتفاقيات الدولية، الحوافز و الضمانات، الامتيازات، رخص الاستثمار، رخص الاستيراد، الإجراءات البيروقراطية، العدالة، القدرة على حل النزاعات المحلية و الدولية، وجود محاكم متخصصة.	القانونية
القيم الاجتماعية، الأخلاقية و الدينية، نظم التعليم و البحث العلمي، نسبة الأمية، وسائل الإعلام المسموع، المقروء، مستوى و ظروف المعيشة للسكان، هيكل الاستهلاك لمختلف الطبقات الاجتماعية، العادات و التقاليد، هرم الأعمار، الكثافة السكانية، الصحة، اللغة، التاريخ، الديانات وجود معارضا قوية في المجتمع، المظاهرات و الاعتداءات، احترام الحقوق و الحريات، البطالة... الخ	الاجتماعية و الثقافية
العوامل المرتبطة بعلم النفس و الاجتماع، القومية، العرقية، المحسوبة، المحاباة، تقبل الآخر... الخ العوامل العلمية أو التشغيلية، أطراف التعامل، المنظمات و الأجهزة و التنظيمات الحكومية، مدى احترام المعايير الدولية و غيرها. العوامل المرتبطة بالتقدم التكنولوجي: نوع التكنولوجيا (المعدل، كثافة التكنولوجيا)، البرمجيات، الانترنت، شبكات التواصل الاجتماعي، اليقظة التكنولوجية، استعمال الحاسوب و نظم المعلومات و تكنولوجيا الاتصال... الخ	عوامل أخرى

المصدر: بولجبل كريمة تقيم سياسات تقييم المناخ الاستثماري الجزائري خلال فترة 1990/2011 مذكرة ماجستير. كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و التسير، جامعة الجزائر، 2012/2011 ص: 33-34.

المطلب الثاني: محددات المناخ الاستثماري

إن المناخ الاستثماري يتضمن كافة السياسات و المؤثرات و الأدوات التي تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على قرارات المستثمرين بما في ذلك السياسات الاقتصادية الكلية و التي تشمل السياسة المالية و النقدية و التجارية بالإضافة إلى الأنظمة الاقتصادية و البيئية و القانونية. و قد أثبتت التجربة أن المستثمر الأجنبي يفضل البلد الذي يتميز بالاستقرار السياسي و الاقتصادي و القانوني. قلة اللوائح التنظيمية، انفتاح الأسواق، توفر البنى التحتية انخفاض تكاليف الإنتاج فهي تمثل أهم المحددات

الأساسية في جذب الاستثمار⁽¹⁾. و التي سوف نتطرق إلى بعض منها بشيء من التفصيل للمحددات الاقتصادية، القانونية و السياسية، المحددات الاجتماعية التي تؤثر على المناخ الاستثماري.

أولاً: المحددات الاقتصادية.

تلعب المحددات الاقتصادية دورا مهما في توجيه الاستثمارات الأجنبية و استفادة دولة معينة منها دون غيرها و تشمل هذه المحددات على مجموعة من المؤشرات الاقتصادية و التي هي أساس مكونات المناخ الاستثماري⁽²⁾ و من أهمها مستوى أداء الاقتصاد الوطني، درجة الانفتاح على العالم الخارجي، القوة التنافسية للاقتصاد الوطني، وفرة الموارد الطبيعية و البشرية و كفاءتها و أمانها، سعر الصرف و مدى ثباته، مدى قوة الاقتصاد و احتمال تقدمه... الخ و التي سوف نتناول البعض منها.

1- درجة الانفتاح على العالم الخارجي: يعني عدم وجود أي قيود على حركة التبادل التجاري أو عناصر الإنتاج و هو ما يضمن حسن الكفاءة الاقتصادية في توجيهها. إن الاستثمار الأجنبي يميل دائما نحو التوجه إلى الاقتصاديات المفتوحة، و الابتعاد عن الاقتصاديات المغلقة فالمستثمر الأجنبي يسعى دوما إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح يليها الاهتمام بالكفاءة الاقتصادية و يتعد عن فرض القيود، و لعل من أهم المؤشرات التعرف على الانفتاح الاقتصادي هو نسبة الصادرات إلى الناتج الوطني و درجة التركيز في الصادرات.

2- القوة التنافسية للاقتصاد الوطني: هذا يعني كلما زادت القوة التنافسية للاقتصاد الوطني كلما كان الاقتصاد جذابا للاستثمار الأجنبي و العكس صحيح إن زيادة المركز التنافسي يعني زيادة قوة الاقتصاد و قدرته على مواجهة أي ظروف خارجية و امتصاصها. و يستدل على ذلك من خلال عدة مؤشرات أهمها معدل نمو الصادرات و كذلك الرقم القياسي لأسعار الصادرات فكلما زاد هذا المعدل كلما دل على زيادة القوة التنافسية للاقتصاد الوطني⁽³⁾

3- القدرة على إدارة الاقتصاد الوطني: هي قدرة الحكومات على مواجهة التقلبات الاقتصادية من خلال مختلف الإجراءات و التدابير المناسبة كلما أدى جذب أكبر للاستثمارات و من أهم المؤشرات التي يمكن من خلالها التعرف على قدرة الاقتصاد الوطني و حجم الاحتياطي من العملات الأجنبية و معدل تغطية حصة الصادرات للواردات و كذلك حجم المديونية الخارجية.

¹ نزيه عبد المقصود محمد مبروك، محددات و ضمانات جذب الاستثمارات الأجنبية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2010، ص: 22-23.

² نفس المرجع السابق.

³ مصطفى عز العرب، الاستثمارات الأجنبية دراسة مقارنة لتحديد مركز مصر التنافسي، الجمعية المصرية للاقتصاد السياسي و الإحصاء و التشريع، القاهرة، 1988، ص: 96

4- **قوة الاقتصاد الوطني و احتمالات تقدمه:** هناك علاقة طردية بين قوة الاقتصاد و القدرة على جذب الاستثمارات الأجنبية و لعل من أهم مؤشرات ذلك نجد الناتج المحلي الإجمالي و معدلات نمو عناصر الإنتاج و معدل التضخم، و كذا شروط التجارة الخارجية.

5- **طبيعة النظام الاقتصادي الذي تنتهجه الدولة:** سواء كان نظام رأس مالي الذي يشجع القطاع الخاص و يؤمن به و أهميته في الاقتصاد و هذا ما يشجع على الاستثمار و إذا كان هناك دول تتبع النظام الاشتراكي فان الاستثمار الأجنبي يتلاشى في هذه الدول نظرا للقيود و المنافسة غير العادلة التي تعيق أصحاب المشاريع الاستثمارية.

6- **السياسات الاقتصادية:** لقد أثبتت التجارب أن عدم استقرار الأوضاع الاقتصادية الكلية من خلال عجز في الميزانية و في ميزان المدفوعات و تقيد الاستيراد و التصدير و إتباع سياسة غير واقعية لسعر الصرف و سعر الفائدة يهدد برامج الإصلاح و يؤثر على الثقة في الاقتصاد محليا و خارجيا و هذا ما يكون عامل طرد للاستثمار الأجنبي، و كذلك في ما يخص الأوضاع الاقتصادية الجزئية و خاصة ما يتعلق بسياسة الأسعار و الأجور و مدى كفاءة المؤسسات المسؤولة عن حركة الاقتصاد في البلد من خلال اللوائح التي تضعها و الإشراف على تنفيذها.

7- **توفر الموارد الاقتصادية و البنى التحتية المتاحة في البلد:** تشمل المواد كلا من الموارد البشرية التي يحتاجها الاستثمار و التي تكون مدربة و كفاءة و خاصة العمالة الإنتاجية و الفنية و الموارد الطبيعية كذلك التي تعد من أهم عوامل جذب و اتجاه الاستثمار إلى البلد دون غيره المتمثلة في مصادر المياه، الموارد الأولية و كذا المناخ و الموقع الجغرافي، و عناصر الجذب السياحي... الخ و الموارد المالية التي تساهم في زيادة احتياطات البلد من العملة المحلية و الأجنبية، التي تساهم في تمويل مختلف المشاريع الاستثمارية و زيادة معدل النمو الاقتصادي الذي بدوره يعتبر أهم عنصر كذلك لاستقطاب المزيد من الاستثمارات.

أما فيما يخص البنية التحتية كلما توفرت كلما أدى إلى جذب المزيد من الاستثمارات حيث تمكن البنى الأساسية المستثمر من الاتصال مع العالم الخارجي من خلال وسائل الاتصال المختلفة و توفر وسائل النقل بتكاليف معقولة و قلة القيود في المطارات و الموانئ توفر شبكة المياه و الكهرباء، والصرف الصحي، المستشفيات، و كذا خدمات الحصول على المعلومات... الخ

فنقص هذه البنى التحتية يؤدي على زيادة تكاليف الاستثمار و هذا يؤثر سلبا على العائد ما يجعل المناخ الاستثماري غير محفز لجذب الاستثمار الأجنبي لهذا البلد.

ثانيا: المحددات القانونية و السياسية:

1-المحددات القانونية: تتمثل في مختلف القوانين التي تصدرها الحكومة و التي تشكل الإطار التشريعي للاستثمار و التي تتسم بالوضوح و الثبات و تخلو من القيود التي تعيق الاستثمار⁽¹⁾ و ذلك من أجل جذب الاستثمار الأجنبي و المحلي، كذلك يجب أن يكون هناك تشريعات اقتصادية و عالمية عادلة و وجود نظام قضائي فعال و عادل كما أنه من الضروري وجود الضمانات الكاملة و الكافية للمستثمر التي تكفل له حرية النشاط و عدم التأميم أو الاستيلاء أو المصادرة ، زيادة على ذلك فإن الإطار التشريعي لا يجب أن يتصف بالجمود و يجب أن يكون قابلا للتطوير و التجديد و التعديل بما يكفل وضوحها ومواكبتها للسياسات و التوجيهات الاقتصادية المحلية و الدولية.

2-المحددات السياسية: تلعب العوامل السياسية دورا هاما و مؤثرا في قرار المستثمر الأجنبي⁽²⁾ و لعل من أهم هذه العوامل هي:

أ- **الاستقرار السياسي:** إن الاستقرار السياسي يعني استقرار السياسة الاقتصادية و استقرار الاستثمارات في البلد و احتمال نموها وأكدت العديد من الدراسات أن الاستقرار السياسي يعتبر المحدد الأول للاستثمارات الأجنبية في الدول النامية.

ب- **النظام السياسي:** إن النظام السياسي الذي تنتجه الدولة يلعب دورا هاما في التأثير على اتجاه الاستثمارات الأجنبية فكما كان النظام السياسي ديمقراطيا كلما كان جاذبا للاستثمار و كلما كان ديمقراطيا كلما كان طاردا له. و ذلك لأن النظام الديمقراطي من خصائصه أنه يتسم بالوضوح و العلانية و احترام الحقوق و التعهدات و الالتزام بنصوص القانون و الدستور كما يوفر قدر من الأمان لرأس المال سواء كان أجنبيا أو وطنيا، أما الأنظمة الدكتاتورية تتميز بالانفراد بالقرار السياسي، عدم احترام القانون و الدستور و هذا قد يعرض النشاط الاستثماري ورأس المال للخطر السياسي.

ت- **العلاقات السياسية:** تلعب العلاقات السياسية القائمة بين البلدان المصدرة للاستثمارات و البلد المضيف لها دورا أساسيا في تشجيع انتقال الاستثمارات و رفع ثقة المستثمرين و تحفيزهم.

03- المحددات الاجتماعية: يقوم المستثمرون بدراسة البيئة الاجتماعية قبل قيامهم باتخاذ قرار الاستثمار⁽³⁾ باعتبار أن هذه البيئة تؤثر بشكل مباشر على الطلب الكلي للبلد، كذلك تمثل المحددات

¹ زاد شكور صالح، الاستثمار الأجنبي سبل استقطابه و تسوية مناخه، دار الكتاب القانوني، مصر، 2011، ص:24

² نزيه عبد المقصود، محمد مبروك، محددات و ضمانات جذب الاستثمارات الأجنبية، مرجع سبق ذكره ص:30.

³ بولجمل كريمة، تقييم سياسات ترقية المناخ الاستثماري، مرجع سبق ذكره، ص:42.

الاجتماعية في مجموعة من العوامل المؤثرة على نشاط المشروع و إمكانية تكامله و يمكن توضحه في النقاط التالية⁽¹⁾:

- دور النقابات العمالية و التدريبية و الحرفية المستخدمة،
- معدل النمو السكاني و مقدار المشاركة في عملية التنمية
- درجة الوعي الصحي و مقدار التأمينات الاجتماعية المتبعة
- درجة الوعي بعناصر و مقومات التقدم الاقتصادي مثل درجة تفهم الدول المضيفة للشركات متعددة الجنسية و دورها داخل الدولة.

نظيف إلى ذلك العادات و التقاليد السائدة في البلد و مختلف الظواهر الاجتماعية، السلبية (الرشوة، السرقة، المحسوبية،...الخ) التي تمهد للفساد الإداري و البيروقراطية التي قد تؤدي إلى نفور المستثمر.

كل هذه المحددات السابقة تساهم في خلق مناخ للاستثمار لأي بلد إضافة إلى درجة التقدم التكنولوجي المحققة داخل البلد و التغلب على معوقات و مشاكل الاستثمار المختلفة إلا أن فئة من الاقتصاديين ترى أن مقومات المناخ الاستثماري الجيد يعتمد على تحقيق الإصلاح الاقتصادي و الخصوصية⁽²⁾ و تركز على ما يلي:

- زيادة الاستثمار في القوى البشرية من تعليم و صحة و علاج و تدريب.
- إيجاد مناخ استثماري مناسب أمام المشروعات جمعا وفقا لأولوية السوق
- تحرير التجارة الخارجية و فتح مجال أوسع للاستثمارات الأجنبية
- الإصلاح الاقتصادي للهياكل التمويلية داخل الدولة، و الذي يتطلب تطوير التشريعات الاقتصادية أول بأول، تنشيط سوق المال، جدولة ديون الشركات المتعثرة، إنشاء و تطوير البحث العلمي، تدعيم الرقابة المالية و الإدارية.

المطلب الثالث: دور الإطار التنظيمي و التحفيزي و التشريعي في تهيئة المناخ الاستثماري

إذا كانت للعوامل السابقة أهمية بالغة في جذب الاستثمار الأجنبي و تشجيع الاستثمار المحلي فان العوامل القانونية و التنظيمية تلعب دورا مكملا لها و لا تقل أهمية عنها لخلق جاذبية و استقطاب أكبر و ذلك من خلال خلق هيئة أو جهاز يشرف على توجيه و ترويج الاستثمار و تحسين صورة البلد من خلال الترقية هذا ما يخص الإطار التنظيمي أما فيما يخص الجانب التحفيزي فهو قيام الدول المضيفة

¹ علي لطفي، الاستثمارات العربية و مستقبل التعاون الاقتصادي العربي، مرجع سبق ذكره، ص:30

² علي لطفي، مرجع سبق ذكره، ص:35

بتقديم حزمة من الحوافز الضريبية و الجمركية و المالية، التي تساهم في زيادة معدلات أرباح المستثمرين المحتملين، وكذلك الجانب التشريعي الذي يعمل على حماية الاستثمارات من خلال الضمانات المقدمة.

أولاً: دور الإطار التنظيمي في تهيئة المناخ الاستثماري

تقوم أغلب البلدان منها المتقدمة و النامية على حد سواء و التي تعتبر دول مضيضة للاستثمار على إنشاء هيئة أو جهاز يقدم الخدمات للمستثمرين المحليين و خاصة الأجانب و ذلك من خلال التعريف بفرص الاستثمار في البلد و تقديم العون و المساعدة و ترقية الاستثمار، و المساهمة في تحسين صورة البلد لزيادة الجذب عن طريق إقامة محاضرات و ندوات و الترويج المرئي و المسموع و قيام رؤساء الدول و الحكومات بملتقيات مع رجال أعمال أجانب داخل و خارج الوطن من أجل تحفيزهم و تعريفهم بفرص الاستثمار في البلد.

و لعل من مهام الهيئة التي تشرف على تخطيط و توجيه و ترويج الاستثمار، مايلي⁽¹⁾:

- منح الموافقات الخاصة بمشروعات الإيجار بعد دراستها
- متابعة و مراقبة انجازات المستثمرين الأجانب و مدى تطبيقهم للالتزامات المتفق عليها
- تقديم المساعدات اللازمة لإجراءات دراسات الجدول التمهيدية و حل المشكلات التي تواجه المستثمر الأجنبي
- الترويج لفرص الاستثمار داخليا و خارجا من خلال توفير المعلومات و البيانات المختلفة، ووضع القوائم التي تحدد ترتيب الأولويات للمجالات الاستثمارية التي يحتاج إليها الاقتصاد و تركيز جهود جذب الاستثمار في المجالات ذات الأولوية.
- كما أنه الترقية من خلال الترويج يجب أن تشمل جميع الهيآت ذات الصلة كوسائل الإعلام و المكاتب التجارية في الخارج و السفارات و حضور المعارض الدولية و القيام بندوات دولية و تساهم هذه الحملة في توفير قاعدة بيانات فعلية و شاملة عن فرص الاستثمار المعروضة في مختلف القطاعات الاقتصادية.
- كذلك يجب استقطاب المستثمرين المحتملين و المحترفين و توجيههم و عرض المشاريع المنجزة من قبل و التي حققت نجاحا لتكون بمثابة حافز لتشجيع تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة.
- كذلك إنشاء هيئة مسؤولة عن تشجيع الاستثمار من حيث تكوينها و مهامها و اعتماداتها المالية، و تعتبر الأداة الرئيسية للتعريف بفرص الاستثمار و العمل على استقبال المستثمرين و توجيههم و متابعتهم.

¹ عمروش محمد شلغوم، مرجع سبق ذكره:ص:97.

و كذلك إنشاء ما يعرف بالشباك الوحيد كجهة إدارية واحدة يتعامل معها المستثمر الأجنبي و تتكون من ممثلين عن كل الدوائر المعنية بعملية الاستثمار كإدارة الجمارك ووزارة المالية و البنك المركزي و وزارة التجارة، من أجل تبسيط الإجراءات و تذليل العوائق البيروقراطية.

إن من مهامها أيضا ترقية الاستثمار بشمل أربعة محاور⁽¹⁾ في بناء صورة البلد و خدمات المستثمرين الأجانب و حصر المستثمرين المحتملين و تقديم الحوافز المالية.

ثانيا: دور الإطار التحفيزي لتهيئة المناخ الاستثماري

يلعب الإطار التحفيزي دور مهم في تهيئة المناخ الاستثماري خاصة في الدول النامية التي تسعى إلى جذب الاستثمارات الأجنبية و لكن يبقى دور هذه الحوافز محدودا في جلب الاستثمار الأجنبي و خاصة عندما تمنح هذه لتكون البديل أو كتعويض للمزايا النسبية الأخرى في الدول المضيفة للاستثمار و تتمثل هذه الحوافز في:

حوافز مالية، حوافز تحويلية، حوافز أخرى الهدف منها المساهمة في زيادة معدلات أرباح المستثمر الأجنبي⁽²⁾.

1 - الحوافز المالية : و تتلخص هذه الحوافز في ما يلي:

- إعفاء كلي أو جزئي مؤقت من مختلف الضرائب وفق الأنظمة الضريبية المعمول بها في الدول المضيفة.
- الاستهلاك المعجل للأصول الرأسمالية
- الإعفاءات الجمركية للواردات من الأجهزة و المعدات سواء عند بداية المشروع أو خلال مراحل التوسع.
- بالإضافة إلى حوافز التصدير و الحوافز الخاصة التي تطبق لتشجيع الاستثمار في المناطق الحرة لكل مراحل الصادرات
- تخفيض الرسوم المتعلقة باستغلال المرافق العامة كالمياه، الكهرباء و الغاز.

¹ M.charles-Albert, la séduction des nation ou comment attirer les investissements, économiCa, 1999 France, p : 84

² عمروش محمد شلغوم، نفس المرجع السابق، ص:97.

2- الحوافز التمويلية:

تشمل الأنواع الأساسية منها في الإعانات الحكومية المباشرة التي تمنح لتغطية أنواع معينة من تكلفة رأس المال، الإنتاج وتكاليف التسويق المرتبطة بالمشروع الاستثماري، و في الائتمان الحكومي المدعم و كذلك مشاركة الحكومة في ملكية الأسهم و المشروعات الاستثمارية التي تتضمن مخاطر تجارية مرتفعة.

تأمين حكومي بمعدلات تفضيلية لتغطية أنواع معينة من المخاطر مثل مخاطر تغير أسعار الصرف.

تقديم مساعدات خاصة بالبحوث و الدراسات الهادفة إلى توسع المشاريع القائمة، وتقديم الأراضي و البنية الأساسية للمستثمر بأسعار منخفضة.

كما تقوم بمنح قروض بفائدة منخفضة لتمويل المشاريع الاستثمارية.

3- الحوافز الأخرى: تشمل في المعاملة التفضيلية للاستثمار الأجنبي المباشر في مجالات الصرف الأجنبي مثل ضمان تحويل رأس المال و الأرباح إلى الخارج و تزويد المستثمر بالخدمات الأساسية مثل تنفيذ و إدارة المشروع، تزويد المستثمر بمعلومات عن السوق، المساعدة في تكوين العمال و تقديم كل الحوافز الأخرى التي من شأنها أن تساهم في تخفيض تكاليف إنشاء المشروعات بشكل غير مباشر و بالتالي إمكانية تحقيق معدل عائد مرتفع .

يمكن استنتاج أن الحوافز تمنح للتنمية الاقتصادية و التنمية القطاعية كما يعتبر التصدير هدفا و غاية لرتبيات الدول النامية أما في الدول المتقدمة فمن النادر أن يكون التصدير هدفا من أهداف الحوافز⁽¹⁾

كما أن الابتكار و البحث و التنمية و التدريب و التوظيف و حماية البيئة كلها ليست ذات أهمية كبرى لدى البلدان النامية، على الرغم من التباين الملحوظ بين الأقاليم و الدول في استخدام الحوافز المالية التي تحابي هذه النشاطات.

ثالثا: دور الإطار التشريعي في تهيئة المناخ الاستثماري.

تتطلب عملية الاستثمار إعداد تنظيم قانوني متكامل قدر الإمكان يعامل المستثمر الأجنبي على أسس ثابتة وواضحة و لا يقتصر على تحديد المزايا التي يتمتع بها فقط، بل يجب أن يتسع هذا التنظيم ليشمل مختلف جوانب الاستثمار الأجنبي بدء بطرق جذب و تشجيعه، و قانون ملكية الأجانب. و قواعد عمل الشركات في المناطق الحرة، و قوانين منع تقديم الرشاوى، أنظمة الإفصاح المالي و

¹ تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة و التنمية (أونكتاد) الحوافز والاستثمار الأجنبي المباشر، المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، 1998، ص: 63

المحاسبي، قوانين منع الاستثمار في مجالات حيوية معينة و بالتالي يجب على المستثمر الأجنبي أن يلم جيدا بطبيعة الإطار التشريعي في البلد المضيف⁽¹⁾.

و لبلوغ ذلك يجب على التشريعات أن تتميز بتفاصيل الدقيقة التي تعالج كل المسائل الموضوعية الإجرائية المتعلقة بالعملية الاستثمارية بالإضافة تبنيتها للوائح التنفيذية.

تتصف التشريعات بالدينامكية و العمل على تطويرها بشكل دائم و تحديثها مع التطورات و المستجدات المختلفة و من دون المساس بمبدأ استقرار التشريع لتوليد الثقة لدى المستثمر الأجنبي و بأثر غير رجعي.

تتصف كل الإجراءات الإدارية بشفافية و أن تبعد عن التقييم و عدم اليقين و يكون ذلك بتطوير و إصلاح الإدارة من خلال وضع قانون يحدد مهامها الدائم بوضوح و نموذج يحدد دورها كأداة قائمة على التخطيط و العقلانية بما يتفق مع متطلبات الاستثمار الأجنبي المباشر، وضع كذلك موظفين أكفاء و على دراية كبيرة بشؤون الاستثمار باعتماد معايير الكفاءة عند التعيين و العمل على نفاء الإدارة من أشكال المحسوبية و الوساطة و الفساد.

كذلك التأكيد على أن تبسط الإجراءات الإدارية الخاصة بالاستثمار الأجنبي يجب أن لا تقتصر على فترة الترخيص و التسجيل بل يجب أن ترافق المستثمر

و تشخص كل العوائق و المشاكل التي يمكن أن تواجه المستثمر الأجنبي في مختلف المستويات و محاولة إيجاد الحلول لها.

كما يجب الاستفادة من بعض الدول التي نصت التشريعات على معاملة الخسائر التي يتعرض لها المستثمر الأجنبي في بعض الحالات بنفس معاملة المستثمر المحلي و بالتالي تمتعه بأرفع و أسمى قواعد الحماية التشريعية⁽²⁾

تشكل الاتفاقيات الدولية الثنائية و المتعددة الأطراف أداة مهمة لتطوير و تهيئة المناخ الاستثماري لذلك يجب على الدول المضيفة أن تنظم إليها، لتدعيم الضمانات المقررة بموجب قوانينها المحلية بالضمانات التي نصت عليها هذه الاتفاقيات.

¹ علي إبراهيم الخضر، إدارة الأعمال الدولية، دار المؤسسة، سلان للطباعة و النشر، سوريا، 2010، ص:155

² المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، تقرير مقارنة عن تشريعات تشجيع الاستثمار من الدول العربية و ما يقابله في بعض دول العالم الأخرى، سلسلة الخلاصات المركزية، الكويت، ص:13-17.

كما يجب أن تقر أحكاما تحدد الجهة المختصة في الفصل في منازعات الاستثمار، سواء محلية أو جهة قضائية دولية أو هيئة تحكيم متفق عليها. تعتبر الاتفاقيات الثنائية و متعددة الأطراف المرتبطة بترقية و حماية الاستثمار من أحد دعائم إعطاء المصدقية للتشريعات المحلية فهي توضح كيفية التعويض عن الخسائر و الحماية من المصادرة، تحويل الأرباح و إعادة رأس المال إلى الوطن الأم و تسوية مختلف المنازعات، مما يؤدي إلى زيادة الثقة في نفوس المستثمرين الأجانب.

كما يجب أن يعمل الإطار القانوني في عملية خلق مناخ استثماري على وضع مختلف التشريعات الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية و منع الاحتكار، و دعم المنافسة و محاربة القطاع الموازي، و قوانين الشركات و الخصخصة، و قوانين تحرير التجارة و رأس المال، و لا يمكن لهذه القوانين أن تمارس تأثيرا ايجابيا في عملية جذب الاستثمار إلا إذا تأكد أنه سوف يتم تنفيذها و تجسيدها على الواقع من خلال تكفل الحكومة على تجسيدها ميدانيا.

كذلك يجب أن تراعي التشريعات القانونية السابقة الذكر متطلبات الدول المضيفة من الحفاظ على البيئة و التنمية المستدامة و على أمن و سلامة اقتصادها بتحقيق أهدافها المختلفة كزيادة الصادرات و تخفيض البطالة، و تحويل التكنولوجيا، و تكوين العمال و كذلك مراقبة المستثمرين الأجانب للتأكد من تنفيذهم لكل الالتزامات المتفق عليها.

مما سبق نستنتج أن لتهيئة المناخ الاستثماري في بلد يجب التركيز على الجانب التشريعي و الإطار التنظيمي و التحفيزي في البلد مما يعمل على تزايد دور الاستثمارات الأجنبية المباشرة في تمويل عملية التنمية الاقتصادية في الدول النامية و نجاحها يتوقف في المقام الأول حسب ما استقر في الفكر الاقتصادي و الدراسات العلمية على ضرورة ملائمة المناخ الاستثماري لهذه الدول.

المبحث الثاني: أهم سياسات ترقية مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر فترة (1990-2014)

اعتمدت التنمية السياحية في معظم دول العالم المتقدمة سياحيا أولا و قبل كل شيء على الجهود الفردية للاستثمار الخاص ثم بدأت حكومات تلك الدول باهتمام أكثر لهذا القطاع، وكانت البداية من خلال سن التشريعات و القوانين⁽¹⁾ ثم توسعت لتشمل وظائف أخرى متعلقة بتمويل و التنسيق و التخطيط لهذا سوف نتطرق في هذا المبحث إلى أهم القوانين و التشريعات المختلفة لترقية مناخ الاستثمار في الجزائر بدءا من الإصلاحات الاقتصادية بدءا من سنة 1990 وأثر الإصلاحات الاقتصادية على السياسات السياحية في الجزائر و أهم قوانين الاستثمار و برامج الاستثمارات العامة 2010-2014 و مساهمتها في ترقية مناخ الاستثمار السياحي.

المطلب الأول: الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر و أثرها على السياسة السياحية.

عرف الاقتصاد الجزائري مجموعة من الإصلاحات الاقتصادية تهدف في مجملها إلى تحقيق التنمية بدأ من سياسة الانفتاح و الانتقال إلى اقتصاد السوق الذي كان له الأثر الكبير على مناخ الاستثمار بصفة عامة نظرا لاختلاف سياسات الاستثمار في الاقتصاد الموجه و اقتصاد السوق.

و ما يميز الوضع الاقتصادي في الجزائر في عهد الإصلاحات هو تراجع النمو الاقتصادي إلى 2% و ارتفاع معدل التضخم إلى 20.5% إضافة إلى ارتفاع معدل البطالة بشكل كبير كما استمر التدهور في ميزان المدفوعات مع انعدام اللجوء إلى المؤسسات المالية الدولية و انخفاض كبير في احتياطات الجزائر من العملة الصعبة، التي أصبحت لا تغطي أكثر من شهرين من احتياجات الاستيراد⁽²⁾.

و هذا ما أدى إلى ضرورة لجوء الجزائر إلى الهيئات المالية و النقدية و على رأسها صندوق النقد الدولي للاستفادة من المساعدات المشروطة و تجسد ذلك من خلال برامج الإصلاح التي طبقتها الجزائر بناء على الاتفاقيات المبرمة معها.

أولا: أهم الاتفاقيات مع الهيئات الدولية في عهد الإصلاحات.

1 - اتفاقيات الاستعداد الانتماني

كان الهدف من ورائها هو الحصول على قروض مباشرة، و تجسد ذلك من خلال التوقيع على اتفاقيتين، مع الالتزام بشروط ما بين (1989 و 1990).

¹ صلاح الدين عبد الوهاب، السياسة القومية للتسويق السياحي، القاهرة، 2001، ص: 281.

² بولحجل كريمة، سياسات ترقية الاستثمار الجزائري، مرجع سبق ذكره ص: 68.

أ- أبرمت الاتفاقية الأولى في 30 ماي 1989 و عرفت ببرنامج التثبيت الاقتصادي الأول (stand by1) و استفادت من قرض بقيمة 886 مليون دولار⁽¹⁾ و التزمت بتحقيق الشروط التالية: إتباع سياسة نقدية حذرة و أكثر تقيدا و تقليص العجز الميزاني، تعديل سعر الصرف من خلال الاستثمار في تخفيض قيمة الدينار و تحرير الأسعار.

و ما ميز أيضا هذه الفترة هو صدور قانون النقد و القرض 10/90 الذي يعتبر حجر الزاوية للإصلاحات الاقتصادية من خلال استقلالية البنك المركزي في تسيير السياسة النقدية. كما سمح بإنشاء بنوك و مؤسسات مالية لغير المقيمين لوحدهم أو المساهمة معهم، منح الحرية للبنوك في منح القروض، و مكافحة التضخم .

ب- أبرمت الاتفاقية الثانية في 03 جوان 1991 و عرفت ببرنامج التثبيت الاقتصادي الثاني. مع صندوق النقد الدولي FMI من خلال تقديمه قرضا بمقدار 4000 مليون دولار يتم استهلاكه على أربع دفعات، كما تم أيضا إبرام اتفاق مع البنك العالمي تحصل بموجبه على قرض تصحيح بقيمة 350 مليون دولار من أجل تطهر المؤسسات العمومية و أهم ما تم الاتفاق عليه هو :

- خصوصية المؤسسات العمومية التي لا تحقق مردودية اقتصادية مقبولة .
- تخفيض قيمة العملة (22.4% خلال شهر أكتوبر 1991)
- التحكم في التضخم من خلال تثبيت الأجور و خفض النفقات العامة
- تحرير التجارة الخارجية
- تنويع الصادرات خارج قطاع المحروقات
- إصلاح النظام الضريبي و الجمركي
- تقليص تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي

و أهم ما أسفر عن هذا البرنامج رغم عدم الاستقرار السياسي آنذاك:

- صدور قانون الاستثمار 1993 الذي تضمن تسهيلات جبائية لدخول رأس المال الأجنبي للاستثمار في الجزائر⁽²⁾ و ساهم في قفزة نوعية في تحسين مناخ الاستثمار في الجزائر .
- مراجعة القانون التجاري سنة 1993 ليسمح بإخضاع المؤسسات العمومية و الخاضعة بالإفلاس
- صدور مرسوم فيفري 1991 المتعلق بتحرير التجارة الخارجية و كذلك قابلية التحويل التجاري للدينار الجزائري حسب تعليمة بنك الجزائر في أفريل 1991.

¹ عبد الكريم كاكبي، الاستثمار الأجنبي المباشر و التنافسية الدولية، مرجع سبق ذكره، ص:198.

² لطف عثمان، مطبوعة في الاقتصاد الجزائري، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، ، 2005.

ثانيا: برنامج الاستقرار الاقتصادي (stand by3)

امتد هذا البرنامج من 1994 إلى مارس 1995 و كان برنامج قصير المدى تمثلت أهدافه فيما يلي⁽¹⁾:

- تخفيض سعر الصرف في أبريل 1994 بنسبة 40.17% و تحرير التجارة الخارجية.
- تحرير الأسعار و توسعها للمواد القاعدية، الأدوية، المياه الصالحة للشرب و تخفيض الدعم للمنتجات واسعة الاستهلاك (الدقيق و الحليب)
- تخفيض عجز الميزانية من خلال ضبط نفقات التوظيف، تجميد الأجور، ضبط التحويلات الاجتماعية و الإعانات الممنوحة للمؤسسات للعمومية للتطهير المالي.

ثالثا: برنامج التعديل الهيكلي

بعد فشل الاتفاقيتين السابقتين مع مؤسسات النقد الدولية و ضغط الأزمة المالية و الاقتصادية و الأمنية كانت الجزائر مرغمة مرة ثانية إلى صندوق النقد الدولي و البنك العالمي لإبرام اتفاقية في إطار برنامج الاتفاق الموسع أو ما يسمى برنامج التعديل الهيكلي يمتد على مرحلتين، مرحلة التثبيت الهيكلي ماي 1994 إلى ماي 1995 و مرحلة برنامج التعديل الهيكلي من ماي 1995 إلى ماي 1998 و على هذه الاتفاقية لتحصل الجزائر على قروض و مساعدات مشروطة بالإضافة إلى إعادة جدولة ديونها مع نادي باريس و لندن⁽²⁾

يعمل هذا الإجراء على تعميق الإجراءات الهادفة إلى تحقيق الاستقرار الاقتصادي على المستوى الكلي بالإضافة إلى إجراءات أخرى مكتملة لتحفيز النمو الاقتصادي في أجل متوسط و أهم هذه الإجراءات.

أ- إجراءات الاستقرار:

- مواصلة رفع الدعم عن الأسعار إلى غاية الوصول إلى التحرر الكامل لأسعار كل السلع و الخدمات.
- تحرير أسعار الفائدة و منح استقلالية أكثر للبنوك التجارية في تقديم القروض
- القضاء على عجز الميزانية و تنمية الادخار العمومي و ذلك عن طريق تقليص النفقات العامة، و توسع الإيرادات العامة عن طريق توسيع الوعاء الضريبي.

¹ عبد الكريم كافي، الاستثمار الأجنبي المباشر و التنافسية الدولية، نفس المرجع ص:199.

² نفس المرجع أعلاه، ص:200

- التحكم في التضخم و جعله في مستوى مقبول

ب- الإجراءات الهيكلية:

تهدف هذه الإجراءات إلى بعث النمو الاقتصادي من خلال:

- فتح رأس المال الاجتماعي للمؤسسات الاقتصادية العمومية للمستثمرين الأجانب والمحليين (المرسوم الرئاسي رقم 22-95 المتعلق بخصوصة المؤسسات العمومية

- إنشاء سوق مالي لتسهيل عمليات الخصخصة، و الحصول على مصادر مالية جديدة لتمويل الاقتصاد.

- العمل على تنويع الصادرات خارج المحروقات و إنشاء هيئة تأمين القرض على التصدير و صندوق دعم و ترقية الصادرات.

- تعويض صناديق المساهمة بالمجمعات " LES HOLDING " لتسهيل عملية الهيكلة الصناعية و تنمية القطاع.

إصلاح النظام المالي، و المصرفي، و تهيئة قطاع البنوك لعملية إعادة الهيكلة، والخصخصة مع تشجيع تأسيس البنوك الخاصة .

- طلب الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة و بدء المفاوضات مع الاتحاد الأوروبي لرسم إطار الشراكة، و الوصول إلى إنشاء منطقة تبادل حر .

المطلب الثاني: أثر الإصلاحات الاقتصادية على السياسة السياحية في الجزائر.

تعتبر البرامج السابقة حققت نتائج ايجابية على مستوى التوازنات المالية الكلية الداخلية و الخارجية هذا ما ساهم في تحسين مناخ الاستثمار و الوصول إلى انتعاش اقتصادي، و قد تأثرت معظم القطاعات بهذه البرامج و منها القطاع السياحي الذي عرف هو كذلك تغيرات على المستوى العملي و عملت هذه الإصلاحات على ترقية مناخ الاستثمار السياحي من خلال تغيير سياسة التنمية السياحية و جعلها تتماشى و معطيات اقتصاد السوق.

حيث ساهمت هذه الإصلاحات الاقتصادية في تغيير جذري تمثل في وضع مخطط و إستراتيجية خصوصية المؤسسات السياحية و الفندقية وذلك طبقاً للأمر رقم 22-95 الذي يحدد إجراءات الخصخصة التي تنطبق على المؤسسات و الوحدات العمومية و تتخذ عدة أشكال نذكر منها:

- فتح رأس مال المؤسسات للبيع الكلي أو الجزئي لرأس المال، خصوصة التسيير، التنازل عن طريق سوق رأس المال، أو عن طريق التعاقد بالتراضي أو المناقصة و كان الهدف من خصوصة القطاع السياحي هو تجد يد و عصرنه القطاع و رفع نجاعته أولا ثم انجاز هياكل و مؤسسات سياحية تساهم في رفع طاقات الإيواء، و تتم عمليات الخصوصصة عن طريق مجلس الخصوصصة⁽¹⁾

أولا: أسباب خصوصة القطاع السياحي في عهد الإصلاحات.

من الأسباب التي ساهمت في خصوصة القطاع السياحي آنذاك هي:

- في 1992 سجلت 13 مؤسسة من 17 مؤسسة للتسيير السياحي عجز مالي.
- لم يستطع القطاع السياحي تحقيق الأداء الاقتصادي وهذا ما جعل مكانتها في السوق السياحي ضعيفة
- مشاركة القطاع السياحي في خلق مناصب شغل و توفير العملة الصعبة و تخفيض العجز في الميزان التجاري.
- انعدام النظافة و الصيانة و المتابعة في الهياكل السياحية الجزائرية آنذاك
- ارتفاع أسعار الخدمات السياحية و الفندقية مقارنة بنوعية الخدمات المقدمة
- انعدام التقاليد و الثقافة السياحية لدى مستخدمي القطاع

و تجسد إرادة الحكومة الجزائرية في خصوصة المؤسسات الفندقية من خلال عرض 20 وحدة فندقية للخصوصة كمرحلة أولية إلا أنه لم يتم الإقبال على هذه الفنادق من طرف المستثمرين الخواص المحليين و الأجانب ومنه لجأت السلطات إلى إستراتيجية الشراكة في القطاع السياحي بأنواعه المختلفة.

كما وضعت نموذج لتصنف 60 مؤسسة فندقية مستغلة بهدف خصوصتها كما يوضحه الجدول التالي:

¹ وزارة السياحة و الصناعات التقليدية، الاستثمار و الشراكة في قطاع السياحة، الجزائر، 1999 ص:08.

جدول رقم (4) المؤسسات الفندقية موضوع الخوصصة في الجزائر

المجموع	الصف "ج"	الصف "ب"	الصف "أ"	المؤسسات الفندقية
03	-	-	03	- فنادق من الطراز العالي
18	02	10	06	- فنادق حضرية من طراز متوسط
10	01	02	07	- مركبات شاطئية
18	05	07	06	- فنادق صحراوية
08	01	07	-	- محطات معدنية
02	-	02	-	- محطات مناخية
01	-	-	01	- مراكز الاستحمام
60	09	28	23	المجموع

المصدر: وزارة السياحة و الصناعات التقليدية 1997

حيث حددت الوزارة ترتيبا للمستثمرين الذين يهتمون بخوصصة كل من هذه الأصناف حسب الإمكانات المالية:

- خوصصة المؤسسات التابعة للصنف "أ" خصصت للمجموعات المدرجة لأكبر البلدان للسياح و هي أوروبا الغربية، أمريكا الشمالية، اليابان و دول الخليج، و هذا ما يضمن للجزائر الدخول في السوق الدولي للسياحة و تحقيق مداخيل بالعملة الصعبة على المدى المتوسط و البعيد.
- خوصصة المؤسسات التابعة للصنف "ب"
- تعرض هذه المؤسسات على المستثمرين الأجانب غير مختارين و كذلك على المستثمرين الجزائريين المقيمين بالجزائر و الخارج (سلاسل فندقية، الشركات السياحية، وكالات السياحة، البنوك، شركات التأمين، مراكز التوزيع...الخ)
- خوصصة المؤسسات التابعة للصنف "ج"
- توجه إلى مستثمرين غير مختارين سواء كانوا أجنب أو محليين

ثانيا: أشكال الشراكة في قطاع السياحة في عهد الإصلاحات الاقتصادية.

إضافة إلى حوصصة المؤسسات الفندقية لجأت السلطات العمومية إلى اعتماد أسلوب آخر لفتح المجال أمام المستثمرين و رأس المال الخاص الوطني و الأجنبي من خلال الشراكة بأنواعها المتمثلة في:

- عقد التسيير *contrat de management*
- الشراكة المختلطة *Société d'économie mixte*
- حق الامتياز أو التنازل *le Fran chising*
- الإيجار *le bail*

و لعل ما تميزت به هذه السياسة هو عقد التسيير بين مؤسسة التسيير السياحي للوسط و سوفي تال (Sofitel) و فيما يخص التنازل على رأس المال فمن أبرز ما حدث هو تنازل عن 20% من رأس المال فندق الأوراسي على شكل أسهم قابلة للتداول في سوق رأس المال الجزائري(البورصة)

بالرغم من أن الإصلاحات كان الهدف منها هو إعطاء دفع جديد للقطاع السياحي من خلال تحسين مناخ الاستثمار إلا أن الأهداف المرجوة لم تتحقق في القطاع و هذا راجع إلى الأسباب التالية:

- الحساسية العالية للقطاع السياحي للأوضاع الأمنية و السياسية التي شهدتها الجزائر في تلك الفترة مقارنة مع باقي القطاعات .
- لم يكن هناك إقبال للوحدات الفندقية المعروضة للشراكة و الحوصصة لأن معظمها كانت تعاني من العجز في ميزانيتها
- وجود عراقيل بيروقراطية و ارتفاع تكاليف التنازل على المؤسسات الفندقية مع تداخل الصلاحيات في عملية الحوصصة حيث تقوم الشركات القابضة بعملية الحوصصة دون أي دراسة للقطاع.
- نقص اهتمام المستثمرين الأجانب لشراء المؤسسات الفندقية نظرا للوضع السائد آنذاك، عدم الاستقرار الأمني و السياسي.
- نقص الإمكانيات المالية و الاهتمام لدى المستثمرين المحليين.
- كل هذه الأسباب ساهمت في إعادة النظر لدى السلطات العمومية في فيما يخص إعادة الاعتبار و تأهيل المؤسسات الفندقية و رسم سياسة استثمارية تتسم بالمرونة و العمل على تحسين مناخ الاستثمار لجذب الاستثمار السياحي و خلق هياكل سياحية جديدة تابعة للقطاع

الخاص المحلي أو الأجنبي مع التركيز على التسهيلات و التحفيزات و الإعفاءات من خلال إصدار قوانين الاستثمار أكثر ملائمة و هذا ما سوف نتطرق إليه في المبحث الثاني.

المطلب الثالث: أهم قوانين ترقية الاستثمار في الجزائر (1990-2011)

تعتمد سياسة الاستثمار السياحي في الجزائر على تشجيع المبادرات الخاصة أو الشراكة من خلال قيام الدولة بوضع قوانين توفر الشروط الضرورية لقيام صناعة سياحية منسجمة من خلال مجموعة من التحفيزات و التسهيلات لجعل مناخ الاستثمار أكثر جاذبية و كذلك من أجل تهيئة و استغلال مناطق التوسع السياحي في الجزائر و المنابع الجهوية و من أجل هذه القوانين مايلي:

أولا : لمحة عن قوانين الاستثمار لسنة 1982 و قانون الاستثمار لسنة 1990

أ- قانون الاستثمار لسنة 1982 : جاء هذا القانون لتدارك النقائص المسجلة في قانون الاستثمار (82-2) اوت 1982 المتمثلة في عدم إعطاء الفرصة الحقيقية لتشجيع القطاع الخاص الوطني و الأجنبي من أجل الاستثمار في المشاريع الاقتصادية الوطنية، و قد عرف قطاع السياحة أكبر حجم للاستثمارات⁽¹⁾ و قدر ب 1.664.3 مليون دينار جزائري بنسبة %15.8 من مبلغ الاستثمارات و عدد المشاريع الاستثمارية ب 279 مشروع و أصبح القطاع الخاص يمتلك من خلال تشجيع الدولة طاقة إيواء قدها 22460 سرير.

ب- قانون الاستثمار لسنة 1990: يعتبر هذا القانون مشجع للاستثمار و الشراكة لقطاع السياحة من خلال بعض الشروط مثل خلق فائض من العملة الصعبة، مناصب شغل جديدة مع تأهيل الإطارات و المستخدمين، و تحسين المنتج السياحي، بالإضافة إلى المحافظة و صيانة أملاك الدولة المستغلة في النشاط و التخصص و الخبرة في الميدان السياحي و العمل على تطوير الوسائل المستخدمة على ما يتماشى و تطوير السياحة.

ثانيا: قانون الاستثمار لسنة 1993 و قانون الاستثمار لسنة 2001

أ- قانون الاستثمار لسنة 1993: بالرغم من أن قانون النقد و القرض تضمن بعض المبادئ الخاصة بمعالجة ملف الاستثمار الأجنبي إلا أنه بدون نص خاص وواضح إلى غاية صدور المرسوم التشريعي 12-93 الخاص بترقية الاستثمارات وقد وزعت من خلال هذا القانون خريطة مناطق الاستثمار السياحي، و أكد على بعض الأحكام الواردة في قانون النقد و القرض الخاصة

¹ سامية لحول و راية حناش، تقييم أثار برامج الاستثمارات العامة، و انعكاساتها على التشغيل و الاستثمار و النمو الاقتصادي (2001-2014)، سطيف، ص:16

بالغاء التمييز بين الأجانب و المحليين و القطاع الخاص و العام و كما تضمن أيضا تبسيط و تسهيل عملية الاستثمار بتخفيف تعقيدات إجراءات الموافقة الموجودة من قبل و تقديم ضمانات و امتيازات ضريبية و جمركية.

التأكد من تحويل الأرباح و رأس المال و الإقرار بمبدأ التحكيم الدولي لحل المنازعات، و تأكد من ذلك انضمام الجزائر إلى الوكالة الدولية لضمان الاستثمارات.

إنشاء هيئة وكالة ترقية و متابعة الاستثمارات كجهاز إداري يشرف على دعم و توجيه المستثمرين و متابعتهم و القيام بدراسات و البحث و استغلال فرص التعاون في المجالات التقنية و المالية، و تنظيم الندوات و الملتقيات و إصدار المطبوعات للتعريف بفرص الاستثمار و لا تتعلق أحكام هذا المرسوم بالاستثمارات الجديدة المنجزة بعد صدوره فقط بل أعطى أهمية للاستثمارات الجديدة و الجاري انجازها من قبل يمكنها الاستفادة من الإعفاءات و التحفيزات، و كان الهدف هو توسيع مشاركة رأس المال المحلي و الأجنبي لانجاز المشاريع و تحقيق الأولويات التي حددتها الدولة و الخاصة بخلق فرص العمل و ترقية الصادرات خارج المحروقات و إشباع الحاجات الأساسية للسوق الوطنية.

ب- قانون تطوير الاستثمار لسنة 2001:

جاء قانون الاستثمار لسنة 2001 حسب الأمر 01-03 المتعلق بتطوير الاستثمار، من خلال إعطاء دفعة قوية للاستثمار السياحي و ذلك من خلال إعادة النظر في الآليات التي قام عليها المرسوم التشريعي 93-12، و قد تم بموجبه إنشاء صندوق لدعم الاستثمار في شكل حساب تخصص موجه لتمويل التكفل بمساهمة الدولة في كلفة المزايا الممنوحة للاستثمار بدلا من الوكالة الوطنية المكلفة بترقية و متابعة الاستثمار لاسيما المنشآت الضرورية لانجاز الاستثمار.

توسيع نطاق الاستثمار ليشمل اقتناء أصول في إطار استحداث نشاطات جديدة أو توسيع قدرات إنتاج القائمة و المساهمة في رأس المال للمؤسسة يكون في شكل نقدي أو عيني إضافة إلى توسيع المجال ليشمل المساهمة في الأنشطة الاستثمارية في إطار الخصوصية.

تتضمن هذا الأمر كذلك تسهيلات و مزايا هامة و محددة و تنقسم إلى المزايا في إطار النظام العام كتلك الخاصة بالإعفاءات الجمركية للتجهيزات المستوردة و التي تدخل مباشرة في العملية الإنتاجية و المزايا في إطار النظام الاستثنائي كتلك الاستثمارات التي تنجز في مناطق ترغب الدولة في تطويرها، و كذلك ذات أهمية الخاصة بالنسبة للاقتصاد الوطني لاسيما عند استخدام تكنولوجيا

خاصة تحافظ على البيئة و تحمي الموارد الطبيعية و توفر الطاقة و يكون رد هيئة الاستثمار على إمكانية الاستفادة من هذا النظام بعد 30 يوم من تقديم الطلب.

وقد نشأت عدة هيئات لتسيير ملف الاستثمار كالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار التي جاءت محل وكالة ترقية و متابعة الاستثمارات و هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، و تعتبر الأداة الرئيسية للتعريف بفرص الاستثمار و خدمة المستثمرين المحليين و الأجانب من خلال الإعلام و التعريف بفرص الاستثمار و التوجيه

كذلك الشباك الوحيد هو موجود على مستوى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار المتكون من كل الهيئات والدوائر المعنية بالاستثمار كمكتب الوكالة ذاتها، مكاتب الجمارك، البنك المركزي، السجل التجاري و مصلحة الضرائب ، التهيئة العمرانية و البيئة، الأملاك الوطنية⁽¹⁾ ، و الهدف منه توفير أفضل التسهيلات لعملية الاستثمار من خلال القضاء على البيروقراطية و تسهيل إجراءات الاستثمار و الحصول على المعلومات في وقت قصير و جهد أقل و كذلك إنشاء الشباك الموحد للامركزي في بعض الولايات

الأمر رقم 08-6 المؤرخ في 15 جويلية 2006: جاء معدل و متمم للأمر 03-01 بإدخال التعديلات التالية:

- تخفيض مدة الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار لطلبات المستثمرين و الخاصة بإمكانية الاستفادة من المزايا ذات الطابع الاستثنائي من 30 يوم إلى 72 ساعة
- تخضع المزايا التي يستفيد منها المستثمرون الأجانب و الخاصة بالمشاريع ذات الأهمية الكبيرة للاقتصاد الوطني إلى المفاوضات بين الوكالة و المستثمرين الأجانب عكس ما كانت من قبل موحدة و محددة لكل المشاريع.
- إنشاء المجلس الوطني للاستثمار كهيئة أخرى لتسيير ملف الاستثمار و يتكون من 8 وزراء، يرأسه رئيس الحكومة يكلف المجلس بالمسائل المتصلة بإستراتيجية الاستثمار و سياسة دعم الاستثمارات⁽²⁾، و اقتراح التحسينات الضرورية غير قوانين المالية و تعمل الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار تحت إشراف هذا المجلس.

¹ مجموعة النصوص القانونية و التشريعية و التنفيذية المتعلقة بقانون الاستثمار، بيرتي للنشر، الجزائر، 2010-2011، ص: 58

ثالثا: المراسيم التنفيذية الأخرى بعد قانون 2006:

- المرسوم التنفيذي رقم 07-08 الصادر في 2007/01/11 محدد قائمة النشاطات و السلع و الخدمات المستثنات من المزايا المحددة في الأمر 01-03. نذكر منها مياي:
المجموعة الاولى تتمثل في قائمة النشاطات الخاضعة للتسجيل في السجل التجاري إنتاج صناعي ،مصنع الطحين،كل أشكال النشاطات التقليدية الممارسة بصفة متنقلة في الأسواق و المنازل و كذا الصناعات التقليدية والفنية، تجارة الجملة،تجارة التجزئة ،كل أشكال الإستيراد الخدمات المتعلقة بإطعام ما عدا سلسلة كاملة للمطعم ،مقهى،بائع الحليب و مشتقاته ومنتجات وعصير الفواكه،مرقد.....إلخ
- المجموعة الثانية مواد النقل البري للبضائع و الأشخاص لحسابهم الخاص،تجهيزات المكتب و الإتصال غير المستعملة مباشرة في عملية الإنتاج، ترتيب و تركيب ، تجهيزات إجتماعية بإستثناء التركيب و الترتيب الخاص بالفنادق و المطاعم ذات النجوم،مؤسسات الإيواء و العيش،ومساحات الأعمال و المكاتب.
- المرسوم التنفيذي رقم 07-119 الصادر في 2007/04/23 يتضمن إنشاء الوكالة الوطنية للوساطة و الضبط العقاري.التي تعمل على إبرازالسوق العقارية الحرة الموجهة للإستثمار من خلال نشر المعلوماتحول الأصول العقارية، الوفرة العقارية ذات الطابع الإقتصادي وترقيتها للمستثمرين، ووضع بنك وطني حول يوفر لمعلومات حول العرض العقاري ذات الطابع الاقتصادي.
- المرسوم التنفيذي 11-19 المؤرخ في 2011/01/25 المتضمن إنشاء مديرية الولاية للصناعة و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.تتولى مجموعة من المهام ،تنمية و ترقية الجاذبية الاقتصادية للولاية ،متابعة تعهدات المشتري في اطار الخوصصة،التقييم الدوري لإجرات ترقية الاستثمار المساهمة في تنمية الفضاءات لجهوية للتنمية الصناعية ومناطق النشاط،إعادة تأهيل المناطق الصناعية.

المبحث الثالث: برنامج الاستثمارات العامة و دورها في ترقية السياحة (2010-2014)

المطلب الأول : برنامج الاستثمارات العامة (2010-2014) ومساهمته في بعض المؤشرات الاقتصادية وأهدافه.

يندرج هذا البرنامج في إطار ديناميكية التنمية الوطنية المباشر فيها منذ بداية سنة 2000 حيث بدأت الحكومة في تطبيق برنامج استثماري لإنعاش الاقتصاد الذي يمتد من 2001 إلى 2004 باعتباره أداة مراقبة الإصلاحات الهيكلية التي التزمت بها الجزائر من أجل خلق محيط ملائم للاندماج في الاقتصاد العالمي.

كما ركزت الحكومة على مواصلة مجهود إنعاش النمو و تكثيفه في جميع القطاعات و مرافقة أداة الإنتاج الوطنية من خلال برنامج تكميلي لدعم الإنعاش الاقتصادي (2005-2009) و الذي عزز ببرامج خاصة لفائدة ولايات الهضاب العليا و الجنوب و كانت النتائج المتحصل عليها في إطار إنشاء المنشأة القاعدية الاقتصادية ايجابية حيث ارتفعت نسبة نمو الناتج الداخلي الخام خارج قطاع المحروقات⁽¹⁾ من 6.5% سنة 2006 إلى 6.8% سنة 2008 أي بمعدل نمو يتجاوز 6% و انخفضت نسبة البطالة من 17.7% سنة 2004 إلى 11.3% سنة 2008 و 10.2% سنة 2009

يعتبر برنامج الاستثمارات العامة (2010-2014) مكمل لبرنامج الإنعاش الاقتصادي و تدعيم النمو و تقدر الميزانية المخصصة له 286 مليار دولار، 156 منها لإطلاق مشاريع جديدة و الباقي بهدف استكمال المشاريع الكبرى الجاري انجازها.

حيث أن الزيادة الكبيرة لميزانية برنامج الاستثمارات كانت تقدر سنة 2001-2004 ب 6.9 مليار دولار في برنامج الإنعاش الاقتصادي، ارتفعت إلى 286 مليار دولار مع الاستثمار 2010-2014 و قد خصصت الميزانية لاستكمال المشاريع الكبرى لاسيما في قطاعات السكك الحديدية و الطرقات و المياه بمبلغ 9700 مليار دينار أي ما يعادل 130 مليار دولار من جهة و مباشرة مشاريع جديدة بمبلغ 11534 مليار دينار أي ما يعادل 156 مليار دولار و يهدف برنامج الاستثمار العامة 2010-2014 إلى:

- تحسين التنمية البشرية.

¹ سامية لحول و وراوية حناشي، تقييم أثر الاستثمارات العامة و انعكاساتها على التشغيل و الاستثمار و النمو 2014، 2007 مرجع سبق ذكره، ص:19

- مواصلة تطوير المنشآت القاعدية الأساسية و تحسين الخدمة الوطنية
- دعم تنمية الاقتصاد الوطني
- التنمية الصناعية من خلال تطوير المؤسسات و الاهتمام بتطوير الصناعة البتر وكيماوية
- إنشاء مناصب شغل
- تطوير اقتصاد المعرفة من خلال دعم البحث العلمي و استعمال وسيلة الإعلام الآلي داخل المنظومة التربوية

المطلب الثاني: مساهمة برنامج الاستثمارات العامة (2010-2014) في الترقية السياحية في الجزائر

تسعى الجزائر أن تكون قطبا سياحيا متواجدا في ركب التنافس الإقليمي و الدولي و ذلك من خلال عصرنه القطاع و وضع منتجات سياحية عصرية و جذابة و التحول من الاستيراد السياحي إلى التصدير السياحي مع تطبيق قواعد الاستدامة

بالإضافة إلى تحديد مجموعة من البرامج لتهيئة الأقطاب الساحلية سواء كانت من الدرجة الأولى أو التكميلي و يعتبر المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة أفاق 2030 الإطار المرجعي لهذا التوجيه

كما يساهم برنامج الاستثمارات العامة في عملية الترقية للاستثمار السياحي في إمكانية تطوير الأنشطة الفرعية أخرى في الاقتصاد و خاصة البنى التحتية : الطرقات، السدود، ربط شبكة الكهرباء و الماء، تطوير القطاع الفلاحي، الصحة، الجماعات المحلية و الأمن... إلى كل هذه القطاعات لها علاقة مباشرة بالاستثمار السياحي.

و تساهم ايجابيا في تطويره و الرفع من تحسين مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر، كما يساهم هذا البرنامج في القضاء على البطالة و رفع من القدرة الشرائية للمواطن حتى يتمكن من الإقبال على المنتجات السياحية المختلفة.

و يساهم برنامج الاستثمارات العامة (2010-2014) في القطاع السياحي بتخصيص 27745 مليار دينار جزائري للقطاع السياحي.

و الجدول الموالي يوضح توزيع المخصصات المالية للاستثمارات العامة المركزية و اللامركزية للقطاع السياحي (2010-2014)

جدول (5) توزيع المخصصات المالية للاستثمارات العامة المركزية و اللامركزية للقطاع السياحي (2010-2014)

المبلغ بمليار (دج)	توزيع المخصصات على القطاع السياحي
9300	- اقتناء و تعويض الأراضي السياحية
1500	- نشر مخطط الجودة
1000	- تحقيق المشروع
500	- برنامج الدراسات العامة للسياحة
2000	- دراسات و أعمال الخدمة و التطوير
500	- البنية التحتية، الإدارة، بناء و تصميم
2000	مقر و مرافق وكالة تنمية السياحة الوطنية
500	- دراسة المخططات الرئيسية للسياحة
645	- إعادة تأهيل وتطوير المواقع التاريخية، الثقافية و الأثرية
2000	- وضع دليل سياحي، الخريطة السياحية، الخطة الترويجية للولايات، دراسة وإدارة الشواطئ، دراسة و تخطيط المواقع السياحية، دراسة و تخطيط مواقع المياه المعدنية و المواقع المناخية، تطبيق الاستثمارات
6900	الدالة على المواقع السياحية
500	- تطوير الرحلات السياحية و السياحة البيئية
500	- التعليم العالي من خلال إنشاء معهد وطني لتقنيات الفنادق و السياحة
2400	- تضم مركز المعلومات و التوجيه السياحي لوكالة التنمية السياحية
277845	المجموع

المصدر: الموقع الإلكتروني www.mta.gov.dz المخطط السياحي (2010-2014)، اطلع عليه يوم 2012/01/09

يتكفل صندوق دعم الاستثمارات و الترقية و نوعية النشاطات السياحية بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية و النفقات الخاصة بدعم إنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية

كما تمنح امتيازات و تسهيلات و ضمانات للاستثمارات السياحية ضمن هذا البرنامج في إطار قانون المالية 2008 و القانون التكميلي 2009

المطلب الثالث: الامتيازات و التسهيلات و الضمانات الممنوحة للاستثمار السياحي

عرف القطاع السياحي مجموعة من الميزات في قانون المالية 2008 و القانون التكميلي 2009 أهمها مايلي:

- 1- تخضع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات بنسبة 19% في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25% من هذه الضريبة .
- 2- الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي تم أنشأها المقاولون الوطنيون أو الأجانب باستثناء وكالات السياحة و الأسفار، وكذا شركات الاقتصاد المختلط التي تنشط في السياحة
- 3- تستفيد الاستثمارات في المشاريع السياحية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال و الجنوب على التوالي 3% ، 4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية.
- 4- أما فيما يخص عمليات تحديث المؤسسات السياحية و الفندقية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال و الجنوب في إطار مخطط النوعية السياحية فتستفيد على التوالي من تخفيض 3% ، 4.5% من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية.
- 5- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني بالنسبة لنشاطات السياحة و الفندقية و الجهوية
- 6- تطبق النسبة المخفضة ب 7% من الرسم على القيمة المضافة إلى غاية 31 ديسمبر 2019 فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية و الفندقية و الجهوية بالإضافة إلى نشاطات المطاعم السياحية المضييفة و الأسفار و تأجير سيارات النقل السياحي
- 7- الإعفاء من رسم التسجيل بالنسبة لعمليات رفع رأس المال و تأسيس شركات في قطاع السياحة.
- 8- تطبيق النسبة المخفضة للرسم الجمركية فيما يخص اقتناء تجهيزات و أثاث غير مصنعة محليا في إطار التأهيل طبقا لمخطط نوعية السياحة
- 9- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة على مستوى الجنوب و الهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الامتياز على القطع الأرضية الضرورية لانجاز المشاريع الاستثمارية السياحية من تخفيض من نسبة تقدر على التوالي 30% و 80%

10- توسيع المزايا الممنوحة في إطار الترتيب الخاص بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار لفائدة الاستثمارات المرتبطة بالنشاطات السياحية و الفندقية المصنعة

المطلب الرابع: الآليات المعتمدة من أجل تطبيق مخطط تهيئة السياحة على المدى المتوسط 2010-2014

من أجل تحقيق أهداف التهيئة السياحية و أفاق التنمية على المدى المتوسط (2010-2014) يرتكز هذا المخطط على تطبيق الآليات التالية:

- تثمين وجهة الجزائر من خلال إعادة تفعيل مكاتب السياحة المحلية و إقامة شراكة بين وكالات السياحة الكبرى ووكالات سياحية جزائرية معتمدة.
- مخطط الجودة السياحية و التي انعكس تطبيقه بالنتائج التالية:
- انضمام مهني السلسلة السياحية لحد الآن إلى مسعى النوعية من خلال التوقيع على عقود التزامات سياحية تتعلق باحترام مؤشرات النوعية
- عصرنه 65 مؤسسة تابعة للقطاع العمومي في طور الدراسة
- برنامج تكوين مكثف يسمح بتكوين 1100 مهني في مختلف الفروع
- في مجال الاستثمارات تعود النتائج المحققة واعدة بحيث تم إطلاق 342 مشروع ما يعادل 34000 سرير.
- أما فيما يتعلق بتسيير العقار السياحي تمت مباشرة عمليات تسمح الأراضي و رسم الحدود لصالح 47 منطقة توسع سياحي مع تجديد المخزون العقاري لصالح 147 منطقة جديدة أخرى
- الاهتمام بالتكوين و عصرنه القطاع من خلال استكمال كل من المدرسة العليا للسياحة بتيبازة و معهد تقنيات الفنادق بعين تيموشنت في الأجال المحددة.

يمكن القول أن برنامج الاستثمارات العامة (2010-2014) له دور كبير في تحسين مناخ الاستثمار السياحي من خلال توفير شروط و ظروف ملائمة للسياحة و السائح وهذا يتطلب توفير المرافق الضرورية و البنى الأساسية، و توفير الأمن و وسائل الإقامة السياحية و تعزيز كل النشاطات المباشرة في إطار إنعاش الاستثمار السياحي و منح المزيد من الإجراءات المالية و الجبائية الرامية إلى تحفيز و تطوير السياحة الوطنية والدولية.

الخلاصة:

لقد تبين لنا من خلال ما سبق أن البيئة التي يمكن للقطاع الخاص- الوطني و الأجنبي أن ينمو في رحابها بالمعدلات المستهدفة تعتبر شرطا ضروريا لجذب الاستثمارات، حيث يعتبر المناخ الاستثماري نتاج تفاعل العوامل الاقتصادية، الاجتماعية و السياسية التي تؤثر على ثقة المستثمر و تعمل على تشجيعه و تحفيزه على استثمار أمواله في دولة ما دون الأخرى و يحدد نصيب هذه الدولة من الاستثمارات و قوة الجاذبية من خلال التحفيزات المقدمة من طرف الدولة المستقطبة لهذه الاستثمارات و تبين لنا مناخ الاستثمار يتضمن بعدين أساسيين في الدول المضيفة هما:

- **العوامل الأساسية المؤثرة في القرار الاستثماري:** و التي تشمل مستوى الاستقرار السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي و القوانين المتعلقة بالاستثمارات الأجنبية و المعايير المطلقة للتعامل مع المستثمرين الأجانب و سياسات العمل و طبيعة السوق و آلياته، و الاتفاقيات الدولية حول الاستثمار الأجنبي المباشر، و برامج الخصخصة، و السياسات التجارية و الأنظمة الضريبية.
- **سمعة الدولة و نوعية الحياة:** و تشمل مستوى المرافق الاجتماعية المختلفة، مستوى دعم الاستثمار و تعزيزه من خلال تقديم الحوافز المالية كالإعفاءات الضريبية و الجمركية و الحوافز المصرفية، و التراخيص و الإعانات المختلفة.

و قد اعتمدت الجزائر على مر عقود متوالية جملة من قوانين الاستثمار التي كانت من خلالها تسعى لدفع القطاع السياحي الى مزيد من الانفتاح و التمتع بقدرة من الجذب للرساميل الخارجية حيث حاولت تحسين المناخ الاستثماري باعتباره مجمل متغيرات الأوضاع الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، السياسية و القانونية و غيرها تتفاعل فيها بينها من أجل خلق بيئة استثمارية تساهم بشكل كبير في توجيه حركة رؤوس الأموال و إقامة مختلف المشاريع الاستثمارية في أي بلد

الفصل الثالث

مؤشرات تقييم العرض السياحي
الساحلي للقطب السياحي شمال
شرق الجزائر

تمهيد:

تشمل عوامل الجذب السياحي أو المغريات السياحية (الطبيعية، التاريخية، الأثرية و الأصدناعية .. إلخ) ، لاتباع إلا من خلال السياحة ، وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال إلا من خلال وجو سلع وخدمات مساعدة هي التسهيلات السياحية، و المتمثلة في مشروعات البنى الأساسية و منشآت الإقامة ومشروعات النقل السياحي و المؤسسات الترويحية، وغيرها من حضائر و حدائق التسلية ، مجمل هذه العناصر تشكل العرض السياحي ، ومن أجل ترقيته و تثمين العرض السياحي الساحلي في الجزائر، يتطلب توفير مناخ ملائم يساهم في زيادة العرض من خلال تثمين الموارد وخلق الهياكل من خلال الإستثمار المحلي و الأجنبي وتظافر جهود كل القطاعات .

إن ضعف الأداء و مستوى الخدمات السياحية بصفة و بصفة خاصة الساحلية تجعلنا نتساءل عن: ماهي نقاط القوة ونقاط الضعف التي يتمتع بها الإقتصاد الجزائري، والتي تؤثر في مناخ الإستثمار وتجعله غير قادرا على جذب الإستثمارات الأجنبية وحتى المحلية في مجال السياحة؟، وكذلك ماهي العوامل التي تقف أمام القطاع السياحي وتجعله في المراتب الأخيرة عربيا ودوليا؟، من خلال معرفة مرتبة الجزائر في مؤشرتنافسية السياحة والسفر.

لهذا نتطرقنا في الفصل إلى واقع العرض السياحي الساحلي للجزائر لقطب شمال شرق، و ماهي العوامل التي تؤثر في عملية جذب الإستثمار من خلال دراسة مؤشر ضمان لجاذبية الإستثمار، وأيضا التعرف على العوامل التي تعيق تطور القطاع السياحي في الجزائر ومنها السياحة الساحلية ، فعالجنا بعض النقاط المتعلقة بالعرض السياحي لقطب شمال شرق، والمشاكل الملموسة في السياحة الساحلية التي من شأنها أن تبعد المستثمرين عن القطاع، وبالتالي عدم تثمين المواقع و المعالم السياحية الهائلة في الجزائر.

و قد ارتأينا الخوض في هذا الفصل من خلال تقسيمه إلى مباحث ثلاثة على النحو التالي:

المبحث الأول: ترتيب الجزائر و الدول العربية من مؤشر تنافسية السياحة و السفر لعام 2015

المبحث الثاني: موقع و ترتيب مستوى الأداء للدول العربية و الجزائر حسب مؤشر ضمان جاذبية الاستثمار

" (DIAI) Dhaman Investment Attractiveness Index "

المبحث الثالث: العرض السياحي الساحلي للقطب شمال شرق و دور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030.

المبحث الأول: ترتيب الجزائر و الدول العربية من مؤشر تنافسية السياحة و السفر لعام 2015

يعتبر مؤشر التنافسية السياحية و السفر من بين المؤشرات التي تبين القوة الاقتصادية التي يمتلكها القطاع السياحي في الوقت الحاضر حيث أصبحت صناعة قائمة بذاتها و اعتمدت عليها اقتصاديات كثر من الدول من خلال القدرة و قوة السياحة على التأثير من خلال التنافسية في صناعة السياحة و السفر و الاستفادة منها حتى تتمكن من تحقيق النمو و التطور، و قد نال اهتمام القدرة التنافسية لقطاع السياحة اهتمام لدى الاقتصاديين و رجال الأعمال نظرا لقدرته على تحفيز قطاعات أخرى و قدرته على التنمية المستدامة، لهذا قام المنتدى الاقتصادي العالمي بوضع مؤشر تنافسية السياحة و السفر يصدر كل عامين انطلاقا من عام 2007 يقوم بتوفير مجموعة من المعلومات عن 141 دولة في العالم و 14 دولة عربية كل سنتين من أجل معرفة نقاط القوة و نقطة الضعف في القطاع و تمكن متخذي القرار من وضع الاستراتيجيات المناسبة لتحسين و تطوير أداء القطاع السياحي في البلد.

لهذا سوف نتطرق في المبحث هذا إلى معرفة المؤشر و مكوناته ثم ترتيب الجزائر و الدول العربية من خلال المؤشر السياحي و السفر سنة 2015 و التعرف على أهم القطاعات أو الشركاء الفاعلين في صناعة السياحة و السفر.

المطلب الأول: بطاقة تعريف مؤشر السياحة و السفر و مكوناته

أولاً: تعريف المؤشر.

يعرف مؤشر التنافسية للسياحة و السفر " على أنه مؤشر مكون من أربع مجموعات رئيسية تتفرع إلى 14 مؤشر فرعي و بدورها تتفرع إلى 90 متغير تساهم في تكوين مجموعة من البيانات من أجل حساب المؤشر النهائي (1)

¹ تقرير المنظمة العربية للسياحة 2015، ص: 06

صدر مؤشر التنافسية السياحية سنة 2007 وتم تعديل طفيف فيه سنة 2015 و هو صادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي⁽¹⁾ بالتعاون مع شركة ديلويت، و الاتحاد الدولي للنقل (IATA)، و الاتحاد العالمي للحفاظ على الطبيعة (IUCU)، و منظمة السياحة العالمية، المجلس العالمي للسياحة و السفر (WTTC)

يقوم بتقديم معلومات ل 141 دولة في العالم منها 14 دولة عربية من خلال انجاز تقرير كل سنتين بدأ من 2007.

و دليل إرشادي لمزايا و عيوب أبرز وجهات السياحة و السفر كما يقوم بتحليل تنافسية السياحة و السفر يبين فيه درجة و ترتيب الدول عالميا و يحلل نقاط القوة و الضعف كما يوضح مصدر المعلومات و نسبتها و نسبة توزيع كل المؤشرات حسب كل قطاع و نسبة من مجموع المؤشرات صدر أول تقرير من المنتدى الاقتصادي العالمي (دايفوس) سنة 2007 و شاركت فيه 10 دول عربية ثم عام (2008-2009) شاركت في 14 دولة عربية و 15 دولة عربية في تقرير (2012-2014).

تضمن تقرير 2015 لمؤشر السياحة و السفر الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي و أطلق عليه مسمى النمو العالمي خلال الصدمات و هذا الاسم استوحى من تعرض القطاع السياحي لعدة صدمات طبيعية و كوارث جوية بالإضافة للأزمات المتلاحقة في العالة المتمثلة في الإرهاب و عدم توفر الأمن في الدول.

أما فيما يخص مصادر المعلومات فيتم الحصول عليها من خلال:

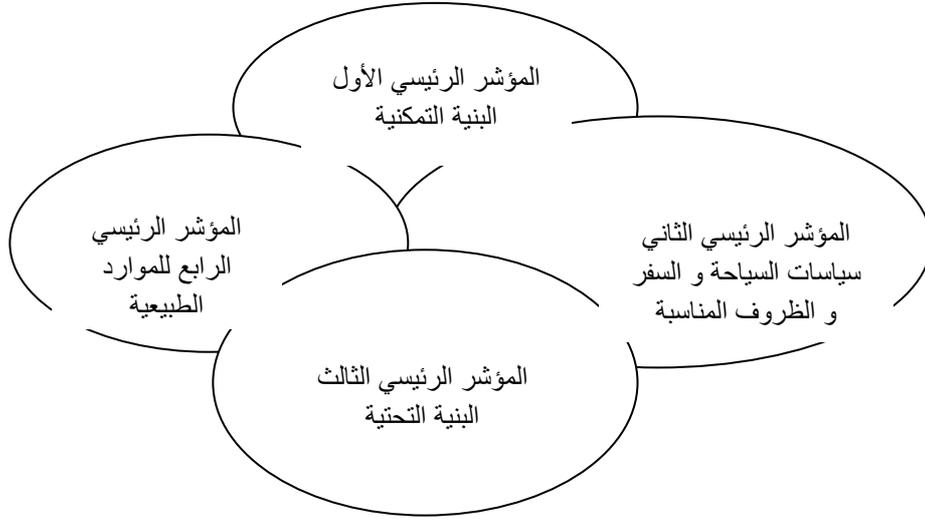
أ- الاستطلاعات ل 32 متغير من 89 متغير أي 41%.

ب- مصادر دولية مختلفة تشمل 48 متغير من أصل 79 متغير أي 59%.

و الشكل التالي يوضح مؤشر التنافسية السياحية و السفر

¹ <http://WWW.WEFORUM.ORG> الموقع الإلكتروني، أطلع عليه يوم 2015/09/04

شكل رقم (3) المكونات الرئيسية لمؤشر السياحة و السفر



المصدر: تقرير المنظمة العربية للسياحة 2015، ص:07

ثانيا: مكونات مؤشر السياحة و السفر و أهم المتغيرات

يتكون مؤشر السياحة و السفر من أربعة مجموعات رئيسية تتفرع بدورها إلى 14 مؤشر فرعي و تتفرع بدورها إلى 90 متغير كانت سابقا 3 مجموعات رئيسية و 77 متغير.

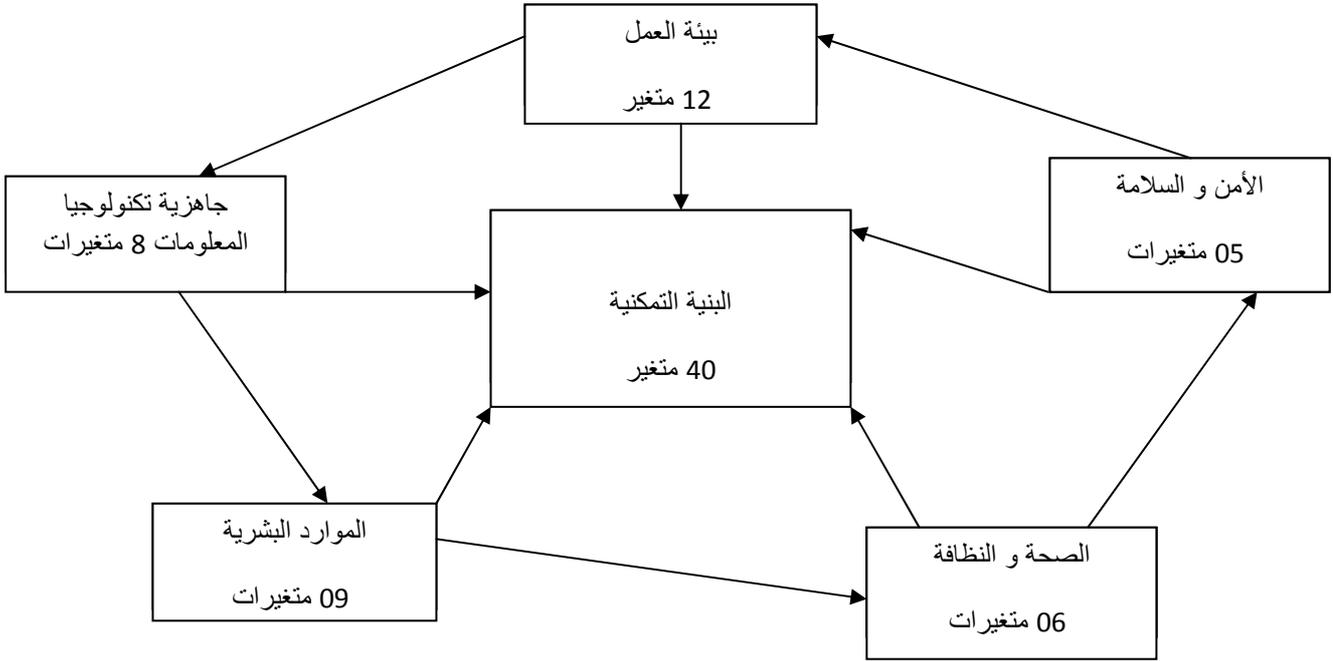
1- البيئة التكنولوجية لمؤشر السياحة و السفر:

يتكون المؤشر الرئيسي للبيئة التكنولوجية من خمسة مؤشرات فرعية و التي تتفرع إلى 40 متغيراً⁽¹⁾ و يرتكز هذا المؤشر على قدرة الدولة على خلق بيئة للشركات للقيام بأعمال تجارية و تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي و باقي القطاعات لوضع اللوائح و الرقم و الأطر القانونية تحمي المستثمر و تحافظ على حقوق الملكية و زيادة القدرة التنافسية لبيئة العمل بين الدول و يرتكز هذا المؤشر في قياس بيئة العمل، الأمن و السلامة، جاهزية تكنولوجيا المعلومات و الموارد البشرية، الصحة و النظافة.

و يمكن توضيح أهم المتغيرات كالتالي:

¹ تقرير المنظمة العربية للسياحة 2015، ص:10.

الشكل (4) البيئة التمكينية لمؤشر السياحة و السفر و المؤشرات الفرعية و المتغيرات



المصدر: تقرير المنظمة العربية للسياحة 2015، ص: 08

- أ- بيئة العمل: تحتوي بيئة العمل على 12 متغير.
- حقوق الملكية
- تأثير قواعد الاستثمار الأجنبي المباشر
- كفاءة الأطر القانونية في تحدى الشركات من خلال القانون
- عدد الأيام اللازمة لاستخراج رخص البناء
- نسبة تكلفة التراخيص من مجموع البناء
- عدد الأيام اللازمة لبدء النشاط التجاري
- تكلفة بدأ النشاط التجاري
- تأثير الضرائب على حوافز العمل
- نسبة الضريبة من إجمالي الربح
- مساهمات العمل في سعر الضريبة (% من إجمالي الربح)

- سعر الضريبة من الربح (% من إجمالي الربح)

- باقي معدل الضريبة (% من إجمالي الربح)

وتم الحصول على مصادر المعلومات من خلال 42% من المصادر العالمية و 58% من خلال استطلاع الرأي العام (رجال الأعمال و قادة الدول).

ب- **الأمن و السلامة:** ركز مؤشر الأمن و السلامة على 5 متغيرات باعتبار الأمن و السلامة في قطاع السياحة و السفر عامل حاسم و حساس لتحديد القدرة التنافسية و هذا من خلال تأثير تأثير القطاع بدرجة كبيرة بأمن و السلامة على الساحة الصفر في عدة دول في العالم و الدول العربية خاصة، فهناك بلدان انخفضت فيها أعداد السياح بالملايين مقارنة بالسنوات السابقة كان الأمن فيها مستقر و بالتالي فإن كلا من الأمن و السلامة يريدها السائح و المستثمر في البلد السياحي بالدرجة الأولى و تم قياس هذه المؤشرات حسب متغيرات و هي:

- كلفة الجريمة و العنف

- الثقة في خدمات الشرطة

- كلفة الإرهاب على التجارة و الأعمال

- مؤشر الإصابات و الوفيات الناجمة عن الإرهاب

- معدل العراك

يتم الحصول على مصادر المعلومات بناء على مصادر عالمية 40% و 60% من استطلاع الرأي العام (رجال الأعمال و قادة الدول)

ج- **الصحة و الثقافة:** إن القطاع الصحي في البلاد مرتبط ارتباط وثيق بالسياحة كما هو الحال مع القطاعات الأخرى لذا فإن مساهمة الصحة في القدرة التنافسية للسياحة و السفر يأتي من أهمية ذلك على السائح الذي يتأثر بالصحة العامة للبلاد و بالإمكانيات المتوفرة في البلد الذي سيزود السائح و هذه المتغيرات الرئيسية هي:

- كفاءة الأطباء

- عدد الأسرة في المستشفيات

- مدى انتشار فيروس نقص المناعة المكتسبة
- عدد الإصابات بالمalaria
- تحسن وصول خدمات الصرف الصحي
- الحصول على المياه الصالحة للشرب

وتم الحصول على مصادر المعلومات من المصادر العالمية 100%

د- الموارد البشرية:

حيث جزئها التقرير إلى قسمين يتكون من 9 مؤشرات:

- **تأهيل القوى العاملة:** هناك أربعة مؤشرات لتأهيل القوى العاملة و هي:
 - معدل الالتحاق بالتعليم الابتدائي
 - معدل الالتحاق بالتعليم الثانوي
 - معدل تدريب الموظفين
 - معاملة العملاء
- **سوق العمل الذي شمل 5 متغيرات:**
 - ممارسات التوظيف و إنهاء الخدمة
 - سهولة إيجاد الموظفين
 - سهولة توظيف العمالة الأجنبية
 - الأجور و الإنتاجية
 - مساهمة النساء في القوة العاملة

و يتم الحصول على هذه المعلومات 33% من مصادر عالمية الرأي و 67% من خلال

استطلاعات الرأي (رجال الأعمال و قادة الدول)

و- جاهزية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات:

تتكون من المؤشرات الفرعية التالية:

- استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات (BTOB) (Business to business)
- استخدام الانترنت للأعمال التجارية والمستهلكين (Business to consomateur)(BTOC)
- عدد الأفراد الذين يستخدمون الانترنت
- مشتركى الانترنت (النطاق الوطني)
- اشتراكات الزبائن النطاق العرض الخليوي
- اشتراكات الهاتف المحمول (الخليوي)
- جودة إمداد الكهرباء

و يتم الحصول على المعلومات 62.5% كإعتماد على مصادر دولية و 38% من استطلاعات الرأي العام (رجال الأعمال و قادة الدول)

2- سياسات السياحة و السفر و الظروف المناسبة

يشمل هذا المؤشر الرئيسي لسياسة السياحة و السفر و الظروف المناسبة على أربع مؤشرات جزئية بدورها تنقسم إلى 3 متغيرات:

- أ- تحديد أولويات السياحة و السفر: و تتكون من 6 متغيرات من بينها سياحة الترفيه، أو سياحة الأعمال، أو سياحة الاستجمام أو سياسة ساحلية... الخ
- ب- الانفتاح الدولي: و يتكون من 3 متغيرات منها: درجة الانفتاح الدولية، السياحة الدولية و السياحة الداخلية والخارجية و قدرتها على التكيف مع السياح الأجانب.
- ت- الاستدامة البيئية: و تتكون من 10 متغيرات

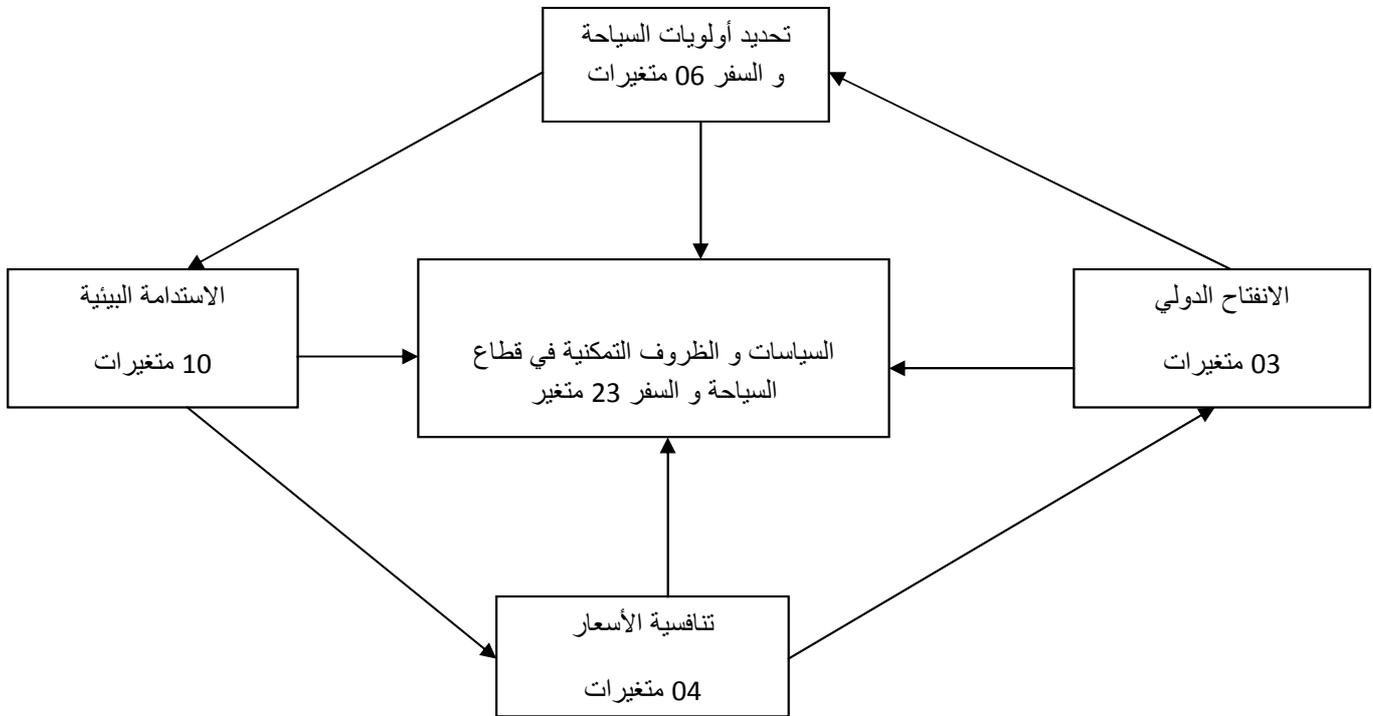
من خلال تلبية الحاجات للأجل الحالية بدون المساس بالإمكانات تلبية الحاجات الأجيال القادمة⁽¹⁾ منها الانسجام و الانبعاث الحراري، التلوث، استنزاف الطاقة، الموارد،

¹ قادري محمد الطاهر، التنمية المستدامة في البلدان العربية، مكتبة من العصرية، بيروت، 2013، ص: 35.

5- شفافية الأسعار: يتكون هذا المؤشر الفرعي لمؤشر الرقي لسياسات وظروف التمكينية في قطاع السياحة و السفر من أربع متغيرات منها حرية تحديد الأسعار، و عدد المساهمين في القطاع... الخ

و الشكل التالي يوضح أهم مكونات المؤشر الرئيسي الثاني لسياسات السياحة والسفر والظروف المناسبة.

شكل رقم (5) مكونات المؤشر الرئيسي لسياسات السياحة و السفر و الظروف المناسبة



المصدر: تقرير المنظمة العربية للسياحة، نفس المرجع السابق ص:08

3- مكونات المؤشر الرئيسي الثالث لمؤشر السياحة و السفر و هو البنية التحتية.

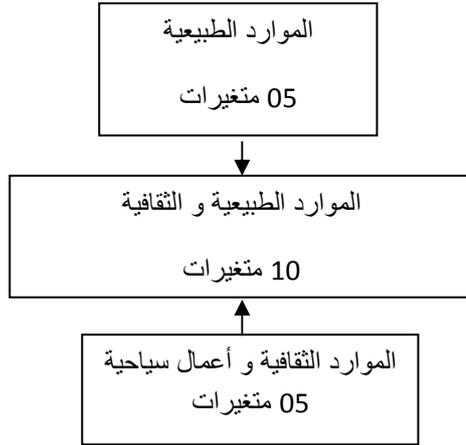
يتكون هذا المؤشر من ثلاث مؤشرات فرعية و هي البنية التحتية، النقل الجوي، البنية التحتية لنقل الأراضي و البحري، البنية التحتية للخدمات السياحية التي بدورها تنقسم إلى 17 متغير.

- البنية التحتية للنقل الجوي: تتمثل في عدد الأصول الجوية، و دعامة ربط بين نقاط العالم، عدد المطارات...الخ
- البنية التحتية لنقل الأراضي و البحري: و من المتغيرات شبكات الطرقات الوطنية و الولائية، شكل الطرقات الرسمية أو المزدوجة، الأسطول البحري لنقل المسافرين، ربط مع مختلف الدول فيما يخص بالنقل البحري...الخ
- البنية التحتية لخدمات السياحة: و تشمل عدد الفنادق، عدد المطاعم، الحدائق و المعالم الأثرية، درجات الفنادق، النقل السياحي، الشواطئ...الخ

4- مكونات مؤشر الرئيسي الرابع للموارد الطبيعية و الثقافية.

يتكون المؤشر الرابع للموارد الطبيعية و الثقافية من 10 متغيرات مقسم إلى مؤشر فرعي الموارد الطبيعية و الموارد الثقافية و أعمال السياحة.

- الموارد الطبيعية: و تتمثل في معيقات عناصر الجذب السياحي، البحار، السواحل، الجبال، الغابات، المناخ، المناظر الطبيعية، الموارد الأولية الداخلية في قطاع السياحة من توفرها...الخ
 - الموارد الثقافية و أعمال السياحة: تشمل هذه الموارد مختلف المعالم الأثرية، و المهرجانات و الأعياد المختلفة إضافة إلى تنظيم المخيمات و الرحلات السياحية.
- و الشكل التالي يوضح أهم مكونات المؤشر الرئيسي الرابع للموارد الطبيعية و الثقافية.
- شكل (6): أهم مكونات المؤشر الرئيسي للموارد الطبيعية و الثقافية.



المصدر: تقرير المنظمة العربية للسياحة، مرجع سبق ذكره، ص: 08

المطلب الثاني: ترتيب الجزائر و الدول العربية في مؤشر السياحة و السفر لسنة 2015 حسب المؤشرات الرئيسية الخمسة.

من خلال تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي 2015 لمؤشر السياحة و السفر بعنوان النمو العالمي من خلال الصدمات يريد أهم الرتب حسب الترتيب العالمي للمؤشرات الرئيسية لـ 141 دولة أجنبية و منها 14 دولة عربية لتكوين المؤشر العام للسياحة و السفر و لهذا سوف نتطرق في هذا المبحث إلى تحليل المعلومات و البيانات حسب الفروع الرئيسية لتكوين مؤشر السياحة و السفر لسنة 2015 و معرفة ترتيب الجزائر مقارنة بالدول العربية و الدولية.

أولاً: ترتيب الجزائر و الدول العربية حسب المكونات الرئيسية لمؤشر السياحة و السفر

1 ترتيب الجزائر حسب المؤشر الرئيسي الأول للبنية التكميلية.

من خلال الجدول التالي يمكن توضيح أهم نتائج المؤشر الرئيسي من خلال عرض نتائج المؤشرات الفرعية فيه و بدورها يجد لنا نتيجة المؤشر الرئيسي الأول ككل.

المؤشر الرئيسي الأول						الدول العربية
جاهزية تكنولوجيا المعلومات	الموارد البشرية و سوق العمل	الصحة و النظافة	الأمن و السلامة	بيئة العمل	المؤشر ككل	
16	22	69	3	4	16	الإمارات العربية
25	14	43	2	3	6	قطر
15	52	75	71	11	32	البحرين
75	107	98	37	42	71	المغرب
28	74	78	29	23	41	السعودية
45	90	65	9	18	38	عمان
65	65	59	41	35	58	الأردن
76	87	76	98	71	75	تونس
80	103	64	136	95	96	مصر
88	112	39	130	122	93	لبنان
39	93	62	43	46	54	دولة الكويت
105	109	84	95	121	99	الجزائر
131	141	128	187	131	137	موريتانيا
128	133	115	139	128	140	اليمن

جدول (6) نتائج مؤشر البيئة التمكينية

المصدر: حسب تقرير المنظمة العربية السياحية 2015 مرجع سبق ذكره ص:09

من خلال هذا المؤشر نرى أن ترتيب الجزائر بقي مع المراتب الأخيرة مقارنة بالدول العربية حيث احتلت المرتبة 12 من أصل 14 دولة عربية بقيمة المؤشر 99 نقطة و لعل أهم المتغيرات التي تؤثر في البيئة التمكينية تتمثل في عدم تلبية بيئة الأعمال بقيمة المؤشرات الفرعية 122 نقطة تليها المؤسسة الفرعية للموارد البشرية وسوق العمل بحيث تقدر ب 109 تليها المؤشر الفرعي الخاص بجاهزية التكنولوجيا بالمعلومات ب 105 ثم تأتي باقي المؤشرات وهذا ما يعكس مستوى تنافسية البنية التمكينية مما تؤثر على تنافسية القطاع وترتيب الجزائر في المرتبة 12 ما قبل موريتانيا و

اليمن، الأخيرة هذا ما ينعكس سلبا على تنافسية القطاع السياحي و الأداء و محدودية في الاقتصاد الوطني

أما باقي الدول العربية فهي مبينة في الشكل حيث احتلت دول الخليج المراتب الأولى

2- ترتيب الجزائر و الدول العربية المؤشر الرئيسي الثاني لسياسات السياحة و السفر و الظروف المناسبة.

من خلال الجدول الموالي يمكن التعرف على ترتيب الدول العربية و التركيز على الجزائر من خلال مؤشرات الفرعية لمؤشر السياسات السياحية و السفر و الظروف المناسبة.

جدول (7) ترتيب الجزائر و الدول العربية في المؤشر الرئيسي الثاني لسياسات السياحة و السفر و الظروف المناسبة سنة 2015

المؤشر الرئيسي الثاني: سياسات السياحة و السفر و الظروف المناسبة					أسماء الدول العربية
المؤشر ككل	تحديد أولويات السياحة و السفر	الإنتاج الدولي	شفافية الأسعار	الاستدامة البيئية	
45	19	64	70	84	الأردن
50	44	103	07	59	تونس
52	39	85	45	41	الإمارات العربية
59	69	115	2	77	مصر
62	26	94	47	70	المغرب
74	45	125	19	50	قطر
83	73	119	20	74	عمان
88	29	97	59	129	لبنان
98	57	105	18	104	البحرين
108	134	77	62	66	موريتانيا
111	76	138	11	121	السعودية
135	139	137	10	113	الجزائر
138	130	139	4	138	اليمن
141	135	132	37	136	الكويت

المصدر: تقرير المنظمة العربية للسياحة، ص:15

من خلال المؤشر الثاني نلاحظ أن الدول العربية جعلت على مؤشر 45 و ما فوق في المؤشر الرئيسي الأول يعتمد على هذا المؤشر على قياس القدرة التنافسية للدول في الاهتمام بوضع السياحة والسفر بأولوياتها و أيضا الانفتاح من حيث التأشيرات التي تمنحها للأجانب و بيانات القطاع التي توفرها للبلد و العلامات التجارية.

نلاحظ أن ترتيب الجزائر بقي 12 عربيا و لم يتغير بالرغم من تقدم بلدان المغرب العربي كتونس و المغرب مثلا، كما هو موضح في الشكل و تحتل المرتبة الأولى في هذا المؤشر الأردن.

من خلال الجدول نلاحظ تأخر كبير فيما يخص تحديد أولويات السياحة و السفر من طرف الحكومة و تركزها على قطاعات أخرى كقطاع المحروقات و الصناعة و الاتصالات، و كذلك مؤشرات الاندماج الدولي فهي تأتي في المرتبة الثانية بم تأتي الاستدامة البيئية التي تحتل في المؤشر المراتب الأخيرة و مدى تأثيرها على تنافسية السياحة و السفر و هذا ما ينعكس سلبا على القطاع السياحي و الاقتصاد، ماعدا مؤشر تنافسية الأسعار التي يعتبر حسن مقارنة مع هذه المؤشرات الفرعية كما يبينه الجدول أعلاه.

ثالثا: ترتيب الجزائر و الدول العربية في المؤشر الرئيسي الرابع لمؤشر السياحة و السفر و البنية التحتية.

يمكن توضيح ترتيب الجزائر حتى الدول العربية في المؤشر الرئيسي الثالث لمؤشر السياحة و السفر و البنية التحتية و ذلك من خلال نتائج المؤشر الممثلة في الجدول أدناه

جدول(8) نتائج المؤشر الرئيسي الثالث الخاص ترتيب الجزائر و الدول العربية للبنية التحتية

المؤشر الرئيسي الثالث للبنية التحتية				الدول العربية
البنية التحتية لخدمات السياحة	البنية التحتية للنقل البري	البنية التحتية للنقل الجوي	المؤشر ككل	
26	20	03	08	الإمارات العربية
46	26	29	34	قطر
49	11	45	33	البحرين
65	69	64	68	المغرب
67	60	40	51	السعودية
62	40	58	54	عمان
69	82	72	73	الأردن
61	94	77	76	تونس
89	103	63	86	مصر
33	89	80	69	لبنان
80	62	78	77	الكويت
138	121	113	133	الجزائر
130	141	133	139	موريتانيا
113	122	134	128	اليمن

المصدر: المنظمة العربية للسياحة مرجع سبق ذكره ص:17

يلاحظ من الجدول المتعلق بنتائج لترتيب الجزائر و الدول العربية فيما يخص المؤشر الرئيسي الثالث لمؤشر تنافسية السياحة و السفر لسنة 2015 أن الجزائر في هذا المؤشر بدت تحافظ على مرتبتها مع الدول الأخيرة قبل موريتانيا و اليمن فيما يخص البنية التحتية للنقل الجوي و البري و البحري و هذا أهم ما يميز الدول الساحلية التي تزيد فيها المطارات و الموانئ و الطرق البرية لتسهيل المواصلات و النقل و سهولة الوصول إلى مختلف البلدان نجد الجزائر بعيدة خاصة عن ترتيب الدول العربية لهذا يجب العمل على تطوير البنية التحتية و تجديد الأسطول الجوي و البحري و خلق المطارات و موانئ جديدة تمكن من رفع تنافسية المؤشر الثالث و تحسن تنافسية السياحة و السفر في القطاع السياحي و أما الدول العربية فهي موضحة من خلال الجدول أعلاه

أما ما يميز كذلك تنافسية الجزائر فيما يخص البنية التحتية للخدمات السياحية مثل الغرف الفندقية في المنتجعات السياحية و الفنادق و الشقق السكنية ووجود شركات تأجير السيارات و أجهزة العرف الآلي التي تسهل على النتائج استخدامها لسحب ما يلزمه من المال و لهذا يجب تضافر الجهود مع القطاع الخاص و العام لتحسين تنافسية مؤشر البيئة التحتية للخدمات.

رابعا: ترتيب الجزائر و الدول العربية في المؤشر الرئيسي الرابع للموارد الثقافية و الموارد الطبيعية

يبين الجدول أدناه ترتيب الجزائر و الدول العربية فيما يخص المؤشر الرئيسي المكون الرابع لمؤشر التنافسية السياحية و السفر حسب تقرير المنظمة العربية للسياحة 2015

جدول رقم (9) نتائج و ترتيب الدول العربية حسب مؤشر الرابع للموارد الثقافية و الموارد الطبيعية

المؤشر الرئيسي الرابع: الموارد الثقافية و الطبيعية			أسماء الدول العربية
المؤشر ككل	الموارد الطبيعية	الموارد الثقافية	
45	59	39	المغرب
65	100	41	مصر
69	83	55	السعودية
75	95	53	الإمارات العربية
90	127	50	الجزائر
93	90	88	عمان
99	105	70	تونس
114	122	83	قطر
123	129	89	اليمن
127	126	118	الأردن
131	133	105	البحرين
132	123	133	موريتانيا
133	140	84	لبنان
137	137	125	الكويت

المصدر: المنظمة العربية للسياحة، نفس المرجع السابق، ص:19

من خلال هذا المؤشر الرابع للموارد الطبيعية و الثقافية تحتل الجزائر المرتبة الخامسة مقارنة مع 14 دولة عربية و بالتالي فهي تشكل ميزة تنافسية في جذب السياح إلى الجزائر خلال المواقع الطبيعية المتوفرة و الهائلة و غير المستغلة و كذلك بنية الموارد الثقافية فهي تمثل قوة تنافسية بالغة الأهمية تتمثل في التراث الثقافي و المادي و غير المادي، الآثار الرومانية و السلامة، الملاعب و عدد المعارض و المؤتمرات الدولية

كل هذه الموارد متوفرة في الجزائر و ربما هذا الترتيب منطقي لأن الموارد في الجزائر الطبيعية و الثقافية موجودة و لكنها غير مستغلة من طرف السلطات العمومية و غير مثمنة لهذا لو أن هناك استغلال أمثل لهذه الموارد مع التعريف بها دوليا لاحتلت الجزائر مع المراتب الأولى عربيا و حتى دوليا و بالتالي من أجل تدعيم و تقوية هذه المؤشرات يتوجب على الجزائر الاستغلال الأمثل و لطاقت السياحية الموجودة و غير المستغلة و غير المعروفة لدى السياح من أجل تدعيم القدرة التنافسية و جعل القطاع السياحي يساهم أكبر في الاقتصاد و خلق الثروة.

أما عربيا فالجدول أعلاه يبين إحلال المغرب المرتبة الأولى ثم مصر ثم السعودية ثم الجزائر تليها بقية الدول العربية الأخرى و احتلت في المرتبة الأخيرة دولة الكويت

المطلب الثالث: مصادر بيانات المؤشر و أهم الشركاء الاستراتيجيين لتدعيم القطاع السياحي و ترتيب الجزائر العربي و الدولي في المؤشر السياحي و السفر 2015.

أولا: مصادر بيانات مؤشر السياحة و السفر 2015

أما من حيث المصادر المعلومات و البيانات فهي مستمرة من المنظمات العالمية و هيئات تهتم بالقطاع السياحي منها الأمم المتحدة ، لمنظمة العالمي للسياحة، المجلس السياحي العالمي و البنك الدولي، اليونسكو و غيرها من المؤسسات العالمية، و كذلك استطلاع الرأي مع قادة الدول و رجال الأعمال إذ أن جمع المعلومات من المصادر الدولية تمثل 66% و استطلاعات الرأي هو 34%. حيث أنه في المؤشر الرئيسي الأول اعتمد على نسبة متقاربة بين الاعتماد على إحصائيات المنظمات الدولية و استطلاعات الرأي، أما المؤشر الرئيسي الثاني فكان الاعتماد بنسبة كبيرة على إحصائيات المنظمات الدولية و نسبة قليلة على استطلاع الرأي فيما يخص جميع البيانات.

المؤشر الثالث استعملت فيه التقارير و الإحصائيات الرسمية أكثر بقليل من استطلاعات الرأي في جمع البيانات و المؤشر الأخير فإن الاعتماد على جميع البيانات المتعلقة بالمؤشر كانت بنسبة كبيرة جدا على إحصاءات المنظمات الدولية و نسبة قليلة جدا على استطلاع الرأي لجمع المعطيات الأخرى⁽¹⁾

ثانيا: أهم الشركاء الاستراتيجيين لقطاع السياحة في تقرير تنافسية السياحة و السفر

ترتبط قطاع السياحة و السفر بمجموعة من القطاعات الاقتصادية الأخرى أما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة و يؤثر ايجابيا أو سلبا بتطور أو تراجع أي من هذه القطاعات مثل قطاع الصحة ، الأمن، المواصلات و غيرها من القطاعات.

و يعتبر هذا المؤشر أداة لتحديد القوة التنافسية للدولة بالإضافة إلى العوائق المختلفة التي تعيق العملية التنافسية السياحية و التقدم سواء كانت هذه المعوقات خاصة بسوق العمل، ومرونة البنية التحتية لقطاع السياحة، و كذا مستوى التعلم و التكوين و التأهيل، يؤثر على القدرة التنافسية للسياحة و السفر وهذا ما يجعلها بعيدة عن اهتمام السياح و السياحة بصفة عامة

و بم أن هناك علاقة قوية بين تنمية القطاع السياحي و التنمية السياحية بمفهومها العام نلاحظ اهتمام البلدان بتطوير و تحسن مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع القطاع السياحي كالاتصالات و المياه و الكهرباء و الخدمات الصحية و النقل و الاتصالات، و باقي القطاعات الأخرى و قد شمل تقرير التنافسية في القطاع السياحي لأنه لا يمكن تنمية القطاع السياحي دون مشاركة القطاعات الأخرى و لعل الجديد في الجزائر هو ربط قطاعات أخرى بقطاع السياحة و جعلها تتماشى مع إستراتيجية السياحة من خلال وزارة التهيئة العمرانية و السياحة و الصناعات التقليدية فهي تبالي تحدد القضاء الذي يقدم للسكن و الصناعة و السياحة من تهيئة عمرانية و الإقليم أصبح يأطر 21 قطاع من خلال إشراف و تقييم المخططات الموجهة لتهيئة هذه المناطق و بالتالي قطاع السياحة يؤثر على الإقليم من خلال الحفاظ على الشكل الإجمالي و البيئي لوعاء و الفضاء السياحي.

¹ تقرير المنظمة العربية للسياحة، نفس المرجع ص:21.

جدول رقم(10): وضع أهم الشركاء الاستراتيجيين لقطاع السياحة في تقرير تنافسية السياحة و السفر

نسبة المشاركة	عدد المتغيرات	الشركاء الاستراتيجيين حسب القطاعات
%16	14	وزارة السياحة
%8	7	هيئة الطيران أو النقل الجوي المدني
%7	6	وزارة الداخلية
%13	12	وزارة البيئة و المؤسسات غير حكومية المتخصصة في حماية البيئة
%4	4	وزارة الصحة
%8	7	وزارة النقل
%9	8	هيئة الاتصالات و تقنية المعلومات
%12	11	وزارة التجارة
%2	2	وزارة التربية و التعليم
%1	1	وزارة التكوين المهني
%6	5	وزارة العمل
%10	9	وزارة المالية
%1	1	وزارة الشباب و الرياضة
%100	90	مجموع المتغيرات

المصدر: تقرير المنظمة العربية للسياحة 2015 مرجع سبق ذكره ص:23

من هنا نلاحظ مع ارتباط الكثير لقطاع السياحة مع القطاعات الأخرى و كذلك تحسين تنافسية القطاع السياحي و السفر لا يعتمد على قطاع واحد، بل يجب تجميع الجهود و هي مسؤولية مشتركة مع كل القطاعات الذي إذا أرادت الجزائر أن تحسن ترتيبها مقارنة مع الدول العربية و تحقيق تنافسية القطاع و القطاعات الأخرى المباشرة و غير المباشرة

ثالثا: ترتيب الجزائر العربي و الدولي خلال سنوات (2001,2010,2013,2015)

باعتبار الجزائر احتلت مراتب متأخرة مع الدول العربية و الدولية حلت سنة 2009 المرتبة 113 دوليا، و 13 عربيا من مجموع

أما سنة 2011 فاحتلت المرتبة 115 دوليا و 13 عربيا

و سنة 2013 احتلت المرتبة 132 دوليا و 11 عربيا

سنة 2015 احتلت المرتبة 137 دوليا و 12 عربيا

و الجدول التالي يوضح ترتيب الجزائر حسب مؤشر التنافسية السياحية و السفر خلال أربع سنوات 2007,2011,2013,2015.

جدول رقم (11) ترتيب الجزائر حسب نتائج مؤشر السياحة و السفر دوليا و عربيا لسنوات (2009,2011,2013,2015)

2015		2013		2011		2009		السنوات
عربيا	دوليا	عربيا	دوليا	عربيا	دوليا	عربيا	دوليا	
12	123	11	132	13	115	13	113	ترتيب الجزائر حسب مؤشر السياحة والسفر 2015

المصدر: من إعداد الباحث بناء على معلومات من تقرير المنظمة العربية للسياحة 2015

نلاحظ من الجدول أعلاه إحتلال الجزائر المراتب الأخيرة عربيا حيث احتلت المرتبة 13 عربيا سنة 2009 و 2011 ثم احتلت المرتبة 11 سنة 2013 وتراجعت في 2015 إلى المرتبة 12 عربيا أما عالميا فاحتلت المرتبة 113 سنة 2009 و 115 ثم احتلت مراتب متأخرة دوليا في المرتبة 132 سنة 2013 و 123 سنة 2015، إن هذا الترتيب يدل على تأخر الكبير في مجال السياحة والسفر الذي لا ينعكس على المتاحات السياحية الهائلة والفريدة التي تتمتع بها الجزائر مقارنة مع الدول العربية والدولية لهذا يجب تثمين هذه المعالم السياحية من أجل تحسين أداء القطاع وتحسين الوجهة السياحية للجزائر واحتلالها لمراتب متقدمة تليق بالمستوى السياحي للجزائر

المبحث الثاني: موقع و ترتيب مستوى الأداء للدول العربية و الجزائر حسب مؤشر ضمان جاذبية الاستثمار " Dhaman Investment Attractiveness Index "

تعددت و تنوعت المؤشرات الإقليمية و الدولية لتقييم المناخ الاستثماري التي تصدرها الهيئات و منظمات دولية و التي تهدف إلى تصنيف الدول بدلالة معايير مختلفة حسب كل مؤشر لهذا سوف نتطرق في المطلب هذا إلى مؤشر ضمان جاذبية الاستثمار (DIAL) الذي تصدره المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات بالكويت و معرفة موقع الجزائر في هذا المؤشر باعتباره جديد و كيف مع المعطيات الحديثة و إلزامه بالضوابط العملية و الفعالة و القدرة على التعبير بدقة و مصداقية عوامل جذب الاستثمار الأجنبي و معرفة نقاط الضعف و القوة لمختلف الدول الأعضاء.

المطلب الأول: بطاقة تعريف مؤشر ضمان لجذب الاستثمار

قامت المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات (ضمان) منذ عام 1995 بإصدار مؤشر لقياس اتجاه التحسن أو التراجع في بيئة الأعمال في الدول العربية، ضمن إصدارها الدوري لمناخ الاستثمار و منذ 2007 ازداد احتدام المنافسة الدولية لجذب الاستثمارات الخارجية كأداة لتحقيق و استدامة النمو و الرقي الاجتماعي ونظرا لمحدودية المؤشر للإحاطة كليا بنطاق جاذبية الدول للتدفقات الرأسمالية الدولية قامت المؤسسة العربية لضمان الاستثمار ائتمان الصادرات بتطوير مؤشر مركب جديد متكيف مع التطورات الاقتصادية الحديثة لجاذبية الدول العربية للاستثمار الأجنبي المباشر⁽¹⁾.

و كان ميلاد مؤشر جاذبية الاستثمار سنة 2013 الذي يشكل استمرار لتحقيق أهداف (ضمان) لتدعيم التدفقات الرأسمالية و التجارية للمنطقة العربية، و رشاد هيئات تشجيع الاستثمار و صانعي القرار بتحديات التي تواجهها الدول العربية ومنها الجزائر في مجال استقطاب حصة أكبر من الاستثمار الأجنبي و يغطي المؤشر 111 دولة تمثل أكثر من 95% من إجمالي رصيد الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد في العالم، منها 18 دولة عربية يتسم المؤشر بمرونته و قابليته للتطوير و

¹ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات، ضمان الاستثمار، تقرير مؤشر ضمان الاستثمار، الكويت، 2013، ص: 03

الاستجابة للمتغيرات المستقبلية بدقة و مصداقية نتائجه، و سهولة مخرجاته لصناع القرار و الفاعلين في مجال المنافسة على جذب الاستثمار الأجنبي المباشر من خلال اكتشافه لعناصر القوة و الضعف في هذا المجال.

أولاً: تعريف المؤشر .

تعرف المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات" هو عبارة عن مقياس كمي مجمع يحتوي على عدد من المؤشرات الفردية أو الفرعية التي تعكس جوانب أو أبعاد الظاهرة محل الاهتمام و يعبر هنا عن حالة تدفق الاستثمار الأجنبي إلى بلد أو قطاع ما. و يتم دمج هذه المؤشرات المفصلة بالاستناد إلى نموذج معين للحصول على مؤشر مركب يعبر عن الاتجاه العام المشترك لمؤشرات فرعية⁽¹⁾.

و يمكن بناء المؤشر من خلال نتيجة المراحل الثلاثة:

- **مدخلات العملية:** حيث تعتبر المدخلات هي المؤشرات الفرعية و التي يتوقف احتياؤها على التراكم المعرفي حول الظاهرة محل البحث.
- **معالجة المدخلات:** يوجه لهذه المؤشرات أو المدخلات الفرعية إلى مرحلة التطبيع أو التتميط و الوزن، و التجميع
- **مخرجات العملية:** الحصول على المؤشر الذي يمثل المخرج النهائي من هذه العملية.

ثانياً : مكونات مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار

ينظر لمؤشر الجاذبية الدولية على أنهما قدرة البلد في فترة زمنية محددة على جلب المشاريع الاستثمارية و الفرص الاقتصادية المجدية في مجالات متعددة، و استقطاب عناصر الإنتاج المتنقلة من شركات و رؤوس أموال و خبرات ومبدعين في مختلف الميادين⁽²⁾.

¹ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، نفس المرجع السابق، ص:12

² نفس المرجع اعلاه، ص:25.

كما توضح الأدبيات الاقتصادية المختصة أن جاذبية الدول للاستثمار الأجنبي له صلة بثلاث مجموعات رئيسية من المحددات.

تتكون كل مجموعة من عدد من المكونات الأساسية (لمؤشرات الفرعية)

كل مكون مكون من عدد من المتغيرات الأساسية والفرعية التي تساهم في حصر العوامل الكلية و المؤسسية و المعايير المعتمدة من طرف المحرك الرئيسي في مجال الاستثمار الأجنبي و هي شركات متعددة الجنسيات عند تفهمها لوضع الدولة المضيفة المحتملة للاستثمار.

لهذا يتكون مؤشر ضمان الجاذبية من 3 مجموعات رئيسية يندرج تحتها 11 مؤشرا فرعيا، تتفرع بدورها إلى 60 متغير كمي⁽¹⁾

والشكل التالي يبين المكونات الرئيسية لمؤشر "ضمان" لجاذبية الاستثمار

¹ المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و انتمان الصادرات ،نفس المرجع السابق، ص:25

ثانيا: هيكل مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار

1 - مجموعة المتطلبات الأساسية أو المسبقة: تمثل الشروط المسبقة اللازم توافرها من أجل جذب الاستثمار الأجنبي و التي لا يمكن في حال عدم توفرها قدوم المستثمرين الوطنيين أو أجنب و تظم تلك المتطلبات أربع مؤشرات فرعية تظم بدورها مجموعة من المتغيرات.

أ- مؤشر الاستقرار الاقتصادي

- تقلب معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي الحقيقي
 - معدل التضخم
 - تقلب سعر الصرف الحقيقي
 - عدد الأزمات خلال 10 سنوات أخرى
 - نسبة العجز أو الفائض، الحساب الجاري إلى الناتج المحلي الإجمالي
 - نسبة العجز أو فائض الميزانية العمومية، إلى الناتج المحلي الإجمالي
 - نسبة الدين العام الإجمالي إلى الناتج المحلي الإجمالي
- ب- مؤشرات الرأسمالية المالية و القدرات الرأسمالية.
- معدل عرض النقد بمفهومه الواسع إلى الناتج المحلي.
 - الائتمان المحلي الممنوح للقطاع الخاص كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي
 - القيمة السوقية للشركات المدرجة في سوق المال كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي

ج- مؤشر البيئة المؤسسية

- مؤشر المشاركة و المحاسبة.
- مؤشر الاستقرار السياسي و غياب العنف
- مؤشر فعالية السياسات و الإجراءات الحكومية
- مؤشر نوعية الأطر التنظيمية
- مؤشر السيطرة على الفساد

د- مؤشر بيئة أداء الأعمال

- سهولة بدأ العمل
- التعامل مع تراخيص البناء
- تسجيل الملكية
- الحصول على الكهرباء
- الحصول على الائتمان
- حماية المستثمرين
- تنفيذ العقود

2- العوامل الكامنة: و تتمثل في الأساس المعايير المعتمدة من قبل الشركات متعددة الجنسيات أو الشركات عابرة الدول و القارات كاختيار الموقع الملائم لتنفيذ الاستثمار و تتضمن بدورها 5 مؤشرات فرعية:

أ- مؤشر حجم الوقت و فرص و سهولة النفاذ إليه:

- الطلب المحلي الحقيقي للفرد
- تقلبات الطلب المحلي
- مؤشر الأداء التجاري
- نسبة التجارة الخارجية إلى الناتج المحلي الإجمالي
- تطبيق التعريفات الجمركية
- مؤشر الانفتاح على العالم الخارجي

ب- مؤشر الموارد البشرية و الطبيعية

- نصيب عوائد الموارد الطبيعية من إجمالي الناتج المحلي
- متوسط نمو إنتاجية العمل
- متوسط سنوات الدراسة للبالغين
- سنوات التعليم المتوقعة للأطفال

- مؤشر التنمية البشرية

ج- مؤشر الأداء اللوجستي

- كفاءة أداء التخليص الجمركي
- كفاءة البنى التحتية للتجارة والنقل
- أداء الشحن الجوي
- جودة و كفاءة الخدمات اللوجيستية
- تتبع و تعقب الأداء
- زمن انجاز الإجراءات
- كفاءة الطرق البرية (مساحتها لكل 100 كلم مربع أو نسبتها من إجمالي المساحة)
- مؤشر أداء النقل

ج- مؤشر الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات

- اشتراكات الهاتف الثابت لكل 100 نسمة
- نسبة مستخدمي الانترنت من السكان
- اشتراكات الهاتف النقال لكل 100 من السكان
- استخدامات النطاق العريض

3- العوامل الخارجية الايجابية: تمثل مختلف العوامل التي ترصد الاختلافات فيها بين

الدول على الصعيد كثافة الاتفاقات الثنائية و كذلك الدور المهم الذي تقوم به الشركات متعددة الجنسية في تشجيع المزيد من الاستثمارات الأجنبية بأثر محاكاة.

أ- مؤشر اقتصاديات التكتل:

- عدد الشركات متعددة الجنسيات المنتمية لـ 24 دولة من منطقة التعاون الاقتصادي و التنمية داخل الدولة
- رصيد الاستثمار الأجنبي المباشر الوارد كنسبة من الاجمالي العالمي
- الرصيد التراكمي لعدد اتفاقيات كتشجيع الاستثمار التي أبرمتها الدولة

ب- مؤشر عوامل التنمية و التقدم التكنولوجي

- مؤشر تطور السوق
- مؤشر تطور بيئة الأعمال
- مؤشر المعرفة
- المشاركة في إجمالي طلبات التصميم
- طلبات تسجيل العلامات التجارية
- الحصة من طلبات البراءات في العالم
- مؤشر الحكومة الالكترونية

و لتوضيح الوضع التفصيلي في المؤشر العام و المؤشرات الفرعية و المتغيرات الأساسية و الفرعية لمؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار ثم تقسيم مستويات الأداء بالمقارنة بالمتوسط العالمي إلى خمسة مستويات رئيسية و يتم توزيع الرتب لمختلف الدول كما يلي⁽¹⁾: حسب المؤشر أو المتغير

- أداء جيد جدا: و يشير أن الدول تقع في الخمس الأول أو فئة أفضل 20% على المستوى العالمي.
- أداء جيد: يشير إلى أن أداء الدولة يقع في الخمس الثاني أفضل 20% على المستوى العالمي
- أداء متوسط: يشير إلى أن أداء الدولة يقع في الخمس الثالث أو فئة الـ 20% التي تقع في منتصف الترتيب العالمي
- أداء ضعيف: يشير إلى أن أداء الدولة يقع في الخمس الرابع أو فئة أسوأ 20% على المستوى العالمي.
- أداء ضعيف جدا: يشير إلى أن ترتيب الدولة يقع في فئة الخمس أدنى أو ثاني أسوأ 20% على المستوى العالمي

¹ مناخ الاستثمار في الدول العربية، 2014، مرجع سبق ذكره، ص: 33

رابعا : الدول المدرجة في مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار:

يركز وضع المجموعات الجغرافية الكبرى و المجموعات العربية في مؤشر العام للجاذبية من حيث القيمة التي حصلت عليها من المجموع العام البالغ 100 نقطة كحد أقصى و نقطة واحدة كحد أدنى و كذلك ترتيبها على المستوى الدولي و العربي.

حيث أن التغطية الجغرافية تشمل أكبر عدد من الدول العالم ذات تأثير على حركة الاستثمارات الأجنبية المباشرة بعدد 111 دولة تمثل 95% من إجمالي رصيد الاستثمار الأجنبي الوارد في العالم و الجدول التالي يوضح الدول المدرجة في مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار

جدول رقم (12) : الدول المدرجة في مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار

دول منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (33) دولة	الدول العربية(18) دولة	أمريكا اللاتينية(14) دولة
اسبانيا	الأردن	الأرجنتين
استراليا	الإمارات	الأكوادور
استونيا	البحرين	لأوروغواي
إسرائيل	تونس	لباراغواي
ألمانيا	الجزائر	البرازيل
ايرلندا	السعودية	بنما
ايطاليا	السودان	بوليفيا
البرتغال	سورية	بيرو
بلجيكا	سلطنة عمان	دومينيكان
بولندا	قطر	غواتي مالا
تركيا	العراق	فنزويلا
التشيك	الكويت	كولومبيا
الدنمارك	لبنان	نيكاراغوا
سلوفاكيا	ليبيا	هندوراس
سلوفينيا	مصر	إفريقيا (23)
السويد	المغرب	

إثيوبيا	موريتانيا	سويسرا
إفريقيا الوسطى	اليمن	شيلي
انغولا	أوروبا و وسط آسيا (10) دول	فرنسا
أوغندا	أذربيجان	فنلندا
بنين	أوكرانيا	قبرص
بوتسوانا	بلغاريا	كندا
بوركينافاسو	روسيا	كوريا الجنوبية
تشاد	رومانيا	المكسيك
تنزانيا	صربيا	المملكة المتحدة
توغو	كازاخستان	النرويج
جنوب إفريقيا	لاتفيا	النمسا
السنغال	ليتوانيا	نيوزيلندا
الغابون	مالطا	هنغاريا
غانا	شرق آسيا و المحيط الهادي (9) دول	هولندا
الكاميرون	اندونيسيا	الولايات المتحدة
كوت ديفوار	تايلاند	اليابان
كينيا	سنغافورة	اليونان
مالي	الصين	جنوب آسيا
مدغشقر	الفلبين	
موريشيوس	فيتنام	إيران
موزنبيق	كمبوديا	باكستان
ناميبيا	ماليزيا	نيبال
نيجيريا	هونغ كونغ	الهند

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و انتمان الصادرات مناخ الاستثمار في الدول العربية 2014،

ص:28.

و من منطلق الأخذ بعين الاعتبار مرحلة النمو التي تمر بها الدول عند وضع إطار سياسات الاستثمار و لهذا تم تصنيف الدول العربية التي شملها التقرير إلى ثلاث مجموعات:

- الدول المصنعة ضمن مجموعة الاقتصاديات القائمة على الموارد الطبيعية و هي كل موريتانيا و السودان و اليمن.

- الدول المصنفة ضمن مجموعة الاقتصاديات القائمة على الكفاءة و الفعالية و تضم 11 دولة عربية هي الجزائر و مصر و العراق و الأردن و الكويت و ليبيا و المغرب قطر، السعودية، سوريا، تونس و من المفترض أن تعتمد بشكل كبير على العناصر الكامنة مع بقاء الأهمية النسبية لمجموعات المتطلبات الأساسية فقد جاء أداءها أعلى من متوسط أداء الدول الأخرى المنافسة ضمن نفس التصنيف.

- المجموعة الثالثة و الأخيرة تضم الاقتصاديات التي بلغت مرحلة الاعتماد على التطوير و الابتكار في استقطاب التدفقات الرأسمالية و تتضمن 4 دول عربية: البحرين، لبنان، عمان و الإمارات.

- حيث جاء أداء هذه الدول أقل مقارنة ببقية الدول المنافسة في نفس التصنيف و معظمها دول منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية ولاسيما على مستوى التمييز و التقدم التكنولوجي ثم المتطلبات الأساسية.

و الجدول الموالي يوضح توزيع الدول حسب مراحل النمو في المؤشر.

الجدول (13): توزيع الدول حسب مراحل النمو في المؤشر ضمان جاذبية الاستثمار لسنة

2014

المرحلة الأولى: الدول المعتمدة على الموارد الطبيعية		المرحلة الثانية: الدول المعتمدة على الكفاءة و الفاعلية		المرحلة الثالثة: الدول المعتمدة على المعرفة و الابتكار
السنگال	الإكوادور	سوريا	استونيا	جمهورية التشيك
السودان	الأردن	صربيا	الإمارات	روسيا
الكاميرون	الجزائر	غواتي مالا	الأرجنتين	سلطنة عمان
الهند	الدومينيكان	فنزويلا	البحرين	سلوفاكيا
اليمن	السعودية	قطر	البرازيل	سلوفينيا
أثيوبيا	الصين	كولومبيا	البرتغال	سنغافورة
إفريقيا الوسطى	العراق	ليبيا	الدنمارك	سويسرا
أوغندا	الغابون	مصر	السويد	فرنسا
باكستان	الفلبين	موريشيوس	المكسيك	فنلندا
بنين	الكويت	ناميبيا	المملكة المتحدة	قبرص
بوركينافاسو	المغرب	هندوراس	النرويج	كازاخستان
تشاد	إيران	النمسا	كندا	
تنزانيا	أذربيجان	الولايات المتحدة	كوريا	
توغو	اندونيسيا	اليابان	لاتفيا	
ساحل العاج	أنغولا	اليونان	لبنان	
غانا	أوكرانيا	اسبانيا	ليتوانيا	
فيتنام	باراغواي	إسرائيل	مالتا	
كمبوديا	بلغاريا	إيطاليا	ماليزيا	
كينيا	بناما	أستراليا	نيوزيلندا	
مالي	بوتسوانا	ألمانيا	هنغاريا	
مدغشقر	بوليفيا	أوروغواي	هولندا	
موريتانيا	بيرو	إيرلندا	هونغ كونغ	
موزنبيق	تايلاند	بلجيكا		
نيبال	تونس	بولندا		
نيجيريا	جنوب أفريقيا	تركيا		
نيكاراغوا	رومانيا	تشيلي		

المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و إئتمان الصادرات، مناخ الاستثمار في الدول العربية، الكويت، 2014،

المطلب الثاني: موقع و مستوى الأداء للدول العربية ومنها الجزائر في مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار

أولاً: ترتيب أداء الدول العربية حيث الوضع الاجمالي

احتلت الدول العربية المرتبة الرابعة على مستوى العالم من بين 7 مجموعات جغرافية بمتوسط لقمة المؤشر العام للجان به 36.7 نقطة و متوسط ترتيب الدول داخل المجموعة هو 71. حسب تقرير الاستثمار لمؤسسة ضمان الاستثمار لسنة 2014.

- أما على مستوى المجموعات العربية فقد تصدرت دول الخليج (السعودية، الامارات، الكويت، قطر، سلطنة عمان، البحرين) المرتبة الأولى بشكل عام للأداء 45.8 نقطة من اجمالي 100 نقطة و بمستوى أداء جيد.
- أما المرتبة الثانية عربيا بقيمة 39.3 نقطة و بمستوى متوسط فكانت لدول المشرق العربي (مصر، لبنان، الأردن)
- المرتبة الثالثة: فكانت لدول المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب، ليبيا) بقيمة 34.5 نقطة. و مستوى أداء ضعيف
- أما المرتبة الرابعة بقيمة 25.8 نقطة و مستوى أداء ضعيف جدا (العراق، سوريا، موريتانيا، اليمن، السودان).

ثانياً: ترتيب الدول العربية و الأداء حسب المجموعات الثلاثة الرئيسية.

- أمّا فيما يخص وضع الدول العربية في المجموعات الثلاث الرئيسية مجموعة المتطلبات الرئيسية، مجموعة العوامل الكامنة، مجموعة العوامل الخارجية الايجابية.
- على صعيد وضع الدول العربية في المجموعات الثلاث الرئيسية فإن الأداء العربي في مجموعة العوامل الخارجية جاء ضعيف جدا و في المقابل جاء الأداء العربي أقل بنسبة ضئيلة من المتوسط العالمي في كل من مجموعة المتطلبات الأساسية و مجموعة العوامل الكامنة

أ- **مجموعة المتطلبات الأساسية:** و تضم أربعة مؤشرات هي الأداء الاقتصادي الكلي، الوساطة المالية و القدرات التمويلية و البيئة المؤسسية و الاجتماعية ونسبة أداء الأعمال جاءت الدول العربية في المرتبة الرابعة على مستوى العالم بقيمة المؤشر لمجموعة الدول العربية يبلغ 50.3 نقطة، و متوسط ترتيب الدول داخل المجموعة هو 73 و على مستوى المجموعات العربية تصدرت دول الخليج بأداء متوسط حول المتوسط العالمي تليها دول المشرق العربي في المرتبة الثانية و بأداء ضعيف و في نفس تصنيف بلدان المشرق العربي في المرتبة الثانية و بأداء ضعيف و في المركز الرابع و الأخير جاءت مجموعة دول الأداء المنخفض بأداء ضعيف جدا لكن مقارنة بالسنة الماضية قد تحسن أداء دول مجلس التعاون الخليجي فيما تراجع بقية دول المجموعات بمعدلات ضئيلة.

ب- **مجموعة العوامل الكامنة:** و تضم خمسة مؤشرات فرعية حجم السوق و فرص النفاذ إليه، الموارد البشرية و الطبيعية، عناصر التكلفة و الأداء اللوجيستي، الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات.

جاء ترتيب الدول العربية في المرتبة الرابعة عالميا بمتوسط لقيمة المؤشر لمجموعة الدول العربية ب 45.7 نقطة و متوسط ترتيب الدول داخل المجموعة يبلغ 67. و مقارنة 2013 تراجع أداء الدول العربية يلاحظ أيضا احتلال الصادرات لدول الخليج بأداء جيد يتفوق على المتوسط العالمي ثم حلت مجموعة دول المشرق العربي في المجموعة الثانية بأداء ضعيف و جاءت دول المغرب العربي و منها الجزائر بأداء ضعيف في المرتبة الثالثة، و باقي دول الأداء المنخفض في المرتبة الرابعة بأداء ضعيف جدا، مقارنة مع سنة 2013 فقد تحسن أداء دول المغرب العربي فيما تراجع أداء تقييم المجموعات بمعدلات ضئيلة.

ج- **مجموعة العوامل الخارجية الايجابية:** و تضم مؤشري اقتصاديات التكتل، و عوامل التمييز و التقدم التكنولوجي فقد حلت الدول العربية في المرتبة الخامسة بين سبع مجموعات جغرافية بمتوسط بقيمة المؤشر للدول العربية 16.8 نقطة و متوسط ترتيب داخل المجموعة بلغ 73 مقارنة ب2013. فقد تراجع أداء الدول العربية بمقدار 09 أي 5% و على مستوى المجموعات العربية فقد تصدرت دول الخليج، ثم حلت دول المشرق العربي في المرتبة

الثالثة و جاءت لدول المغرب العربي في المرتبة الثانية أيضا بمستوى أداء متوسط و منها الجزائر بالنسبة لمجموعات الثلاثة حلت دول الأداء المنخفض في المرتبة الرابعة و أداء ضعيف جدا.

المطلب الثالث: ترتيب الدول العربية و منها الجزائر في المؤشرات الفرعية لمؤشر ضمان لسنة 2014

حسب تقرير مناخ الاستثمار لسنة 2014 لمؤشر ضمان لجذب الاستثمار للمؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ترقية الائتمان فإن أداء و ترتيب الدول العربية و منها الجزائر في المؤشرات الفرعية الإحدى عشر كالتالي:

جدول رقم(14) ترتيب أداء الدول العربية في المؤشرات الاقتصادية الفرعية لمؤشر "ضمان" لسنة 2014

مستوى و ترتيب أداء المجموعات العربية				مقارنة متوسط أداء	
دول الأداء المنخفض	دول المشرق العربي	دول المغرب العربي	دول الخليج العربي	العربي مع العالمي	
المرتبة الرابعة أداء ضعيف جدا	المرتبة الثالثة أداء ضعيف	المرتبة الثانية مستوى أداء جيد	مرتبة الأولى أداء جيد جدا	أداء تساوى المتوسط العربي مع العالمي 69 نقطة	مؤشر الاستقرار الاقتصادي الكلي
المرتبة الرابعة مستوى أداء ضعيف جدا	مرتبة الأولى مستوى أداء جيد	المرتبة الثالثة مستوى أداء ضعيف	المرتبة الثانية أداء متوسط	أداء متواضع لكل منها	مؤشر الوساطة المالية و القدرة التمويلية
المرتبة الرابعة أداء ضعيف جدا	المرتبة الثانية أداء ضعيف	المرتبة الثالثة أداء ضعيف	المرتبة الأولى أداء متوسط	متوسط متواضع مع المتوسط العالمي	مؤشر البيئة المؤسسية
المرتبة الثالثة أداء ضعيف	المرتبة الثانية أداء متوسط	المرتبة الرابعة أداء ضعيف جدا	المرتبة الأولى أداء متوسط	أداء متوسط	مؤشر بيئة أداء الأعمال
المرتبة الرابعة أداء ضعيف جدا	المرتبة الثانية أداء متوسط	المرتبة الثالثة أداء ضعيف	المرتبة الأولى أداء متوسط	قريب من المتوسط	مؤشر أداء السوق و فرص و سهولة الأداء
المرتبة الرابعة أداء ضعيف جدا	المرتبة الثانية أداء متوسط	المرتبة الثالثة أداء ضعيف	مرتبة الأولى أداء جيد جدا	أعلى من العالمي	مؤشر عناصر التكلفة
المرتبة الرابعة أداء ضعيف جدا	المرتبة الثانية أداء متوسط	المرتبة الثالثة أداء ضعيف	مرتبة الأولى أداء جيد	اقل من الأداء العالمي	مؤشر الأداء اللوجستي
المرتبة الرابعة أداء ضعيف جدا	المرتبة الأولى أداء متوسط	المرتبة الثالثة أداء ضعيف	المرتبة الثالثة أداء ضعيف	اقل من الأداء العالمي المنخفض	مؤشر اقتصاديات التكتل

مؤشر عوامل التميز و التقدم التكنولوجي	أقل من الأداء العالمي	المرتبة الأولى أداء متوسط	المرتبة الثالثة أداء ضعيف	المرتبة الثانية أداء متوسط	المرتبة الرابعة أداء ضعيف جدا
مؤشر الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات	أقل من أداء المستوى العالمي	أقل من أداء المستوى العالمي	المرتبة الثانية أداء متوسط	المرتبة الثانية مستوى أداء متوسط	المرتبة الرابعة أداء ضعيف جدا
مؤشر الموارد البشرية والطبيعية	قريب من الأداء العالمي	المرتبة الأولى أداء متوسط	المرتبة الثانية أداء ضعيف	المرتبة الثانية أداء ضعيف	المرتبة الأخيرة أداء ضعيف جدا

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على معطيات على تغير المناخ الاستثمار لسنة 2014 لمنظمة العربية لضمان الاستثمار

من الجدول أعلاه يمكن القول أن الجزائر كانت مع مجموعة الدول المغرب العربي و هي: الجزائر، تونس، المغرب و ليبيا حيث حلت المرتبة الثالثة بين مجموعة الدول العربي كمستوى أداء متوسط بمقدار 18% من المؤشرات و ذلك من خلال مؤشر الاستقرار الاقتصادي و مؤشر الاتصالات و تكنولوجيا المعلومات، أما الأداء الضعيف للمؤشرات بنسبة 72% من المؤشرات و هي مؤشر الوساطة المالية و القدرة التمويلية ومؤشر البيئة المؤسسية ، مؤشر أداء السوق و الفرص و سهولة النفاذ، مؤشر الأداء اللوجستي، مؤشر عناصر التكلفة، مؤشر الموارد البشرية و الطبيعية، مؤشر اقتصاديات التكتل، مؤشر عوامل التمييز و التقدم التكنولوجي.

أما الأداء الضعيف جدا فظهر جليا في مؤشر بيئة الأعمال بنسبة 9 % من مجموع المؤشرات الفرعية الإحدى عشر.

و لعل هذه المستويات الضعيفة هي التي تشكل أهم عائق لتدفق الاستثمار الأجنبي المباشر في الجزائر و تمركز الاستثمارات في مناطق جغرافية أخرى نظرا للأداء المتوسط و الجيد و الجيد جدا فيها، لهذا هناك ما يعرف بفجوة الجاذبية العربية و المقصود بها هو الفرق أو الاختلاف في توفر المتطلبات الأساسية و في حيازة العوامل الكامنة و العناصر الخارجية الإجمالية التي يتطلبها استقطاب الاستثمارات الأجنبية بين دولة أو مجموعة جغرافية ما و دولة أو مجموعة جغرافية مرجعية⁽¹⁾ كما يشير مصطلح الفجوة إلى الاختلاف أو الفرق بين الأداء المتوقع من قبل الدولة ما

¹ المنظمة العربية لضمان الاستثمار و ترقية الصادرات، نفس المرجع السابق، ص: 11

من حيث جذب التدفقات الاستثمارية الأجنبية و الأداء الفعلي لدولة معينة في هذه الحالة نتحدث عن فجوة الأداء.

على مستوى المؤشر العام ، بلغت فجوة الجاذبية العربية استنادا إلى متوسط نتائج دول التعاون الاقتصادي و التنمية كمجموعة جغرافية مرجعية 35.5% و يتفرع هذا الفارق النسبي إلى:

• فجوة المتطلبات الأساسية و المسبقة و قيمتها 27.7

• فجوة العوامل الكامنة بنسبة 28.3

• فجوة المؤشرات الخارجية ب 54.6

من هنا يبرز و بشكل واضح أهمية التحديات التي تواجه اقتصاديات العربية و الجزائر منها من أجل تحسين مناخ الاستثمار و جلب مزيد من التدفقات الرأسمالية أما فيما يخص الأداء في المجموعات الثلاثة الرئيسية:

• مجموعة المتطلبات الأساسية مستوى الأداء هو 46.6

• مجموعة العوامل الكامنة مستوى الأداء ب 37.5

• مجموعة العوامل الخارجية الايجابية بمستوى أداء 15

و هي مستويات أقل من المتوسط العالمي و أداء الدول العربية أنظر إلى الملحق رقم (1)

ثانيا: ميزات الجاذبية العربية.

فيما يخص مميزات الجاذبية العربية هي سياق رصد عناصر الجاذبية و المعوقة للاستثمار الأجنبي يعتبر أداء دولة ما نقطة قوة إذا كانت موقعها في الثلث الأعلى من الترتيب بالنسبة للمتغير الذي يتضمنه المؤشر الفرعي للجاذبية. و نقطة ضعف إذا ما كان ترتيبها في الثلث الأخير من قيمة المتغير تحت الدراسة.

و استنادا إلى الميزان الإجمالي الذي يتم قياسه يطرح مجموع نقاط الضعف من مجموع نقاط القوة يمكن إعادة ترتيب الدول حسب هذا الميزان الذي يشكل نظام المعلومات يسترشد به صاحب القرار لتقليل الخسوم، أو نقاط الضعف و تحويلها إلى أصول نقاط القوة.

و من خلال رصد و تقييم كل المؤشرات الفرعية تبين أن غالبية الدول العربية تتكون من نقاط ضعف تكمن في المجالات التالية:

- تقلب معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي
- ارتفاع معدل التضخم
- ارتفاع نسبة عجز الميزانية العمومية إلى الناتج المحلي الاجمالي في بعض الدول
- العوامل المرتبطة بالبيئة المؤسسية و بيئة أداء الأعمال غير مواتية في عدد من الدول
- عدم الانفتاح على العالم الخارجي
- تراجع معدلات الإنتاجية الكلية لعناصر الإنتاج
- تراجع كفاءات أداة التخليص الجمركي و البنية التحتية للتجارة و النقل و الجودة و كفاءة الخدمات اللوجيستية و تراجع كبير لمستوى التقدم التكنولوجي، حيث كان موقع الجزائر في مؤشر ضمان الاستثمار حسب تقرير مناخ الاستثمار 2014 للمنظمة العربية لضمان الاستثمار⁽¹⁾ احتلت المرتبة 85 دوليا من أصل 111 دولة، أما فيما يخص موقع الجزائر في المؤشرات الفرعية الإحدى عشر ضمن مؤشر ضمان لجاذبية الاستثمار فكانت أقل من المتوسط العالمي و الدول العربية و هذا ما يظهره الملحق رقم 1.

¹ أنظر الملحق رقم 1

المبحث الثالث: العرض السياحي الساحلي للقطب شمال شرق و دور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030.

المطلب الأول: مكونات العرض السياحي الساحلي و خصائصه

أولاً: تعريف العرض السياحي و مكوناته.

1. تعريف العرض السياحي:

يعرف العرض اقتصاديا بكمية السلع و الخدمات المتواجدة في السوق بسعر معطى و بالتالي يعرف العرض السياحي على أنه " كل مستلزمات التي أن توفرها أماكن القصد السياحي للسياحيين الحقيقيين أو المحتملين و كل الخدمات و البضائع التي يحتمل أن تغري الناس لزيارة بلد معين".⁽¹⁾

و يعرف كذلك على أنه كل ما تقدمه المنطقة السياحية و تحتويه من مقومات سواءً كانت عوامل جذب طبيعية، تاريخية و صناعية إضافة إلى الخدمات و السلع التي قد تؤثر على الأفراد لزيارة بلد معين و تفضيله عن بلد آخر⁽²⁾.

و حسب الخبراء في السياحة فيعتبرون المنتج السياحي مزيجا من عناصر غير متجانسة و تشكل شكلا غير قابل لتجزئة، تسمح بإشباع الحاجيات السياحية⁽³⁾.

حيث صنف " ROBERT LANQUAR " المنتج السياحي إلى ثلاثة عناصر أساسية⁽⁴⁾:

¹ مثنى طه الحورى، اقتصاديات السياحة و السفر، مؤسسة الوراق للطباعة و النشر، الأردن، 2001، ص51.

² سراب الياس و آخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان، 2001، ص11.

³ Ahmed Tessa, economie touristique et aménagement du territoire ,OPU,Alger ,1993 P :30

⁴ بوعقلين بديعة، السياسات السياحية في الجزائر و انعكاساتها على العرض و الطلب السياحي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع التخطيط ، معهد العلوم الاقتصادية، الجزائر، 1995-1996، ص110.

- مجموعة الثلاث المتكون من الموارد الطبيعية، الثقافية، الصناعية و التاريخية التي تجلب السائح للاستماع بها.
- مجموعة التجهيزات التي لا تعتبر العامل الأساسي في جلب السائح، إلا أن عدم توفرها يمنع الناس من السفر، كوسائل النقل المختلفة ووسائل المطاعم و التجهيزات الثقافية و الرياضية و الترفيه.
- مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات الدخول و الخروج التي لها علاقة مع وسائل النقل.

و هناك تصنف أشمل جاءت به المنظمة العالمية للسياحة OMT حيث صنفت المنتج السياحي إلى سبعة عناصر و هي:

- التراث الطبيعي: المناظر الطبيعية، الأنهار، البحار، الصحاري، الجبال و ما شابه ذلك .
- التراث الثقافي: الفنون و الفلكلور الشعبي و الاعياد المحلية و الطرب و الرقصات و الادب.
- التراث البشري: المعطيات الديموغرافية، العادات و التقاليد و ما شابه ذلك.
- الجوانب الاجتماعية: الاجتماعية، أوقات الفراغ، الإعلام و ما شابه ذلك.
- الأنشطة الاقتصادية و المالية.
- وسائل الخدمات النقل، الإيواء، المطاعم و ما شابه ذلك.
- الجوانب التنظيمية و الإدارية و السياسية.

من خلال هذين التصنيفين يمكننا القول أن العرض السياحي الساحلي يتشكل من هذه العناصر التي تكون المنتج السياحي الساحلي أو أي منتج سياحي آخر، و أنه له قاعدة عرضية تتصل بجميع قطاعات الحياة الإنتاجية و كلما تعددت و تنوعت انجازات المجتمع في أي قطاع زاد

العرض السياحي قوة و جاذبية أكبر. و التوظيف الأمثل لعناصر العرض السياحي يؤدي إلى الوصول إلى إشباع حاجات و رغبات السائحين إذا توفرت الشروط الضرورية لذلك.

2. مكونات العرض السياحي:

يتكون العرض السياحي من مجموعة متكاملة من مصادر الجذب السياحي و المتمثلة في عوامل الجذب، وسائل النقل، تسهيلات الضيافة، تسهيلات الإمداد، و خدمات البنى الأساسية، و هذه المجموعات الرئيسية تتكامل مع بعضها البعض و التي تعتبر من مكونات العرض السياحي⁽¹⁾.

تلعب عوامل الجذب دورا بارزا في توجيه السائح إلى مناطق معينة لقضاء عطلته و لقد صنفت إلى ثلاث عوامل و هي:

- العوامل الطبيعية و التي يصعب التحكم فيها تبعا لتغيرات الأذواق و متطلبات الطلب السياحي و المتمثلة في العوامل المناخية و الجغرافية و البيئية كالسواحل، السهول، درجات الحرارة، الأمطار... الخ.
- العوامل الفكرية و الاجتماعية و الثقافية: و هي تعكس ثقافة الإنسان و حضارته كالعادات و التقاليد، المناسبات و المواسم... الخ.
- العوامل التاريخية و الدينية: و يتمثل في الآثار والمناسبات الدينية، و المواسم كموسم الحج مثلا.

لفهم مكونات العرض السياحي الساحلي، يجب التطرق إلى أهمية الموارد المائية في تشكيل العرض السياحي الساحلي.

¹فتحي محمود الشرقاوي، جغرافية السياحة و الترويج، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية، 2009، ص78.

ثانيا: أهمية الموارد المائية في تشكيل العرض السياحي.

تشكل الموارد المائية بكل أنواعها العذبة أو المعدنية و من كل المصادر الممكنة سواء كانت محيطات، بحار، برك و مستنقعات، أنهار، آبار، أو عيون، منابع حجرية الرافد الأساسي لمقاصد الجذب السياحي الساحلي و من أهم هذه العناصر المشكلة للمساحة المائية.

1. الشواطئ و السواحل

لاشك أن الشاطئ تمثل العنصر الرئيسي في العرض السياحي الساحلي فهو أساس السياحة الشاطئية التي تعتبر من الأنماط السياحية الهامة و المنتشرة على نطاق واسع مما تقدمه من متعة و راحة و حيوية لمتريديها و هي تدخل كذلك ضمن نشاطات الترفيه و لعل أهم العناصر التي تساهم في جلب السياح إلى المناطق الساحلية و الشاطئية و تجعلها تمثل أكبر عرض سياحي مقارنة بأنواع السياحة أخرى⁽¹⁾ :

- قدرة المسطحات المائية الشاطئية على عكس أشعة الشمس مما يساهم في جذب السياح.
- توفر إمكانية ممارسة رياضيات مختلفة منها السياحة، الصيد، التزلج، الغطس... الخ.
- درجة انعراج السواحل و تعدد الخلجان و أشباه الجزر.
- شساعة الشواطئ المشمسة و الهواء النقي.
- وجود كائنات حية متنوعة برية و بحرية حيوانية و نباتية.
- إمكانية المعالجة بمياه البحر و كذلك وجود منابع حيوية في المناطق الساحلية.
- وجود مناخ معتدل و رطب.

كل هذه العناصر يجعل من طبيعة الشواطئ قوة جذب سياحي من طرف السياح و المستثمرين في قطاع السياحة، كما يعتبر الساحل على أنه شريط ترابي يعرض أقله 800 متر على طول

¹ نبيل زغل الحوامدة، موفق عدنان الحميري، الجغرافيا السياحية في القرن 21، دار حامد للنشر، عمان الأردن، 2006، ص:254.

البحر⁽¹⁾، و يشمل سفوح الروابي و الجبال المرئية من البحر و غير المفصولة عن الشاطئ بسهل ساحلي.

- الأراضي ذات الواجهة الفلاحية.
- الغابات أمام الساحل.
- كل المناطق الرطبة و شواطئها التي يقع جزءا منها ابتداءً من أعلى منطقة تصل إليها مياه البحر.
- المواقع الساحلية التي تظم مناظر طبيعية أو تحمل طابعا ثقافيا أو تاريخيا.

2. البحيرات الجبلية و الاصطناعية:

إن وجود البحيرات الواقعة فوق سفوح الجبال تستقل في تشيد المنشآت السياحية على ضفافها خاصة إذا كانت تتمتع بجمال ملامحها الطبيعية. كما هي بالنسبة لبحيرات شمال إيطاليا و نيو شاتل Neuchâtel و زيورخ Zurich في سويسرا... الخ، أما فيما يخص تشكل البحيرات الاصطناعية على شكل أجسام مائية واسعة تشكلت بعد إنشاء السدود على بعض المجاري المائية في عدة مواقع.

3. الجزر البحرية و المستنقعات و المسطحات المائية:

تعتبر الجزر البحرية ذات المناظر الجميلة، سمات الطبيعة المتميزة و أحد عناصر العرض السياحي الساحلي، كما هو الحال في معظم جزر البحر الكاريبي، و البحر المتوسط أما المستنقعات فهي تتصف بضخامة مياهها و كثرة النشاطات البحرية التي تحتفظها سواء كانت في خط الساحل أو في الأجزاء الداخلية للإقليم و تعتبر هذه المناطق أيضا أحد عوامل الجذب السياحي نظرا لتنوع و تعدد الكائنات النباتية و الحيوانية بها.

¹ وزارة السياحة، نصوص القانونية و التشريعية المتعلقة بالقطاع السياحي، الجزائر، 2006، ص: 200.

تمثل هذه العناصر المشكلة للعرض السياحي الساحلي أو عناصر الجذب الطبيعية و حاجات الإنسان ليست جيولوجية و انه نفسه و سيكولوجية أيضا لإشباع هذه المتطلبات يستلزم توفير مركبات أخرى للمنتوج السياحي زيادة على المؤسسات السياحية يضمها المحيط الاجتماعي و الاقتصادي⁽¹⁾

و التي تتمثل في مايلي:

- شبكات النقل الجوي، البري، النقل بالسكك الحديدية.
 - طاقات الإيواء التكميلية: بيوت الشباب المخيمات الصيفية، مساحات التخيم...الخ
 - الصناعات التقليدية.
 - ضمان أمن و راحة الأشخاص و السياح.
 - تسهيل الإجراءات الإدارية فيما يخص التأشيرة.
 - نوعية الخدمات المالية و التجارية و توفير السلع الضرورية.
- كما أن المنتوج السياحي الساحلي له مميزات خاصة تميز عن الخدمات الاجتماعية الأخرى.

ثالثا: خصائص المنتوج السياحي الساحلي

إن الهدف من السياحة هو استثمار الموارد الطبيعية و البشرية المتاحة في منطقة أو دولة، كالشواطئ الرملية، المناخ المعتدل أو المناطق الجبلية، أو العطاءات الجليدية أو الأماكن الدينية و التاريخية و الأثرية و هي بذلك لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى⁽²⁾.

لهذا يمكن ذكر بعض خصائص المنتوج السياحي الساحلي، و التي تمتاز عن أنواع العروض للسلع و الخدمات وهي :

¹ بو عقلين بديعة، مرجع سابق، ص 112.

² خالد كواش، السياحة مفهومها أركانها وأنواعها، دار التنوير للنشر و التوزيع، الجزائر، 2007، ص 43.

- العرض السياحي الساحلي غير قابل لتخزين و غير قابل للنقل و يخضع للمنافسة.
- يمتاز العرض السياحي الساحلي بتنوع و التعدد و تداخل العناصر المكونة له فهو منتج مركب و معقد يتكون من المكونات الطبيعية و السلع و الخدمات.
- تعدد المنتجين الذين يشاركون في العرض السياحي الساحلي.
- العرض السياحي غير من إلا أن العرض السياحي الساحلي قد يستفيد من بعض الاستثناءات لإضفاء طابع من المرونة نذكر منها استخدام المخيمات لتوسيع طاقات الإيراد و كذلك استخدام الفنادق العائمة في فترات الندرة.
- يعتمد العرض السياحي الساحلي بالدرجة الأساس عرض للخدمات و التي تشكل كل من خدمات النقل، الإيواء، الإطعام، اللهو و التسلية، و الترفيه...إلخ.
- يتأثر العرض السياحي الساحلي غير قابل للتخزين فالزبون يضطر إلى أن يتنقل إلى مكان السلعة للحصول عليها أو القيام بعملية الاستهلاك.
- إن مكونات العرض السياحي الساحلي الأساسية هي المناخ و الطبيعة و الآثار أي عرض طبيعي ثابت لا يتأثر كثيرا بالمعطيات الاقتصادية و العرض السياحي القانوني هو عرض الخدمات السياحية الساحلية التي تنتج⁽¹⁾، و لها تكلفة تتأثر بالعوامل الاقتصادية ذات علاقة بإنتاج الخدمات.

رابعا: الإمكانيات السياحية الساحلية في الجزائر معطيات طبيعية و جغرافية.

تعتبر الجزائر أكبر بلد إفريقي و عربي من حيث المساحة و العاشرة عالميا تقدر مساحتها ب 2.381.741 كلم²(2). تطل على البحر الأبيض المتوسط شمالا يحدها من الشرق تونس و ليبيا و

¹مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة و الأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص98.

² موسوعة القرن، دار المتوسطية للنشر، الطبعة الثالثة، تونس 2013، ص702.

من الجنوب مالي و النيجر و من الغرب المغرب و الجمهورية العربية الصحراوية و موريتانيا و سميت قبل بالجزائر في مزغنة نظرا لوجود أربعة جزر صغيرة غير بعيدة عن ساحل البحر.

شاع سابقا أن طول ساحل الجزائر يبلغ 1200 كلم و لكن حسب آخر تقرير صدر عن محافظة السواحل الجزائرية أن الطول الفعلي و الرسمي للساحل الجزائري يقدر ب 1644 كلم¹ أي بزيادة 444 كلم و ذلك باحتساب الالتواءات و الاحتدات و هذا ما يساهم في زيادة العقار السياحي الموجه للاستثمار السياحي الساحلي و ينعش السياحة الساحلية، و قد بلغ عدد سكان الجزائر في نهاية 2013 أكثر من 34 مليون نسمة حيث أنه أكثر من 40% من السكان يعيشون في الولايات الساحلية.

و يتميز مناخ المناطق الساحلية الجزائرية بمناخ متوسطي يمتد من الشرق الشمالي إلى الغرب الشمالي يتميز بشتاء ممطر دافئ نسبا تتراوح درجة الحرارة ما بين 21° و 24° صيفا و 2° حتى 12° شتاءا.

إن أهم الولايات السياحية الساحلية هي أربعة عشر ولاية: الطارف، عنابة، سكيكدة، جيجل، بجاية، تيزي وزو، بومرداس، الجزائر، تيبازة، شلف، مستغانم، وهران، عين تيموشنت و تلمسان حيث تمتاز بشواطئها الجميلة النظيفة ذات الهواء و الشمس و الطقس المتوسط المعتدل.

كما يمكن تطوير عدة منتجات سياحية في الساحل الجزائري كالسياحة الجبلية، المناخية، السياحة الثقافية كتتنوع التراث الثقافي من الشرق إلى الغرب و المعالم الأثرية المختلفة، السياحة الرياضية، سياحة المؤتمرات، سياحة الأعمال، ضف إلى ذلك السياحة الشاطئية كل هذه الأنواع نجدها مجتمعة في الساحل الجزائري و كذلك السياحة الجهوية.

¹ حسب الموقع الإلكتروني WWW.DJAZAIRESS.COM. تم الاطلاع عليه: 2013/11/12

المطلب الثاني: أثر مناخ الاستثمار السياحي على العرض للقطب السياحي الساحلي شمال شرق.

يتكون القطب السياحي الساحلي شمال شرق من 15 ولاية منها 04 ولايات ساحلية هي: جيجل، سكيكدة، عنابة و الطارف، و فيما يلي نستعرض أهم الانجازات و أهم العراقيل التي تواجهها هذه المنطقة من خلال التطرق إلى وضعية الاستثمارات الساحلية في المنطقة ووضعية الفنادق و وكالات السياحة و الأسفار، و وضعية المنابع الجهوية ثم هياكل الصناعات التقليدية.

أولا: الاستثمار الخاص

يحتل الاستثمار الخاص المحلي أو الأجنبي حيزا كبيرا في إستراتيجية تنمية القطاع السياحي بالجزائر لكن الاهتمام من طرف المستثمرين مازال محتشما رغم التحفيزات المتوفرة. و هذا من خلال دراسة حالة الاستثمارات السياحية الساحلية للقطب السياحي شمال شرق و هذا ما توضحه المعطيات المتعلقة بعملية الاستثمار.

من خلال الجدول أدناه يمكن معرفة حالة الاستثمارات السياحية الساحلية من خلال الحصيلة السنوية لوزارة السياحة و الصناعات التقليدية خلال سنة 2011 للقطب السياحي الساحلي شمال شرق.

جدول رقم(15) حالة الاستثمارات السياحية الساحلية للقطب السياحي شمال شرق الجزائر لسنة

2011

عدد المشاريع التي يتم الانطلاق في انجازها			الرد على الملفات من طرف الوزارة			عدد الملفات المحمولة إلى الوزارة	عدد طلبات الاستثمار	الولايات الساحلية
عدد مناصب الشغل	عدد الأسرة	العدد	موجلة	مرفوضة	مقبولة			
-	-	-	02	-	02	04	05	جيجل
102	176	02	06	04	02	13	02	سكيكدة
03	12	01	03	03	-	06	04	عناينة
08	28	01	-	-	-	-	03	الطارف
113	216	04	11	07	04	23	14	المجموع: 04

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من المرجع التالي: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية، حصيلة قطاع السياحة و الصناعة التقليدية للقطب السياحي شمال شرق 2011، ص: 01-03

من خلال الجدول أعلاه بين لنا ضعف طلبات الاستثمار لسنة 2011 و المقدرة ب 14 طلب للاستثمار ثم الرد على 04 ملفات بالقبول من طرف الوزارة الوصية و رفض 7 و تأجيل 11 ملف، كذلك تحويل 23 ملف يعني أن 09 ملفات كانت في الانتظار لسنوات السابقة لم تحرك للبحث فيها و فيما يخص عدد المشاريع التي تم الانطلاق في انجازها فهي 04 مشاريع التي تساهم في خلق 216 سرير و 113 منصب شغل و هذا مستوى ضعف بالنسبة للإمكانيات الساحلية التي تتمتع بها هذه الولايات الشرقية.

جدول رقم (16) عدد الفنادق المستلمة و التي دخلت حيز الاستغلال و التصنيف للقطب الشمالي الساحلي الشرقي.

وضعية الفنادق المغلقة	عدد الفنادق المصنفة		عدد المشاريع التي دخلت الاستغلال	عدد المشاريع المستلمة	الولايات الساحلية للقطب السياحي الشرقي
	فيد التصنيف	مصنفة			
01	-	-	01	01	جيجل
-	-	-	-	-	سكيكدة
01	36	-	-	-	عنابة
03	08	10	01	01	الطارف
04	44	10	02	02	المجموع:04

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من المرجع التالي: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية، حصيلة قطاع السياحة و الصناعة التقليدية للقطب السياحي شمال شرق 2011، ص:06-07

من خلال الجدول أعلاه يمكن القول أن هناك مشروعين تم استلامهما في سنة 2011 و دخلا الاستغلال لكنى في المقابل نرى أنه هناك 04 فنادق تم غلقهم لأسباب تعود إلى الاستغلال بدون رخصة و عدم تسوية الوضعية القانونية للفندق مثلا في جيجل، أمّا في عنابة فكان سبب الغلق هو نزاع قضائي و الطارف كان سبب الغلق هو عدم توفر معايير التصنيف و نفس السنة تم برمجة 44 فندق للتصنيف و صنفت 10 فنادق و هذا ما يعكس بيروقراطية الإدارة و تأخر الهياكل السياحية الساحلية في القطب الشرقي لولاية الجزائر، رغم الإمكانيات السياحية الهائلة و مقومات الجذب الساحرة، هذا ما يعكس عدد الإقبال و ضعف مناخ الاستثمار السياحي الساحلي في المنطقة.

ثانيا: مجال وكالات السياحة و الأسفار لقطب السياحي الساحلي شرق

تلعب وكالات السياحة و الأسفار دور مهم في عملية ترقية و تنظيم و تسويق المنتج السياحي و تحتل مكانة هامة في القطاع السياحي نظرا للدور الذي تلعبه في مجال الحجز و

التعريف و التسويق السياحي لهذا سوف نعرض وضعية وكالات السياحة و الأسفار للقطب السياحي شمال شرق لسنة 2011 حسب الولايات الساحلية الشرقية.

جدول رقم (17) عدد طلبات الاعتماد و الملفات المقبولة لوكالات السياحة و الأسفار في القطب الشمالي الساحلي الشرقي.

عدد الملفات المدروسة			عدد الملفات المحولة إلى الوزارة	عدد طلبات الاعتماد	الولايات الساحلية للقطب الشمالي شرق
تأجيل	رفض	قبول			
02	01	01	04	04	جيجل
03	04	04	11	07	سكيكدة
03	01	06	13	13	عنابة
02	-	-	03	03	الطارف
10	06	11	31	27	المجموع:04

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من المرجع التالي: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية، حصيلة قطاع السياحة و الصناعة التقليدية للقطب السياحي شمال شرق 2011، ص:11-12

من هنا نلاحظ أن أكثر من 40% من طلب اعتماد الوكالات الساحلية تم قبولها و تم رفض و تأجيل حوالي 60% من طلبات الاستثمار في وكالات السياحة و السفر في سنة 2011 حسب المناطق الساحلية ، وهذا يدل كذلك على العراقيل المتمثلة في عدم وضع ضوابط شفافة لتسهيل و تمكين الأشخاص الذي يريدون الحصول على الاعتماد من خلال المديرية الولائية و عدم جعلها مركزية في الوزارة الوصية.

ثالثا: المنابع الجهوية في المناطق السياحية الساحلية شمال شرق:

يمكننا توضيح ذلك من خلال الجدول أدناه الذي يبين وضعية المنابع الحموية في المناطق الساحلية لشمال شرق الجزائر.

جدول رقم (18) المنابع الحموية المستغلة و غير المستغلة في المناطق الساحلية الشرقية

عدد المؤسسات المتحصلة على عقد الامتياز		عدد المؤسسات الجهوية		عدد المنابع غير المستغلة	عدد المنابع المستغلة	الولايات الساحلية للقطب السياحي شمال شرق
القبول	الطلب	عدد المحطات	عدد الحمامات			
-	-	-	-	-	-	جيجل
-	-	-	2	01	01	سكيكدة
-	-	-	-	-	-	عنابة
-	-	-	4	02	04	الطارف
0	0	0	6	03	05	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من المرجع التالي: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية، حصيلة قطاع السياحة و الصناعة التقليدية للقطب السياحي شمال شرق 2011، ص: 13-14

يبين الجدول أعلاه ضعف استغلال المنابع الجهوية في هذه المناطق و أن يمكن القول أنها منعدمة و هذا ما يعكس غياب الاهتمام الكلي لهذا النوع من السياحة الذي يعرف تطورا كبيرا في الدول المجاورة و أهميته فيما يخص السياحة الصيفية و الاستجمام و كذلك الطلب الداخلي المتزايد على هذا النوع من السياحة و هذا ما يفسر 50% من المنابع الجهوية غير المستغلة حسب الجدول أعلاه.

رابعا: وضعية الهياكل الصناعة التقليدية للقطب السياحي شمال شرق لسنة 2011

تعتبر الصناعات التقليدية أحد دعائم السياحة من خلال ما توفره من منتجات تقليدية و تذكارية تساهم في تنشيط الحرف و كذلك التعريف بالمنتوج الوطني الأصلي، و يتمثل في مختلف

التحف التذكارية و الرسومات و النقش على النحاس و غيرها من المنتجات التي تجلب اهتمام السائح في أي منطقة من الوطن.

جدول رقم (19) وضعية هياكل الصناعة التقليدية للقطب السياحي شمال شرق

الولايات الساحلية للقطب السياحي شمال شرق	عدد الهياكل قيد الانجاز	عدد الهياكل المستلمة	عدد الهياكل التي لم تدخل بعد في الاستغلال
جيجل	02	0	02
سكيكدة	01	0	0
عنابة	-	-	-
الطارف	01	-	-
المجموع	04	-	02

المصدر: من من إعداد الباحث انطلاقا من المرجع التالي: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية، حصيلة قطاع

السياحة و الصناعة التقليدية للقطب السياحي شمال شرق 2011، ص:15

من خلال الجدول أعلاه و نظرا لخصوصية المنطقة و توفر المواد الأساسية للقيام بجميع النشاطات الوطنية و خاصة صناعة الفخار و النقش على الخشب...الخ.

إلا أن هياكل الصناعة التقليدية شبه منعدمة و هي مازالت لم تدخل الخدمة لهذا نجد وجود هدايا مصنعة مستوردة من الخارج تباع للسائح لتعويض العجز و النقص في عرض منتج الصناعات الترفيه و التقليدية.

خامسا: استعمال الفنادق من طرف السياح الأجانب و المواطنين الجزائريين في مناطق القطب الساحلي الشمالي شرق.

من خلال الجدول أدناه يمكن معرفة الطلب على الفنادق من خلال وصول الجزائريين و الأجانب و التحاقهم بهياكل الفندقية الموجودة في هذه الولايات الساحلية من خلال الوصول و عدد الليالي.

جدول رقم (20) نشاط الفنادق من خلال الوصول و عدد الليالي للجزائريين و الأجانب في القطب الشمال شرقي

نشاط الفنادق سنة 2011				الولايات الساحلية للقطب شمال شرق
أجانب		جزائريين		
الليالي	الوصول	الليالي	الوصول	
4712	1348	80743	46500	جيجل
12020	3255	49059	26754	سكيكدة
34263	15019	177916	121520	عناية
23833	1075	40428	20543	الطارف
74828	20737	348146	215317	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من المرجع التالي: وزارة السياحة و الصناعة التقليدية، حصيلة قطاع السياحة و الصناعة التقليدية للقطب السياحي شمال شرق 2011، ص: 07-08

من خلال الجدول نلاحظ تفوق السياح الجزائريين في استعمال الفنادق الموجودة في الولايات الساحلية السياحية من خلال عدد السياح الجزائريين البالغين 215317 سائح بينما كان وصول السياح الأجانب هو 20737 و بعدد الليالي البالغة على التوالي 348146 بالنسبة للجزائريين و

74828 بالنسبة للأجانب و هذا يعكس كذلك ضعف استعمال الفنادق أو نقص هذه الهياكل في هذه المنطقة السياحية الساحلية للقطب السياحي شرق.

سادسا: الشواطئ المسموحة للسباحة في القطب السياحي شمال شرق.

يتكون من 22 شاطئ هي في ولاية جيجل مسموحة للسباحة على طول 120 كلم من الساحل الجيجلي، كذلك 22 شاطئ مسموح للسباحة لولاية سكيكدة على طول ساحلي 145 كلم، و 20 شاطئ مسموح للسباحة في ولاية عنابة على 140 كلم وأخيرا 09 شواطئ مسموحة للسباحة على طول 590 كلم من الشريط الساحلي الجزائري المقدر ب 1644 باحتساب الالتواءات .

و 357 شاطئ مسموح للسباحة في الولايات الساحلية، مع العلم أنه توجد عدة شواطئ أخرى لكن لعدم وجود الممرات إليها لم تحتسب في عدد الشواطئ المسموحة للسباحة و قد تتضاعف إلى النصف في حالة التهيئة و إرفاقها بالمرافق الضرورية كالحماية المدنية و الشرطة و المرافق الصحية، كما يمكن تطوير السياحة الشاطئية من خلال ممارسة السياحة الرياضية الشاطئية، و استعمال زوارق للتنقل بين الجزر الموجودة في هذه السواحل الخلابية.

ان كل هذه المعطيات تحتاج إلى جذب أكبر من طرف المستثمرين للتعرف على الفرص المتاحة في الاستثمار السياحي و كذا إمكانية تطوير القطاعات الأخرى منة خلال عملية تنمية السياحة و السفر في المناطق السياحية الساحلية. من خلال واقع المناطق الساحلية لشمال شرق الجزائر أكثر ما نلاحظه هو غياب شبه تام للمرافق و المركبات السياحية ذات المستوى العالي ماعدا في ولاية عنابة، لكن تبقى صعبة جدا و لا تلبي حاجات السياحة الداخلية و الخارجية ، لهذا مازالت عذراء تنتظر التدعيم و الاهتمام من طرف السلطات العمومية للنهوض بهذا القطاع و جعله يساهم أكثر في خلق الثروة و المساهمة في طلب العملة الصعبة خارج قطاع المحروقات.

المطلب الثالث: دور المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 في تحقيق إستراتيجية التنمية السياحية

يهدف هذا المخطط إلى إنعاش السوق السياحية في الجزائر عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز أو القرى السياحية المدرجة ضمن المشاريع ذات الأولوية المدعومة بمخطط النوعية و الشراكة بين القطاع العام و الخاص، إضافة إلى مخطط التمويل السياحي.

أولاً: مخطط وجهة الجزائر.

تعاني الجزائر من غياب الصورة و الاستثمار السياحي لهذا تم وضع مخطط من أجل تعزيز جاذبية الجزائر، يتموقع على مستوى الأقطاب السياحية من خلال الترقية و الإعلام لتصبح وجهة سياحية واعدة تركز على الابتكار و النوعية و يتم ذلك من خلال تعزيز جاذبية وجهة الجزائر على مستوى الأسواق المطلوبة المحافظة عليا.و كذلك السكان المحليين المستهدفين في السياحة الداخلية، و ذلك من خلال منح الأولوية للأسواق الواعدة المطلوبة و حصر الفروع و المنتج الواجب تطوره.

ثانياً: الأقطاب السياحية للامتياز.

القطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، الترفيهية، الأنشطة السياحية، و الدورات السياحية بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية و يستجيب لطلب السوق و يتمتع بالاستقلالية و تعدد الأقطاب من خلال دمج العوامل الاجتماعية، الثقافية و الأخذ بتوقعات طلبات السوق، و قد حدد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة سبعة أقطاب سياحية:

● **القطب السياحي للامتياز شمال شرق:** عنابة، الطارف، جيجل، سكيكدة، قالمة، تبسه، سوق أهراس.

● **القطب السياحي للامتياز شمال وسط:** الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، شلف، عين الدفلى، البويرة، بجاية، تيزي وزو.

● **القطب السياحي للامتياز شمال غرب: مستغانم، وهران، عين تيموشنت، تلمسان،**

معسكر، سيدي بلعباس، غيليزان

● **القطب السياحي للامتياز جنوب شرق: الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعية.**

● **القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: ألوات، القرارة، طرف القصور، أدرار، تميمون،**

بشار

● **القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: طاسيلي، إيليزي، جانات**

● **القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: أدرار، تماراست**

يتم توفير منتجات سياحية متنوعة و متكاملة من أجل الاستجابة لتوقعات الزبائن و هذا من خلال توفير سياحة متنوعة و تسهيل عملية الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني من خلال إنشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على الاستدامة و تنمية القطاع.

ثالثا: مخطط النوعية السياحية

يحتاج العرض السياحي إلى تطوير النوعية من أجل المحافظة على تنافسية القطاع من خلال تكوين و التعليم و إدراج تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في تطوير المنتج السياحي يشمل مخطط النوعية السياحية على مايلي:

- تحسين نوعية و تطوير العرض السياحي.
- منح رؤية جديدة للمحترفين.
- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية.
- ترقية وجهة الجزائر كوجهة نوعية.
- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية و تأهيل المؤطرين البيداغوجيين.
- إعداد مقاييس امتياز للتربية و التكوين.
- الابتكار و استعمال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال في مخطط النوعية السياحية.

رابعاً: مخطط الشراكة العمومية الخاصة.

لا يمكن تنمية السياحة دون تعاون بين القطاع العام و الخاص و تتمثل الشراكة عندما يستجيب كل طرف للأخر إيجاباً من خلال الاستجابة للطلب الجماعي للمنتجات السياحية، فالدولة تمارس دورها في تهيئة الإقليم و حماية المناظر العامة و المنشآت القاعدية و وضعها في خدمة السياحة. كأنها تسهر على النظام العام و حفظ الأمن و حماية المتاحف و الآثار السياحية من الإهمال و النصب، فواجب القطاع الخاص تثمين و تسويق المنتجات السياحية و العمل على خلق الثروة و ضمان أساسيات الاستثمار السياحي، ولهذا يسعى مخطط الشراكة إلى تنسيق الجهد بين القطاع العام و المستثمرين من خلال تجسيد لقاءات للتشاور و تبادل الرأي من أجل خلق تنافسية قوية للقطاع السياحي و تذليل أو القضاء على الصعوبات التي يواجهها الطرفين و جعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية و تنافسية في المجال السياحي مع باقي دول العالم.

خامساً: مخطط تمويل السياحة.

يرتكز مخطط تمويل السياحة على أن الاستثمارات السياحية تتطلب أموال كبيرة و العائد يكون على المدى البعيد أي أنها استثمارات تحتاج إلى رأسمال كبير و لهذا ولتقليل التكاليف و دعم تمويل الاستثمار السياحي على المستثمرين بأن محتوى مخطط التمويل هو:

- تخفيف إجراءات منح القروض و تخفيض فترة الاستيراد من 5 إلى 12 سنة في القطاع السياحي من خلال التمديد من مدة القرض.
- دعم و مساندة المؤسسات و الاستثمارات السياحية من خلال التكوين، إنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمار، بنك الاستثمار السياحي مثلاً.
- مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع من خلال المساعدة في اتخاذ القرار، و تقدير المخاطر و تمويل عتاد الاستغلال

ومنه نستنتج أن الصورة القائمة عن الحالة السياحية للجزائر ككل أو الساحلية تتطلب مجهودات جبارة من طرف جميع الفاعلين في السياحة، و إشراك جميع القطاعات الأخرى التي تساهم مباشرة

أو غير مباشرة من أجل تحسين صورة الجزائر السياحية و ذلك بالاعتماد على المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة الذي يعمل على تلمين صورة الجزائر و جعلها وجهة سياحية مفضلة لدى المواطنين و كذا الأجانب من خلال توفير هياكل سياحية تنافسية تستجيب للطلب المحلي و تكون في مستوى الطلب العالمي استجابة للفرص و الإمكانيات السياحية الهائلة التي تزخر بها الجزائر غير المستغلة و المهملة و التي تعتبر فرصة ضائعة بالنسبة للجزائر من أجل تنويع الصادرات و الخروج من الاعتماد على النفط في المداخل بالعملة الصعبة و كذلك تحسين النوعية التي أضحت أكثر من ضرورة لهذا يستوجب القيام بالتدريب و التكوين المستمر في القطاع السياحي و بناء منشآت سياحية ضخمة في كل مناطق الوطن للاستفادة المثلى من المنتج السياحي الجزائري و ضمان التنمية المتكاملة للقطاع السياحي و زيادة الجهود المبذولة من خلال تهيئة مناطق التوسع السياحي البالغ عدد 207 منطقة توسع سياحي، و حمايتها من التخريب و الزحف العمراني.

خلاصة:

يعكس تدفقات الإستثمار بشتي أنواعه في إقتصاد ما، على مدى قدرة مناخ الإستثمار على إستقطاب وجذب الذي يتمتع به المناخ الإستثمار في بلد ما.

يحاول مؤشر ضمان لجذب الإستثمار العربية لضمان الصادرات و إعطاء تغيير واقعي عن تمرکز هذه الإستثمارات جغرافيا و البحث عن نقاط القوة والضعف عند مختلف البلدان ولعل الجزائر من بينها، ولكنها وحسب المؤشر تعاني من ضآلة تدفقات الإستثمار الأجنبي إليها، وهذا راجع إلى ضعف مؤشر ضمان لجذب الإستثمار، وذلك فهي -الجزائر -

مرتبة الترتيب الأخير عربيا لضعف مستوى الأداء السياحي مقارنة مع نظيرتها العربية و الدولية، وهذا ما يعكس ضعف الصادرات خارج المحروقات إذ تمثلت 2 في الإقتصاد و 98 هي صادرات المحروقات

تساهم السياحة في تنمية الإقتصاد لهذا قمنا بدراسة مؤشر السياحة والسفر الذي يبين المتغيرات التي تؤثر في السياحة و السفر بالجزائر و الدول العربية منه معرفة نقاط الضعف و نقاط القوة احتلت الجزائر المراتب الاخيرة في المؤشر قبل موريطانيا و اليمن، رغم الإمكانيات والقدرات السياحية الهائلة التي تتمتع بها .

إن ضعف الجزائر في السياحة و السفر يتمثل في نقص هياكل الأيواء وتدني مستوى الخدمات السياحية وإرتفاع الأسعار مما يستدعي تنويع وزيادة العرض السياحي الساحلي نظرا للإهمال المتزايد للمعالم السياحية الساحلية، وتسريع وتيرة إنجاز الهياكل السياحية بمقاييس عالمية تليق بالمكانة السياحية الساحلية حسب ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030 (SDAT)

الذي يهدف إلى تنويع العرض وتحسين نوعية الخدمات السياحية، وتشجيع الإستثمار وتحقيق أهداف التنمية المستدامة ، وتحسين ترتيب الجزائر في مؤشر السياحة والسفر وإشباع حاجات السياح المحليين والاجانب.

الخاتمة

الخاتمة

أدخلت الجزائر تغييرات عميقة على الإقتصاد وذلك من خلال الانتقال من الإقتصاد الموجه إلى إقتصاد السوق، وخلق بيئة إستثمارية مناسبة تساهم في إستقطاب الإستثمارات في جميع القطاعات. يكتسي الإستثمار السياحي أهمية إقتصادية بالغة، من خلال الدور الذي يلعبه في إيجاد الحلول لمختلف الأزمات أو المشكلات المتعددة التي تواجه الدولة الجزائرية ، فيمكن للإستثمار السياحي من الزيادة في الدخل الوطني و العملة الأجنبية وتقليص من حجم البطالة، و المساهمة في التنمية المستدامة، وتحفيز القطاعات الإقتصادية الأخرى بطريقة مباشرة وغير مباشرة نظرا لتعدد وتنوع مجالات الإستثمار فيه، ولعل من أهم العوامل التي تساعد على تطوير القطاع هو توفير المناخ الإستثماري الملائم الذي يمكن المستثمر المحلي و الأجنبي من التمتع وتجسيد مشاريعه المختلفة.

شرعت الجزائر في مجموعة من الإصلاحات الإقتصادية بإتفاق مع الهيئات الدولية، تهدف إلى إعادة التوازنات الإقتصادية، وإصلاحات للجهاز المصرفي، ومختلف برامج الخوصصة و الشراكة في القطاع السياحي، إضافة إلى إصدار قوانين تساهم في خلق المناخ الإستثماري المدعم للقطاع السياحي. و قد قامت الجزائر بسن القوانين الخاصة بالإستثمار بدءا بقانون الإستثمار لسنة 1993، الذي يهدف إلى وضع مختلف التحفيزات و الضمانات اللازمة لإستقطاب المستثمرين المحليين و الأجانب في المجال السياحي بصفة عامة و السياحة الساحلية بصفة خاصة، كذلك يشارك عدة إستراتيجيات لتطوير القطاع وعرض عدة مركبات سياحية للخوصصة ،من أجل رفع الأداء الإقتصادي للمنشأة السياحية وعملت الجزائر كذلك على المستوى السياسي و الأمني على تحقيق الإستقرار السياسي و الأمني الذي عرفته البلاد بعد المصالحة الوطنية، ومالها من أثر على تحسين الأوضاع السياسية و الأمنية للبلاد وكذلك على السياحة في الجزائر.

كل هذه الإجراءات أثرت على محددات مناخ الإستثمار السياحي، ولكنها لم تكن كافية لتحسنه و ترفيقته وجعله يساهم في جذب إستثمارات كثيرة في القطاع السياحي، هذا ما تم معرفته من خلال مؤشر ضمان لجذب الإستثمار بصفة عامة، ومؤشر السياحة و السفر الذي يبين ترتيب الجزائر في المراتب الأخيرة عربيا ودوليا للسياحة و السفر، و السبب الرئيسي هو ضعف أداء الإقتصادي من جهة وعدم قدرة مناخ الإستثمار السياحي على جذب إستثمارات إضافية رغم الإمكانيات الهائلة و الغير المستغلة في القطاع السياحي في الجزائر.

تسعى الجزائر إلى رفع أداء القطاع السياحي وتحسين العرض السياحي من خلال إصدار المخطط التوجيهي لتنمية السياحة 2030 تحسين العرض وتنافسية القطاع من تحسين وتطوير نوعية الخدمات السياحية لتحقيق جودة الخدمات السياحية، لكن من خلال دراسة حصىلة نشاط السياحة لقطب شمال شرق تبين لنا أن هناك عراقيل في مختلف المجالات السياحية و التي تحد من إمكانية تطوير العرض السياحي الساحلي و ينتج عنه مناخ إستثمار سياحي ساحلي غير ملائم يساهم في تنفير المستثمرين عوض جذبهم.

و فيما يلي أهم النتائج المتوصل إليها من خلال دراستنا هذه:

01- الإستثمار السياحي عملية تكتسي أهمية كبيرة في النشاط الإقتصادي، لما لها من أثر مباشر وغير مباشر على الإقتصاد .

02- مناخ الإستثمار السياحي الساحلي لا يقتصر على مفهوم سياسات الإستثمار فحسب، بل يمتد ليشمل كل ما يحيط بالعملية الإستثمارية و يؤثر عليها، سواء من الجانب الإقتصادي أو الجانب السياسي و الأمني و الجانب التشريعي و الجانب الإجتماعي و الثقافي، و بالتالي فهو حوصلة لكل العوامل المشكلة للمشروع الإستثماري ككل و يؤثر عليها.

03- رغم توفر الإستقرار السياسي و الأمني إلا أن الأداء الإقتصادي للجزائر يبقى ضعيف مقارنة بالدول العربية، لهذا يتوجب العمل أكثر من أجل تحسين الأداء.

04- وضع القوانين وتقديم الإعفاءات الجبائية لم تكن كافية لإقناع المستثمرين المحليين أو الأجانب في الإستثمار في القطاع السياحي، وهذا ما جعل مناخ الإستثمار غير ملائم ويواجه عدة عراقيل تحدّ من إمكانيات إستقطاب المستثمرين.

05- التأخر في تحسين صورة الجزائر ينقص من ثقة المستثمرين المحتملين في القطاع السياحي، و بالتالي تساهم في تنفير المستثمرين المحليين أو الأجانب.

06- ترتب الجزائر في المراتب الأخيرة لمؤشر ضمان الإستثمار، مما يدل على عدم ملائمة المناخ الإستثماري لتطورات و بالتالي فهو مازال قابل للتحسين و التطوير.

07- تداخل المهام بين القطاعات يؤدي إلى تصادم المصالح وتعدد التوصيات ، هذا ما يخلق البيروقراطية و المحسوبية و الفساد الإداري الذي يؤثر على مناخ الإستثمار السياحي.

08- عدم نجاح برنامج الخوصصة و المشاركة في القطاع السياحي ساهم في إعطاء نظرة سلبية على مناخ الإستثمار السياحي الساحلي، وما إذا كانت إرادة سياسية لإنسحاب الدولة من القطاع السياحي، وفتح المجال للمادرة الخاصة أم لا.

09- ترتيب الجزائر الأخير لمؤشر السياحة و السفر، يدل على عدم مساهمة القطاع في التنمية الإقتصادية و يبرز نقاط القوة المتمثلة في المعطيات الطبيعية ونقاط الضعف و المتمثلة في عدم الإستغلال الأمثل للموارد وضعف تامين المواقع و المعالم السياحية والسبب يرجع إلى عدم توفر مناخ ملائم للسياحة كذلك.

10- يمكننا القول أنّ مناخ الإستثمار السياحي مازال غير قادرا على تطوير السياحة الساحلية في الجزائر نظرا لقلّة العرض و بالتالي إرتفاع الأسعار ونقص الخدمات السياحية، ورداءة النوعية رغم وجود طلب متنامي على السياحة الساحلية.

11- تنوع المنتج السياحي الساحلي في الجزائر وإمكانية الإستفادة من عدة منتجات أخرى كالسياحة الجبلية، السياحة المناخية، سياحة الأعمال، السياحة الحموية، السياحة الشاطئية، تبقى ضعيفة مقارنة بالدول المجاورة، وهذا راجع إلى عدة عوامل منها ضعف المناخ الإستثماري في الجزائر حيث لا يمكن تطوير السياحة بدون تطوير القطاعات الأخرى، وبالتالي تحسين مناخ الإستثمار السياحي مرتبط بتحسين مناخ الإستثمار للقطاعات الأخرى.

التوصيات و الإقتراحات:

1- تشجيع المستثمرين في القطاع السياحي أكثر، وهذا بمنح تحفيزات وإمميزات كبيرة للإستثمار فيه، نظرا لخصوصية القطاع مع القطاعات الأخرى و جعلها تخدم الساحة بالدرجة الأولى.

2- تطوير وزيادة العرض السياحي الساحلي و تامين الوجهات الغير المعروفة وخلق خدمات متنوعة من أجل التقليل من موسمية المنتج السياحي الساحلي؛

3- الوقوف على الإنجازات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لسنة 2030 .

4- التركيز على التكوين و التأهيل من أجل تحسين النوعية وزيادة تنافسية القطاع؛

5- ربط الولايات الساحلية بالنقل البحري عن طريق فتح خطوط النقل البحري عبر الولايات الساحلية، وتوفير بواخر النقل للمسافرين.

6- الإحتكاك بالفاعلين في القطاع وقيام تقييم دوري من أجل تحسين الأداء وحل المشاكل العالقة.

أفاق البحث:

فيما يلي بعض المواضيع المقترحة للباحثين قصد مواصلة البحث مستقبلا في هذا الموضوع

- دراسة متغيرات مناخ الإستثمار على الإستثمار السياحي في الجزائر؛

- تقييم مناخ الاستثمار السياحي في الجزائر؛

- أثر مناخ الإستثمار على الإستثمارات الساحلية في الجزائر؛

- أثر مناخ الأستثمار على تنافسية القطاع.

قائمة المراجع و
الملاحق

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1- الكتب:

- 1 - حسين عمر، الإستثمار والعولمة، دار الكتاب الحديث، القاهرة
- 2- عمر صخري، التحليل الإقتصادي الكلي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1993
- 3 - فضيل محمود الشراورة، الإستثمار في بورصة الأوراق المالية، الأسس النظرية والعلمية، دار وائل للنشر، الأردن، 2008
- 4- حسين عمر، مبادئ علم الإقتصاد، تحليل كلي وجزئي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1991
- 5- محمد مطر، إدارة الإستثمارات الإطار النظري، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 1999
- 6- محمد شريف إيمان، محاضرات في النظرية الإقتصادية الكلية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003
- 7- عبد الوهاب جودة، الإستثمار السياحي والمجتمع في ظل سياسات الإصلاح الإقتصادي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000
- 8- موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل والإستثمار في صناعة السياحة
- 9- صلاح الدين عبد الوهاب، اقتصاديات السياحة والفنادق، الإسكندرية، 1992
- 10- حمدي عبد العظيم، اقتصاديات السياحة، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 1992
- 11- صبري عبد السميع، اقتصاديات السياحة، القاهرة، 1998
- 12- حميد عبد الغني الطائي، أصول صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2009
- 13- جلييلة حسن حسين، اقتصاديات السياحة، دار الجامعية للنشر، الاسكندرية، 2000
- 14- ماهر عبد الخالق السيسي، صناعة السياحة الآثار والمبادئ، مطابع الولاء الحديثة، مصر، 2003
- 15- مروان السكر العدوان، مختارات من الإقتصاد السياحي 'سلسلة الإقتصاد السياحي الجزء الخامس'، دار مجدلاوي للنشر، عمان، 1998
- 16- سعيد البطوطي، إدارة الفنادق، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2002
- 17- مولود ديدان، مدونة النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بقطاع السياحة، دار بلقيس، الدار البيضاء، الجزائر، 2007
- 18- وفاء أحمد الياس، النقل والسياحة، دار الهاني للطباعة والنشر، القاهرة، 2003
- 19- يسرى دعيبس، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، مطبعة فجر الاسلام الطبعة الأولى، الاسكندرية، 2003
- 20- صبري عبد السميع، إحصائيات صناعة السياحة، الهامش للطباعة، القاهرة، 2002
- 21- سحر التهامي، الأثر الحقيقي لقطاع السياحة على الإقتصاد، المركز المصري للدراسات الاقتصادية، القاهرة، 2000

- 22- مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار مؤسسة رسلان، سوريا، 2009
- 23- صلاح الدين عبد الوهاب، تخطيط الموارد السياحية، دار الشعب للصناعة والطباعة والنشر، القاهرة، 1988
- 24- عمروش محمد شلغوم، دور المناخ الاستثماري في جذب الإستثمار الأجنبي المباشر إلى الدول العربية، مكتبة حسن العصرية، لبنان، 2012
- 25- نزيه عبد المقصود محمد مبروك، محددات وضمانات جذب الإستثمارات الأجنبية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2010
- 26- مصطفى عز العرب، الإستثمارات الأجنبية دراسة مقارنة لتحديد مركز مصر التنافسي، الجمعية المصرية للإقتصاد السياسي والإحصاء والتشريع، القاهرة، 1988
- 27- زاد شكور صالح، الإستثمار الأجنبي سبل إستقطابه وتسوية منازعاته، دار الكتاب القانوني، مصر، 2011
- 28- نزيه عبد المقصود، محمد مبروك، محددات وضمانات جذب الإستثمارات الأجنبية
- 29- علي إبراهيم الخضر، إدارة الأعمال الدولية، دار المؤسسة، سلان للطباعة والنشر، سوريا، 2010
- 30- صلاح الدين عبد الوهاب، السياسة القومية للتسويق السياحي، القاهرة، 2001
- 31- عبد الكريم كاكي، الإستثمار الأجنبي المباشر والتنافسية الدولية
- 32- سامية حول وراية حناش، تقييم آثار برامج الإستثمارات العامة وانعكاساتها على التشغيل و الإستثمار والنمو الإقتصادي (2001-2014)، سطيف
- 33- سراب الياس ، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2001
- 34- فتحي محمود الشرقاوي، جغرافية السياحة و الترويج، دار المعارف الجامعية، الاسكندرية، 2009
- 35- نبيل زغل العوامة، موفق عدنان الحميري، الجغرافية السياحية في القرن الواحد و العشرين، دار حامد للنشر، الاردن، 2006
- 36- كواش خالد، السياحة مفهومها اركانها و انواعها، دار السوبر للنشر و التوزيع، الجزائر، 2007
- 37- قانون الاستثمار، مجموعة النصوص القانونية والتشريعية والتنفيذية المتعلقة بقانون الإستثمار، برني للنشر، الجزائر، 2010-2011

2- الاطروحات و المذكرات

- 1- بوعقلين بديعة، اساسيات السياحة في الجزائر و إنعكاساتها على العرض و الطلب السياحي في الجزائر، حالة تيبازة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع تخطيط، معهد العلوم الاقتصادية، 1995-1996
- 2- بولجل كريمة، سياسة ترقية المناخ الاستثماري في الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011-2012
- 3- كواش خالد، السياحة مفهومها أركانها وأنواعها، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص. 43،

3- تقارير و ملفات و المطبوعات:

- 1- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، تقرير مقارن عن تشريعات تشجيع الاستثمار من الدول العربية وما يقابله في بعض دول العالم الأخرى، سلسلة الخلاصات المركزية، الكويت
- 2- تقرير مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (أونكتاد) الحوافز و الإستثمار الأجنبي المباشر، المؤسسة العربية لضمان الإستثمار، 1998
- 3- مشروع تقرير حول مساهمة السياحة من أجل إعادة تحرير السياحة السياحية الوطنية، المجلس الوطني الإقتصادي و الإجتماعي، الجزائر، 2000
- 4- تقرير المنظمة العربية للسياحة، 2015
- 5- تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار و ائتمان الصادرات ، مؤشر ضمان الاستثمار، الكويت، 2015
- 6- وزارة السياحة و الصناعة التقليدية، حصيلة قطاع السياحة و الصناعات التقليدية، للقطب السياحي شمال شرق، الجزائر، 2011
- 7- ملف حول اعمال الدورة الثانية للمجلس الوزاري العالمي للسياحة، الجزائر، 1999
- 8- لخلف عثمان، مطبوعة في الاقتصاد الجزائري كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005

4- المجلات

- 1- زعباط عبد الحميد، المناخ الإستثماري في الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير والتجارة، العدد 11، 2004
- 2- عبد الخالق عبد الله النسمي، المساهمة والعلاقات بين البيئة والتنمية، مجلة المستقبل العربي، عدد رقم 168، 1993
- 3- علي لطفي، الإستثمارات العربية ومستقبل التعاون الإقتصادي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، عدد 458

4- مأمون إبراهيم حسن، موزي عبد العزيز الحمود، مناخ الإستثمار ومأزق التنمية في الوطن العربي، سلسلة المحاضرات العامة، عدد 07، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 1994

5- القواميس:

- قاموس المورد، إنجليزي عربي، الدار اللبنانية، بيروت، 1970

6- الموسوعات:

موسوعة القرن، دار المتوسطة للنشر، الطبعة الثالثة، تونس، 2013

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

- 1- J.Louis Caccamo, Fondement d'économie de Tourisme, édition Boeck Université Bruxelles, 2007
- 2- R.Lanquar, L'économie du Tourisme, presses universitaires de France, édition, France, 1983
- 3- Huguette Durand et autre, Economie et Politique du Tourisme, Librairie Générale de Droit et du Jura Prudence Paris, 1994
- 4- Georges.Gazess, Tourisme et Tiers, Monde du Bilan contreverse, Edition l'Harmattan, Paris, 1992
- 5- M.Charles.Albert, La Séduction des Nation ou comment attirer les investissements, economica, France, 1999
- 6- AHMED TESSA , économie touristique et aménagement de territoire, O.P.U ALGER, 1993
- 7- J. TRIBE the economies of leisure and tourism environnements markets an olinpacts london, 1995
- 8- Dictionary of business and economic Newyork, 1977
- 9- H.Durand et autre, Economie et politique du Tourisme, Frace Quercy , France, 1994

ثالثا: المواقع الالكترونية

- 1- الموقع الالكتروني www.mta.gov.dz اطلع عليه 2013/01/9
- 2- الموقع الالكتروني www.weforum.org اطلع عليه 2015/09/4
- 3- الموقع الالكتروني www.djazairess.com اطلع عليه 2013/11/12

